



КИЇВСЬКИЙ ІНСТИТУТ
БІЗНЕСУ та ТЕХНОЛОГІЙ

ВІСНИК

№1(26)2015



КИЇВСЬКИЙ ІНСТИТУТ
БІЗНЕСУ та ТЕХНОЛОГІЙ
04078, м. Київ,
вул. Білицька, 41/43
(044) 430 15 77, 353 42 42
info@kibit.edu.ua

РЕКТОР: ЯКОВЛЕВА Олена В'ячеславівна
— кандидат філософських наук, професор
РІК ЗАСНУВАННЯ — 1961
КВАЛІФІКАЦІЙНИЙ РІВЕНЬ:
бакалавр, спеціаліст, магістр
РІВЕНЬ АКРЕДИТАЦІЇ — III, IV

ШКОЛА БІЗНЕСУ КІБІТ
Відкрита у 2004 році.
Надає повний обсяг
послуг з бізнес-освіти.
Діють короткострокові
програми PDS, MBA.

www.kibit.edu.ua

Ліцензія АД № 034560
від 04.05.2012 р.

ФІЛІЇ КІБІТ:

БІЛОЦЕРКІВСЬКА ФІЛІЯ
09100, вул. Логінова, 39/2,
тел.: 8 (0446) 333 108;
8 (04463) 512 77
e-mail: info_bc@kibit.edu.ua

ВІННИЦЬКА ФІЛІЯ
21022, вул. Тарногородського, 46
тел.: 8 (0432) 69 32 62;
8 (0432) 63 06 77
e-mail: info_vn@kibit.edu.ua

ЖИТОМИРСЬКА ФІЛІЯ
10029, вул. Комерційна, 2а
тел.: 8 (0412) 44 84 07;
8 (0412) 48-24-50
e-mail: info_gt@kibit.edu.ua

ЗАПОРІЗЬКА ФІЛІЯ
69123, вул. 14 Жовтня, 15
тел.: 8 (061) 270 60 87;
8 (061) 277 00 81
e-mail: info_zp@kibit.edu.ua

ЛУГАНСЬКА ФІЛІЯ
91006, кв. Южний, СШ № 51
тел.: 8 (0642) 711 706;
8 (0642) 710 798
e-mail: info_lg@kibit.edu.ua

НІЖИНСЬКА ФІЛІЯ
16604, вул. Незалежності, 42
тел.: 8 (04631) 9 03 51/52;
8 (04631) 7 51 41
e-mail: info_ng@kibit.edu.ua

УМАНСЬКА ФІЛІЯ
20300, пров. К. Цеткін, 2
тел.: 8 (04744) 4 28 20;
8 (04744) 3 50 44
e-mail: info_ym@kibit.edu.ua

ФАКУЛЬТЕТИ:

■ МЕНЕДЖМЕНТУ ■ ЕКОНОМІКИ ■ ПСИХОЛОГІЇ

0306

МЕНЕДЖМЕНТ І АДМІНІСТРУВАННЯ:

менеджмент туристичної індустрії
менеджмент зовнішньоекономічної діяльності
менеджмент підприємницької діяльності
менеджмент промислових підприємств
менеджмент охорони праці

0305

ЕКОНОМІКА ТА ПІДПРИЄМНИЦТВО:

фінанси
облік і аудит

0301

СОЦІАЛЬНО-ПОЛІТИЧНІ НАУКИ:

психологія праці та управління
педагогічна психологія
клінічна психологія

ДРУГА ВИЩА ОСВІТА

за всіма напрямками

МАГІСТРАТУРА

за спеціальністю «фінанси»

МАТЕРІАЛЬНО- ТЕХНІЧНА БАЗА:

власні навчальні приміщення,
комп'ютерні класи, доступ до Інтернет,
бібліотека, читальний зал,
власна поліграфічна база

ПРОФЕСОРСЬКО- ВИКЛАДАЦЬКИЙ СКЛАД:

висококваліфіковані фахівці
(професори, доценти,
спеціалісти-практики)

ФОРМИ НАВЧАННЯ:

денна, заочна

Диплом бакалавра, спеціаліста,
магістра державного зразка. Студенти проходять практику у державних та комерційних установах. Працює служба працевлаштування студентів. Здійснюються мовні та фахові стажування студентів за кордоном. На запрошення Інституту лекції читають професори з провідних Університетів Західної Європи. Ведеться підготовка до незалежного зовнішнього тестування з математики, української мови та літератури, історії України.

КИЇВСЬКИЙ ІНСТИТУТ БІЗНЕСУ ТА ТЕХНОЛОГІЙ

В І С Н И К

Випуск № 1 (26)

Київ
Видавництво КІБіТ
2015

*Висловлюємо подяку президенту Київського інституту бізнесу та технологій
Яковлевій Ірині Іванівні за підтримку видання*

Наукові статі присвячені актуальним проблемам економіки, управління, інформаційних технологій, економічного аналізу сучасного стану України.

Вісник розрахований на наукових працівників та фахівців, які займаються питанням розвитку економіки України.

РЕДАКЦІЙНА КОЛЕГІЯ:

ПАСТУХОВА В.В., *д-р. екон.наук – голова редколегії*
ЯКОВЛЕВА О.В., *канд. філос.наук, ректор КІБІТ*
ЯЗИНІНА Р.О., *д-р. географ. наук – відповідальний секретар*
ВЄТЧИНОВ І.А., *д-р. екон. наук*
МИХАЙЛОВ В.С., *д-р. екон.наук*
ШИНКАРУК Л.В., *д-р. екон.наук*
ГЕРАСИМОВИЧ А.М., *д-р. екон.наук*
КОНЧИН В.І., *канд. екон. наук*
СВЕРДАН М.М., *канд. екон.наук*
ЄНА О.В., *канд. екон. наук*
КОРОСТЕЛЬОВ В.А., *канд. екон. наук*

Збірник входить до переліку періодичних наукових фахових видань, в якому можуть публікуватися результати дисертаційних робіт на здобуття наукового ступеня доктора та кандидата з економічних наук, затвердженого постановою президії ВАК України від 10.11.2010 р. № 1-05/7 //Бюлетень ВАК України. – 2010. – №12

Відповідальний за випуск – **ЯЗИНІНА Р. О.**, *д-р географ. наук*

Вісник Київського інституту бізнесу та технологій
№ 1 (26) 2015

Видається з 2004 р.

Свідоцтво про державну реєстрацію
В Держкомітеті телебачення і радіомовлення
серія КВ № 880 від 01.06.2004

Засновник: ПВНЗ “КІБІТ” ТОВ

Затверджено до друку Вченою Радою
Київського інституту Бізнесу та технологій

Протокол № 3 від 18 березня 2015 року

Тираж 500

Адреса редакції:
04078, м.Київ, Білицька 41/43
Телефон для довідок: 8-044-430-32-64

Видавець – ПВНЗ “Київський інститут
бізнесу та технологій” ТОВ
04078, м.Київ, Білицька 41/43
Телефон для довідок: 8-044-430-32-64
e-mail: vestnik@kibit.edu.ua

За достовірність інформації в публікаціях
відповідальність несуть автори статей.

УДК 339.138

АТАМАНЧУК Ю.М., к. п.н.

м. Умань

ПОЛІТИКА ЗБУТОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ АГРОПРОДОВОЛЬЧОЇ СФЕРИ

***Анотація.** В статті розглянуто особливості збутової політики підприємств агропродовольчої сфери, проблеми розвитку збутової інфраструктури в галузі сільського господарства. Представлено авторське бачення організації системи збуту у прийнятті стратегічних рішень, специфіки формування збутової політики підприємства. Висвітлено функції, етапи формування, основні елементи збутової політики та алгоритм функціонування збутової інфраструктури. Визначено найбільш перспективні тенденції розвитку збутової діяльності сільськогосподарських підприємств на сучасному етапі.*

***Ключові слова:** збутова діяльність, збутова політика, збутова інфраструктура, агропродовольча сфера.*

***Аннотация.** В статье рассмотрены особенности сбытовой политики предприятий агропродовольственной сферы, проблемы развития сбытовой инфраструктуры в области сельского хозяйства. Представлены авторское видение организации системы сбыта в принятии стратегических решений, специфики формирования сбытовой политики предприятия. Освещены функции, этапы формирования, основные элементы сбытовой политики и алгоритм функционирования сбытовой инфраструктуры. Определены наиболее перспективные тенденции развития сбытовой деятельности сельскохозяйственных предприятий на современном этапе.*

***Ключевые слова:** сбытовая деятельность, сбытовая политика, сбытовая инфраструктура, агропродовольственная сфера.*

***Abstract.** The article describes the features of the sales policy of enterprises agro-food sector, the problem of distribution infrastructure in the field of agriculture. Presents the author's vision of the organization of marketing in strategic decisions, the specifics of the formation of the sales policy of the enterprise. Illuminated function, stages of formation, the basic elements of marketing policy and algorithm of functioning distribution infrastructure. Identify the most promising trends in the development of sales of agricultural enterprises at the present stage.*

***Key words:** marketing activities, sales policy, marketing infrastructure, agro-food sector.*

Постановка проблеми. Збут виготовленої продукції є невід’ємною частиною діяльності промислових підприємств в умовах ринкових відносин. Фірма може розраховувати на реальний комерційний успіх лише за умови раціонально організованого розподілу та обміну, тобто збуту продукції. У ланцюжку “виробництво – розподіл – обмін – споживання” на частку збутової діяльності припадають три останні ланки. Для забезпечення ефективної реалізації вироблених товарів підприємство повинне проводити комплекс цілеспрямованих дій, що забезпечують переміщення товарів у ринковому просторі, активні дії на цінову політику. Політика збутової діяльності є складовою частиною маркетингу та зорієнтована на задоволення запитів споживачів, що дозволяє уникнути диспропорцій у виробництві, раціонально використовувати ресурси й нейтралізувати неефективні витрати.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретичні, методологічні та прикладні положення щодо забезпечення ефективного збуту продукції висвітлені у працях провідних вітчизняних та іноземних учених. Сутність збутової діяльності у практиці зарубіжних

товаровиробників висвітлена у працях Г. Астратової, Ф. Букереля, А. Дайана, В. Ключача, П.Р. Колса, Р. Ланкара, А. Папцова, В. Узуна, М. Трейсі, Дж. Н. Уля та інших. Розвивають тему розвитку збуту продукції агропродовольчого комплексу І.О. Піюренко, Н.В. Якубовська, Ю.А. Ципкін, Н.Д. Эриашвили, Л. Фоменко, І. М. Паска, І. Ф. Баланюк, Л. М. Левківська [1-8] та інші вчені. Водночас питання розробки раціональної системи збуту сільськогосподарської продукції та розвитку елементів інфраструктури у нинішніх умовах потребують урахування динамічних змін в аграрному секторі економіки та внутрішніх можливостей товаровиробників, що викликає необхідність конкретизації даних питань.

Метою статті є визначення специфіки формування збутової політики підприємств агропродовольчої сфери.

Виклад основного матеріалу. В основі організації розподілу продукту підприємства лежить орієнтація на задоволення різноманітних запитів кінцевого споживача і сукупність дій по максимальному наближенню товару до цільової групи споживачів. Вибір

орієнтації і способу задоволення запитів споживачів і становить суть "політики" фірми в області збуту.

Збутову політику фірми-виробника продукції слід розглядати, як цілеспрямовану діяльність, принципи і методи здійснення якої покликані організувати рух потоку товарів до кінцевого споживача. Основним завданням є створення умов для перетворення потреб потенційного покупця в реальний попит на конкретний товар. До числа таких умов відносяться елементи збутової політики, капітали розподілу (збуту, товароруху) разом з функціями, якими вони наділені.

Основними елементами збутової політики є наступні:

- транспортування продукції – її фізичне переміщення від виробника до споживача;
- доопрацювання продукції – добір, сортування, складання готового виробу та інше, що підвищує ступінь доступності й готовності продукції до споживання;
- зберігання продукції – організація створення і підтримання необхідних її запасів;
- контакти із споживачами – дії з фізичної передачі товару, оформлення замовлень, організації платіжно-розрахункових операцій, юридичного оформлення передачі прав власності на товар, інформування споживача про товар і фірму, а також збору інформації про ринок.

Збут, у широкому сенсі цього поняття, являє собою процес реалізації виробничої продукції з метою перетворення товарів у гроші й задоволення запитів і потреб покупців. Специфіка збуту у вузькому розумінні охоплює лише заключну фазу відтворювального процесу – безпосереднє спілкування продавця і покупця, а всі інші операції в області "збуту" більшість економістів відносять до товароруху. Це пов'язано з тим, що угода при безпосередньому спілкуванні продавців з покупцями схильна до впливу безлічі факторів, пов'язаних із зовнішнім оточенням (атмосфера місця продажу), в якому вона відбувається.

Мета збуту – доведення до конкретних споживачів конкретного товару необхідних споживчих властивостей у необхідній кількості (обсязі) в точний час (в точний термін) у певному місці з мінімальними витратами.

Предмет збуту – продукція, послуги виробничого підприємства (товар, цінність). Суб'єкти збуту – виробниче підприємство та посередницькі збутові (торгові) організації. Об'єкти збуту – покупці (споживачі) товару виробничого підприємства. Визначення об'єктів збуту в даному випадку дається виходячи з кінцевої спрямованості (адресності) збутової діяльності та її предмета. Суб'єкти та об'єкти збуту не слід ототожнювати з суб'єктами угоди (зокрема з угодами купівлі-продажу, оренди).

Найважливішими збутовими функціями є:

- встановлення комерційних взаємовідносин з покупцями;
- розробка збутової програми;

- складання графіків поставки продукції і відвантаження її покупцям;
- ведення розрахунків за продану продукцію;
- контроль за розрахунками з покупцями і платоспроможністю останніх.

Сучасний маркетинг визначає два провідних види збуту: прямий і непрямий. Прямий збут вигідний у тому випадку, якщо зекономлені кошти за рахунок більшої торгової націнки вище витрат, пов'язаних з організацією власності збутової структури. При прямому збуті відбувається безпосередній вплив на споживача, тому можна контролювати якість товару і швидко реагувати на вимоги ринку.

При непрямому збуті важко здійснити підтримку іміджу торгової марки виробника, організувати необхідний сервіс, контролювати ціни. Відсутній контакт з кінцевим споживачем, що в підсумку може позначитися на конкурентоспроможності товару [4, с. 31].

Прямий і непрямий збут мають ряд своїх специфічних характеристик (рис. 1).

Маркетингова політика в області збуту істотно відрізняється, коли продавцем є виробник і коли – посередник (табл. 1).

Алгоритм організації системи збуту укладений у прийнятті стратегічних рішень:

- визначення типу і числа каналів збуту (традиційний канал, електронна комерція, продаж за каталогами, продаж за зразками);
- вибір методу збуту (прямий, непрямий, комбінований);
- встановлення інтенсивності охоплення ринку (інтенсивний, селективний, концентрований, ексклюзивний);
- визначення типів посередників (оптовики, роздріб) і визначення їх ролі в каналах збуту. При цьому необхідно оцінити можливості опту і роздробу (розмір обороту, рівень спеціалізації, можливості здійснювати логістичні, технологічні та сервісні послуги);
- визначення рівня централізації рішень в області збуту (рішення можуть бути централізовані або децентралізовані) – при розвитку регіонального збуту;
- вибір рівня збутової інтеграції (визначення рівня вертикальної і горизонтальної інтеграції);
- прийняття рішення про необхідність конкуренції – як в каналах збуту, так і між каналами збуту.

У сучасних умовах актуальною для сільського господарства є не тільки завдання зростання обсягів виробленої продукції, а й проблема її реалізації, доведення до кінцевого споживача. Тому для вітчизняних аграрних виробників важливе місце займає збутова інфраструктура. Ефективність її функціонування впливає на час проходження, збереження кількості та якості продукції, рівень витрат сфери обігу, а також на ціну кінцевої продукції [8, с. 181].

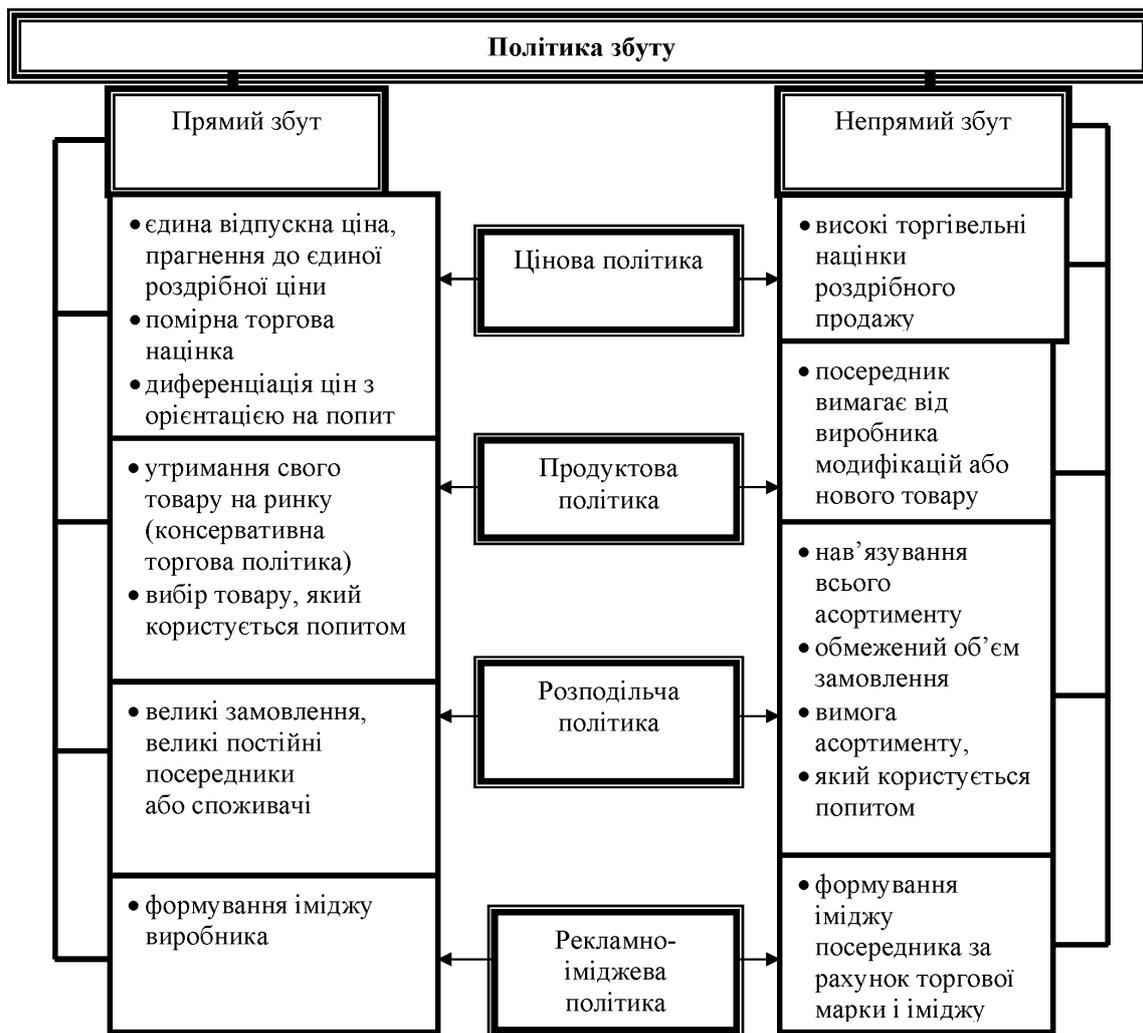


Рис. 1. Порівняльна характеристика політики прямого і непрямого збуту

Таблиця 1.

Маркетингова політика в області збуту

Орган розподілу	Основні витрати на організацію розподілу
Відділ збуту: збут через рекламу з наступним отриманням заявок по телефону	– витрати на рекламу – придбання транспорту на доставку
Відділ збуту: збут безпосередньо через об дзвін споживачів	– витрати на представницько-інформаційні матеріали – оплата телефонних розмов – придбання або оренда транспорту
Відділ збуту: збут через торгових агентів і комівояжерів	– витрати на представницько-інформаційні матеріали – витримки на комісійні для агентів – можлива оплата автотранспорту
Продаж через власну роздрібну сітку	– витрати пов'язані з покупкою або орендою точки реалізації – охорона роздрібною точки – придбання автотранспорту
Збут через філіали або представництва	– витрати на організацію філіалу або представництва (пошук партнера, оренда приміщення, охорона і т.д.) – підтримка його діяльності на протязі 1-го року
Збут через дочірні підприємства	– витрати на організацію дочірнього підприємства
Оптово-роздрібна торгівля зі складу	– витрати на організацію складу (ремонт, оснащення, обладнання) та його функціонування (штат, охорона і т.д.)
Продаж на ярмарках, аукціонах, виставках, біржах	– витрата на оренду торгової площі – сплата послуг брокерів та аукціоністів

У складі збутової інфраструктури присутня безліч посередників, зацікавлених виключно в максимізації свого прибутку. Тому закупівельні ціни багато в чому дозволяють сільськогосподарським виробникам тільки лише окупити витрати, не залишаючи додаткових ресурсів для розвитку виробництва. При цьому роздрібні ціни встановлюються на досить високому рівні, що не може не відбиватися на рівні життя населення.

Аграрна підприємницька діяльність має характерні особливості і в області реалізації продукції і ціноутворення через:

- сезонність виробництва і споживання;
- значну тимчасову розділеність прийняття рішення про виробництво і здійснення витрат на виробництво з термінами реалізації;
- вплив на прийняті рішення про структуру виробництва результатів попереднього виробничого циклу;
- глобалізацію економічних процесів [7, с. 127].

Все це значно збільшує невизначеність і ризики підприємницької діяльності і висуває підвищені вимоги до обліку та аналізу вельми різномірної інформації великих обсягів при прийнятті та реалізації рішень. Тут, на нашу думку, слід регулярно використовувати короткострокове прогнозування, що враховує як процес старіння, так і більшої значущості останньої, ніж попередньої, інформації, а також фактора сезонності виробництва і споживання сільськогосподарської продукції.

Проблеми розвитку збутової інфраструктури в галузі сільського господарства носять соціальний характер. Це пов'язано, з одного боку, із забезпеченням населення якісною і доступною за ціною продовольчою продукцією. З іншого боку, гарантований збут сільськогосподарської продукції гарантує і планове отримання доходів сільськогосподарськими виробниками.

Збутова інфраструктура відіграє важливу роль у формуванні товарних ринків. Рівень її розвитку визначає особливості функціонування продовольчого ринку, якість і кількість його споживання. Збутова інфраструктура аграрно-промислового комплексу окремого регіону багато в чому визначає можливість забезпечення потреби населення в продуктах харчування.

Сталий розвиток з точки зору системного підходу пов'язаний з можливістю досягнення цілей та реалізації інтересів суб'єктів, що входять в ту чи іншу систему. Збутова інфраструктура впливає на стійке функціонування сільськогосподарських підприємств, у тому числі регіонального рівня, оскільки в її рамках створюються передумови й умови для реалізації інтересів різних учасників агропродовольчого ринку – споживачів, виробників сільськогосподарської продукції, переробних підприємств, а також підприємств сфери торгівлі.

Більшість проблем, пов'язаних з функціонуванням сільськогосподарських підприємств, є наслідок недостатнього розвитку його інфраструктурних елементів. У системі товароруху відсутні багатоланковість, існує велика кількість посередників, недостатньо розвинене інформаційне забезпечення.

Функції збутової діяльності в аграрному виробництві:

- забезпечення покупців сільськогосподарською продукцією відповідної якості в кількості, необхідній для задоволення всіх виникаючих потреб;
- стабілізація цін на сільськогосподарську продукцію. В умовах нормально функціонуючої системи матеріально-технічного забезпечення (в першу чергу, енергоресурсами і транспортом) дана функція обумовлює формування справедливих цін на ринку збуту сільськогосподарської продукції, що забезпечують рентабельність продукції і забезпечених платоспроможним попитом населення;
- забезпечення зростання ефективності сільськогосподарського виробництва. Ця функція є прямим наслідком закону економії ресурсів і діє незалежно від стану законодавчої бази, ступеня забезпеченості ресурсами та інших зовнішніх умов [6, с. 383].

Найбільш перспективними тенденціями, що визначають розвиток збутової діяльності сільськогосподарських підприємств на сучасному етапі, є:

- укрупнення аграрного бізнесу;
- виробництво товарів з унікальними характеристиками;
- розвиток інфраструктури руху товару, складського та транспортного господарства;
- розширення форм інтеграції сільськогосподарських товаровиробників з іншими учасниками системи розподілу продукції;
- використання електронної торгівлі та форм збуту продукції шляхом укладання контрактів (виробничих, форвардних та ф'ючерсних).

Все це вимагає підвищення ролі служби збуту як одного з координаторів, направляючих діяльність підприємства на виробництво конкурентоспроможної і затребуваної продукції з оптимальною економією ресурсів підприємства.

Основне завдання у сфері збуту – визначення остаточного результату всіх зусиль підприємства, спрямованих на розвиток виробництва і отримання максимального прибутку. Збутова мережа, ніби продовжує процес виробництва, беручи на себе доопрацювання товару і його підготовку до продажу. Під час збуту відбувається виявлення і вивчення смаків та уподобань споживачів. Орієнтація комерційної діяльності по збуту товарів на концепцію маркетингу внесла значні зміни в організацію збуту. Виробник товарів повинен бути не тільки постачальником, він зобов'язаний

заний постійно проводити аналіз ефективності збутової діяльності, розробляти і впроваджувати нові форми збуту. Таким чином, збут – це різноманітна діяльність, за допомогою якої продавець спілкується з покупцем. Збутом може займатися виробник, у разі прямих контактів з кінцевим споживачем, або посередник. Прийоми продажу і мистецтво спілкування з покупцем досить різні. Тому фірми приділяють велику увагу навчанню персоналу поведінки з покупцем. Розглянувши основні поняття збутової діяльності підприємства, перейдемо до питання формування збутової політики підприємства.

Стратегія формування збутової політики підприємства полягає в наступному. Вибір каналу збуту і вся подальша організація розподілу продукту залежать від впливу як внутрішніх, так і зовнішніх факторів середовища фірми-виробника.

До внутрішнього середовища фірми відносяться:

- особливості товару;
- цілі та стратегія фірми;
- виробничі ресурси фірми.

Особливість цих факторів – повна контрольованість, тобто наявність у фірми реальної можливості управляти ними. Для оцінки ступеня впливу характеристик товару на вибір каналу збуту, слід взяти до уваги його місце у класифікації видів товарів за призначенням і споживчими звичками. При цьому кожному виду товару відповідає сукупність специфічних вимог щодо способу і строків зберігання, умов транспортування, можливостям пропозиції споживачеві особливих умов продажу.

Системні цілі фірми визначають постановку цілей збуту товару в тих випадках, коли містять вказівку: на напрям діяльності, на конкретний ринок, на категорію споживачів товару. За допомогою стратегії фірми встановлюються методи відносин з торговими посередниками та споживачами (співпраця з продавцями або контроль за каналами збуту).

Виробничі ресурси фірми, як фактор вибору каналу збуту є матеріальною основою прийняття всього комплексу рішень про організацію збутової діяльності. При цьому враховується як власне можливість забезпечення її фінансовими, матеріальними, трудовими та інформаційними ресурсами, так і економічна доцільність пов'язаних з цим витрат.

До зовнішніх факторів середовища фірми відносяться:

- споживачі;
- конкуренти;
- посередники;
- макросередовище.

Особливість даних факторів – відносна або абсолютна некерованість. Однак при формуванні збутової політики вони повинні тим чи іншим чином враховуватися і, по можливості, регулюватися. Споживачі, як правило, висувають особливі вимоги до організації збуту у зв'язку з обізнаністю про альтернативи ринку,

а також в силу індивідуальності своїх запитів і суб'єктивних звичок [3, с. 253].

Зазвичай при виборі каналу збуту і визначенні основного способу задоволення запиту споживачів досить знати: де більше закупається товару, в який час, які приводи для покупки, періодичність, краща упаковка товару, обсяг разової закупівлі, бажаний рівень сервісу, обставини споживання товару, ступінь поінформованості споживача про якість товару і особа, яка приймає рішення про його придбання.

Вплив конкуренції на організацію збуту величезний. У кінцевому підсумку саме позиція фірми в конкурентній боротьбі є визначальною умовою поліпшення результатів збутової діяльності і, відповідно підсумків роботи фірми в тих сферах бізнесу, якими вона займається. Тому очевидно, що канал збуту повинен бути побудований так, щоб фірма була здатна захистити його від конкурентів і максимально реалізувати конкурентні переваги своєї продукції.

Вибір каналу збуту з позиції отримання конкурентних переваг вимагає інформації про конкурентів, а також про ціни їх конкурентних можливостей. Підсумком аналізу є класифікація діючих (і можливих) конкурентів за типом їх збутової стратегії, а також отримання оцінки задовольняючих ними потреб. Тільки у цьому випадку слід вважати вибір каналу збуту обґрунтованим.

Всякі зміни збутової політики зумовлюють істотні структурні перестроювання в уже налагодженому каналі збуту. Для того, щоб цей процес проходив більш організовано і по можливості з меншими витратами, такі зміни повинні відповідати наступним етапам формування збутової політики.

Перший етап – визначення цілей збуту. Залежно від системних цілей діяльності фірми на конкретному ринку цілями збуту можуть бути: обсяг збуту, дохід або прибуток, час збуту, використання ресурсів, ступінь охоплення ринку, ступінь контролю за рухом товарів та інше. При цьому незалежно від того, стають цілі на довгострокову або короткострокову перспективу, вони повинні бути досяжні в принципі і мати кількісне вираження.

На другому етапі обирається стратегія збуту. Перш за все, приймається рішення про вибір принципу побудови непрямих каналів – з використанням "проштовхування" або "втягування" на практиці зазначені принципи часто доповнюють один одного. Багато фірм використовують "змішаний" принцип, при якому зусилля по збуту розподіляються між співпрацею з посередниками і роботою з кінцевими споживачами. Далі виявляються альтернативи конфігурації каналів розподілу (види каналів і їх структура).

При використанні прямих каналів встановлюється структурна одиниця (орган збуту), яка буде контактувати зі споживачами (агентами по збуту, магазинами, торговими представниками, комісіонерами).

Результатом другого етапу є виконання загальної концепції збуту підприємства з точки зору структури організації, побудованих інформаційних зв'язків, умов, на яких буде здійснюватися поставка продукції, оцінка величини збутового бюджету.

Третій етап – відбір посередників і учасників збутової системи. З цієї метою встановлюється перелік конкретних вимог до них, що впливають із загальної концепції збуту. Вимоги можуть бути пов'язані з ринковими можливостями посередників, здатністю маневрувати, рівнем професіоналізму працівників, можливостями демонстрації продукції, надання послуг споживачам і т.д.

На четвертому етапі здійснюється пошук шляхів здійснення успішної співпраці між учасниками кожного каналу розподілу. Сама по собі можливість співпраці вже впливає з спільності інтересів щодо реалізації конкретного товару. Однак, щоб вона могла бути реалізована практично і з максимальним прибутком для всіх сторін, застосовують методи, що стимулюють співробітництво. За характером вирішуваних завдань їх можна об'єднати в кілька напрямів. Вибір методів у кожному конкретному випадку визначається цілями збуту, його структурою, принципами побудови каналів збуту та особливостями кожного посередника. Слід мати на увазі, що в ситуаціях, пов'язаних із вибором засобів досягнення співпраці, не завжди активну (або навіть вирішальну) роль відіграє фірма-виробник. Найчастіше умови диктують посередники, тим більше, якщо вони мають якінебудь переваги, які дозволяють їм це робити.

П'ятий етап – розробка технології контролю збутової діяльності в цілому, по кожному каналу розподілу і окремим посередникам. Параметрами тут можуть бути досягнутий обсяг збуту, сформований рівень витрат на збут і рентабельності продажів, якість роботи із споживачами, оперативність у вирішенні проблем збуту, відносини співробітництва, завойований у споживача імідж та ін. Дані показники можуть бути використані при оцінці ефективності каналів збуту та діяльності посередників. Отримані значення показників піддаються аналізу, результати якого є підставою для прийняття подальших рішень про продовження співпраці або відмову від неї, а також про шляхи подальшого вдосконалення роботи зі збуту.

При оцінці наявної збутової діяльності та обсягів збуту продукції підприємству, насамперед, слід дати оцінку виробленому продукту, включаючи забезпечення його конкурентоспроможності, якості, оптимізацію товарного асортименту; аналіз життєвого циклу продукту; створення ефективної упаковки; цінову політику.

Для успіху на ринку необхідно забезпечити конкурентоспроможність продукції. Конкурентоспроможний товар повинен задовольняти запити покупця (потенційного споживача на більш високому рівні, більшою мірою відповідати їх перевагам, ніж товари

конкурентів або попередні варіанти пропозиції даної компанії) [4].

Важливу роль у товарній політиці підприємства відіграє управління асортиментом (номенклатурою), головною метою якого є його оптимізація. Оптимізація асортименту – це безперервний процес реалізації ефективного механізму збуту, і асортимент не може бути оптимізовано один раз на весь період присутності підприємства на ринку.

Таким чином, при здійсненні підприємством збутової діяльності відділу збуту необхідно систематично аналізувати маркетингові показники збутової діяльності, такі як стадія життєвого циклу, конкурентоспроможність продукту, асортимент, а при виборі каналу орієнтуватися на той, який охоплює всі необхідні функції з проміжної обробки продажу товарів кінцевому споживачеві краще конкурентів і при найбільш низьких відносних витратах.

Роздрібна торгівля – це будь-яка діяльність з продажу товарів і послуг безпосередньо кінцевим споживачем для їх особистого некомерційного використання.

Мета роздрібною торгівлі на відміну від оптової – обслуговування кінцевих споживачів у магазинах, торгових наметах за допомогою працівників необхідної кваліфікації. Ця форма торгівлі характеризується великою різноманітністю підприємств, ніж оптова.

У роздрібній торговельній мережі завершується процес обігу товарів, вони доходять до безпосереднього споживача. Роздрібна торговельна мережа являє собою сукупність неоднорідних торговельних підприємств.

Приблизно 90% складають магазини, тобто підприємства торгівлі, що розміщуються в стаціонарних капітальних будівлях і володіють необхідним торговельно-технологічним обладнанням (ваговимірним, торговим, контрольно-касовим). Магазины-склади здійснюють торгівлю будівельними матеріалами і паливом. Вони володіють навісами, майданчиками, складськими та конторським приміщеннями. До дрібно-роздрібною торговельної мережі належать: павільйони, ларьки, кіоски, намети і т.д. Це споруди, які пропонують невеликий асортимент товарів і надають менше зручностей при обслуговуванні покупців. Засоби пересувної торгівлі (автомагазини, судномагазини) використовують для товаропостачання жителів невеликих населених пунктів і жителів сільської місцевості. Зараз досить широко використовуються автомагазини і автолавки для торгівлі на ринках, ярмарках та інших місцях великого скупчення людей.

На відміну від роздрібною, оптова торгівля практично завжди пов'язується з партійністю товару, опосередковуючи початкову стадію їх руху на ринок. Якої-небудь іншої ознаки, зокрема, руху товару в приватне або виробниче споживання, надходження товару в торгово-збутову мережу для подальшого

перепродажу та ін., фактично не існувало [1, с. 17]. Отже, оптова торгівля – це будь-яка діяльність з продажу товарів або послуг тим, хто купує їх з метою перепродажу або професійного використання.

Оптові торговці відрізняються від роздрібних за низкою характеристик. По-перше, оптовик приділяє менше уваги стимулюванню продажів, атмосфері і розташуванню свого торгового підприємства, оскільки він має справу переважно з професійними клієнтами. По-друге, за обсягом оптові угоди більші роздрібних, а торгова зона оптовика зазвичай більша, ніж у роздрібного торговця. По-третє, щодо правових укладень і податків уряд підходить до оптових і роздрібних торговців з різних позицій.

Основні форми організації оптової торгівлі на товарному ринку:

- торгівля за прямими виробничими зв'язками. Вона зазвичай з'єднує дві послідовні стадії виробничого процесу;
- оптова торгівля сировиною і матеріалами. Даний вид оптової торгівлі в свою чергу включає в себе оптову торгівлю з централізованою доставкою товарів. Оптовий торговець здійснює постачання товарами роздрібних торговців і також надає їм різноманітний сервіс; товар роздрібний оптовий збут;
- оптова торгівля з отриманням товарів у постачальника. Клієнт оптового торговця, роздрібний торговець або великий споживач самостійно забирають товар;
- оптова торгівля "Cash-and-Carry" з оплатою готівкою до приймання і транспортування товару покупцем (оптова торгівля за методом самообслуговування). Даний вид оптових продажів здійснюється постійним споживачем (роздрібним торговцем, власником ресторанів та їдалень), які комплектують свої замовлення на складі за методом самообслуговування. Оплата товару здійснюється готівкою (cash), клієнт здійснює навантаження і вивіз товару (carry) самостійно.

При цьому доцільність наявності оптової ланки товароруху обґрунтовується тим, що оптовики забезпечують ефективність торгового процесу. Ця ефективність досягається тим, що: по-перше, невеликому виробнику з обмеженими фінансовими ресурсами не під силу створити і утримувати організацію прямого маркетингу; по-друге, навіть маючи достатній капітал, виробник скоріш віддасть перевагу направити кошти на розвиток виробництва, а не на організацію оптової торгівлі; по-третє, ефективність діяльності оптовиків напевно виявиться вище завдяки розмаху операцій, більшій кількості ділових контактів у сфері роздрібу і наявності в них спеціальних знань і умінь; по-четверте, роздрібні торговці, що мають справу з широким товарним асортиментом, нерідко волюють закупувати весь

набір товарів у одного оптовика, а не частинами в різних виробників.

Значення оптової торгівлі для контрагентів, що беруть участь в угодах, полягає в тому, що оптова торгівля надає наступні переваги для виробників:

- розвантажує органи збуту. Немає потреби оформляти безліч накладних, рахунків, проводок за бухгалтерськими книгами та листів-нагадувань. Знижуються витрати, пов'язані з реалізацією продукції, оскільки замість великої кількості підприємств роздрібною торгівлі поставки здійснюються тільки на адресу невеликої кількості великих підприємств оптової торгівлі;
- знижує коливання завантаження виробничих потужностей. Оптовий торговець робить замовлення на кілька місяців вперед. Тому підприємство-виробник може здійснювати довгострокове планування. Тим самим завантаження виробничих площ стає рівномірне, а виробництво – раціональніше; знижуються витрати виробництва;
- знижує ризик, пов'язаний із зберіганням продукції на складі. У виробника є можливість відвантаження товарів, замовлених оптовим торговцем, негайно після їх виготовлення;
- фінансові переваги полягають у тому, що, як правило, оптовий торговець здійснює оплату в короткі терміни з використанням знижки при платежі готівкою авансом, або даючи зобов'язання за векселями. Тим самим виробник отримує необхідні вільні кошти для продовження свого виробництва.

Функції оптовиків зводяться до наступних:

1. Збут і стимулювання. Оптовики мають торговий персонал, який допомагає виробнику охопити безліч дрібних клієнтів при порівняно невеликих витратах. У оптовика більше ділових контактів, і нерідко покупець вірить йому більше, ніж якомусь далекому виробнику.

2. Закупівлі та формування товарного асортименту. Оптовик в змозі підібрати вироби і сформувати необхідний товарний асортимент, позбавивши, таким чином, клієнта від значних клопотів.

3. Розбивка великих партій товарів на дрібні. Оптовики забезпечують клієнтам економію коштів, закуповуючи товари вагонами і розбиваючи великі партії на дрібні.

4. Складування. Оптовики зберігають товарні запаси, сприяючи тим самим зниженню відповідних витрат постачальника і споживачів.

5. Транспортування. Оптовики забезпечують більш оперативну доставку товарів, оскільки вони знаходяться ближче до клієнтів, ніж виробники.

6. Фінансування. Оптовики фінансують своїх клієнтів, надаючи їм кредит, а заодно фінансують і постачальників, видаючи замовлення заздалегідь і вчасно оплачуючи рахунки.

7. Прийняття ризику. Беручи право власності на товар і несучи витрати у зв'язку з його розкраданням, пошкодженням, псуванням і старінням, оптовики беруть на себе частину ризику.

8. Надання інформації про ринок. Оптовики надають своїм постачальникам і клієнтам інформацію про діяльність конкурентів, про нові товари, динаміку цін і т.д.

9. Послуги з управління та консультаційні послуги. Оптовик нерідко допомагає роздрібним торговцям удосконалити діяльність, навчаючи їх продавців, беручи участь у розробці схеми магазину і розташування експозицій, а також в організації систем бухгалтерського обліку та управління запасами.

Необхідно також відзначити слабке впровадження в підприємствах оптової торгівлі сучасних досягнень науково-технічного прогресу [8]. Світовий досвід показує, що для виконання ролі основного регулятора ринку, опту необхідний високий рівень інформаційної та маркетингової забезпеченості процесів закупівлі і просування товарів. Це досягається на основі суцільної комп'ютеризації торгово-технологічних процесів в оптовій ланці та впровадження інформаційно-комунікаційних технологій. Іншим напрямком є високий рівень автоматизації складських операцій і механізація вантажно-розвантажувальних робіт, що виключають ручну працю.

Висновки та перспективи подальших досліджень. Система збутової діяльності сільськогосподарських підприємств – це впорядкована сукупність взаємопов'язаних і взаємозалежних елементів (товаровиробники продукції, закупівельні організації, складське господарство, переробні підприємства, підприємства оптової та роздрібно-торгівлі та громадського харчування), задіяних у процесі товароруху продукції до кінцевого споживача. Метою функціонування системи є задоволення платоспроможного попиту споживача та забезпечення взаємовигідних відносин між учасниками процесу просування продукції.

Ефективне функціонування системи збуту передбачає: на рівні підприємства – розширення каналів збуту продукції, підвищення її товарності та якості, розвиток маркетингової діяльності; на рівні держави – пільгове кредитування сільськогосподарських товаровиробників, цільове фінансування, державні закупівлі, розвиток сучасної системи руху товару.

Основними заходами щодо вдосконалення збутової політики підприємства є:

- вдосконалення форм і методів рекламної діяльності;

- вдосконалення структури асортименту за рахунок впровадження нових видів продукції, дослідження переваг покупців з метою виявлення видів продукції, що користуються низьким попитом;
- вдосконалення роботи з торговими посередниками і розвиток власної роздрібно-мережі;
- вдосконалення структури маркетингової служби;
- вдосконалення цінової політики з урахуванням цін конкурентів, формування системи знижок.

Перспективами подальших досліджень є розвиток збутових кооперативів, що дозволять скоротити витрати на виробництво і переробку сільськогосподарської продукції, збільшити її закупівлі в особистих селянських і фермерських господарствах, залучити до участі в кооперативах великі аграрні підприємства.

ЛІТЕРАТУРА

1. Баланик І. Ф. Аудит маркетингової діяльності на підприємстві / І. Ф. Баланик, Д. І. Шеленко, Ю. С. Копчак // Актуальні проблеми розвитку економіки регіону. – Івано-Франківськ: Вид-во Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника, 2011. – Вип. 7. – С. 16–22.
2. Левківська Л. М. Перспективи розвитку маркетингової інфраструктури аграрного ринку [Електронний ресурс] / Л. М. Левківська. – Режим доступу: <http://www.nbuv.gov.ua/e-journals>.
3. Паска І. М. Організація та управління маркетингом на оптових продовольчих ринках / І. М. Паска // Сталий розвиток економіки. – 2012. – № 3 (13). – С. 252–256.
4. Паска І. М. Організаційно-економічні засади збуту продукції особистими селянськими господарствами / І. М. Паска // Аграрний вісник Причорномор'я. – 2012. – № 65. – С. 164–169.
5. Піюренко І. О. До проблем реалізації сільськогосподарської продукції / Піюренко І. О. // Економіка АПК. – 2010. – № 10. – С. 31–36.
6. Фоменко Л. Становлення теорії маркетингу як науки та особливості його використання в малих сільськогосподарських підприємствах / Л. Фоменко // Вісник Львівського національного аграрного університету. – Л.: ЛНАУ, 2013. – № 20(1). – С. 380–387.
7. Цыпкин Ю. А. Агрмаркетинг и консалтинг / Ю. А. Цыпкин, А. Н. Люкшинов, Н. Д. Эриашвили; под ред. Ю. А. Цыпкина. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2000. – 637 с.
8. Якубовська Н. В. Розвиток агрмаркетингу, як базової концепції ринкової діяльності сільськогосподарських підприємств / Н. В. Якубовська // Вісник Хмельницького національного університету. – Х.: ХНУ, 2011. – № 3. Т. 3. – С. 180–183.

УДК 330.3

БЕЧКО В.П., к.е.н.,
КОЛОТУХА С.М., к.е.н.
м. Умань

ІНТЕГРАЛЬНА ОЦІНКА ІННОВАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВ СПИРТОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ

Анотація. У статті запропоновано методичний підхід до інтегральної оцінки інноваційної політики підприємства за компонентами маркетингу інновацій, політики у сфері НДДКР, політики структурних змін, технічної та інвестиційної політики.

На думку авторів визначену систему показників необхідно доповнити інтегральним показником. Це дасть можливість систематизувати інформацію за складовими інноваційної політики та зробити підсумки щодо остаточних оціночних критеріїв. Застосування інтегрального показника полегшить можливість використання методики в процесі попереднього контролю на стадії розробки, поточного контролю в процесі реалізації та наступного контролю в процесі оцінки сформованості інноваційної політики підприємства за довгостроковий період. Також за допомогою даного показника можна порівняти інноваційну політику підприємства з лідером та безпосередніми його конкурентами.

Ключові слова: інновації, інтегральна оцінка, інноваційна політика, маркетинг інновацій, технічна політика, інвестиційна політика, інтегральний показник.

Аннотация. В статье предложен методический подход к интегральной оценке инновационной политики предприятия за компонентами маркетинга инноваций, политики в сфере НДДКР, политики структурных изменений, технической и инвестиционной политики.

По мнению авторов определенную систему показателей необходимо дополнить интегральным показателем. Это позволит систематизировать информацию по составляющим инновационной политики и подвести итоги по окончательных оценочных критериях. Применение интегрального показателя облегчит возможность использования методики в процессе предварительного контроля на стадии разработки, текущего контроля в процессе реализации и последующего контроля в процессе оценки сформированности инновационной политики предприятия за долгосрочный период. Также с помощью данного показателя можно сравнить инновационную политику предприятия с лидером и непосредственными его конкурентами.

Ключевые слова: инновации, интегральная оценка, инновационная политика, маркетинг инноваций, техническая политика, инвестиционная политика, интегральный показатель.

Abstract. In this paper the authors propose the methodical approach to integrated assessment of innovation policy of enterprise components due to marketing innovation, the policy in research sphere, the policy in structural changes, technical and investment policy.

The authors suggest that the defined system of indicators should be supplemented with an integral indicator. This will allow to organize information on components of innovation policy and make the final results of the evaluation criteria. The use of integral index facilitates the use of the previous methods in the control stage of development, the current control in the process of implementation and follow-up control in the process evaluation of formation of innovative enterprise policy for the long term. Also, according to this indicator we can compare the innovate policy of the enterprise with the leader and its direct competitors.

Key words: innovation, integrated assessment, innovation policy, marketing innovation, technical policy, investment policy, integral index.

Постановка проблеми у загальному вигляді. Інноваційний характер економіки вимагає від економічних суб'єктів постійних пошуків і використання на практиці винаходів, нових технологічних рішень і практично значущих результатів наукових досліджень. Глибина можливостей науково-технологічного потенціалу і мотивація до інноваційної діяльності залежать, насамперед, від рівня розвитку вже існуючих виробничих технологій підприємств і розвиненості інформаційного забезпечення виробничої сфери. Для інноваційного процесу характерні цілеспрямованість та розвиток у

чітко визначеному і заздалегідь заданому напрямі, що забезпечується інноваційною політикою підприємства.

Аналіз світової й вітчизняної наукової літератури свідчить про використання якісних методів оцінювання інноваційної політики, які дають можливість лише ідентифікувати наявність або відсутність тих чи інших складових цієї економічної категорії. Якісний аналіз інноваційної політики не дає змоги навіть за наявності певних інноваційних процесів оцінити на скільки той чи інший напрям результативний без порівняння з кількісними показниками.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Дослідженню методологічних підходів щодо формування методики оцінювання інноваційної політики присвячені праці багатьох зарубіжних вчених: А. Казанцева [9], Б. Санти [11], В.Ф. Гринєва [2], Д. Сахала [12], С. Менсфілда [8], Й. Шумпетера [19], П. Друкера [3], Р. Фатхутдінова [14], Л. Мінделі [10]. Вагомий внесок у дослідження щодо даної проблеми зробили вітчизняні вчені: В. Стадник [13], В. Савчук [1], О. Христюк [16,17], С. Ілляшенко [5], Н. Краснокутська [6], Г. Лановська [7], Л. Федулова [15], Н. Чухрай [18], М. Йохна [4,13], та ін. Проте в умовах трансформації економічних відносин багато аспектів цієї важливої проблеми потребують подальших досліджень з метою пошуку оптимальних шляхів її вирішення.

Мета статті. Метою даної публікації є визначення методологічних підходів до формування методики оцінювання інноваційної політики за кількісними показниками.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Проведене дослідження наукових публікацій дає можливість визначити складові інноваційної політики підприємства, до яких відносять маркетинг інновацій, політику у сфері науково-дослідних і дослідно-конструкторських робіт (НДДКР), політику структурних змін, технічну й інвестиційну політику. Відповідно до кожної компоненти нами встановлений перелік її напрямів (рис. 1).

Сформована система показників дає змогу встановити вектор спрямованості й провести комплексне оцінювання розробленої інноваційної політики суб'єкта господарювання, виявити недоліки у її формуванні, ідентифікувати причини недоліків і допущених принципових помилок у розробленні, здійснити корек-

тування напрямів проведення інноваційної політики підприємства.

На нашу думку, визначену систему показників необхідно доповнити загальним інтегральним показником інноваційної політики.

Цей показник доцільно розрахувати на підставі одиничних інтегральних показників за встановленими компонентами, що дасть змогу систематизувати інформацію за елементами інноваційної політики та зробити підсумки щодо остаточних оціночних критеріїв.

Інтегральний показник i -го складника інноваційної політики ($I(x_i)$) розраховується за формулою:

$$I(X_i) = \sum_{j=1}^n x_{ij} a_{ij} \quad (1)$$

де: n – кількість напрямів кожної складової інноваційної політики;

x_{ij} – показник оцінки j -го напрямку i -го складника інноваційної політики підприємства;

a_{ij} – ваговий коефіцієнт j -го напрямку i -ї компоненти інноваційної політики (визначається методом експертної оцінки, при цьому $I(X_i) = \sum_{j=1}^n a_{ij}$, n – кількість напрямів елементів інноваційної політики).

Показники j -го напрямку i -ї складової інноваційної політики (x_{ij}) пропонується розраховувати за допомогою середньоарифметичного значення як одного з методів узагальнення показників.

Дані показники мають різні одиниці вимірювання, тому необхідно привести їх до порівнянного значення, а показник розраховувати за такими формулами (2 та 3):

а) при максимізації показника:

$$x_{ij} = \frac{x_{ij} - x_{i \min j}}{x_{i \max j} - x_{i \min j}} \quad (2)$$



Рис. 1. Компоненти інноваційної політики підприємства [7]

б) при мінімізації показника:

$$x_{ij} = \frac{x_{i \max j} - x_{ij}}{x_{i \max j} - x_{i \min j}} \quad (3)$$

де: x_{ij} – значення j -го показника напрямку i -ї компоненти інноваційної політики підприємства;

$x_{i \min j}$ – мінімальне значення j -го показника напрямку i -ї складової інноваційної політики підприємства;

$x_{i \max j}$ – показник j -го напрямку i -ї складової інноваційної політики підприємства.

Дані показники необхідно об’єднати в один комплексний (інтегральний) показник, який має такі переваги:

по-перше, він синтезує у собі весь вплив, включених у дослідження показників і коефіцієнтів;

по-друге, зводить проблему оцінювання інноваційної політики підприємства до одного кількісного значення, що суттєво полегшує економічну інтерпретацію отриманих результатів.

Наступним етапом, ми визначаємо комплексний (інтегральний показник) інноваційної політики, який формалізовано описується рівнянням:

$$Z_{i,p} = \sum_{i=1}^m I(X_i) b_i \quad (4)$$

де: m – кількість складових інноваційної політики підприємства ($m = 5$);

$I(X_i)$ – інтегральний показник i -ї складової інноваційної політики;

b_i – ваговий коефіцієнт i -ї складової інноваційної політики (визначається методом експертної оцінки, при цьому $\sum_{i=1}^m b_i = 1$, m – кількість складових інноваційної політики підприємства).

Застосування загального інтегрального показника полегшить можливість використання методики в процесі попереднього контролю на стадії розроблення, поточного контролю в процесі реалізації та наступного контролю в процесі оцінювання сформованості інноваційної політики підприємства на довгостроковий період.

За допомогою цього показника можна порівняти також інноваційну політику підприємства з лідером та безпосередніми його конкурентами.

Виходячи із запропонованої формули (1) інтегрального показника складових інноваційної політики нами розраховано інтегральні показники оцінки маркетингу інновацій (табл. 1).

Синтезуючи інформацію аналізу підсилени ваговими коефіцієнтами, складових маркетингу інновацій можемо визначити взаємозв’язок кожної групи показників за їх напрямками та силу дії на інтегральний показник складової інноваційної політики.

Як видно з табл. 1, найбільший вплив на інтегральний показник маркетингу інновацій по всіх досліджуваних підприємствах має група показників напрямку встановлення цін (ВЦ), як з позитивної так і негативної

дії. Отже цінова політика підприємствами формується та не завжди відповідає вимогам ринку і є вдалою. Оптимізувати, її можливо лише за умови дослідження ринку.

Наші дослідження ринку показали, що це друга за впливом група показників на формування маркетингу інновацій підприємств спиртової галузі. Суттєвим недоліком маркетингу інновацій даних підприємств є відсутність формування напрямів інноваційного оновлення. Лише ДП “Козлівський спиртзавод” мав такий напрямок у складі маркетингу інновацій, що неодмінно вплинуло на інтегральний показник і підвищило якість інноваційної політики підприємства в цілому.

За досліджуваний період інтегральний показник маркетингу інновацій по всіх підприємствах показав значну нестабільність тенденцій. Основним недоліком є відсутність формування напрямків інноваційного оновлення та позиціонування кожного окремого підприємства на ринку з позиції орієнтації на індивідуальні замовлення покупця, що призведе до збільшення обсягів реалізації та можливості оптимізації політики ціноутворення.

Формування напрямків інноваційного оновлення як дієвого фактору не буде можливим без формування політики в галузі науково-дослідницьких та дослідницько-конструкторських робіт (НДДКР). Отже, без достатнього рівня НДДКР неможливо обрати, розробити та впровадити інновації в цілому, провести пробні продажі, отримати можливу реакцію ринку та оптимізувати асортимент нових видів продукції (продуктові інновації). Цьому має сприяти наукова політика щодо пошуку інновацій, дослідницьке виробництво щодо їх оцінки та технологічна політика щодо оновлення технологій підприємства в цілому.

Розрахунок інтегрального показника політики в галузі НДДКР показав, що в усіх обраних підприємств відсутня складова дослідницьке виробництво (табл. 2). Отже, не має можливості оцінити інновації з позиції аналізу виробничих процесів та якості продукції виробленої за допомогою них. Проведене дослідження показало, що основні інноваційні зміни на підприємствах спиртової галузі здійснюються за рахунок придбання інноваційних технологій. А можливості апробації з позиції вибору найбільш ефективних технологій шляхом дослідницького виробництва відсутня.

Виходячи з розрахунків табл. 2 негативним фактором є також неефективна наукова політика. Найгірше становище щодо наукової політики на ДП “Бершадський спиртзавод” та ДП “Червонослобідський спиртзавод”. Таким чином, дієвим фактором інтегрального показника політики в галузі НДДКР є проміжний інтегральний показник технологічної політики (ТПт). Цей вплив відбувся за рахунок оновлення основних засобів, його впливу на приріст продукції та інноваційності витрат.

Таблиця 1.

*Інтегральна оцінка складової "маркетингу інновацій" в загальній системі оцінки
інноваційної політики підприємств спиртової промисловості*

Напрямки політики	Роки				
	2010	2011	2012	2013	2014
ДП «Бершадський спиртзавод»					
Формування напрямків інноваційного оновлення підприємства(ФНІО)	0	0	0	0	0
Дослідження ринку (ДР)	0,295	0,032	0,044	0,080	0,166
Встановлення цін(ВЦ)	0,234	0,100	0,147	0,103	0,179
Інтегральний показник, $I(x_i)$	0,528	0,132	0,191	0,183	0,345
ДП «Немирівський спиртзавод»					
Формування напрямків інноваційного оновлення підприємства(ФНІО)	0	0	0	0	0
Дослідження ринку (ДР)	0,148	0,122	0,174	0,188	0,202
Встановлення цін(ВЦ)	0,234	0,100	0,147	0,103	0,598
Інтегральний показник, $I(x_i)$	0,382	0,222	0,320	0,292	0,800
ДП «Овечацький спиртзавод»					
Формування напрямків інноваційного оновлення підприємства(ФНІО)	0	0	0	0	0
Дослідження ринку (ДР)	0,154	0,206	0,249	0,290	0,089
Встановлення цін(ВЦ)	0,225	0,100	0,202	0,172	0,243
Інтегральний показник, $I(x_i)$	0,379	0,306	0,451	0,462	0,332
ДП «Сторонибабський спиртзавод»					
Формування напрямків інноваційного оновлення підприємства(ФНІО)	0	0	0	0	0
Дослідження ринку (ДР)	0,073	0,075	0,089	0,349	0,275
Встановлення цін(ВЦ)	0,127	0,109	0,000	0,128	0,300
Інтегральний показник, $I(x_i)$	0,200	0,185	0,089	0,478	0,575
ДП «Козлівський спиртзавод»					
Формування напрямків інноваційного оновлення підприємства(ФНІО)	0,255	0,340	0,320	0,151	0,057
Дослідження ринку (ДР)	0,098	0,078	0,172	0,261	0,196
Встановлення цін(ВЦ)	0,258	0,045	0,179	0,025	0,064
Інтегральний показник, $I(x_i)$	0,611	0,463	0,671	0,437	0,318
ДП «Червонослобідський спиртзавод»					
Формування напрямків інноваційного оновлення підприємства(ФНІО)	0	0	0	0	0
Дослідження ринку (ДР)	0,243	0,075	0,165	0,225	0,144
Встановлення цін(ВЦ)	0,203	0,158	0,187	0,153	0,113
Інтегральний показник, $I(x_i)$	0,445	0,233	0,352	0,378	0,257

Таблиця 2.

*Інтегральна оцінка складової "політика в галузі НДДКР" в загальній системі оцінки
інноваційної політики підприємств спиртової промисловості*

Напрямки політики	Роки				
	2010	2011	2012	2013	2014
1	2	3	4	5	6
ДП «Бершадський спиртзавод»					
Технологічна політика (ТПТ)	0,233	0,163	0	0,033	0,136
Інтегральний показник, $I(x_i)$	0,233	0,163	0	0,033	0,136
ДП «Немирівський спиртзавод»					
Наукова політика (НК)	0,280	0,195	0,176	0,091	0
Технологічна політика (ТПТ)	0,273	0,078	0,132	0,171	0,010
Інтегральний показник, $I(x_i)$	0,553	0,274	0,308	0,262	0,010
ДП «Овечацький спиртзавод»					
Наукова політика (НК)	0,060	0,068	0,213	0,173	0,107
Технологічна політика (ТПТ)	0,148	0,056	0,042	0,003	0,199
Інтегральний показник, $I(x_i)$	0,208	0,124	0,255	0,176	0,306
ДП «Сторонибабський спиртзавод»					
Наукова політика (НК)	0	0,016	0,107	0,035	0,068
Технологічна політика (ТПТ)	0,273	0,101	0,101	0	0,128
Інтегральний показник, $I(x_i)$	0,273	0,117	0,207	0,035	0,196

Продовження таблиці 2.

1	2	3	4	5	6
ДП «Козлівський спиртзавод»					
Наукова політика (НК)	0,182	0,107	0,116	0,370	0,191
Технологічна політика (ТІТ)	0,016	0,215	0,184	0,169	0,175
Інтегральний показник, $I(x_i)$	0,198	0,322	0,301	0,539	0,365
ДП «Червонослобідський спиртзавод»					
Технологічна політика (ТІТ)	0,013	0,137	0	0,027	0,132
Інтегральний показник, $I(x_i)$	0,013	0,137	0	0,027	0,132

Таблиця 3.

Інтегральна оцінка складової “політика структурних змін” в загальній системі оцінки інноваційної політики досліджуваних підприємств спиртової промисловості

Напрямки політики	Роки				
	2010	2011	2012	2013	2014
ДП «Бершадський спиртзавод»					
Організаційна структура(ОС)	0,120	0,130	0,250	0,310	0,360
Кадрова політика(КП)	0,177	0,083	0,169	0,150	0,171
Культура підприємництва (КПд)	0,154	0,103	0,133	0,199	0,207
Інтегральний показник, $I(x_i)$	0,451	0,316	0,552	0,659	0,738
ДП «Немирівський спиртзавод»					
Організаційна структура(ОС)	0,120	0,139	0,169	0,201	0,120
Кадрова політика(КП)	0,140	0,171	0,133	0,197	0,119
Культура підприємництва (КПд)	0,108	0,147	0,148	0,051	0,310
Інтегральний показник, $I(x_i)$	0,368	0,457	0,449	0,448	0,549
ДП «Овечацький спиртзавод»					
Організаційна структура(ОС)	0,240	0,193	0,241	0,160	0,120
Кадрова політика(КП)	0,182	0,143	0,193	0,172	0,128
Культура підприємництва (КПд)	0,014	0,034	0,104	0,188	0,310
Інтегральний показник, $I(x_i)$	0,435	0,370	0,538	0,521	0,558
ДП «Сторонибаський спиртзавод»					
Організаційна структура(ОС)	0,176	0,066	0,155	0,316	0,360
Кадрова політика(КП)	0,133	0,104	0,206	0,199	0,176
Культура підприємництва (КПд)	0,000	0,012	0,018	0,090	0,103
Інтегральний показник, $I(x_i)$	0,310	0,182	0,380	0,606	0,639
ДП «Козлівський спиртзавод»					
Організаційна структура(ОС)	0,240	0,148	0,217	0,225	0,109
Кадрова політика(КП)	0,089	0,094	0,188	0,237	0,128
Культура підприємництва (КПд)	0,021	0,027	0,065	0,229	0,310
Інтегральний показник, $I(x_i)$	0,350	0,270	0,470	0,690	0,547
ДП «Червонослобідський спиртзавод»					
Організаційна структура(ОС)	0	0,12	0,30	0,32	0,24
Кадрова політика(КП)	0,206	0,101	0,200	0,179	0,090
Культура підприємництва (КПд)	0	0,042	0,244	0,209	0,165
Інтегральний показник, $I(x_i)$	0,206	0,260	0,747	0,705	0,496

Відомо, що ефективність політики в галузі НДДКР ініціює формування політики структурних змін щодо створення організаційної структури, кадрової політики та культури підприємництва, що підтверджують показники наведені в табл. 3.

Особливість даної складової інноваційної політики полягає в тому, що всі її напрямки на досліджуваних спиртозаводах формуються.

Покращити політику структурних змін можливо за умови формування ефективної НДДКР.

Технічна політика також залежить від політики в галузі НДДКР з позиції виявлення технічних можливостей та потреби інноваційних змін. На неї здійснюють вплив кадрова та організаційна структура, а вона в

свою чергу впливає в цілому на культуру підприємництва. Якісна технічна політика завдяки комунікаційній складовій забезпечує підвищення якості маркетингу інновацій. Розрахунок інтегральних показників технічної політики обчислених за формулою 1 наведено в табл. 4.

З наведених даних у табл. 4. видно, що найвагоміший вплив на інтегральний показник технічної політики по всіх спиртзаводах забезпечує виробнича політика. Комунікаційна політика та політика технічного переозброєння здійснюють однаковий вплив на інтегральний показник.

Інвестиційна політика є що не найважливішою складовою інноваційної політики підприємства,

Таблиця 4.

Інтегральна оцінка складової "технічна політика" в загальній системі оцінки інноваційної політики досліджуваних підприємств спиртової промисловості

Напрямки політики	Роки				
	2010	2011	2012	2013	2014
ДП «Бершадський спиртзавод»					
Політика технічного переозброєння (ПТП)	0,184	0,236	0,085	0,144	0,163
Комунікаційна політика (КМП)	0,073	0,116	0,122	0,044	0,217
Виробнича політика (ВП)	0,251	0,115	0,165	0,256	0,220
Інтегральний показник, $I(x_i)$	0,507	0,466	0,372	0,443	0,600
ДП «Немирівський спиртзавод»					
Політика технічного переозброєння (ПТП)	0,201	0,210	0,190	0,153	0,146
Комунікаційна політика (КМП)	0,048	0,049	0,186	0,199	0,145
Виробнича політика (ВП)	0,247	0,213	0,326	0,263	0,203
Інтегральний показник, $I(x_i)$	0,495	0,472	0,702	0,614	0,494
ДП «Овечацький спиртзавод»					
Політика технічного переозброєння (ПТП)	0,170	0,246	0,138	0,117	0,145
Комунікаційна політика (КМП)	0,073	0,083	0,222	0,112	0,053
Виробнича політика (ВП)	0,260	0,348	0,304	0,213	0,123
Інтегральний показник, $I(x_i)$	0,503	0,676	0,664	0,442	0,321
ДП «Сторонибабський спиртзавод»					
Політика технічного переозброєння (ПТП)	0,255	0,138	0,015	0,161	0,170
Комунікаційна політика (КМП)	0,112	0,123	0,000	0,090	0,083
Виробнича політика (ВП)	0,247	0,208	0,051	0,229	0,247
Інтегральний показник, $I(x_i)$	0,614	0,468	0,067	0,479	0,500
ДП «Козлівський спиртзавод»					
Політика технічного переозброєння (ПТП)	0,118	0,238	0,079	0,207	0,099
Комунікаційна політика (КМП)	0,161	0,004	0,088	0,167	0,089
Виробнича політика (ВП)	0,216	0,270	0,262	0,228	0,247
Інтегральний показник, $I(x_i)$	0,495	0,512	0,429	0,601	0,435
ДП «Червонослобідський спиртзавод»					
Політика технічного переозброєння (ПТП)	0,255	0,227	0,120	0,078	0,058
Комунікаційна політика (КМП)	0,073	0,025	0,166	0,202	0,118
Виробнича політика (ВП)	0,184	0,109	0,265	0,155	0,197
Інтегральний показник, $I(x_i)$	0,511	0,361	0,551	0,435	0,373

оскільки основна мета її є формування джерел, визначення обсягів, порядку та термінів фінансування.

Щодо взаємодії зі складовими інноваційної політики, виходячи з матриці вона має тісний зв'язок з усіма, шляхом фінансування проектів і загалом системи управління інноваційними змінами на підприємствах. Якщо політика в галузі НДДКР визначає можливості і напрямки інноваційних змін за всіма складовими (МІ, ПСЗ, ТП) то інвестиційна політика має забезпечити фінансування цих змін. Отже, за відсутності фінансування найкращі інновації не будуть запроваджені. Інтегральні показники інвестиційної політики (ІП) наведено в табл. 5.

На інтегральний показник інвестиційної політики досліджуваних спиртзаводів вплив економічної та фінансової політики є майже рівномірним але коливався по роках. Економічна політика характеризує вплив виробничих процесів на зростання інвестиційних можливостей. А фінансова політика розкриває інвестиційні можливості спиртзаводів виходячи з певного рівня фінансового стану і оптимальності структури капіталу. Таким чином, інтегральний показник інвестиційної політики підприємств спиртової

галузі засвідчує суттєвий вплив фінансової політики, оскільки вибір економічної стратегії як стратегії інноваційного розвитку залежить від фінансових можливостей спиртзаводів.

Дану методику можна використовувати із метою аналізу динамічності інноваційної політики і тенденцій інноваційного розвитку підприємств за її складовими. Також вона може бути використана і в процесі формування інноваційної політики подальшого розвитку спиртзаводів. Розрахунок загального інтегрального показника оцінки інноваційної політики $Z_{i,p}$ підприємств спиртової галузі наведено в табл. 6.

За результатами проведеного аналізу загальних інтегральних показників оцінки інноваційної політики досліджуваних підприємств, можна відмітити що за 2010-2014 роки лідери змінювались. Так, у 2010 році найкраще сформована інноваційна політика була на ДП "Бершадський спиртзавод", де інтегральний показник склав 0,513 та уже в 2011 році спиртзавод різко втратив свої позиції і показник був на рівні 0,192. У 2010 та 2011 роках чотири з шести досліджуваних спиртзаводів знаходились майже на одному рівні щодо сформованості інноваційної політики. У 2010

Таблиця 5.

Інтегральна оцінка складової “інвестиційна політика” в загальній системі оцінки інноваційної політики досліджуваних підприємств спиртової промисловості

Напрямки політики	роки				
	2010	2011	2012	2013	2014
ДП «Бершадський спиртзавод»					
Економічна політика (ЕП)	0,306	0,014	0,162	0,379	0,107
Фінансова політика (ФП)	0,439	0,105	0,230	0,145	0,161
Інтегральний показник, $I(x_i)$	0,744	0,119	0,392	0,525	0,268
ДП «Немирівський спиртзавод»					
Економічна політика (ЕП)	0,299	0,108	0,133	0,425	0,033
Фінансова політика (ФП)	0,005	0,262	0,099	0,192	0,300
Інтегральний показник, $I(x_i)$	0,303	0,369	0,232	0,617	0,333
ДП «Овечацький спиртзавод»					
Економічна політика (ЕП)	0,318	0,051	0,295	0,415	0,022
Фінансова політика (ФП)	0,179	0,096	0,393	0,285	0,251
Інтегральний показник, $I(x_i)$	0,498	0,147	0,687	0,700	0,273
ДП «Сторонибабський спиртзавод»					
Економічна політика (ЕП)	0,312	0,054	0,235	0,454	0,145
Фінансова політика (ФП)	0,520	0,104	0,011	0,101	0,185
Інтегральний показник, $I(x_i)$	0,832	0,158	0,247	0,555	0,329
ДП «Козлівський спиртзавод»					
Економічна політика (ЕП)	0,157	0,126	0,307	0,480	0,038
Фінансова політика (ФП)	0,390	0,173	0,148	0,083	0,117
Інтегральний показник, $I(x_i)$	0,547	0,300	0,455	0,563	0,155
ДП «Червонослобідський спиртзавод»					
Економічна політика (ЕП)	0,290	0,175	0,267	0,377	0,160
Фінансова політика (ФП)	0,364	0,260	0,100	0,093	0,086
Інтегральний показник, $I(x_i)$	0,654	0,435	0,367	0,469	0,246

Таблиця 6.

Динаміка інтегральної оцінки інноваційної політики досліджуваних підприємств спиртової промисловості

Досліджувані підприємства	Роки				
	2010	2011	2012	2013	2014
	інтегральний показник, Z_{ip}				
ДП «Бершадський спиртзавод»	0,513	0,192	0,378	0,388	0,343
ДП «Немирівський спиртзавод»	0,412	0,353	0,379	0,456	0,419
ДП «Овечацький спиртзавод»	0,409	0,298	0,528	0,477	0,344
ДП «Сторонибабський спиртзавод»	0,479	0,211	0,200	0,433	0,427
ДП «Козлівський спиртзавод»	0,449	0,366	0,462	0,562	0,338
ДП «Червонослобідський спиртзавод»	0,391	0,296	0,383	0,395	0,286

році у ДП “Немирівський спиртзавод”, ДП “Овечацький спиртзавод”, ДП “Сторонибабський спиртзавод” та ДП “Козлівський спиртзавод” інтегральний показник був близько 0,5.

Щодо 2011 року то інтегральний показник інноваційної політики підприємства значно знизився по всіх досліджуваних спиртзаводах і явного лідера не було. У 2012 році з’явився лідер, а саме ДП “Овечацький спиртзавод” ($Z_{ip}=0,528$). В наступному році (2013 р.) лідером виявився ДП “Козлівський спиртзавод”. ДП “Немирівський спиртзавод”, який є лідером галузі по багатьох показниках, зокрема: реалізації продукції, виробничих потужностей, частки ринку щодо інноваційної продукції на протязі досліджуваних років мав сформовану інноваційну політику та все ж не на достатньому рівні. Можна відмітити, що всі суттєві інноваційні зміни на даному спиртзаводі відбулися до початку наших досліджень і завдяки саме цьому ДП

“Немирівський спиртзавод” залишається лідером галузі.

Для лідера інноваційних процесів у галузі такий аналіз також важливий, оскільки дає можливість контролювати лідерські позиції загалом і за кожною складовою. Відсутність певних показників або їх недостатність дасть можливість у системі інтегральних знайти напрямки вдосконалення інноваційної політики.

Висновки і перспективи подальших розробок у даному напрямі. Дослідженням методологічних аспектів формування і реалізації інноваційної політики підприємства встановлено відсутність кількісних методів її оцінювання. Застосування запропонованих методичних підходів до кількісного оцінювання інноваційної політики підприємства дає змогу дослідити ступінь сформованості та встановити дієвість її впливу на розвиток підприємства шляхом раціонального формування складових за напрямками, що досягається

в процесі вибору цілей інноваційного оновлення, порівняння досягнутих результатів з наміченими цілями та спожитими ресурсами.

На нашу думку, визначену систему показників необхідно доповнити інтегральним показником. Це дасть можливість систематизувати інформацію за складовими інноваційної політики та зробити підсумки щодо остаточних оціночних критеріїв. Застосування інтегрального показника полегшить можливість використання методики в процесі попереднього контролю на стадії розробки, поточного контролю в процесі реалізації та наступного контролю в процесі оцінки сформованості інноваційної політики підприємства за довгостроковий період. Також за допомогою даного показника можна порівняти інноваційну політику підприємства з лідером та безпосередніми його конкурентами. На підставі інтегральних показників за складовими інноваційної політики доцільно розрахувати загальний інтегральний показник.

Подальші наукові дослідження в обраному напрямі досліджень слід присвятити дослідженню проблем податкового регулювання інноваційно-інвестиційної діяльності.

ЛІТЕРАТУРА

1. Антонюк Л.Л. Інновації: теорія, механізм розробки та комерціалізації. / Л.Л. Антонюк, А.М. Поручник, В.С. Савчук; монографія – К.: КНЕУ, 2003. – 394 с.
2. Гринев В.Ф. Инновационный менеджмент – К.: МАУП, 2001. – 152 с.
3. Друкер П. Бизнес и инновации / П. Друкер – [пер. с англ.]. – М.: ООО "И.Д. Вильямс", 2007. – 432 с.
4. Йохна М.А. Економіка і організація інноваційної діяльності / М.А. Йохна, В.В. Стадник. – К.: Видавничий центр "Академія", 2005. – 400с. (Альма-матер).
5. Ілляшенко С.М. Управління інноваційним розвитком: проблеми, концепції, методи / С.М. Ілляшенко. – Суми: ВТД "Університетська книга", 2003. – 278 с.
6. Краснокутська Н.В. Інноваційний менеджмент / Н.В. Краснокутська – К.; КНЕУ, 2003. – 504 с.
7. Лановська Г.І. Методика оцінки результативності інноваційної політики підприємств спиртової галузі / Г. І. Лановська // Вісник ЖДТУ. – 2011. – № 4(58). – С. 248–254 (Серія "Економічні науки").
8. Мэнсфилд Э. Экономика научно-технического прогресса; [пер. с англ.]. – М.: Прогресс, 1970. – 171 с.
9. Основы инновационного менеджмента: теория и практика / [под ред. А.К. Казанцева, Л.Э. Миндели]. – Москва: ЗАО "Издательство "Экономика", 2004. – 518 с.
10. Основы инновационного менеджмента: теория и практика / [под ред. А.К. Казанцева, Л.Э. Миндели]. – Москва: ЗАО "Издательство "Экономика", 2004. – 518 с.
11. Санто Б. Инновация как средство экономического развития: [пер. с венг.]. – [общ.ред. и вступ. ст. Б.В. Сазонова]. – М.: Прогресс, 1990. – 296 с.
12. Сахал Д. Технический прогресс: концепции, модели, оценки. / [пер. с англ.]. – [под ред. А.А.Рывкина]. – М.; Финансы и статистика, 1985. – 366 с.
13. Стадник В.В. Інноваційний менеджмент / В.В. Стадник, М.А. Йохна. – К.: Академвидавництво, 2006. – 464с.
14. Фатхутдинов Р.А. Инновационный менеджмент / Р.А. Фатхутдинов. – [4-е изд.]. – СПб.: Питер, 2003. – 400 с.
15. Федулова І.В. Інноваційний потенціал підприємства: монографія / І.В. Федулова, Г.О. Кундєєва. – К.: НУХТ, 2010. – 346с.
16. Хринюк О.С. Аналіз стану управління інноваційним забезпеченням сталого розвитку в Україні // в кн.: Університетські наукові записки Спецвипуск. Міжнародний управлінський форум "Управління сьогодні та завтра". Часопис Хмельницького ун-ту управління та права. – Хмельницький: В-во ХУУП, 2008. – № 3 (II) – С. 224-225.
17. Хринюк О. С. Інноваційна політика держави як інструмент антикризового управління // в кн.: Формування механізму інноваційного розвитку сучасних соціально-економічних систем: теорія, методи, практика: Перша Всеукраїнська науково-практична конференція. 16-17 трав.2007. – Донецьк: ДонУЕП, 2007. – С.129-131.
18. Чухрай Н. Товарна інноваційна політика: управління інноваціями на підприємстві / Н. Чухрай, Р. Патора. – К.: КОНДОР, 2006. – 398 с.
19. Шумпетер Й. Теория экономического развития. Капитализм, социализм и демократия. / [пер. с нем. В.С. Автономова, М.С. Любского, А.Ю. Чепуренко]. – М.: Эксмо, 2008. – 864 с.

УДК 336.2.026

БОРОВИК П.М., к.е.н.

м. Умань

ВДОСКОНАЛЕННЯ СУЧАСНИХ МЕХАНІЗМІВ СПРАВЛЯННЯ ВІТЧИЗНЯНИХ МІСЦЕВИХ ПОДАТКІВ

Анотація. Чинні в Україні порядки справляння податку на нерухоме майно, відмінне від земельних ділянок та єдиного податку мають суттєві недоліки, зумовлені надмірними фіскальними та недостатніми регулюючими властивостями цих податків. Порівняння норм Податкового кодексу України стосовно оподаткування нерухомого майна та зарубіжної практики справляння податку на нерухомість демонструє, що для вирішення проблем його адміністрування необхідно: звільнити від оподаткування податком на нерухоме майно, відмінне від земельних ділянок квартири з площею до 120 м² та житлові будинки з площею до 250 м² а також передбачити прогресивні ставки податку на нерухоме майно, відмінне від земельних ділянок, розміри яких повинні зростати залежно від площі об'єктів нерухомості та від їх кількості.

Напрямами вдосконалення механізму справляння єдиного податку повинні бути звільнення платників цього податку від сплати єдиного соціального внеску, військового збору та податку на доходи фізичних осіб з доходів, виплачених у формі дивідендів, посилення відповідальності його платників за незаконну оптимізацію податкового навантаження самих платників та їх контрагентів, зобов'язання платників єдиного податку четвертої групи сплачувати податок за сільськогосподарські угіддя, запровадження ставки єдиного податку для тепличних комбінатів у розмірі 2 % від їх виручки.

Ключові слова: місцеві бюджети, місцеве оподаткування, доходи місцевих бюджетів, податок на нерухоме майно, відмінне від земельної ділянки, єдиний податок, функції податків, Податковий кодекс України.

Аннотация. Действующие в Украине порядки изымания налога на недвижимое имущество, отличное от земельного участка и единого налога имеют существенные недостатки, обусловленные чрезмерными фискальными и недостаточными регулируемыми свойствами этих налогов. Сравнение норм Налогового кодекса Украины относительно налогообложения недвижимого имущества и зарубежной практики изымания налога на недвижимость показывает, что для решения проблем его администрирования необходимо: освободить от налогообложения налогом на недвижимое имущество, отличное от земельного участка квартиры с площадью до 120 м² и жилые дома с площадью до 250 м², а также предусмотреть прогрессивные ставки налога на недвижимое имущество, отличное от земельного участка, размеры которых должны зависеть от площади объектов недвижимости и от их количества.

Направлениями совершенствования механизма изымания единого налога должны быть освобождение плательщиков этого налога от уплаты единого социального взноса, военного сбора и налога на доходы физических лиц с доходов, выплаченных в форме дивидендов, усиление ответственности его плательщиков за незаконные оптимизации налоговой нагрузки самих плательщиков и их контрагентов, обязательство для плательщиков единого налога четвертой группы относительно уплаты ими налога за земли сельскохозяйственного назначения, внедрение ставки единого налога для тепличных комбинатов в размере 2 % от их выручки.

Ключевые слова: местные бюджеты, местное налогообложение, доходы местных бюджетов, налог на недвижимое имущество, отличное от земельного участка, единый налог, функции налогов, Налоговый кодекс Украины.

Abstract. The current procedure of collecting tax on real property differ from land plots and single tax in Ukraine, has significant disadvantages caused by excessive fiscal and insufficient regulatory properties of their taxes. Comparison of the Tax Codex of Ukraine concerning the taxation of real estate and foreign practice of charging a property tax clearly shows that for solving a large part of problems of its administration it is necessary to exempt from tax on immovable property differ from land apartments with an area of 120 m² and houses with an area of 250 m² and to provide progressive tax rates of immovable property differ from land, which should increase the size depending on the area of real estate and of their quantity.

Actions to improve the mechanism for collecting single tax exemption must be single taxpayers from paying the single social tax, military and taxes on personal income paid as dividends, increased its taxpayers liable for illegal optimizing the tax burden taxpayers themselves and their counterparties obligations commitments single tax payer fourth group pay tax on agricultural land, the introduction of a single tax rate for greenhouse complexes of 2% of their revenue.

Key words: local budgets, local tax revenues, tax on real property other than land, single tax, tax functions, the Tax Codex of Ukraine.

Постановка проблеми у загальному вигляді. Власні джерела доходів місцевих бюджетів форму-ються переважно за рахунок місцевих податків та зборів, до яких, відповідно до вимог останньої

редакції Податкового кодексу України, відносять єдиний податок з суб'єктів малого та аграрного бізнесу (єдиний податок), податок на нерухоме майно, відмінне від земельної ділянки (податок на нерухомість), збір за місця для паркування транспортних засобів та туристичний збір. При цьому з прийняттям останніх змін до Податкового кодексу [19; 20] відмінено збір за проведення деяких видів підприємницької діяльності та суттєво реформовано механізми справляння єдиного податку та податку на нерухомість, що зумовлює необхідність дослідження сучасних проблем їх справляння.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Проблематиці нарахування і сплати місцевих податків і зборів присвячено численні публікації як науковців так і податківців-практиків, серед яких особливої уваги заслуговують праці Андрущенка В. Л. [1], Бережної А. Ю. [2], Вишневського В. П. [5], Деми Д. І. [6], Драпівського О. І. [7], Заяця В. М. [10], Іванова Ю. Б. [11], Карліна М. І. [12], Лекаря С. І. [14], Луїної І. О. [15], Синчака В. П. [22], Соколовської А. М. [23], Тулуша Л. Д. та Маліної Н. М. [24], Юрія С. І. [25] та Юшка С. В. [26].

Проте як недолікам порядку нарахування і сплати так і напрямам вдосконалення механізмів справляння місцевих податкових форм в дослідженнях цих, та інших науковців, на нашу думку, приділено недостатньо уваги.

Крім того, проблеми місцевого оподаткування дещо загострилися після останніх змін податкового законодавства, зумовлених прийняттям в кінці 2014 р. окремих нормативно-правових актів [19; 20], що й спричинило потребу в проведенні даного дослідження та визначило його ціль і завдання.

Мета статті. Дана публікація присвячена роботі рекомендацій щодо вдосконалення сучасних вітчизняних механізмів справляння місцевих податків. В статті використано економіко-статистичні методи

дослідження, зокрема метод порівняння, монографічний, графічний та табличний методи.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Оскільки механізми справляння збору за місця для паркування транспортних засобів та туристичного збору з прийняттям Закону України від 28. 12. 2014 р. № 71-VIII "Про внесення змін до Податкового кодексу України та деяких законодавчих актів України щодо податкової реформи" [20] практично не змінились, а відмінений зазначеним нормативно-правовим актом збір за проведення деяких видів підприємницької діяльності значною мірою не впливав на доходну базу місцевих бюджетів, то дана публікація присвячена недолікам, а також напрямам вдосконалення механізмів нарахування і сплати єдиного податку та податку на нерухомість.

Податок на нерухоме майно, відмінне від земельної ділянки та єдиний податок покликані забезпечувати значну частину доходів вітчизняних місцевих бюджетів. В той же час, оскільки запровадження податку на нерухомість в Україні тривалий час відтермінувалось, доходна база місцевих бюджетів значною мірою формувалась не за рахунок місцевих податків, а з інших джерел, що суперечить світовій практиці бюджетних відносин (табл. 1).

Показники, наведені в таблиці 1, переконливо демонструють, що через місцеві бюджети в Україні перерозподіляються близько половини доходів зведеного бюджету України. Поряд з цим, вкрай незначною в доходній базі місцевих бюджетів України є питома вага місцевих податків та зборів. Не дивлячись на те, що за період 2009–2013 рр. спостерігається зростання майже на порядок абсолютних розмірів доходів місцевих бюджетів у формі місцевих податкових платежів, питома вага власних джерел доходів бюджетів місцевих громад в структурі загальної їх доходної бази зросла лише в 5,5 разів.

Таблиця 1.

*Динаміка доходів місцевих бюджетів та їх питомої ваги у доходах зведеного бюджету України**

Показники	2009 р.	2010 р.	2011 р.	2012 р.	2013 р.
Загальна сума доходів зведеного бюджету України, млрд. грн	288,6	314,4	398,3	445,5	442,8
З них:					
– доходи місцевих бюджетів, млрд. грн	127,1	158,3	181,3	225,4	221,0
– доходи місцевих бюджетів за рахунок власних джерел доходів (місцевих податків і зборів), млн. грн	808,6	819,4	2549,8	5456,9	7314,1
Частка доходів місцевих бюджетів у загальній сумі доходів зведеного бюджету, %	44,0	50,3	45,5	50,6	49,9
Частка доходів місцевих бюджетів за рахунок власних джерел у загальній сумі доходів місцевих бюджетів, %	0,6	0,5	1,4	2,4	3,3

*Складено авторами за даними джерел: Бюджетний моніторинг: Аналіз виконання бюджету за 2010 р. [Електронний ресурс]. Режим доступу: http://www.ibser.org.ua/UserFiles/File/Monitor%20Quat%202010/KV_IV_2010_Monitoring_ukr.pdf; Бюджетний моніторинг: Аналіз виконання бюджету за 2013 р. [Електронний ресурс]. Режим доступу http://www.ibser.org.ua/UserFiles/File/Monitor%20Quat%202013/KV_IV_2013_Monitoring_ukr.pdf.

При цьому, внаслідок запровадження податку на нерухомість, місцеві бюджети в Україні зможуть отримати значні додаткові суми власних доходів, що, без заперечень, виправдовує запровадження цієї податкової форми.

З іншого боку, ключовою особливістю чинного нині механізму справляння податку на нерухоме майно, відмінне від земельних ділянок, є те, що його сплачуватимуть більшість власників об'єктів нерухомості, оскільки не оподатковуються цією податковою формою виключно площі об'єктів нерухомого майна що не перевищують для квартир – 60 м², для будинків – 120 м², для інших об'єктів нерухомості – 180 м² [18; 19; 20; 21] (рис. 1).

Зарубіжна практика справляння податку на нерухомість свідчить, що податок на нерухомість є надійним джерелом доходів місцевих бюджетів як у феде-

ративних державах (США, Канада, Німеччина, Австралія) так і в ряді унітарних держав (Великобританія, Японія, Корея, Польща) [2, с. 328].

При цьому, в США фактичні ставки податку на нерухомість залежать від розміру грошової оцінки об'єкта нерухомості та складають від 0,3 до 3,6 %.

Диференційованими є ставки податку на нерухомість (на майно) і в Німеччині (фактичний розмір ставки залежить від його оцінки). Прогресивними також були ставки податку на нерухомість, що справлявся до 1990 р. до місцевих бюджетів у Великобританії [2, с. 329].

Актуальним для України з цього приводу є також досвід Франції, де не оподатковуються на протязі перших двох років новобудови в сільській місцевості та на строк до 5 років будівлі, збудовані за технологією раціонального збереження енергії [9].

Платники	<ul style="list-style-type: none"> фізичні та юридичні особи, власники об'єктів житлової та нежитлової нерухомості;
Об'єкт справляння	<ul style="list-style-type: none"> об'єкти житлової та нежитлової нерухомості;
База справляння	<ul style="list-style-type: none"> загальна площа об'єктів житлової нерухомості за мінусом площі квартир до 60 м²; площі будинків до 120 м² та площі інших об'єктів нерухомості до 180 м²;
Ставки податку	<ul style="list-style-type: none"> не перевищують 2 % (в 2015 р. для нежитлової нерухомості - 1 %) від розміру мінімальної заробітної плати, встановленої на 1 січня звітного року в розрахунку на 1 м²;
Порядок обчислення і сплати	<ul style="list-style-type: none"> податковий період - календарний рік; обчислення сум податку з об'єктів житлової нерухомості, що є власністю фізичних осіб обчислюється контролюючим органом за місцем розміщення такого об'єкта нерухомості; обчислення сум податку з об'єктів нежитлової нерухомості, що є власністю фізичних осіб обчислюється контролюючим органом за місцем розміщення такого об'єкта нерухомості; контролюючі органи надсилають (вручають) фізичним особам, власникам житлової та нежитлової нерухомості, податкові повідомлення-рішення та реквізити, необхідні для сплати податку, до 1 липня року, що наступає за звітним; з метою формування обсягу даних про об'єкти нерухомості, що є об'єктами справляння податку, органи державної реєстрації прав на нерухоме майно подають контролюючим органам шоквартально до 15 числа, наступного за звітним кварталом, дані, необхідні їм для обчислення сум податку на нерухоме майно, відмінне від земельної ділянки; власники об'єктів нерухомості - юридичні особи самостійно обчислюють суму податку на нерухомість станом на 1 січня звітного року і до 20 лютого цього ж року подають до ДПІ за місцем розміщення такої нерухомості декларацію про нараховану суму податку; юридичними особами податок сплачується поквартально рівними частками до 30 числа місяця, що наступає за звітним кварталом; фізичними особами сума податку сплачується одноразово - в термін до 60 днів, що наступають за днем вручення їм податкового повідомлення-рішення про необхідність сплати податку на нерухомість; податок на нерухомість сплачується місцевого бюджету за місцем розташування об'єкта нерухомості; фізичні особи у сільській місцевості можуть сплачувати податок через каси сільських та селищних рад за місцем розташування нерухомості.

Рис. 1. Основні особливості сучасного механізму справляння в Україні податку на нерухоме майно, відмінне від земельної ділянки [14; 15; 16]

Погоджуючись з доцільністю запровадження в Україні податку на нерухомість, зазначимо, що в більшості країн світу на відміну від нашої країни податок на нерухоме майно є платежем, за допомогою якого держава не лише формує доходну базу місцевих бюджетів, але й здійснює перерозподіл частини доходів найзабезпеченіших громадян на користь всього суспільства [2; 5; 12; 13; 14, с. 23].

З іншого боку зазначимо, що запровадження податку на нерухомість повністю відповідає принципу справедливості системи оподаткування, адже його сплачують лише ті особи, що володіють нерухомістю, для реалізації права на яку потрібно отримати доволі значні доходи [18].

В той же час, механізм справляння аналізованої податкової форми доцільно дещо вдосконалити з врахуванням кращої зарубіжної практики його адміністрування. Зокрема, як переконливо засвідчують результати дослідження, механізм справляння податку на нерухомість в Україні повинен передбачати прогресивну шкалу ставок платежу та хоча б короткотермінове звільнення від оподаткування новобудов у сільській місцевості, а також споруд, зведених з дотриманням технології раціонального збереження енергії, що відповідає французькій практиці справляння податку на нерухомість [9].

Крім того, на нашу думку, під час проведення роботи над вдосконаленням механізму справляння податку на нерухомість в нашій країні слід врахувати той фактор, що біля 80 % населення України має рівень матеріального забезпечення значно нижчий від середнього його розміру [12].

Враховуючи зазначене, єдиним засобом недопущення соціальної напруги при справлянні податку на нерухомість є звільнення від оподаткування площі нерухомого майна в таких розмірах, щоб цей платіж сплачували виключно власники нерухомості, яких можна віднести до осіб, що отримують середні та порівняно високі доходи. З іншого боку, враховуючи фіскальні інтереси місцевих бюджетів, цілком обґрунтованим було звільнення від оподаткування податком на нерухоме майно, відмінне від земельних ділянок, квартир з площею до 120 м² та житлових будинків з площею до 250 м², що і передбачала попередня редакція Податкового кодексу України.

Стосовно іншої місцевої податкової форми – єдиного податку з суб'єктів малого підприємництва варто зазначити, що механізм його нарахування і сплати ще в 2011–2012 рр. зазнав суттєвих змін, наслідком яких було становлення порядку справляння цієї податкової форми, основними особливостями якого було розширення переліку категорій його платників до шести груп, збільшення граничних розмірів обмежень для фізичних і юридичних осіб, що можуть бути суб'єктами цього спеціального податкового режиму за величиною їх річних валових доходів, а також прив'язка ставок досліджуваного податку для окремих

категорій його платників до встановленого щорічними законами про державний бюджет розміру мінімальної заробітної плати [17, с. 85–86].

Відносно ж прямого оподаткування доходів більшості організованих аграрних формувань, то їх основним податковим платежем донедавна в Україні був фіксований сільськогосподарський податок, об'єктом оподаткування яким були земельні угіддя сільськогосподарського призначення, а базою справляння – нормативна грошова оцінка земель [16, с. 329].

З прийняттям Закону України від 28. 12. 2014 р. № 71-VIII "Про внесення змін до Податкового кодексу України та деяких законодавчих актів України щодо податкової реформи" [20] та Закону України "Про державний бюджет України на 2015 рік" [19], єдиний податок з суб'єктів малого підприємництва та фіксований сільськогосподарський податок було об'єднано в одну податкову форму – єдиний податок.

Крім того, якщо до 2015 р. Податковий кодекс України передбачав шість груп платників єдиного податку та одну групу платників фіксованого сільськогосподарського податку, то механізм справляння податку, що об'єднав зазначені дві податкові форми, передбачає чотири групи його платників. З перелічених груп платників оновленого єдиного податку перші три групи – суб'єкти малого підприємництва (табл. 2).

До четвертої групи платників сучасного єдиного податку відповідно до вимог Податкового кодексу України [18], Закону України від 28. 12. 2014 р. № 71-VIII "Про внесення змін до Податкового кодексу України та деяких законодавчих актів України щодо податкової реформи" [20] та Закону України "Про державний бюджет України на 2015 рік" [19] віднесено аграрних товаровиробників, що до 2015 р. були платниками фіксованого сільськогосподарського податку (рис. 2).

Варто зазначити, що сучасний порядок справляння єдиного податку як з суб'єктів малого підприємництва, так і з аграрних підприємств є досконалішим від механізмів справляння єдиного податку та фіксованого сільськогосподарського податку, що функціонували до 2015 р., оскільки ним суттєво спрощено механізми оподаткування малого бізнесу, зменшено кількість груп платників єдиного податку та проіндексовано базу справляння для аграрних підприємств (колишнього фіксованого сільськогосподарського податку), що стали платниками єдиного податку.

В той же час, оновлений порядок нарахування і сплати єдиного податку з суб'єктів малого підприємництва та аграрного бізнесу має суттєві недоліки, основними з яких є:

- необхідність нарахування і сплати платниками єдиного податку кількох інших податків, зборів та внесків (єдиного соціального внеску, військового збору, податку на доходи фізичних осіб з доходів, виплачених у формі дивідендів, тощо);

Таблиця 2.

Основні особливості сучасного механізму справляння в Україні єдиного податку з суб’єктів малого підприємництва I-III груп [18; 19; 20]

Група платників	Умови переходу на єдиний податок	Види діяльності	База справляння	Ставки податку	Особливості нарахування та порядок сплати
I (підприємці)	Виручка за календарний рік не перевищує 300 тис. грн, не використовують працю найманих осіб.	Роздрібна торгівля на ринках та побутові послуги	Доходи в грошовій, матеріальній або нематеріальній формах	Фіксована (до 10 % від розміру мінімальної заробітної плати (залежно від виду діяльності))	Обов’язкове ведення обліку доходів, щорічна звітність до ДПП. Сплачується помісячно не пізніше 20 числа поточного місяця.
II (підприємці)	Виручка за календарний рік не перевищує 1,5 млн. грн, середньорічна кількість працюючих – не більше 10 осіб	Послуги, виробництво, торгівля, ресторанне господарство	Доходи в грошовій, матеріальній або нематеріальній формах	Фіксована (до 20 % від розміру мінімальної заробітної плати (залежно від виду діяльності))	
III (підприємці та юридичні особи)	Виручка за календарний рік не перевищує 20 млн. грн	Без обмежень	Доходи в грошовій, матеріальній або нематеріальній формах	Для платників ПДВ – 2 %, а для несплатників ПДВ – 4 % від доходів	Обов’язкове ведення обліку доходів (для платників ПДВ і витрат), щоквартальна звітність до ДПП. Сплачується поквартально не пізніше 50 дня після закінчення звітного кварталу.

Платники	<ul style="list-style-type: none"> сільгоспвиробники, що не реалізують підакцизні товари, не мають податкової заборгованості, мають сільгоспуділля та в яких виручка від реалізації сільгосподарської і іншої власної продукції за попередній звітний рік складає не менше 75 % від загального валового доходу;
Об’єкт справляння	<ul style="list-style-type: none"> площа сільгосподарських угідь та земель водного фонду, що перебуває у власності сільгосподарського товаровиробника або надана йому у користування, у тому числі на умовах оренди;
База справляння	<ul style="list-style-type: none"> нормативна грошова оцінка сільгосподарських угідь, з урахуванням коефіцієнта індексації, визначеного за станом на 1 січня звітного року;
Ставки податку встановлені у відсотках від бази справляння у таких розмірах :	<ul style="list-style-type: none"> для ріллі, сіножатей і пасовищ більшості видів - 0,45 %; для ріллі, сіножатей і пасовищ, розташованих у гірських зонах та на поліських територіях, - 0,27 %; для багаторічних насаджень (крім розташованих у гірських зонах та на поліських територіях) - 0,27 %; для багаторічних насаджень, розташованих у гірських зонах та на поліських територіях, - 0,09 %; для земель водного фонду - 1,35 %; для ріллі, сіножатей і пасовищ сільгосподарських товаровиробників, які спеціалізуються на виробництві та переробці продукції рослинництва на закритому ґрунті - 3 %;
Порядок обчислення і сплати	<ul style="list-style-type: none"> податковий період - календарний рік (платники самостійно обчислюють суму податку щороку на 1 січня і не пізніше 20 лютого поточного року подають до ДПП декларацію); сплачується поквартально до 3 дня за звітним кварталом, проте в I та II кварталах – по 10 %, в III кварталі – 50 %, в IV кварталі – 30 % від річної суми єдиного податку; у разі виявлення в ході перевірки порушення порядку нарахування і сплати єдиного податку платники переходять на загальну систему оподаткування з наступного місяця та за період, в якому виявлено таке порушення, йому нараховуються податки і збори, виходячи із загальних умов оподаткування, а також штрафні санкції; платники єдиного податку четвертої групи звільнені від сплати податку на прибуток підприємств, податку на додану вартість, податку на майно крім земельного податку за земельні ділянки, що не використовуються для ведення сільгосподарського товаровиробництва, рентної плати за спеціальне використання води.

Рис. 2. Основні особливості сучасного механізму справляння єдиного податку з суб’єктів аграрного бізнесу в Україні [18; 19; 20]

- можливість майже легальної оптимізації рівня оподаткування через використання механізму єдиного податку крупними фірмами (шляхом створення кількох афільованих структур);
- звільнення платників єдиного податку четвертої групи від сплати земельного податку за землі сільськогосподарського призначення, внаслідок чого в бюджетах муніципалітетів аграрних регіонів бракує джерел фінансування робіт, пов'язаних з охороною і відновленням земельних ресурсів;
- занижений, порівняно з іншими платниками єдиного податку четвертої групи, рівень податкового навантаження на тепличні комбінати, завдяки визначенню за базу справляння єдиного податку для них нормативної грошової оцінки сільськогосподарських угідь [2; 3; 5; 7; 13, с. 180; 15].

Може здатися, що єдиний податок з суб'єктів малого підприємництва та аграрного бізнесу, завдяки суттєвим недолікам механізму його справляння, повинен бути відмінений. З іншого боку, зазначимо, що запровадження єдиного податку є справді прогресивним кроком у сфері податкового регулювання діяльності суб'єктів малого бізнесу та сільськогосподарських підприємств. Поряд з цим, як переконливо продемонстрували результати дослідження, гострою необхідністю сьогодення є потреба у вирішенні описаних нами проблем механізму справляння зазначеної податкової форми.

Як переконливо демонструють результати проведеного дослідження, практичними шляхами реалізації поставленого завдання повинні бути:

- звільнення платників єдиного податку від сплати єдиного соціального внеску, військового збору та податку на доходи фізичних осіб з доходів, виплачених у формі дивідендів;
- посилення відповідальності платників єдиного податку за проведення операцій, метою яких є оптимізація податкового навантаження таких платників та їх контрагентів;
- зобов'язання платників єдиного податку четвертої групи сплачувати земельний податок за землі сільськогосподарського призначення, забезпечивши при цьому цільове фінансування за рахунок мобілізованих сум земельного податку робіт, пов'язаних з охороною і відновленням земельних ресурсів, або ж запровадження механізму бюджетного перерозподілу частини мобілізованого єдиного податку з суб'єктів агробізнесу на фінансування зазначених робіт;
- запровадження ставки єдиного податку для тепличних комбінатів у розмірі 2% від їх виручки.

Висновки і перспективи подальших розробок у даному напрямі. Підсумовуючи результати проведеного дослідження, слід відмітити що чинні в Україні порядки справляння податку на нерухоме майно, відмінне від земельних ділянок та єдиного податку з суб'єктів малого підприємництва та аграрного бізнесу,

мають суттєві недоліки, зумовлені, насамперед, надмірними фіскальними та недостатніми регулюючими властивостями зазначених податкових форм.

Порівняння норм Податкового кодексу України стосовно оподаткування нерухомого майна та зарубіжної практики справляння податку на нерухомість переконливо демонструє, що для вирішення значної частини проблем в його адмініструванні доцільно звільнити від оподаткування податком на нерухоме майно, відмінне від земельних ділянок, квартири з площею до 120 м² та житлові будинки з площею до 250 м², а також передбачити прогресивні ставки податку на нерухомість, розміри яких повинні зростати залежно від площі об'єктів нерухомості та їх кількості.

Крім того, механізм справляння податку на нерухомість в Україні повинен передбачати хоча б короткотермінове звільнення від оподаткування новобудов у сільській місцевості, та споруд, зведених з дотриманням технології раціонального збереження енергії.

Напрямами вдосконалення вітчизняного механізму справляння єдиного податку, як показали результати дослідження, повинні бути звільнення його платників від сплати єдиного соціального внеску, військового збору та податку на доходи фізичних осіб з доходів, виплачених у формі дивідендів, посилення відповідальності платників єдиного податку за проведення операцій, метою яких є оптимізація податкового навантаження таких платників та їх контрагентів, зобов'язання платників єдиного податку четвертої групи сплачувати податок за землі сільськогосподарського призначення, забезпечивши за рахунок цього податку цільове фінансування робіт, пов'язаних з охороною і відновленням земельних ресурсів, або ж запровадження механізму бюджетного перерозподілу частини мобілізованого єдиного податку з суб'єктів агробізнесу на фінансування зазначених робіт, запровадження ставки єдиного податку для тепличних комбінатів у розмірі 2% від їх виручки.

Подальші наукові дослідження в обраному напрямі досліджень слід присвятити обґрунтуванню оптимальних розмірів ставок податку на нерухомість та моделюванню наслідків запропонованих нами змін до механізмів справляння податку на нерухоме майно, відмінне від земельних ділянок, а також єдиного податку з суб'єктів малого підприємництва та аграрного бізнесу для місцевих бюджетів та платників перелічених податків.

ЛІТЕРАТУРА

1. Андрущенко В. Л. Фінансова думка Заходу в ХХ столітті: Теоретична концептуалізація і наукова проблематика державних фінансів [Текст] / В. Л. Андрущенко – Львів: Камінь, 2000. – 303 с.
2. Бережна А. Ю. Податок на нерухомість як потенційне джерело формування місцевих бюджетів [Текст] / А. Ю. Бережна // Науковий вісник будівництва. – 2006. – № 35. – С. 327–329.
3. Бюджетний моніторинг: Аналіз виконання бюджету за 2013 р. [Електронний ресурс]. Режим доступу <http://>

www.ibser.org.ua/UserFiles/File/Monitor%20Quat%202013/KV_IV_2013_Monitoring_ukr.pdf.

4. Бюджетний моніторинг: Аналіз виконання бюджету за 2010 р. [Електронний ресурс]. Режим доступу: http://www.ibser.org.ua/UserFiles/File/Monitor%20Quat%202010/KV_IV_2010_Monitoring_ukr.pdf.

5. Вишневецький В. П. Оподаткування нерухомості: теорія та зарубіжний досвід [Текст] / В. П. Вишневецький, В. Д. Чекіна // Фінанси України. – 2007. – № 11. – С. 43–52.

6. Дема Д. І. Спрощена система оподаткування: реалії та перспективи в Україні. [Текст]. / Д. І. Дема, І. В. Шевчук // Облік і фінанси АПК. – 2011. – № 1 – С. 146-149.

7. Драпиковський О. Тенденції ринку нерухомості України: реалії та прогнози. 2007-2013. [Текст] / О. Драпиковський, В. Шаласв, І. Іванова. – К.: Арт Економі, 2012. – 240 с.

8. Економіст: Тільки в Україні податок на нерухомість знімають з голого квадратного метра. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://eveningkiev.com/article/15689>.

9. Єдиний податок на нерухомість у Франції. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://www.informjust.ua/text/722>.

10. Заяць В. М. Напрями розвитку системи оподаткування та оцінки нерухомості в Україні [Текст] / В. М. Заяць // Фінанси України. – 2007. – №3. – С. 41–49.

11. Іванов Ю. Б. Альтернативні системи оподаткування. [Текст]. / Ю. Б. Іванов – Харків: Торнадо – 2003. – 517 с.

12. Карлін М. І. Роль податку на нерухомість в соціальній політиці країни з транзитивною економікою [Текст] / М.І. Карлін, Н. М. Бобох. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://dspace.nbuv.gov.ua/handle/123456789/9107>.

13. "Кіт у мішку": яку податкову реформу підготував новий Кабінет Яценюка. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://www.rbc.ua/ukr/analytics/show/-kot-v-meshke-kakuyu-nalogoveryu-reformu-podgotovil-novyy-15122014090200>.

14. Лекарь С. І. Світовий досвід у справлянні податку на нерухоме майно [Текст] / С. І. Лекарь // Економіст – 2008. – № 6. – С. 23-27.

15. Луніна І. О. Формування місцевих бюджетів на основі принципу еквівалентності: шлях до ефективної бюджетної системи України [Текст] / І. О. Луніна // Фінанси України – 2010 – №9 – С. 3-12.

16. Непочатенко О. О. Оподаткування сільськогосподарських товаровиробників та шляхи його вдосконалення / О.О. Непочатенко, П. М. Боровик, М. М. Уманець // Сталій розвиток економіки: Всеукраїнський науково-виробничий журнал – 2013 – № 1(18) – С. 328-333.

17. Непочатенко О. О. Пряме оподаткування суб'єктів малого підприємництва. [Текст]. / О.О. Непочатенко, П.М. Боровик, Б. С. Гузар // Облік і фінанси. – 2013. – № 3. – С. 81-87.

18. Податковий кодекс України від 2 грудня 2010 року № 2755-VI. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://sfs.gov.ua/nk/>.

19. Про державний бюджет України на 2015 рік: Закон України від 28 грудня 2014 року № 80-VIII. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://www.golos.com.ua/Article.aspx?id=370429>.

20. Про внесення змін до Податкового кодексу України та деяких законодавчих актів України щодо податкової реформи: Закон України від 28.12.2014 р. № 71-VIII. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/71-19>.

21. Податок на нерухомість: деталі прийнятих змін до Податкового кодексу. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://finbalance.com.ua/news/Podatok-na-nerukhomist-detali-priynyatikh-zmin-do-Podatkovogo-koдексу>.

22. Синчак В. П. Формування спрощеної системи оподаткування в контексті державної підтримки малого бізнесу та стимулювання зайнятості населення. [Текст]. / В. П. Синчак // Облік і фінанси. – 2012. – № 4 (58). – С. 50-58.

23. Соколовська А. М. Шляхи реформування податкової системи України [Текст] / А. М. Соколовська. – Фінанси України – 2014 – №12 – С. 103-121.

24. Тулуш Л. Д. Особливості формування системи прямого оподаткування аграрного сектору в розвинутих країнах [Текст] / Л. Д. Тулуш, Н. М. Малініна // Соціально-економічні проблеми і держава. – 2012. – Вип. 1 (6). – С. 124-134.

25. Юрій С. І. Фіскальна і стимулююча ефективність спрощених режимів оподаткування для приватних підприємств. [Текст]. / С. І. Юрій, О. Р. Квасовський // Фінанси України. – 2002. – № 8. – С. 63-70.

26. Юшко С. В. Спрощена система оподаткування юридичних осіб: переваги та ризики застосування. [Текст]. / С.В. Юшко // Економіка України. – 2011. – № 7. – С. 60-71.

УДК 658:330

ГЛУЩЕНКО Л.Д. к.е.н.,

РАТУШНЯК О.Г. к.т.н.

м. Вінниця

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ПАРТНЕРСЬКОЇ ВЗАЄМОДІЇ, ЯК ОПТИМАЛЬНОЇ ІНТЕГРАЦІЙНОЇ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ

Анотація. В статті розглянуто наукові підходи до сутності інтеграції. Виявлено принципові відмінності інтеграційних стратегій. Визначені переваги, мотиви та напрямки партнерської взаємодії, що повинні сприяти її поширенню, як інтеграційної стратегії розвитку промислового підприємства.

Ключові слова: інтеграція, інтеграційна стратегія, партнерська взаємодія, розвиток.

Аннотация. В статье рассмотрены научные подходы к сущности интеграции. Выявлены принципиальные отличия интеграционных стратегий. Определены преимущества, мотивы и направления партнерского взаимодействия, которые должны способствовать его распространению, как интеграционной стратегии развития промышленного предприятия.

Ключевые слова: интеграция, интеграционная стратегия, партнерское взаимодействие, развитие.

Abstract. The article describes the essence of scientific approaches to integration. Revealed fundamental differences of integration strategies. The advantages, motives and direction of partnerships, which should facilitate its dissemination as an integration strategy for the development of industrial enterprises.

Key words: integration, integration strategy, partnership, development.

Постановка проблеми. В сучасній світовій та вітчизняній практиці все наочніше проявляється нова тенденція, пов'язана із інтеграцією різних суб'єктів господарювання, що приводить до зростання їх

конкурентоспроможності і зниження ризиків діяльності. Загальновизнаним є факт відходу в минуле епохи процвітання ізольованих, замкнутих підприємств.

В сучасних умовах господарювання промислові підприємства можуть вдаватися до різних стратегій свого розвитку, але найбільш ефективними з них є стратегії, які спрямовані на зміцнення господарських зв'язків.

Аналіз досліджень і публікацій. Питання сутності та значення інтеграції для суб'єктів господарювання досліджували такі вчені-економісти, як Айвазян С.А., Арутюнова Д. В., Балкінд О.Я., Баклаженко Г.А., Баснін Т. Д., Бахтєєв Ю. Д., Володін В. М., Гончаров С. М., Гольдштейн Г. Я., Дубова Л. Н., Загородній А. Г., Живко З. Б., Пилипенко А. А. Однак у більшості наукових розвідок недостатньо уваги приділено такій стратегії, як "партнерство". В сучасних умовах господарювання партнерська взаємодія набуває все більшої актуальності для підприємств, що розвиваючись прагнуть зберегти свою самостійність. Усе це свідчить про актуальність теми, а відтак зумовило вибір на пряму дослідження в науковому і практичному аспектах.

Мета статті. Метою статті є розгляд теоретичних положень і практичних рекомендацій щодо можливості використання партнерської взаємодії, як оптимальної інтеграційної стратегії розвитку промислового підприємства.

Виклад основного матеріалу.

Ознакою успішного функціонування ринків є те, що на них працюють як великі, так і малі підприємства, а також те, що між великими, середніми та малими підприємствами існує активна та різноманітна взаємодія. Тому, розвиток промислового підприємства значно залежить від характеру і рівня взаємодії з різними суб'єктами ринку, у тому числі науковими, освітніми установами та державою. Інтеграція іншими підприємствами та науковими і освітніми установами базується на потребі використання конкурентних переваг партнерів та формування і розширення договірних відносин. Інтеграційна взаємодія дозволяє об'єднувати переваги підприємств.

Великі підприємства, за рахунок співпраці з малими та середніми підприємствами, розширюють виробничий комплекс; передають партнерам частину функцій, які стосуються розробки технологічних інновацій, підвищують якість своєї продукції, більш оперативно реагують на зміни потреб ринку тощо. Завдяки такій взаємодії малі та середні підприємства отримують замовлення, які стосуються розробки та впровадження інновацій, ресурсну підтримку, за рахунок чого мають можливість підвищити свою життєздатність та придбати стабільні ринки збуту.

Так само, держава, надаючи підприємствам юридичну, фінансову, організаційну, технічну, інформаційну підтримку, розширює сферу технологічних інновацій, підвищує ефективність наукових досліджень, сприяє якісному і кількісному розвитку про-

мислових підприємств. Необхідно відмітити, що в сучасних умовах інтеграція для малих та середніх підприємств є ключовою умовою їх розвитку.

Слово "інтеграція" походить з латинської мови й означає поєднання окремих частин в єдине ціле. Економічний енциклопедичний словник визначає інтеграцію як поступове зближення та об'єднання суб'єктів економіки у процесі їх взаємодії (взаємовпливу, взаємопроникнення, взаємозбагачення) [1, с. 284]. Пилипенко зазначає, що інтеграція є розширенням виробничо-технологічних зв'язків, створенням сприятливих умов для спільного використання ресурсів та пояснюється наявністю системи стимулів [2, с. 117]. Інтеграція також може розглядатись як об'єднання економічних суб'єктів і розширення зв'язків між ними [3, с. 271] і як створення взаємовигідних сприятливих умов здійснення економічної діяльності [4, с. 71], або як поглиблення взаємодії за для більш повного використання ексклюзивних конкурентних переваг [5]. Інтеграція може розглядатись і як промислове співробітництво. При цьому інтеграція розглядається як відносини між підприємствами, що базуються на довгострокових спільних інтересах [6, с. 8].

Огляд літератури з даного питання дає підставу стверджувати, що сутність інтеграції підприємств до кінця не з'ясована. Підтвердженням тому є існування в економічній теорії різних точок зору щодо її суті і різних підходів до її дослідження. Розглядаючи сутність інтеграції підприємств, можна дійти висновку, що: 1) економічною основою інтеграції є процес поділу суспільної праці; 2) інтеграція сприяє органічній взаємодії різних зацікавлених галузей народного господарства; 3) процес інтеграції може відбуватися з втратою юридичної, управлінської та фінансової самостійності підприємства або з її збереженням [7, с. 8]; 4) інтеграція спрямована на формування стійких виробничих і економічних зв'язків; 5) результатом інтеграції є формально або неформально інтегровані об'єднання. В теорії і на практиці для позначення інтеграційних процесів використовується наступне поняття – "злиття і поглинання" (операції, стратегія, ринок M & A та інші словосполучення), яке прийшло до нас із заходу (від англ. Mergers and Acquisitions, або в скороченому варіанті M & A). На практиці, поряд з такими стратегіями інтеграційного поведінки як "злиття" і "поглинання", дуже часто використовується більш універсальна стратегія – "партнерство", яка за сутністю близька, як до злиття, так і поглинання, але має принципові відмінності. Обираючи стратегію інтеграції та форму інтеграційного об'єднання, доцільно проводити зіставлення можливостей та оцінку перспективи та ефективності різних форм інтеграції підприємства, оскільки кожна з них має свої особливості [8, с.10]. Пилипенко А.А. акцентує увагу на тому, що необхідно проводити пошук найбільш досконалого типу інтегрованої структури і орієнтуватись потрібно не на організаційно-правову форму її функ-

ціонування, а на визначенні бажаної структури певних взаємин [2, с. 34].

Офіційна практика інтеграційних процесів в Україні майже відсутня, а інтеграційна взаємодія промислових підприємств знаходиться на низькому рівні. Як наслідок, в Україні відсутні статистичні дані про практику та наслідки інтеграційних процесів. Здійснення аналізу наукової літератури та спостереження за господарською діяльністю промислових підприємств дозволили зробити висновок, що вони можуть розвиватися за двома напрямками:

а) незалежний розвиток, при якому малі підприємства цілеспрямовано організують самостійне спеціалізоване виробництво в визначеній ринком кількості, якості й асортименті;

б) розвиток на основі інтеграції.

У самостійному незалежному розвитку закладений великий потенціал, оскільки він дозволяє накопичити господарський досвід, визначитися з спеціалізацією і освоїтися на ринку. Але через високу ризикованість цей шлях не можна вважати перспективним для всіх підприємств. В основі розвитку інтеграції підприємств лежить потреба в реалізації можливостей стратегічного партнерства і використанні їх інноваційного потенціалу. Для виявлення принципів відмінностей між інтеграційними стратегіями і вибору оптимальної, авторами було проведено порівняльний аналіз, результати якого представлені в табл. 1.

Порівняльний аналіз інтеграційних стратегій показав, що стратегією, яка є найбільш оптимальною в су-

часних умовах для промислового підприємства є “Партнерство”. Стратегія “Злиття” характеризується складністю, ризикованістю та кардинальними змінами, оскільки втрачаються або суттєво обмежуються юридична, управлінська та фінансова самостійність підприємства. “Поглинання” вимагає ще і значного обсягу інвестицій від підприємства. “Партнерство”, навпаки, відрізняє гнучкість взаємин і універсальність, що забезпечується можливістю адаптації підприємства під різні цілі і завдання інтеграційного об’єднання. Таким чином інтеграційна стратегія “Партнерство”, або партнерська взаємодія є найбільш оптимальною для підприємств, які розвиваючись, прагнуть зберегти свою самостійність. Оскільки, партнерська взаємодія – це довготривалі рівноправні відносини, що засновані на узгодженні інтересів і намірів учасників цих відносин, які будуються на підставі договору.

У літературі з організації бізнесу зазвичай виділяють два типи інтеграції – вертикальну і горизонтальну. Під вертикальною інтеграцією розуміють встановлення інтеграційного зв’язку з підприємством – постачальником (інтеграція вниз) або підприємством – споживачем (інтеграція вверх) щодо виробництва та реалізації продукції (послуг) даного підприємства. Горизонтальна інтеграція передбачає встановлення інтеграційного зв’язку з підприємствами, що виробляють аналогічну продукцію [9, с. 166].

Можна виділити такі підходи до побудови взаємодії між підприємствами:

1) мінімізація витрат виробництва;

Таблиця 1.

Порівняльна характеристика інтеграційних стратегій підприємства

Види інтеграційних стратегій		
Поглинання	Злиття	Партнерство
1. Рівень інтеграції підприємства		
Високий	Високий	Низький...високий
2. Юридична самостійність		
Поглинання підприємства призводить до втрати його самостійності	Злиття призводить до втрати самостійності кожного учасника	Партнерство зберігає самостійність за всіма учасниками
3. Управлінська самостійність		
Поглинання підприємства призводить до втрати його самостійності	Істотне обмеження кожного учасника	Не обмежується, або координується
4. Фінансова самостійність		
Втрачається у підприємства, що поглинається (за рахунок придбання його 100% статутного капіталу)	Втрачається	Зберігається
5. Склад і структура власників		
Власники підприємства, яке поглинається, втрачають свій статус	Змінюється (формується із власників підприємств – учасників)	Зберігається
6. Обсяг інвестицій підприємства		
Значний	Незначний	Значний Незначний
7. Витрати підприємства пов’язані з вибором інтеграційної стратегії		
Високі	Високі	Низькі
8. Ймовірність настання негативних наслідків для підприємства		
Висока	Висока	Низька

Примітка: розроблено авторами

2) спеціалізація у виробництві продукції;

3) фіксація певного сегмента ринку і концентрація зусиль підприємства на обраному ринковому секторі.

Прагнучи реалізувати будь-який з виділених підходів, підприємство вдається до поділу праці, або спеціалізації (в такому випадку підприємство обмежує випуск продукції певним асортиментом і буде партнерські відносини з підприємствами у формі горизонтальної інтеграції), або концентрації (у цьому випадку підприємство укрупнюється, будуючи взаємозв'язки з підприємствами – суміжниками у формі вертикальної інтеграції) [10, с.13].

Практика свідчить, що керівників промислових підприємств орієнтовані на підтримання довгострокових відносини з основними ринковими контрагентами. Але, незважаючи на довгостроковий характер партнерських відносин, їх учасники неохоче розділяють ризики по операціях, недостатню оперативну реагують на виникаючі проблеми. Є недостатнім і рівень довіри між учасниками партнерських відносин. Разом з тим існує прихильність підприємств до партнерської взаємодії і готовність адаптуватися до вимог її учасників.

Для підтримки партнерських відносин підприємства йдуть на додаткові витрати, пов'язані із зміною характеристик продукції, умов її поставок, наданням знижок тощо. Абсолютна більшість керівників промислових підприємств вважають, що створення та розвиток партнерської взаємодії дає можливість її учасникам вирішувати проблему консолідації та спільного використання оборотних і інвестиційних ресурсів. Вони також відмічають, що партнерська взаємодія сприяє диверсифікації діяльності, розширенню ринків збуту, розвитку міжнародного співробітництва.

Партнерська взаємодія дозволяє підтримувати довгострокові конкурентні переваги, зосередивши діяльність підприємства на ключових моментах і передавши інші види діяльності іншим учасникам. Наприклад: В останні роки інтерес до кооперування підприємств і формування між ними партнерських відносин зростає в усьому світі з року в рік. Якщо на початок 1990-х років найбільші світові компанії "Du Pont", "Ехон", "Honda", "IBM", "Johnson and Johnson" віддавали "на сторону" трохи більше половини робіт, то вже до кінця століття частка "відданих" операцій збільшилася до 86% [12, с. 111].

Головними мотивами партнерської взаємодії є покращення якості продуктів і послуг, доступ до інформації, що стосується досліджень і нових розробок, зниження ризиків, підвищення конкурентоздатності тощо. Мало поширені на вітчизняних промислових підприємствах горизонтальні партнерства між підприємствами однієї галузі.

Необхідно зауважити, що соціальні відносини допомагають врегулюванню нестандартних ситуативних випадків і є одним з основних умов успішної парт-

нерської взаємодії. При виборі ринкових контрагентів важливу роль відіграють досвід співпраці та рекомендації партнерів. В умовах нестабільного ринкового середовища особлива увага приділяється розвитку партнерських відносин і активному реагуванні на зміни, що відбуваються у зовнішньому оточенні.

Підприємства взаємодіють між собою, але є актуальним напрямком побудови взаємодії також з університетами, науково-дослідними інститутами та іншими організаціями, що продукують знання, у різноманітних формальних і неформальних організаційних формах (науково-дослідні консорціуми, дослідницькі та технологічні програми, технологічні платформи, інноваційні форуми, кластери тощо) [13, с.10]. З цієї причини розвиток партнерських взаємовідносин робить потужний позитивний вплив на підвищення ефективності діяльності промислового підприємства, сприяючи їх промислово-інноваційній орієнтації та досягненню ними якісно нового рівня технологічних розробок, організації виробництва та управління у всіх інших сферах господарської діяльності.

Нажаль, якість партнерської взаємодії на більшості промислових підприємствах знаходиться на низькому рівні і не відповідає вимогам сучасних економічних реалій. Інтеграційні процеси на підприємствах або відсутні, або функціонують не в повному обсязі та носять фрагментарний характер.

Поширенню партнерської взаємодії промислового підприємства з іншими з іншими суб'єктами господарювання багато в чому повинна сприяти держава через формування інноваційної інфраструктури та вдосконалення інституційного середовища.

Зарубіжний досвід розвитку переконує, що одним з ефективних способів активізації розвитку промислових підприємств є кластерна взаємодія, яка підвищує рівень партнерської взаємодії підприємств у кластері, значно знижує обсяг витрат і зусиль на конкурентне суперництво [14, с.142]. Кластерна взаємодія є особливо ефективною для розвитку малих та середніх промислових підприємств, оскільки функціонує на засадах партнерської взаємодії.

В зарубіжних країнах все активніше створюються інтеграційні об'єднання, де істотну роль відіграють малі та середні підприємства і завдяки яким відбувається створення гнучких систем управління, заміна вертикальних зв'язків горизонтальними, що дозволяє найбільшою мірою пристосовуватися до вимог ринку [15, с.51]. Організаційним механізмом здійснення інтеграційних процесів, як одним із сучасних напрямків удосконалення управління інноваційним розвитком суб'єктів господарювання у промисловості України та її регіонах, є сучасні інноваційні утворення. Необхідно відзначити, що Законом України "Про пріоритетні напрями інноваційної діяльності в Україні" в рамках забезпечення інноваційної моделі розвитку економіки визначені середньо-

строкові пріоритетні напрями інноваційної діяльності на 2011–2021 роки [16]. Одним із заходів реалізації таких напрямів державою запропоновано розвиток інноваційної інфраструктури, а саме сучасних утворень – інноваційних центрів, технологічних парків, наукових парків, технополісів, інноваційних бізнес-інкубаторів, центрів трансферу технологій, венчурних фондів, промислових кластерів тощо.

Висновки. Результати дослідження показали, що партнерська взаємодія, яка відрізняється гнучкістю взаємин і універсальністю є найбільш оптимальною для підприємств, які розвиваються, прагнуть зберегти свою самостійність. Розглянуті переваги, мотиви та напрямки партнерської взаємодії, повинні сприяти її поширенню, як інтеграційної стратегії, що обирають промислові підприємства для свого розвитку.

Подальші дослідження в цьому напрямі слід присвятити оцінці впливу партнерської взаємодії на розвиток промислових підприємств.

ЛІТЕРАТУРА

1. Живко З.Б. Словник сучасних економічних термінів / З.Б. Живко, М.О. Живко, І.Ю. Живко. – Львів: Край, 2007. – 384 с.
2. Пилипенко А.А. Стратегічна інтеграція підприємств: механізм управління та моделювання розвитку: [моногр.] / А.А. Пилипенко. – Х.: ВД “ІНЖЕК”, 2008. – 408 с.
3. Райсберг Б.А., Современный экономический словарь / Б.А. Райсберг, Л.Ш. Лозовский, Е.Б. Стародубцева. – М.: ИНФРА-М, 2008. – 512 с.
4. Стерлигова А.Н. Анализ значения термина “интеграция” в контексте управления организацией / А.Н. Стерлигова // Логистика и управление цепями поставок. – 2005. – №6. – С. 70 – 79.
5. Зайнулина М. Р. Сущность и роль горизонтальной интеграции в рыночной экономике: [Электронный ресурс] // Вестник ТИСБИ. – 2005. – №4. – Режим доступа: <http://tisbi.ru/science/vestnik/2005/issue4/Econom3.html>.
6. Мілевська Т.С. Моделі інноваційного розвитку економіки / Т.С. Мілевська // Науковий журнал Бизнес Информ. – 2012. – № 7. – С. 44–47.
7. Рыхтик М.И. Национальная инновационная система США: история формирования, политическая практика, стратегии развития / М.И. Рыхтик, Е.В. Корсунская // Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. – 2012. – № 6 (1). – с. 263–268.
8. Семенова Ю.В. Формирование и развитие механизма взаимодействия интегрированных предпринимательских структур: автореф. дис. на соиск уч. степени канд. экон. наук: спец. 08.00.05 “Экономика и управление народным хозяйством” / Ю.В. Семенова. – Санкт-Петербург, 2008. – 19 с.
9. Стратегии бизнеса: Аналитический справочник / [Айвазян С.А., Балкинд О.Я., Баснина Т.Д. и др.]; под ред. Г.Б. Клейнера. – М.: КОНСЭКО, 1998. – 331 с.
10. Шатских А.В. Совершенствование взаимодействия малых предприятий и крупных корпоративных структур в российской экономике: автореф. дис. на соиск уч. степени канд. экон. наук: спец. 08.00.05 “Экономика и управление народным хозяйством” / А. В. Шатских. – М., 2007. – 23 с.
11. Захарченко В.И. Кластерная форма территориально-производственной организации: [моногр.] / В.И. Захарченко, В.Н. Осипов – Одесса: “Фаворит” – “Печатный дом”, 2010. – 122 с.
12. Пономаренко А. О контрактных взаимоотношениях крупного и малого бизнеса / А. Пономаренко // Российский экономический журнал. – 1997. – № 7. – С. 110–112с.
13. Дементьева Т.А. Активізація інноваційної діяльності малих та середніх підприємств на основі кластерної структури їх організації / Т.А. Дементьева // Економічний вісник Донбасу. – 2010. – № 1 (19) – С.142–149.
14. Інновації в Україні: пропозиції до політичних заходів / Інновації в Україні: Європейський досвід та рекомендації для України // Проект ЄС “Вдосконалення стратегій, політики та регулювання інновацій в Україні” – К.: Фенікс, 2011. – Т.3. – 76 с.
15. Указ Президента України “Про програму економічних реформ на 2010–2014 роки “Заможне суспільство, конкурентоспроможна економіка, ефективна держава”: за станом на 02.06.2010 [Електронний ресурс] // Офіційне Інтернет-представництво президента України. – Оф. вид. – Режим доступу: http://www.president.gov.ua/docs/Programa_reform_FINAL_1.pdf
16. Закон України “Про пріоритетні напрями інноваційної діяльності в Україні”: за станом на 05.12.2012, № 3715-VI [Електронний ресурс] // Відомості Верховної Ради України. – Оф. вид. ВВР №19-20, 2012 р., ст. 166. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/3715-17>.

УДК 338.481.32:338.22 (1-22)

ЖИТНИК Т.П., к.е.н.

м. Біла Церква

ПРОБЛЕМАТИКА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕФЕКТИВНОЇ ДЕРЖАВНОЇ ПІДТРИМКИ МАЛОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В СІЛЬСЬКІЙ МІСЦЕВОСТІ УКРАЇНИ

Анотація. У статті аналізується комплекс проблем, пов'язаних з розвитком малого підприємництва в сільській місцевості України. Досліджується вплив економічних перетворень на розвиток підприємницької діяльності і доходи селян. Пропонуються обґрунтовані нові сучасні підходи до формування та реалізації дієвої державної підтримки малого підприємництва в сільській місцевості України.

Ключові слова: мале підприємництво, сільська місцевість, державна підтримка.

Аннотация. В статье анализируется комплекс проблем, связанных с развитием малого предпринимательства в сельской местности Украины. Исследуется влияние экономических преобразований на развитие предпринимательской деятельности и доходы крестьян. Предлагаются обоснованные новые современные подходы к формированию и реализации эффективной государственной поддержки малого предпринимательства в сельской местности Украины.

Ключевые слова: малое предпринимательство, сельская местность, государственная поддержка.

Abstract. The article analyzes the complex issues related to the development of small business in rural Ukraine. The impact of economic changes on the development of business and income farmers. We offer reasonable new modern approaches to the formulation and implementation of effective public support small businesses in rural Ukraine.

Key words: small businesses, rural areas, government support.

Постановка проблеми. Необхідність державної підтримки малого підприємництва в сільській місцевості України зумовлена рядом факторів. Серед основних можна виокремити низку системних загроз, що поєднують у собі: хаотичність функціонування малого підприємництва, відсутність перспективи його саморозвитку, обмеженість фінансових ресурсів, монополізація на традиційно конкурентних ринках, відсутність фінансових резервів та загрозу швидкого банкрутства, ускладненість розвитку сучасної економіки на інноваційній основі через моральну застарілість технічно-технологічного стану країни, низьку конкурентоспроможність продукції малих підприємств порівняно з великими підприємствами, невідповідність інституціональної структури та пріоритетів стратегічного розвитку країни [10, с. 7].

У зазначеному контексті виникає необхідність обґрунтування нових сучасних підходів до формування та реалізації дієвої державної підтримки малого підприємництва в сільській місцевості з урахуванням регіональних особливостей, впливу інноваційно-інвестиційної моделі розвитку економіки України та світових глобалізаційних процесів.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Комплексу проблем, пов'язаних з розвитком малого підприємництва та його державною підтримкою в Україні, у своїх працях багато уваги приділяють З.С. Варналій [4], В.М. Геєць [15], А.Д. Діброва [6], М.Й. Малік [13], П.Т. Саблук [14] та інші. В наукових роботах вчених

визначено місце малого підприємництва в ринкових умовах господарювання, аспекти економічної політики і правового регулювання у цій сфері, проблеми розвитку малого підприємництва на сучасному етапі економічних реформ в Україні, проаналізовано соціально-економічні наслідки цих процесів.

Водночас слід відзначити в існуючих наукових працях відсутність комплексного, системного дослідження теоретико-методичних і практичних аспектів розвитку малого підприємництва в контексті сільської місцевості України та удосконалення організаційно-економічного забезпечення цього процесу, що обумовлює потребу в подальшому науковому пошуку у визначеному напрямі.

Мета статті. Основною метою даної роботи є обґрунтування шляхів підвищення економічної ефективності механізмів державної підтримки малого підприємництва та розробка рекомендацій щодо його розвитку в сільській місцевості України.

Основні результати дослідження. Розглядаючи ідеї для створення джерела доходу селян в сучасних умовах, необхідно враховувати безліч факторів. Пріоритетними серед них є власні здібності майбутнього власника, оцінка майбутнього ринку та перспективи розвитку. Водночас ефективність та результативність функціонування малого підприємництва у конкурентному середовищі значною мірою залежить від його підтримки на рівні держави. На сучасному етапі розвитку допомога держави здебільшого спрямована на

розвиток великих підприємств, а малому підприємству притаманні слабкі сторони, які потрібно враховувати у практиці господарювання суб'єктів цього сектору економіки.

Мале підприємство (підприємницька діяльність) розглядається як ініціативна самостійна діяльність громадян, спрямована на отримання прибутку або особистого доходу, яка здійснюється від свого імені, на свій ризик і під свою відповідальність або від імені і під майнову відповідальність юридичної особи підприємства [11, с. 118].

Саме мале приватне підприємство, як вид суспільної активності населення, чи не найкраще розкриває творчий потенціал особистості, оптимально поєднуючи в собі довготермінові інтереси розвитку держави з прагненнями окремих громадян. Будучи фундаментальною опорою відкритого демократичного суспільства, воно є однією з найефективніших форм соціального захисту людей, оскільки вчить пристосовуватися до економічних та політичних змін в національному та міжнародному соціально-економічному середовищі і активно вести пошук можливих шляхів виживання за таких умов.

Розвиток підприємства на селі – це шлях до насичення ринку товарами і послугами, подолання галузевого і регіонального монополізму, розширення конкуренції, впровадження досягнень науково-технічного прогресу, підвищення експортного потенціалу. Підприємство в сільській місцевості дає змогу розширити сферу прикладання праці, створити нові можливості для працевлаштування незайнятих селян і вивільнених працівників з неефективно діючих підприємств. Мале підприємство на селі здатне значно зміцнити економічну базу місцевих Рад народних депутатів та позитивно вплинути на розвиток сіл.

Тому, на наш погляд, мале підприємство в сільській місцевості можна розглядати або як джерело супутнього доходу або як основну роботу з можливістю подальшого розширення і укрупнення. З точки зору подальшого зростання, найбільш привабливими на селі нині є дві сфери діяльності: сфера послуг для населення та сільське господарство. Зростання в сфері послуг обмежена такими факторами як кількість жителів села та їх споживчою спроможністю.

Водночас підприємство у сільськогосподарському виробництві надзвичайно перспективна сфера діяльності, оскільки вже зараз відчувається дефіцит як якісних продуктів харчування, так і сировини для промислового сектора вітчизняного товаровиробника. За експертними оцінками, вартість продуктів харчування в майбутньому зростатиме і за темпами зростання цін, продукти харчування можуть обігнати всі сировинні ринки, у тому числі і ринок золота [8].

Найбільшого розповсюдження мале підприємство набуло в аграрному секторі економіки, де після розвалу колгоспно-радгоспної системи осо-

бисті селянські господарства стали чи не єдиним джерелом доходів для більшості сільських сімей. Однак на заваді широкому розвитку підприємництва в сільській місцевості стоять певні складності. Серед них відсутність:

- достатніх грошових заощаджень (первинного капіталу) працівників сфери АПК – потенційних підприємців;
- малооб'єктної виробничої і обслуговуючої матеріально-технічної бази;
- належного правового захисту і певних юридичних гарантій підприємців з питань власності, розпорядження майном, отримання і розподілу доходів.

Вважаємо, що показники діяльності малого підприємства на селі можуть бути значно вищими, якщо ця категорія не відчуватиме дефіциту фінансових ресурсів та матиме реальну державну підтримку. Особливо це стосується підвищення інвестиційних можливостей дрібних сільськогосподарських товаровиробників, що можливо лише при досконалому ціновому механізмі в аграрному секторі. На нашу думку, останній має ґрунтуватися на вільному ціноутворенні у поєднанні з державним регулюванням і посиленням антимонопольного контролю за цінами на матеріально-технічні ресурси, енергоносії та послуги для аграрних товаровиробників, на основі концепції "ціни виробництва". Така концепція базується на застосуванні показника норми прибутку для об'єктивної оцінки ефективності і використання задіяного у виробництві власного і залученого капіталу [14]. Норма прибутку з врахуванням вартості землі здатна поставити різні галузі при визначенні економічної ефективності виробництва в приблизно рівні умови.

Незважаючи на значне розповсюдження та збільшення розмірів, мале підприємство на селі, на відміну від інших галузей, не забезпечило становлення відповідального господаря-власника у сфері інвестиційної діяльності малого бізнесу, у сфері прискореного оновлення виробництва за рахунок впровадження інноваційних проектів та у сфері реального зростання фінансових результатів [1, с. 89].

Нині вже прийняті законодавчі акти, які сприяють розвитку підприємства на селі. Проте законодавство тільки декларує правову основу розвитку підприємства, але не менш важливе значення мають визначення практичних шляхів його розвитку та підтримки з боку держави і суспільства. Державною цільовою програмою розвитку українського села на період до 2015 року передбачено виділення коштів впродовж 2008–2015 років у обсязі понад 120 млрд грн. Але якщо врахувати, що за два із семи років виконання програми цей обсяг за 2008 р. та 2009 р. становить відповідно 9,1 і 4,3 млрд грн., то можна зробити висновки про недофінансування аграрного сектора України [15].

Поряд з цим, до основних проблем, що перешкоджають подальшому розвитку малого підприємництва на селі, можна віднести:

- відсутність належно сформованої (кодифікованої) системи нормативно-правових актів державної політики у сфері підтримки малого підприємництва;
- неврегульованість питань залучення державних фінансових ресурсів та механізмів фінансування й недосконалість кредитування малого підприємництва, тобто незначна державна фінансова підтримка, відсутність підтримки з боку місцевих бюджетів, нерозвиненість інфраструктури та механізмів мікрокредитування;
- обтяжливість та нестабільність системи оподаткування, недосконалість системи обліку та звітності суб'єктів малого підприємництва;
- існування адміністративних бар'єрів у сфері малого підприємництва, що висвітлюють недосконалість процедури реєстрації, складність та тривалість процедур одержання документів дозвільного характеру, необхідних для початку підприємницької діяльності, ліцензування, сертифікації;
- низька ефективність рішення проблем розвитку малого підприємництва на рівні регіонів, відсутність ефективної взаємодії державних, регіональних і підприємницьких структур;
- низький рівень підтримки малого підприємництва за умов низького рівня спеціалізації й недостатньої компетентності менеджерів, недоліку відсутності необхідного інформаційного забезпечення.

В сучасних умовах низького науково-технічного і технологічного рівня сільськогосподарського виробництва в переважній більшості фермерських та особистих селянських господарствах наявна техніка практично зношена, а показники фондозабезпеченості і фондоозброєності дуже низькі. Попередні розрахунки свідчать, що за діючих цін на матеріально-технічні засоби вітчизняного виробництва для формування основних виробничих фондів (без вартості землі) одного фермерського господарства розміром у 20–50 га землі залежно від його спеціалізації потрібно від 450 до 1100 тис. грн. [3, с. 99]. Із збільшенням розмірів господарства зростають і обсяги фондів, але з розрахунку на одиницю земельної площі потреба в них зменшується.

Для формування інвестиційних ресурсів дрібних сільськогосподарських товаровиробників (навіть за умов відновлення цінового паритету), поряд із традиційними джерелами інвестування (амортизація, власні кошти, спеціальні бюджетні та позабюджетні інвестиційні та інноваційні фонди, цільові кредити), на наш погляд, необхідно ширше використовувати інвестиційний потенціал комерційних банків, фінансово-

кредитних установ, іноземних кредитних ліній, фізичних та юридичних осіб, коштів від приватизації державного майна тощо. Слід зауважити, що інвестиційна підтримка суб'єктів малого підприємництва повинна також забезпечуватися шляхом створення в Україні відповідного державного забезпечення функціонування інвестиційної інфраструктури.

Насамперед, на наш погляд, в економічній стратегії держави необхідно змінити ставлення до інвестування в малий і середній бізнес (особливо у сільській місцевості), яке для нинішніх економічних умов України слід вважати пріоритетним, оскільки направлення інвестицій лише у великий бізнес не забезпечить швидкого і довготривалого економічного зростання [15]. Нині малі та середні підприємства в аграрному секторі економіки мають обмежений доступ на ринок інвестиційних ресурсів, а їхня потреба у фінансових коштах для розвитку значно перевищує пропозицію з боку грошово-кредитних установ.

У зв'язку з цим заслуговує на увагу розгляд своєрідного виду фінансування як франчайзинг – такого типу організації малого підприємництва, який функціонує як частина єдиного комплексу. Через систему франчайзингу власник інвестує малий бізнес нематеріальними активами. Інвестору вигідніше вкладати гроші у франчайзингове підприємство, ніж організувати незалежний бізнес. Інвестиції здійснюються у формі франчайз-пакету, який містить ноу-хау з організації бізнесу, навчання персоналу, розробки маркетингової політики, права на використання торгової марки та постачання матеріалів. Однак розвиток малих підприємств за даною схемою нині відбувається повільно.

Недосконалість державного регулювання в системі інвестування малого підприємництва в Україні також проявляється в діяльності інвестиційних компаній. Через низьку інвестиційну активність населення їх успіхи в цій сфері незначні. Реально говорити про ефективну діяльність інвестиційних компаній в малому бізнесі можна тільки в умовах економічного піднесення, коли формуються додаткові заощадження і відповідно зростатиме їхня інвестиційна активність. Індивідуальні заощадження вимагатимуть певних зусиль по їх накопиченню та інвестуванню. Як результат, зростатимуть додаткові накладні витрати, тому інвестиційні компанії змушені будуть об'єднувати індивідуальні інвестиційні ресурси.

В найближчій перспективі, на нашу думку, процес інвестування малого бізнесу в Україні змушений буде орієнтуватися на вільні фінансові ресурси дрібних власників та іноземні інвестиції. Вже сьогодні прослідковується необхідність створення системи загальних трастових фондів. Сутність цього виду інвестування полягає у залученні індивідуальних дрібних капіталів у диверсифікований портфель. Крім того, у загальний траст можуть зараховуватися заощадження населення, які націлені на інвестування. Заслуго-

вус на увагу досвід створення підприємницьких трастів, які покликані виконувати функцію управління комерційною власністю з метою збереження малого бізнесу та підтримки виробничих, торгових та господарських зв'язків. Дані трасти найбільш ефективні в середовищі з великою кількістю малих фірм.

Ще однією сприятливою формою для інвестування малого бізнесу є науково-технологічні або наукові парки, тобто група малих підприємств, які зайняті дрібносерійним виробництвом. Дані підприємства інвестують науково-технологічні розробки місцевого наукового центру, здійснюють впровадження високих технологій у виробництво, в тому числі аграрне. За рахунок інвестиційного впровадження певних високих технологій дані підприємства протягом 3–5 років активно розвиваються і покидають парк, виходячи в сферу великого бізнесу. Завдяки впровадженню подібних технопарків можна широко розвинути малий аграрний бізнес в Україні, посилити його конкурентноздатність на продовольчому ринку.

Особливим аспектом інвестування малого бізнесу є система кредитування (в тому числі державне), яка надає для його розвитку відносно невеликі позики. Зараз більше ста банків України кредитують підприємства агропромислового комплексу, переважно на короткострокову перспективу на різних умовах (залежно від розміру потреби в позичкових коштах, їх призначення, строку використання, платоспроможності і ліквідності позичальників) та під різні відсотки. Однак вартість кредитів сьогодні залишається досить високою. Так, відсоткові ставки, під які залучалися кредити в 2014 році, в середньому по Україні, склали 22-24% річних [2].

В даний час певною альтернативою банківській системі для підприємців можна вважати кредитні спілки. Вони можуть надавати гроші учасників (засновників) виробникам на принципах взаємодопомоги під заставу землі і сільськогосподарської продукції під низьку плату за користування (5-10% річних). Тому фермер, що потребує 20 тис. грн., швидше звернеться до кредитної спілки, партнерів чи сусідів, ніж до комерційного банку. Це пояснюється простішою процедурою отримання кредиту, незначними додатковими витратами або їх відсутністю, не обов'язковістю кредитного забезпечення у вигляді застави. Це дуже важливо саме зараз, коли держава не може повною мірою інвестувати суб'єктів малого підприємництва на селі.

Крім цього, кредитні спілки, як одна із можливих форм фінансування дрібного бізнесу, особливо важливі для інвестиційно непривабливих регіонів. Наприклад, деякі кредитні спілки в сільській місцевості, що не залучають додаткових ресурсів з інших джерел (банків), пропонують невисокі кредитні ставки і працюють як каси взаємодопомоги. Вони малопотужні, але відповідають потребам і можливостям особистих селянських господарств.

Необхідною умовою для подальшого розвитку малого бізнесу в Україні є створення державою умов для мікрокредитування. Досвід Польщі засвідчує, що механізм мікрокредитування є набагато ефективнішим у задоволенні потреб підприємців, ніж кредитні програми комерційних банків і, в першу чергу, на умовах надання гарантій, зокрема державних [5].

На даний час сформувався уявлення про мікрокредитування як операції по наданню мікрокредитів суб'єктам малого бізнесу. Розмір мікрокредитів не перевищує 15 тис. євро, що надаються на термін не більше року і не потребує забезпечення заставою. Для організації ефективного мікрокредитування, на наш погляд, доцільно створити в Україні таку недержавну інвестиційну структуру, яка за допомогою використання технічної допомоги закордонних агентств протягом 3-5 років стане фінансово самостійною і зможе створити розгалужену сітку регіональних організацій мікрокредитування [1, с. 90].

Покращити ситуацію для підприємців в сільській місцевості також може Державний земельний банк. Державна програма щодо здешевлення кредитних ставок працює в Україні вже понад 10 років, однак комплексно питання не вирішує. Левова частка державних коштів йде на погашення кредитних ставок, які щороку зростають. Заснування Земельного банку дасть можливість аграріям отримувати кредити під ставки не більше 10% річних [2].

Вважаємо, що робота цієї фінансової установи стане більш ефективною, якщо зосередиться на кредитуванні окремих галузей сільського господарства, наприклад, молочного скотарства тощо. Водночас кредити необхідно надавати фермерам, які починають працювати і потребують фінансової допомоги.

Крім перелічених джерел, фермерські господарства можуть одержати фінансову підтримку у Державному фонді підтримки фермерських господарств. Але для розширення його інвестиційних можливостей (в даний час фонд не задовольняє навіть 5% потреби фермерів у кредитних ресурсах) необхідно істотно збільшити розмір виділених для цього бюджетних асигнувань для дрібних сільськогосподарських товаровиробників.

Важливим джерелом інвестиційних ресурсів можуть стати кредити лізингових компаній та виробників сільськогосподарської техніки. Вони можуть надавати техніку на умовах фінансової оренди (лізингу) або розстрочки. Доступ до неї обмежується лише вартістю техніки та спроможністю виробника вчасно робити платежі. Процедура отримання техніки є простішою, ніж кредиту у банку, але вартість користування такими схемами рівна банківському відсотку.

Заслугує уваги і таке джерело коштів для інвестування обігового капіталу як ф'ючерські контракти. Однак їх недоцільно заключати з кожним фермерським чи з особистим селянським господарством. Ф'ючерські контракти на окремі види сільськогоспо-

дарської продукції укладаються з аграрними біржами, а потім кожен дрібний товаровиробник може заключити договір на поставку продукції з біржею і отримувати під неї авансовані іншою стороною ф'ючерського контракту кошти.

Отже, мале підприємництво на селі в особі фермерських та особистих селянських господарств стало одним із основних виробників сільськогосподарської продукції в Україні. Однак низька продуктивність праці в цій сфері, що обумовлена низьким науково-технічним і технологічним рівнем виробництва, при відсутності дієвої державної підтримки роблять її продукцію дорогою і не конкурентоспроможною.

Для покращення сучасного стану та забезпечення інноваційного розвитку підприємцям необхідні значні інвестиційні ресурси, нестачу яких слід покривати за рахунок власних коштів. Для цього необхідно підвищити інвестиційні можливості дрібних сільськогосподарських товаровиробників, відновити паритет цін на сільськогосподарську продукцію та спожиті галузю матеріально-технічні ресурси. Ціна виробництва має встановлюватися із застосуванням показника норми прибутку, який зможе забезпечити всім партнерам рівну ефективність використання задіяного у виробництві власного і залученого капіталу.

Поряд із власними ресурсами, для інвестування малого бізнесу на селі необхідно використовувати залучений інвестиційний потенціал фізичних і юридичних осіб через франчайзинг, створення інвестиційних компаній, науково-технологічних парків, Земельного

банку, кредитних спілок, лізингових компаній, збільшення бюджетних фінансувань в Державний фонд підтримки фермерства і укладення ф'ючерських контрактів між підприємствами з переробки сільськогосподарської продукції та аграрними біржами як посередниками.

Тому для стабілізації виробництва, а з часом, відродження і поновлення економічного зростання на селі, необхідно в найближчій перспективі на рівні держави створити умови для зростання конкурентоздатного приватного сектору. На наш погляд, одне із ключових завдань у розв'язанні цієї надзвичайно складної проблеми полягає в тому, щоб максимально переключити ресурси держави з підтримки застарілих безперспективних виробництв на стимулювання зростання малого підприємництва в сільській місцевості та залучення приватних інвестицій, оскільки їхнє прискорене зростання компенсуватиме спад у старих виробництвах і стане методом підйому економіки сільських територій.

Вважаємо, що економіка в сільській місцевості передбачає реальну практику. Тому для максимального наближення дослідження до практичних результатів розглянемо процес вдосконалення розвитку підприємництва на селі в контексті процесу управління ним. На наш погляд, процес розвитку в цьому ракурсі слід розуміти як циклічне повторення чотирьох ключових етапів: аналіз та оцінка поточного економічного стану, визначення стратегічних цілей та завдань розвитку, виявлення та передбачення можливих перепон для



Рис. 1. Структура управління, що супроводжує регіональний розвиток: управління змінами [7]

розвитку і виконання стратегії та здійснення заходів, щодо подолання перешкод розвитку. Зазначимо, що четверта фаза цього повторюваного циклу повинна також складатися з відповідних трьох складових (рис. 1).

З травня 2008 року Україна є членом СОТ, тому, на наш погляд, необхідно проектувати основні напрями державної аграрної політики, використовувати та адаптувати позитивний світовий досвід, адже це впливає на розвиток малого підприємництва на селі, структуру сільськогосподарського виробництва, аграрний ринок, соціальну інфраструктуру села, доходи фермерів тощо.

Уваги заслуговує державна аграрна політика розвинених країнах з ринковою економікою, зокрема США, країн Євросоюзу (ЄС). На практиці саме країни з високим рівнем життя та доходів виділяють найбільші суми на підтримку сільгоспвиробників. Зокрема, в США її обсяги становлять близько 1% ВВП (46,5 млрд дол.), в країнах Євросоюзу – 1,2–1,3% ВВП (121,4 млрд дол.), Японії – 1,4% (48,7 млрд дол.). За цим показником Україна (2% ВВП) належить до країн з високим рівнем державної підтримки, випереджаючи навіть деякі з цих країн.

Обсяги таких компенсацій в окремих країнах досягають до 70% вартості продукції сільського господарства. Найбільша їх частка у Швейцарії (82%), Норвегії (75%), Ісландії (73%), Японії та Франції (72%), США (40%), Канаді (35%), Україні (8,3%), Росії (3,5%) [5]. Обсяги державної фінансової підтримки сільського господарства України зростали за рахунок збільшення прямої державної підтримки і запровадження спеціальних режимів оподаткування. У США головною метою аграрної політики держави вважається забезпечення продовольчої безпеки й активна участь у зовнішньоекономічній діяльності [4].

Державне регулювання охоплює всі сторони діяльності фермерів і агропромислового комплексу. Насамперед, воно включає сільськогосподарські програми, що мають на меті підвищення ціни та доходів фермерів; охорону природних ресурсів і навколишнього середовища; політику в міжнародній торгівлі, що спрямована на створення сприятливих умов для торгівлі американською продукцією; програми маркетингу та розширення попиту з метою підвищення конкурентоспроможності фермерів на зовнішньому та внутрішньому ринках; кредитні програми – страхування сільського господарства тощо.

Також діють федеральні закони, за якими держава гарантує закупку сільськогосподарської продукції у фермерів. Наприклад, один з таких законів передбачає закупку зерна кукурудзи за фіксованою ціною. Завдяки такій підтримці виробництво кукурудзи за останні роки зросло до 300 млн т (41% від світового рівня), з них 50 млн т – експортується. Сільське господарство США одержує 3,7% підтримки з федерального бюджету [9]. Ще однією передумовою таких результатів є висока технічна оснащеність сільгоспвиробників.

У США розроблено програму підтримки молочних фермерів, за якою передбачено 290 млн. доларів компенсацій витрат. Сума одноразових виплат розрахована на основі виробленого та реалізованого обсягу молока. На основі цих даних Міністерство сільського господарства США (USDA) підрахувало річні обсяги виробництва, за якими виплачена компенсація. Допомогу виплачено майже за половину виробленого в США молока – 40 млн т (за 1 кг молока – 0,7 цента). При середньому річному надої від корови на рівні 9,3 т сума дотацій на 1 тварину в США становить біля 70 доларів. Зауважимо, що державна підтримка надається

молочним фермам, де кількість голів не перевищує 300 корів. Разом з тим, у США повнота використання механізму підтримки споживачів шляхом надання адресної соціальної допомоги громадянам з низьким рівнем доходів є недостатньою. Через такий механізм підтримки надходить 40% державної допомоги сільському господарству країни, що є актуальним для України [4; 5].

У США державна аграрна політика має кілька типів програм, зокрема:

- введення дворівневих цін на сільськогосподарську продукцію (мають на меті підвищення доходів населення та підтримку внутрішніх цін);
- консервація та виведення з обороту сільськогосподарських земель (сприяє зниженню витрат і доповнює програму дворівневих цін);
- прямі виплати з бюджету фермерам (для покриття різниці в цінах між закупкою сільськогосподарської продукції та реалізацією її споживачам).

У країнах Євросоюзу також ведеться активне державне управління сільським господарством. Це, по-перше, зумовлено специфічною моделлю дотацій фермерам (субсидування експорту надлишкової продукції); по-друге, ефективно діє система державних закупок сільськогосподарської продукції в межах "інтервенцій", які проводяться для стабілізації ринку за фіксованими, затвердженими ЄС цінами, що значно вищі світових.

Враховуючи сезонність сільськогосподарського виробництва, у країнах Євросоюзу проводиться протекціоністська політика, яка забезпечує гарантований обсяг фінансування аграрного сектора за ціновим, кредитним та бюджетним каналами. Такі затрати компенсуються за рахунок зростання зайнятості в інших сферах економіки (переробка сільськогосподарської продукції, машинобудування тощо). Вважається, що таке дрібне приватне господарство, як аграрна система, не може вижити без дотацій.

У країнах ЄС на підтримку фермерів, що починають свою справу, спрямовується біля 10% від аграрного бюджету країни (найбільше у Франції – 25%). Держава регулює 90% цін на сільськогосподарську продукцію у вигляді субсидій для підтримки аграріїв через високі ціни на засоби виробництва. Наприклад, на підтримку виробництва та ринків на додаток до системи ЄС Данія витрачає 30% свого сільськогосподарського бюджету, Великобританія – 15%, Ірландія – 20% [9]. Така політика субсидування фермерів дозволила ЄС стати значним експортером сільськогосподарської продукції, проте такі дотації складають половину всього бюджету Євросоюзу. Ця система спричиняє переповерхнення аграрного ринку, впливає на конкурентоспроможність сільського господарства країн, що розвиваються і послаблює позицію Євросоюзу в рамках СОТ.

У Канаді державна підтримка фермерам надається через програми двох рівнів – федерального та провінційного. Серед програм федерального рівня

відзначимо національну програму стабілізації чистого доходу (NISA) і програму уніфікації цін через Пшеничну палату. Національна програма стабілізації чистого доходу є своєрідним механізмом заощадження для фермерів, який гарантує, що навіть у несприятливий рік рівень доходу фермера не впаде нижче середнього показника за останні 3 роки. Діяльність Пшеничної Палати спрямована на те, аби кожний фермер, який здійснив поставку пшениці або ячменю до Пшеничної Палати, в будь-який час протягом сільськогосподарського року, отримав за зерно певної категорії таку саму ціну, що й інші фермери. Такий механізм передбачає, що фермери продають зерно Пшеничній Палаті у зручний для них час і отримують встановлену початкову ціну, однакову для всього зерна одного класу.

Наприкінці року Пшенична Палата робить остаточний розрахунок та виплачує виробникам решту коштів. Внаслідок цього кінцева ціна, яку отримує фермер, не залежить ні від часу, коли він продав зерно Пшеничній Палаті, ні від того, на якому ринку і за яких умов було реалізоване це зерно самою Пшеничною палатою, але безпосередньо залежить від якості зерна. Водночас на виробника покладають витрати, пов'язані з доведенням зерна до стану, що відповідає стандарту. Недолік – продаж пшениці та ячменю через Пшеничну Палату Канади обов'язковий. Позитив – захист інтересів фермерів, забезпечення стабільності ринку, міцності позицій країни на світовому ринку та економії на масштабі.

Крім загальнодержавних програм, у Канаді існують програми державної підтримки фермерів на рівні кожної провінції: програма стабілізації доходу; програми надання позичок фермерам, зокрема програма підтримки фермерів-початківців; програми страхування врожаю. Програма стабілізації доходу гарантує, що чистий дохід фермера в будь-який рік не буде нижчим за визначений рівень від середнього показника за останні 5 років. У випадку зниження доходу нижче вказаного рівня, фермер отримує компенсацію різниці.

На відміну від федеральної, програма стабілізації доходу не передбачає, аби фермер робив внески до стабілізаційного фонду. Ця програма фінансується урядом: 50% витрат бере на себе федеральний бюджет і 50% – бюджет провінції. Починаючи з 1996 року, провінція не бере участі у програмі федерального рівня NISA, а пропонує своїм фермерам привабливіші умови захисту їх інтересів [5].

Узагальнюючи зарубіжний досвід державної аграрної політики, можна виділити п'ять основних векторів державної підтримки аграрних виробників:

1. Міжнародна торгівля – захист вітчизняних виробників від ввезення в країну сільськогосподарської продукції, введення квот, ембарго, бартер тощо.

2. Збут (маркетинг) – сприяння розвитку збутових кооперативів і збільшення попиту на певний вид продукції.

3. Кредитування та страхування – держава удосконалює кредитні домовленості, веде переговори з банками про зниження позикового відсотка.

4. Обмеження виробництва сільськогосподарської продукції – регулювання посівних площ основних сільськогосподарських культур, скорочення можливого перевищення пропозиції товару над попитом.

5. Соціальна політика – сприяння комплексному розвитку сільських територій і підвищення життєвого рівня селян шляхом регулювання демографічних процесів сільського розвитку та депресивних територій.

Враховуючи намагання інтеграції України до європейського економічного простору, важливо врахувати переваги та ризики для сільського господарства та сформувати основні шляхи державної політики, що покликані знизити ризики та нейтралізувати можливі негативні наслідки і прискорити реалізацію переваг від лібералізації торговельних режимів:

- удосконалення вітчизняного законодавства, податкової, митної фінансово-кредитної політики;
- сприяння експорту з метою розширення зовнішніх ринків збуту для українських експортерів;
- стимулювання внутрішнього попиту на продовольство;
- підвищення конкурентоспроможності національних виробників за рахунок поліпшення якості та безпеки продукції шляхом впровадження міжнародних стандартів якості;
- сприяння зростанню конкурентоспроможності вітчизняних товаровиробників на внутрішніх і зовнішніх ринках шляхом проведення реструктуризації збиткових сільськогосподарських підприємств, ефективного державного регулювання аграрних ринків, використання ефективних механізмів підтримки сільськогосподарських товаровиробників;
- державна підтримка розвитку обслуговуючої та збутової кооперації дрібних товаровиробників і формування для них ринкової інфраструктури;
- сприяння розвитку сільської місцевості.

На наш погляд, загальні риси, властиві різним зарубіжним країнам, слід враховувати при формуванні системи підтримки та розвитку малого підприємництва в сільській місцевості України, зокрема:

- наявність спеціальних правових актів, що визначають мету державної політики й регулюють комплекс питань державної підтримки підприємництва;
- наявність розвинутої системи спеціалізованих урядових закладів та організацій із державним або змішаним капіталом, які забезпечують скоординоване виконання комплексу завдань щодо підтримки підприємництва, зокрема малого в сільській місцевості;
- регіональне розмежування функцій між центральними, регіональними і місцевими органами державної влади з делегуванням широких повноважень адміністративно-територіальним одиницям при збереженні за центральними органами загальних координаційних функцій,

- що забезпечує єдність економічного простору та господарського регулювання;
- розробка і реалізація системи державних програм фінансового, технологічного, інформаційного, консультаційного, зовнішньо-економічного, кадрового сприяння малому підприємству в сільській місцевості;
 - асигнування програм підтримки малого підприємства з бюджетів різних рівнів, створення стимулюючих податкових інструментів, використання різноманітних форм і методів фінансування, створення спеціалізованих фінансових, кредитних, страхових та інвестиційних інститутів, заохочення приватних кредитів та інвестицій у сферу малого підприємства в сільській місцевості шляхом державних гарантій, страхування тощо;
 - орієнтація на непрямі форми підтримки малого підприємства, які не спотворюють (не деформують і не гальмують) вплив ринкових механізмів;
 - взаємодія органів державної влади різних рівнів зі спілками та об'єднаннями підприємців з метою врахування їхніх пропозицій при розробці та прийнятті відповідних рішень, нормативно-правових актів тощо.

Висновки та пропозиції. Отже, державна підтримка малого підприємства в сільській місцевості – це складова системи державного регулювання сільського господарства, що є сукупністю правових, фінансово-економічних, організаційних та інших заходів держави щодо стимулювального впливу на розвиток як сільськогосподарського виробництва, так і сільських територій у потрібному для суспільства напрямку [6, с. 77].

Основною метою програми державної підтримки підприємства в сільській місцевості є реалізація державної політики захисту і підтримки підприємства, передусім у приватному секторі економіки, створення правових і організаційно-економічних умов для його розвитку, формування механізму державного регулювання і координації підприємницької діяльності [12].

Досвід багатьох зарубіжних країн підтверджує, що державна політика щодо малого підприємства є важливим напрямом соціально-економічної політики держави в цілому відповідно до основних національних інтересів. Ця політика формується за принципом створення сприятливого середовища щодо розвитку малого підприємства, особливо в тих напрямках діяльності, які дають максимальний соціально-економічний ефект у країні або в регіоні.

Для вирішення окреслених проблем у сфері малого підприємства в сільській місцевості нами пропонується:

- удосконалити регулювання підприємницької діяльності (реалізація державної регуляторної політики у сфері господарської діяльності, забезпечення діяльності дорадчих органів, забезпечення оперативного реагування на про-

блемні питання діяльності суб'єктів малого підприємництва);

- проводити ефективну фінансово-кредитну та інвестиційну підтримку (надання фінансової допомоги суб'єктам малого підприємства для реалізації бізнес-планів за пріоритетними сферами; використання понижуючого коефіцієнта при розрахунку орендних ставок; надання методично-консультаційної допомоги суб'єктам підприємства; допомога в розробці бізнес-планів на започаткування підприємства та розширення діючого виробництва тощо);
- забезпечити ресурсну, інформаційну та матеріально-технічну підтримку підприємства (забезпечення суб'єктів малого підприємства ресурсами: постійне оновлення бази даних незадіяних приміщень, виробничих площ, обладнання, устаткування, об'єктів незавершеного будівництва та земельних ділянок, передача комунального майна суб'єктам малого підприємства на умовах довгострокової оренди, викупу шляхом аукціонів і конкурсів) [3, с. 203].

Державну підтримку розвитку підприємницької діяльності в сільській місцевості України, на наш погляд, необхідно здійснювати шляхом:

- проведення різноманітних конкурсів із залученням сільського населення до підприємницької діяльності;
- продовження практики залучення безробітних громадян до самостійної зайнятості шляхом одноразової виплати допомоги по безробіттю для організації ними підприємницької діяльності через районний центр зайнятості;
- забезпечення організації професійної підготовки, перепідготовки та підвищення кваліфікації безробітних за професіями, які дозволяють займатися підприємницькою діяльністю в сільській місцевості;
- запровадження в навчальних програмах навчальних закладів та випускних класах середніх загальноосвітніх шкіл основ підприємницької діяльності та організації малого підприємства для поширення інформації серед молоді.

В сільській місцевості мале підприємство має специфічний характер, тому його роль в економіці держави та регіонів буде відчутною, а потенціал повною мірою використано лише із забезпеченням обов'язкової ефективної підтримки розвитку малого підприємства з боку органів державної влади та місцевого самоврядування на регіональному рівні.

ЛІТЕРАТУРА

1. Біловус Г. Мале підприємство в Україні: сучасний стан та проблеми розвитку / Г. Біловус // Регіональна економіка. – 2013. – № 4. – С. 86-92.
2. Від відкриття Земельного банку виграють фермери і малі та середні агропідприємства. – [Електронний ресурс]. –

Режим доступу: http://dt.ua/ECONOMICS/vid-vidkrittya-zemelno-banku-vigrayut-fermeri-i-mali-ta-seredni-agropidpriyemstva-119280_.html

3. Галанець В. Г. Територіальні особливості розвитку регіонального АПК: монографія / В. Г. Галанець. – Львів: Українська технологія, 2004. – 224 с.

4. Государство и рынок: американская модель / Под ред. М. Портоного и В. Супяна. – М.: И-во "Анкил", 1999. – С. 38.

5. Горлов С. Аграрная сфера развитых стран: состояние и перспективы развития / С. Горлов // АПК: экономика, управление. – 2012. – № 9. – С.41-44.

6. Діброва А.Д. Державне регулювання сільськогосподарського виробництва: теорія, методологія, практика / А. Д. Діброва. – Київ: ВПД "Формат", 2008. – 488 с.

7. Ковалюк Б.І. Підвищення економічної ефективності механізмів державної підтримки малого підприємництва в сільській місцевості / Б.І.Ковалюк // Ефективна економіка. – 2014. – № 11. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=3568>.

8. Матусова О. М. Розвиток малого підприємництва на селі в умовах СОТ / О.М.Матусова. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://economist.lacruaх.com/rozvitok-malogo-pidpriyemnictva-na-seli-v-umovaxsot>.

9. Надвиничний С. А. Зарубіжний досвід державної підтримки сільського господарства / С.Надвиничний // Еконо-

міка АПК. – 2011. – № 2. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.agrosvit.info/pdf/2011_2/2_2011_2.pdf

10. Національна доповідь: Про стан та перспективи розвитку підприємництва в Україні. – К.: Логос, 2009. – 177 с. ISBN 978-966-171-114-2

11. Особливості розвитку підприємництва в аграрному секторі // Режим доступу: <http://agroua.net/economics/documents/category-138/doc-277/>

12. Постанова КМУ "Про Програму державної підтримки підприємництва" від 17 березня 1993 р. № 201. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/201-93-%D0%BF>.

13. Пріоритетні напрямки політики підтримки малого підприємництва в Україні / М.Й. Малік, Б.І. Ковалюк // Конкурентоспроможність та інноваційний розвиток України: проблеми науки та практики. Науково-інформаційний журнал "Бізнес інформ". м. Харків: ХНЕУ, 2009. № 2. – с. 148-150.

14. Саблук П.Т. Стан економіки і реформ в агропромислового комплексі України та завдання вчених економістів-аграрників // П.Т.Саблук. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.agro-inform.ru>

15. Стратегія економічного і соціального розвитку України (2004–2015 роки) "Шляхом Європейської інтеграції" / Авт. кол.: А.С. Гальчинський, В.М. Гесць та ін; Нац. Ін-т стратег. Дослідж., Ін-т екон. прогнозування НАН України, М-во економіки України. – К.: ІОЦ Держкомстату України, 2004. – 416 с.

УДК 332.122.009.12

ЗАХАРЧЕНКО С.В., к.е.н.

м. Вінниця

УКРАЇНА ТА ЇЇ РЕГІОНИ В РЕЙТИНГАХ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ВСЕСВІТНЬОГО ЕКОНОМІЧНОГО ФОРУМУ

Анотація. Стаття присвячена узагальненню та обґрунтуванню можливостей практичного застосування оцінок конкурентоспроможності України та її регіонів за методологією Всесвітнього економічного форуму (ВЕФ). Розглянуто (в динаміці) місце України та її регіонів в рейтингах конкурентоспроможності ВЕФ, зокрема за факторами і субфакторами конкурентоспроможності та їх складовими. Наведено обґрунтування стратегічних напрямів розвитку України та її регіонів в контексті рейтингових оцінок.

Ключові слова: конкурентоспроможність, фактори і субфактори конкурентоспроможності, рейтинг, стратегія, пріоритети розвитку.

Аннотация. Статья посвящена обобщению и обоснованию возможностей практического применения оценок конкурентоспособности Украины и ее регионов по методологии Всемирного экономического форума (ВЭФ). Рассмотрены (в динамике) место Украины и ее регионов в рейтингах конкурентоспособности ВЭФ, в частности по факторам и субфакторам конкурентоспособности и их составляющими. Приведено обоснование стратегических направлений развития Украины и ее регионов в контексте рейтинговых оценок.

Ключевые слова: конкурентоспособность, факторы и субфакторы конкурентоспособности, рейтинг, стратегия, пріоритеты развития.

Abstract. The article is devoted to generalization and substantiation of practical application estimates the competitiveness of Ukraine and its regions according to the methodology of the World Economic Forum (WEF). Considered (dynamics) place of Ukraine and its regions in WEF competitiveness rankings, including the factors and subfactors competitiveness and their components. The ground strategic directions of Ukraine and its regions in the context of ratings.

Key words: competitiveness, factors and subfactors competitiveness, rating, strategy development priorities.

Постановка проблеми. Для України, яка нещодавно стала незалежною державою, досить актуальним є питання її рейтингового статусу. Рейтингові оцінки

України та її регіонів дають можливість представникам влади, ЗМІ, науковцям і загалом зацікавленим особам предметно орієнтуватися у рівні та динаміці її

розвитку в порівнянні з іншими країнами та регіонами – “глобальними гравцями”.

Для аналізу рівня та динаміки конкурентоспроможності України та її регіонів найчастіше використовують рейтинги Всесвітнього економічного форуму (ВЕФ), який щорічно проводиться у Давосі (Швейцарія). Вони мають не тільки світоглядне, але й практичне значення, оскільки вказують на сильні і слабкі сторони, можливості і загрози, що стоять перед країною та її регіонами. Тому необхідним є узагальнення наявних оцінок України та її регіонів за методологією ВЕФ з метою їх практичного застосування.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. В основі оцінок конкурентоспроможності країн за методологією ВЕФ лежать фундаментальні ідеї, що були започатковані в працях М. Портера [10] та фахівців, що працюють під егідою цього міжнародного форуму [12]. Ці ідеї знайшли подальший розвиток у працях Б. Данилишина та В. Веклича [1], В. Дорогова [2], Л. Петкової та ін. [8], В. Пономаренка та В. Горбатова [9], А. Ходжаян [11] та ін.

Мета статті. У даній статті ми поставили за мету узагальнити наявні напрацювання щодо оцінок конкурентоспроможності України та її регіонів з метою виявлення слабких місць у їх розвитку задля визначення стратегічних напрямів суспільно-економічних трансформацій на національному й регіональному рівнях.

Виклад основного матеріалу. Методологія оцінки конкурентоспроможності країн базується на підході до визначення конкурентоспроможності країн М. Портера, який передбачає порівняльну оцінку інститутів, політик і факторів, які визначають рівень продуктивності в усіх сферах життєдіяльності обраної

сукупності країн [10, с. 209–215]. На її основі фахівці ВЕФ запропонували оригінальну методологію для визначення конкурентоспроможності країн. Згідно з нею, конкурентоспроможність країни має оцінюватися поетапно, виходячи зі стадій її розвитку. На початковій стадії розвитку конкурентоспроможності її визначають основні фактори, зокрема сировинні ресурси та некваліфікована робоча сила; на стадії ефективного розвитку – процес формування конкурентних переваг, а саме: складні виробничі процеси, які забезпечують підвищення якості продукції; на стадії інноваційного розвитку – конкурентні переваги, зокрема темпи зростання заробітної плати та рівня життя людей.

В основі методики ВЕФ з 1986 р. лежить укладання рейтингу країн за індексом зростання конкурентоспроможності (ІЗК), а з 2006 р. – за *індексом глобальної конкурентоспроможності* (ІГК), який був розроблений групою вчених на чолі з професором Колумбійського університету Хав’єром Сала-І-Мартіном. Обидва ці індекси дозволяють визначати здатність національного господарства досягати стабільного розвитку згідно визначеної сукупності параметрів. Але якщо перший індекс визначався за 35-ма параметрами, то другий – спочатку за 90-ма, а потім і більшою кількістю параметрів [4; 12].

Звичайно, основним є ІГК; при його розрахунку знаходиться зважене середнє значення великої кількості різних компонентів, кожний з яких стосується одного з аспектів конкурентоспроможності. Причому усі компоненти згруповані в 12 складових конкурентоспроможності, які між собою взаємопов’язані (рис. 1).

З рис. 1 випливає, що бізнес, наприклад, не може застосовувати інновації, якщо робоча сила недостатньо освічена або погано підготовлена [6, с. 15-16].

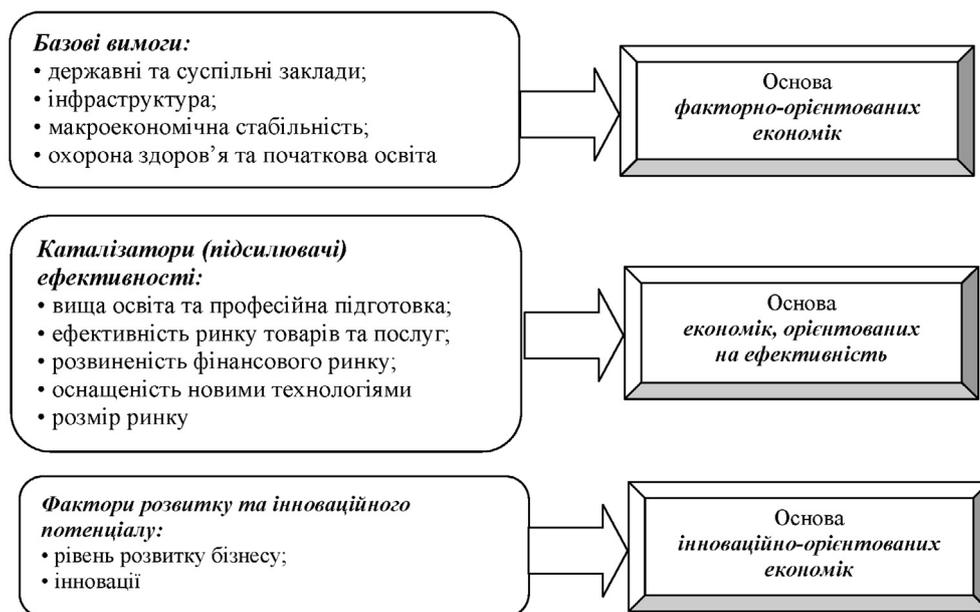


Рис. 1. Основні складові конкурентоспроможності економік різних типів

Джерело: [6, с. 16]

Зрозуміло, що різні фактори по-різному впливають на різні країни. Щоб це врахувати, складові факторів згруповані в три субіндекси, кожний з яких є найбільш важливим на певній стадії розвитку економіки. Так, субіндекс базових вимог є вирішальними для країн, економічний розвиток яких залежить від базових факторів (наприклад, Камеруну). Субіндекс катализаторів (підсилувачів) ефективності є найбільш важливим для країн, розвиток яких залежить від підвищення ефективності економіки, зокрема України. Субіндекс факторів інновацій і розвитку є основним для розвинених країн (США, Японія, Німеччина та ін.), економічне зростання яких найбільше залежить від інновацій [6, с. 16]. Причому питома вага кожного субіндексу на відповідній стадії розвитку економіки країни є іншою (табл. 1).

Для визначення стадії розвитку економіки країни застосовуються два критерії. Перший критерій базується на рівні ВВП на душу населення: перша стадія – до 2 тис. дол., друга – від 2 до 17 тис. дол. і третя – понад 17 тис. дол. Другий критерій характеризує ступінь залежності розвитку країни від основних факторів – за часткою сировинної продукції в експорті; якщо такої продукції понад 70 %, то країна перебуває на першій стадії розвитку. Країни, економіка яких перебуває між двома із будь-якої з трьох стадій, вважаються країнами з "перехідною економікою".

ІГК формують на основі двох видів даних. Зі 110 змінних або індикаторів, які складають індекс, приблизно одна третина – це статистичні дані. Решта даних отримана шляхом опитування бізнес-керівників. Важливо ще підкреслити, що в розрахунках застосовується коефіцієнт дисконтування (до результатів попереднього року), чим забезпечується більша вага найсвіжіших даних.

Для нормалізації статистичних даних використовуються формули, що дають значення змінних в інтервалі від 1 до 7, зокрема для нормалізації даних, більше значення яких означає підвищення результуючої ознаки, використовується формула (1):

$$6 \times \frac{(\text{загальний бал країни} - \text{мінімальний бал у вибірці})}{(\text{максимальний бал у вибірці} - \text{мінімальний бал у вибірці})} + 1$$

Відповідно, для нормалізації статистичних даних (факторних ознак), більше значення яких означає погіршення результуючої ознаки (наприклад, збільшення

кількості захворювань, зростання державного боргу), використовується формула (2):

$$-6 \times \frac{(\text{загальний бал країни} - \text{мінімальний бал у вибірці})}{(\text{максимальний бал у вибірці} - \text{мінімальний бал у вибірці})} + 7.$$

За значеннями ІГК і його складових проводиться рейтингування країн. Вони вважаються конкурентними, якщо посідають місця не нижче 50-го в загальному рейтингу [6, с. 31].

Методика розрахунку ІГК при незначній її модифікації може успішно використовуватися й для оцінки рівня конкурентоспроможності регіонів країни. Сильною стороною цієї методики є те, що вона дозволяє порівнювати рівні конкурентоспроможності регіонів не тільки на національному, а й міжнародному рівнях, а також із рівнями конкурентоспроможності окремих країн.

Аналіз зміни позицій української економіки за останні десятиліття можна простежити на основі доповідей ВЕФ "Глобальні огляди конкурентоспроможності" за відповідні роки, які в узагальненому вигляді представлені в табл. 2.

Примітно, що Україна, попри економічне зростання з 2000 р., втратила в наступні два роки свої конкурентні переваги й спустилася по ієрархічній драбині глобальної конкурентоспроможності. Так, у 2001–2002 рр. за індексом зростання конкурентоспроможності (ІЗК) вона зійшла з 69-го місця на 77-ме з-поміж 80 країн, а у 2003 р. зайняла 84-те місце серед 102 країн світу. До речі, у 2004 р. місце України за цим індексом (86-те з-поміж 104 країн) було останнім серед європейських країн. Проте, навіть незважаючи на збільшення кількості країн, охоплених рейтинговими оцінками, можна констатувати, що, починаючи з 2005 р., Україна стала поліпшувати свої конкурентні позиції.

У 2008–2009 рр. уже за індексом глобальної конкурентоспроможності вона зайняла 72-ге місце в рейтингу ВЕФ із загальним балом в 4,09. Однак за 2009–2010 рр. Україна опустилася в рейтингу на 82-ге місце і її "сусідами" в таблиці про ранги стали такі африканські країни, як Гамбія (81) і Алжир (83). У 2010–2011 рр. падіння України за ІГК продовжилось – до 89-го місця, що нижче Албанії, але вище Гамбії. Щоправда, у 2011–2012 рр. вона вирівняла ситуацію й знову зайняла 82-ге місце в рейтингу між Тринідад та Тобаго і Намібією. Тільки у 2012–2013 рр. Україна вийшла на докризовий рівень – 73-те місце (при

Таблиця 1.

Вагові частки субіндексів конкурентоспроможності країн на кожній стадії їхнього розвитку, %

Субіндекс	Стадія факторної орієнтованості	Стадія орієнтованості на ефективність	Стадія орієнтованості на інновації
Базові вимоги	60	40	20
Катализатори (підсилувачі) ефективності	35	50	50
Фактор розвитку та інноваційного потенціалу	5	10	30

Джерело: [6, с. 17]

збільшенні кількості країн в рейтингу на 13) – після Чорногорії і перед Уругваєм [12 та ін.].

Показники України за субіндексами та складовими ІГК 2007–2013 рр. згруповані нами в табл. 3.

У період найбільшого загострення кризи (2008–2010 рр.) Україна відкотилась назад за всіма субіндек-

сами ІГК: базовими вимогами (з 86-го на 102-ге місце); підсилювачами ефективності (з 58-го на 74-те) та факторами інноваційного розвитку (з 66-го на 93-ге місце). В цей період вона покращила свій рейтинг лише за трьома складовими ІГК: розвитком інфраструктури (68-ме місце проти 79-го), ефективністю

Таблиця 2.

Зміна позицій України за конкурентоспроможністю економіки серед інших країн (оцінки Всесвітнього економічного форуму)

Рік	Місце в міжнародному рейтингу за індексом зростання конкурентоспроможності	Місце в міжнародному рейтингу за індексом глобальної конкурентоспроможності
2001	69-ге – серед 75 країн	–
2002	77-ме – серед 80 країн	–
2003	84-ге – серед 102 країн	–
2004	86-ге – серед 104 країн	–
2005	84-ге – серед 117 країн	–
2006–2007	–	78-ге – серед 125 країн
2007–2008	–	73-ге – серед 131 країни
2008–2009	–	72-ге – серед 134 країн
2009–2010	–	82-ге – серед 133 країн
2010–2011	–	89-ге – серед 139 країн
2011–2012	–	82-ге – серед 142 країн
2012–2013	–	73-ге – серед 144 країн

Джерело: складено за даними [1, с. 15; 12].

Таблиця 3.

Рейтинг України за індексом і субіндексами глобальної конкурентоспроможності та їх складовими

Індекс, субіндекси та складові глобальної конкурентоспроможності	2007–2008 (131 країна)		2008–2009 (134 країни)		2009–2010 (133 країни)		2010–2011 (139 країн)		2011–2012 (142 країни)		2012–2013 (144 країни)	
	бал	ранг	бал	ранг	бал	ранг	бал	ранг	бал	ранг	бал	ранг
Індекс глобальної конкурентоспроможності	4,20	73	4,09	72	3,96	82	3,90	89	4,00	82	4,14	73
<i>Субіндекс А: Основні вимоги (40,0%)</i>	4,24	90	4,15	86	3,96	94	3,92	102	4,18	98	4,35	79
1. Державні та громадські установи	3,39	115	3,26	115	3,10	120	2,96	134	2,98	131	3,13	132
2. Інфраструктура	3,17	77	3,13	79	3,39	78	3,83	68	3,87	71	4,10	65
3. Макроекономічна стабільність	4,57	82	4,62	91	3,96	106	3,20	132	4,21	112	4,40	90
4. Охорона здоров'я та початкова освіта	5,81	74	5,59	60	5,41	68	5,70	67	5,64	74	5,78	62
<i>Субіндекс В: Каталізатори (підсилювачі) ефективності (50,0%)</i>	4,31	66	4,12	58	4,05	68	3,98	72	4,00	74	4,11	65
5. Вища освіта та професійна підготовка	4,71	53	4,46	43	4,38	46	4,61	46	4,58	51	4,70	47
6. Ефективність ринку товарів	4,01	101	3,87	103	3,74	109	3,53	129	3,58	129	3,82	117
7. Ефективність ринку праці	4,64	65	4,47	54	4,57	49	4,54	54	4,44	61	4,44	62
8. Рівень розвитку фінансового ринку	4,04	85	4,00	85	3,56	106	3,31	119	3,39	116	3,52	114
9. Оснащення новими технологіями	4,01	93	3,38	65	3,37	80	3,37	83	3,47	82	3,60	81
10. Розмір ринку	4,50	26	4,56	31	4,67	29	4,53	38	4,58	38	4,60	38
<i>Субіндекс С: Фактори інновацій та розвитку (10,0%)</i>	3,79	75	3,66	66	3,42	80	3,30	88	3,29	93	3,43	79
11. Рівень розвитку бізнесу	4,00	81	3,91	80	3,63	91	3,48	100	3,42	103	3,70	91
12. Інновації	3,58	65	3,40	52	3,21	62	3,11	63	3,11	74	3,16	71

Джерело: складено за даними [4-7; 12].

ринку праці (49-те місце проти 54-го) та розміром ринку (31-ше місце проти 29-го).

Зниження більшості рейтингових показників конкурентоспроможності економіки України було пов'язано передусім із різким падінням попиту на експортну продукцію, девальвацією національної валюти та руйнуванням фінансової системи.

У 2012–2013 рр. конкурентоспроможність країни стала вищою завдяки поліпшенню макроекономічного середовища. Бюджетний дефіцит був скорочений до 2,7 % ВВП. Інфляція також була зменшена, хоча вона все ще залишається досить високою – близько 8 %. Загалом Україна підтримує свою конкурентоспроможність завдяки великому розміру ринку (38-ме місце в рейтингу) і розвиненій освітній системі (47-ме місце за вищою освітою і 54-те – за початковою). Значний освітній потенціал країни забезпечує передумови для подальшого розвитку інноваційних можливостей країни (71-ше місце).

Можливо, найголовнішою проблемою країни є недосконалість її інституціональної структури (132-ге місце), яка страждає від бюрократизму, недостатньої прозорості і фаворитизму. Україна могла б стати більш конкурентоспроможною у разі підвищення її конкурентності на ринках товарів і послуг (117-ге місце) і продовження реформи фінансового і банківського секторів (114-ге місце) [7].

Слід мати на увазі, що для України найважливішими є перші десять складових ІГК, оскільки вона за рівнем ВВП на душу населення (3013 дол. на одну особу), згідно методології ВЕФ, відноситься до групи країн, що знаходяться на *другій стадії розвитку* економіки (табл. 4).

Показники України за кожною складовою ІГК за 2012–2013 рр. порівняно із середніми результатами для країн другої групи відображено на рис. 2.

З рисунка видно, що за показниками вищої освіти та професійної підготовки й розміру ринку Україна виділяється в кращий бік серед країн другої групи. На середньому рівні у неї показники інфраструктури, охорони здоров'я та початкової освіти, ефективності ринку праці, оснащення новими технологіями, рівня розвитку бізнесу та інновацій. Відстає Україна за показниками розвитку державних та приватних інституцій, макроекономічної стабільності, ефективності ринку товарів та рівня розвитку фінансового ринку.

У 2007–2012 рр. Фондом "Ефективне Управління" проведено ряд досліджень конкурентоспроможності регіонів України обласного рівня [4-6]. З кожним роком кількість регіонів у вибірці для дослідження зростала і з 2010–2011 рр. нею було охоплено всі регіони України.

Підсумковий рейтинг регіонів за роки досліджень наведено в табл. 5.

Провідне місце в рейтингу упродовж усіх років по-сідає місто Київ, що у 2011–12 рр. мав 4,21 бали. У рейтингу ВЕФ місто йде нарівні з Росією (66-ге місце). За Києвом із деяким відставанням йде Харківська область, яка набрала 4,19 балів як і Словаччина (69-ге місце). Далі йдуть Дніпропетровська (73–74-ге місце), нарівні з Марокко і Болгарією), Донецька і Київська (75-ге місце, з кращим показником, ніж Філіппіни) області.

До другої групи ми відносимо регіони, значення ІГК яких вище за середній бал (4,00), але не перевищує 4,10; це Одеська, Запорізька і Полтавська області та м. Севастополь. Ці значення індексів відповідають 76–80-му місцям рейтингу.

У третій групі представлені 11 областей, які мають індекси від 3,90 до 3,99, в четвертій – 6 областей, з найменшими значеннями індексів – від 3,82 до 3,89.

Таблиця 4.

Класифікація країн за стадіями розвитку

Стадія	Кількість країн	Бали у рейтингу (від 1 до 7)	ВВП на душу населення, тис. дол. США	Порівнювані країни	Рейтинг 2012/2013
Стадія 1: факторної орієнтованості	38	1–4,2	до 2	Чад	139
				Молдова	87
				В'єтнам	75
Перехід зі стадії 1 на стадію 2	17	3,5–5,2	2–3	Венесуела	126
				Азербайджан	46
				Катар	11
Стадія 2: орієнтація на ефективність	33	3,9–4,9	3–9	Україна	73
				Китай	29
				Малайзія	25
Перехід зі стадії 2 на стадію 3	21	4,0–5,1	9–17	Ліван	91
				Росія	67
				Естонія	34
Стадія 3: орієнтація на інновації	35	3,9–7	понад 17	Греція	96
				Чехія	39
				Швейцарія	1

Джерело: складено за [12].

Херсонська область – з найнижчим регіональним рейтингом – має рівень конкурентоспроможності Екватору (101-ше місце рейтингу).

Більшість регіонів зберегли свої місця в рейтингу ІГК за 2011–2012 рр. порівняно з попередніми роками. Відчутно поліпшили свої позиції в рейтингу два регіони: Рівненська та Чернівецька області, яка перемістилася, відповідно, з 16-го на 12-те та з 20-го на 16-те місця. Значно погіршилися позиції Луганської області, яка з 11-го місця перемістилася на 20-те; помітний регрес і у Миколаївській області, яка відступила на три позиції – з 11-го місця на 14-те.

В табл. 6 показані рейтинги регіонів України за субфакторами ІГК і кожною з їх складових.

Як видно з таблиці, у 2011–2012 рр. лідером за субфакторами базових вимог і підсилювачів ефективності був Київ. За субфактором інновацій і розвитку першу позицію утримувала



Рис. 2. Показники конкурентоспроможності України в порівнянні з іншими країнами, орієнтованими на ефективність економіки (в балах – від 1 до 7), 2012–2013 рр.

Джерело: [7].

Таблиця 5.

Індекс конкурентоспроможності регіонів України за методологією Всесвітнього економічного форуму

Область	2007–2008 рр.	2008–2009 рр.	2009–2010 рр.	2010–2011 рр.		2011–2012 рр.		
				індекс	ранг	індекс	ранг	група
АР Крим	4,02	3,62	4,06	3,77	20	3,94	18	III
Вінницька	3,98	3,77	3,77	3,86	14	3,97	14	III
Волинська	3,88	3,87	11	3,99	11	III
Дніпропетровська	4,24	4,09	4,12	4,10	2	4,16	3	I
Донецька	4,07	4,02	4,06	4,03	5	4,14	4	I
Житомирська	...	3,69	3,84	3,76	23	3,87	24	IV
Закарпатська	4,22	3,45	4,09	3,80	18	3,95	16	III
Запорізька	...	4,16	3,95	3,98	6	4,07	7	II
Івано-Франківська	3,86	3,78	19	3,93	20	III
Київська	4,04	4	4,12	5	I
Кіровоградська	3,68	25	3,84	26	IV
Луганська	3,92	3,87	11	3,93	20	III
Львівська	4,14	3,97	4,09	3,88	10	4,00	10	II
Миколаївська	3,87	11	3,97	14	III
Одеська	...	4,11	3,94	3,95	8	4,10	6	II
Полтавська	4,02	3,90	3,98	3,94	9	4,02	8	II
Рівненська	3,87	3,81	16	3,98	12	III
Сумська	4,07	4,04	3,85	3,84	15	3,98	12	III
Тернопільська	3,74	24	3,88	23	IV
Харківська	4,04	4,05	3	4,19	2	I
Херсонська	3,90	3,76	3,90	3,58	27	3,82	27	IV
Хмельницька	4,10	3,84	3,96	3,77	20	3,92	22	IV
Черкаська	3,85	3,80	3,96	3,81	16	3,94	18	III
Чернівецька	3,77	20	3,95	16	III
Чернігівська	3,68	25	3,87	24	IV
м. Київ	4,25	4,17	4,21	4,26	1	4,37	1	I
м. Севастополь	3,96	7	4,02	8	II
Україна (середнє за регіонами)	4,07	3,89	3,97	3,87	x	4,00	x	x

Джерело: складено за даними [4, с. 7; 5, с. 7; 6, с. 29].

Таблиця 6.

Рейтинги регіонів України за Індексом глобальної конкурентоспроможності (ІГК), його субіндексами та їх складовими, 2011–2012 рр.

Область	ІГК	А. Базові вимоги	1. Інституції	2. Інфраструктура	3. Макроекономічне середовище	4. Охорона здоров'я та початкова освіта	Б. Підсилювачі ефективності	5. Вища освіта та професійна підготовка	6. Ефективність ринку товарів	7. Ефективність ринку праці	8. Рівень розвитку фінансового ринку	9. Технологічна готовність	10. Розмір ринку	В. Фактори інновацій та розвитку	11. Рівень розвитку бізнесу	12. Інновації
АР Крим	19	11	23	6	1	19	22	25	24	26	25	18	10	20	8	25
Вінницька	15	16	8	15	1	16	13	22	4	6	16	12	14	11	13	11
Волинська	11	10	1	21	1	8	10	20	2	9	1	13	17	16	15	18
Дніпропетровська	3	14	19	9	1	23	2	6	6	5	6	4	7	3	2	4
Донецька	4	7	13	5	1	20	4	12	11	17	2	5	3	1	1	3
Житомирська	25	27	14	24	1	24	21	21	22	7	22	17	20	26	24	26
Закарпатська	17	9	3	22	1	3	18	26	3	22	18	16	12	25	26	22
Запорізька	7	8	15	8	1	17	7	4	8	11	3	15	8	6	4	9
Івано-Франківська	21	22	16	23	1	6	16	18	18	15	14	21	11	15	19	12
Київська	5	2	12	7	1	2	6	17	1	12	7	7	5	14	14	17
Кіровоградська	26	26	6	25	1	27	26	27	20	14	26	25	23	13	9	16
Луганська	20	19	20	13	1	18	20	13	13	21	19	24	18	8	6	8
Львівська	10	23	24	17	1	4	8	7	19	23	11	9	7	19	23	15
Миколаївська	14	15	18	10	1	26	15	16	15	19	24	8	13	9	20	5
Одеська	6	4	26	2	1	10	5	5	12	24	23	3	6	18	16	20
Полтавська	9	12	9	12	1	14	9	11	16	18	5	14	9	12	10	14
Рівненська	12	13	4	20	1	11	11	8	7	2	4	23	22	10	7	10
Сумська	13	18	5	16	1	25	12	9	17	20	15	11	16	5	9	7
Тернопільська	23	24	10	27	1	5	23	10	23	13	12	26	25	22	22	19
Харківська	2	5	25	3	1	13	3	1	14	16	9	2	4	2	3	1
Херсонська	27	25	21	19	1	21	27	23	27	27	27	19	24	24	25	21
Хмельницька	22	21	7	26	1	9	17	19	10	3	13	22	19	23	18	24
Черкаська	18	20	17	14	1	15	14	14	25	8	17	10	15	21	17	23
Чернівецька	16	6	2	18	1	1	24	15	5	4	8	20	26	17	21	13
Чернігівська	24	17	11	11	1	22	25	24	26	1	21	27	21	27	27	27
м. Київ	1	1	27	1	1	12	1	2	9	10	20	1	1	7	11	6
м. Севастополь	8	3	22	4	1	7	19	3	21	25	10	6	27	4	12	2

Джерело: складено за даними [5, с. 56].

Донецька область. Херсонська область зайняла останнє місце в рейтингу тому, що в неї найнижчі показники за найважливішим субфактором "підсилювачі ефективності".

Детальні результати за всіма показниками ІГК для кожного регіону наведено у вигляді профілів конкурентоспроможності у Звітах про конкурентоспроможність України, які регулярно оприлюднюються Фондом "Ефективне управління" [4-6 та ін.].

ІГК та рейтинги України і її регіонів, складені на їх основі, дозволяють визначити стратегічні напрями їхнього розвитку (за окремими факторами і субфакторами). Так, для Вінницької області, яка займає перше місце серед регіонів України за коефіцієнтом транзитності, цілком логічним є зміцнення інфраструктури – виробничої, соціальної, фінансової, інноваційної та екологічної. Враховуючи те, територією Вінниччини проходять три міжнародні транспортні коридори: № 3 і

№ 5 – зі Львова через Жмеринку, Вінницю та Козятин на Київ та № 9 – з Києва через ті ж залізничні вузли Вінниччини на Вапнярку і Роздільну, конче необхідною є модернізація транспортної інфраструктури – створення мультимодальних транспортних вузлів і логістичних центрів (Вінниця, Жмеринка, Козятин).

Також потребує зміцнення інноваційна інфраструктура. Для цього необхідно збільшити інвестиції в НДДКР, зокрема в розвиток телекомунікацій, створювати стратегічні партнерства з іноземними компаніями, які застосовують новітні технології, приступити до створення (на базі місцевих ВНЗ) науково-технологічних центрів і парків тощо. В результаті має виникнути своєрідний "ланцюг" інноваційного розвитку: "якісна освіта – потужна фундаментальна наука – сильна лабораторна і дослідницька база – високотехнологічне дослідне виробництво – сучасне конкурентоспроможне виробництво".

Висновки. Загалом результати рейтингів свідчать про те, що економічний тренд розвитку Української держави, на жаль, є регресивним; він веде Україну до групи країн "третього світу". Сучасна Україна майже втратила позиції технологічного лідера, яким вона була в ряді галузей в 70–80-роки минулого століття. Для того щоб не перетворитися на світову периферію, що виготовляє дешеву сировинну продукцію, Україна повинна в найближчі 15–20 років сформувати у власній економіці потужні сектори з п'ятого й шостого технологічних укладів.

ЛІТЕРАТУРА

1. Данилишин Б. Україна в міжнародних рейтингах сталого розвитку / Б. Данилишин, О. Веклич // Економіка України. – 2008. – № 7. – С. 13–23.
2. Дорогов В. А. Анализ возможностей использования рейтингов конкурентоспособности WEF и IMD для выработки рекомендаций в сфере экономической политики [Электронный ресурс] / В. А. Дорогов, В. В. Миронов, С. В. Смирнов // Модернизация экономики и государство: [в 3 кн.] / отв. ред. Е. Г. Ясин. – М.: изд. дом ГУ-ВШЭ, 2007. – Кн. 1. – С. 423–439. – Режим доступа: http://www.hse.ru/data/726/667/1234/20060405_mironov.doc
3. Захарченко С. В. Научно-методические основы оценки конкурентоспособности регионов Украины в национальном и международном измерении при формировании инновационной модели развития / С. В. Захарченко // Украина и ее регионы на пути к инновационному обществу: [монография] / под общ. ред. В. И. Дубницкого, И. П. Булеева. – [в 4 т.]. – Донецк: Юго-Восток, 2011. – Т. 2. – С. 103–139.
4. Звіт про конкурентоспроможність регіонів України 2011: Назустріч економічному зростанню та процвітання [Електронний ресурс] / [Тімур Бойко, Ільдар Гізізуллін, Ігор Гончаренко та ін.]; Фонд "Ефективне управління". – К.: Копірайт, 2011. – 202 с. – Режим доступу: http://www.feg.org.ua/docs/Report_on_the_Competitiveness_of_Regions_of_Ukraine_2011.pdf
5. Звіт про конкурентоспроможність регіонів України 2012: Назустріч економічному зростанню та процвітання [Електронний ресурс] / [Тімур Бойко, Ігор Гончаренко, Наталія Дмитрюк та ін.]; Фонд "Ефективне управління". – К.: Копірайт, 2012. – 208 с. – Режим доступу: http://www.feg.org.ua/docs/FEG_report_2012_body_ua_20.11.2012.pdf
6. Звіт про конкурентоспроможність України 2010: Назустріч економічному зростанню та процвітання [Електронний ресурс] / Фонд "Ефективне управління", 2010. – 162 с. – Режим доступу: http://www.feg.org.ua/docs/Final_Ukr_2010.pdf
7. Индекс Глобальной конкурентоспособности 2012–2013 [Електронний ресурс] (05.09.2012) / Український національний грид. – Режим доступу: <http://ung.in.ua/ua/news/62/>
8. Міжнародна конкурентоспроможність країни та регіону в системі національного економічного розвитку: монографія / [Петкова Л. О., Ходжаян А. О., Задувайло Л. М. та ін.]; за заг. ред. Л. О. Петкової. – Черкаси: ЧДТУ, 2011. – 267 с.
9. Пономаренко В. С. Якість життя населення й конкурентоспроможність країн світу / В. С. Пономаренко, В. М. Горбатов // Конкурентоспроможність: проблеми науки і практики: монографія – Харків: ВД "ІНЖЕК", 2006. – С. 32–62.
10. Портер М. Конкуренція / Майкл Э. Портер; пер. с англ. – М.: Вільямс, 2005. – 496 с.
11. Ходжаян А. О. Конкурентоспроможність національної економіки: сутність, методи оцінювання, сучасний стан / А.О. Ходжаян. – Черкаси: Вертикаль, вид. Кандич С.Г., 2010. – 431 с.
12. The Global Competitiveness Report 2012–2013 [Electronic resource]. – Resource is available at: http://www3.weforum.org/docs/WEF_Global_Competitiveness_Report_2012–13.pdf.

УДК 005.21

ІГНАТЬЄВ О.І.

м. Київ

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ПРОЕКТУВАННЯ ОРГАНІЗАЦІЙНИХ СТРУКТУР УПРАВЛІННЯ В СИСТЕМІ РЕАЛІЗАЦІЇ СТРАТЕГІЧНИХ ЗМІН

Анотація. В статті проаналізовано теоретичні засади до проектування організаційних структур управління в системі реалізації стратегічних змін.

Ключові слова: організаційна структура управління, зміни, система, організаційна система

Аннотация. В статье проанализировано теоретические основы проектирования организационных структур управления в системе реализации стратегических изменений.

Ключевые слова: организационная структура управления, изменения, система, организационная система.

Abstract. In the article consist analyzes the theoretical basis for the design of organizational management structures are already implementing strategic change.

Keywords: organizational structure management, change system, organizational system

Постановка проблеми у загальному вигляді. Останні десятиріччя ХХ століття та початок ХХІ століття економіка розвинутих країн пройшла шлях від індустріальної до інформаційної, залучаючи у цей процес систему і принципи менеджменту, методи управління

персоналом, принципи маркетингу, моделі побудови організаційних структур. Загальні риси трансформації економіки, що впливають на організаційну структуру підприємств, узагальнено у табл. 1. Організаційні структури підприємств є не чимось

Таблиця 1.

Трансформація бізнесу в сучасних умовах

Індикативні показники	Тип економіки	Індустріальна	Інформаційна
Масштаби виробництва		Великі	Гнучкі
Економічні відносини		Злиття та поглинання	Стратегічні альянси
Організаційна структура		Функціональна	Мережна
Комунікації		Паперові	Електронні
Переважні активи		Матеріальні	Нематеріальні
Планування		Формальне	Передбачення
Організація		Контроль	Координація
Дистрибуція		Масова	Цільова
Конкурентна спрямованість		Мультинаціональна	Глобальна
Стратегічна орієнтація		Виробництво	Споживачі
Роль інформаційних технологій		Підтримка	Нові продукти

відокремленим від загального розвитку системи управління підприємством, яка змінюється за конкретних умов технологічної, соціальної, правової, інституціональної трансформації бізнесу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, виділення невирішених раніше частин загальної проблеми.

Проблемам організаційної структуризації підприємств присвячено багато досліджень як іноземних так і українських фахівців в галузі менеджменту. З.Є.Шершньова виділяє правову, фінансову, продуктовою, виробничо-технологічну, організаційно-управлінську структуризації [1]. Н. Н. Тренев наголошує на конкурентних перевагах горизонтальної та вертикальної структуризації управління [2, с. 63–65], Б.З. Мільнер пропонує структурний підхід до розгляду організації в цілому [4, с. 59], Н.М. Бідняк дає трактування організаційної структури як побудови організаційної форми, яка забезпечує ефективний процес управління підприємством [5, с. 77]. Р.Х. Холл визначає природу структури та характеристики основних структурних типів [6], Д. Гібсон, Д. Іванцевіч, Д. Доннелі взагалі вважають, що організаційна структура є абстрактним поняттям і стан справ в організації визначає факт наявності або відсутності структури [7, с. 428]. Тому слушною є думка А.В. Шегди, що наука дотепер не має остаточно сформованого понятійного апарату, який дав би змогу однозначно визначити організаційну структуру зацію підприємства [8, с. 403].

Мета статті. Але таким, що є найбільш наближеним до розуміння категорії організаційна структура управління є категорія "система". Як правило, сучасний науковий пошук базується на дослідженні процесів та об'єктів, як системи сукупності складових їх компонентів, зв'язків та відносин із зовнішнім середовищем. Тому досить обґрунтованим є той факт, що багато науковців використовують категорію система як основну категорію для організаційного проектування. Усвідомлення основних ознак та принципів

формування організаційної структури управління на основі системного підходу і є основною метою дослідження.

Виклад основного матеріалу з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів.

Існує більше сорока варіантів значень терміну "система". Дослідження цієї категорії дозволяє згрупувати їх в декілька груп. Першу групу утворюють визначення, які визначають систему як сукупність змінних, властивостей або сутностей.

Другу групу утворюють визначення, що пов'язують систему з цілеспрямованою активністю.

Третя група базується на розумінні системи, як множини елементів, пов'язаних між собою.

Четверту групу утворюють найбільш загальні визначення системи, як комплексу елементів, що є у взаємозв'язку.

П'ята група базується на визначенні системи пов'язаної з визначеннями ознак системи. На думку І. Блауберга і Є. Юдіна система повинна бути цілісною; наявність двох або більше типів зв'язку (просторовий, функціональний, генетичний); структурованою (організацією); наявністю рівнів ієрархії, цілі і цілеспрямованості; наявністю процесів самоорганізації, функціонування і розвитку. Визначення цієї групи і повинно вважатись найбільш універсальним.

Важливі положення теорії систем можливо коротко сформулювати наступним чином:

- цілісність не є простою сумою частин, оскільки систему можна розглядати як сукупність;
- систему вважається відкритою, якщо вона обмінюється інформацією з енергією або рідиною з довкіллям, інакше вона є закритою;
- система повинна мати певні межі, що відділяють її від зовнішнього середовища.

Далі з величезного різновиду систем розглянемо такі, в яких хоча б один з елементів утворений людиною. Такі системи отримали назву організаційних.

В економічній науковій думці досить широко використовуються різні визначення організаційних систем. Деякі визначення орієнтовані на конкретні виробничо-господарські підприємства, інші ж мають загальнотеоретичний характер і називають організаційною системою – систему, структурним елементом якої є люди, що виконують перетворення ресурсів цієї системи. Ще більш загальним є визначення організаційної системи як цілісного соціального формування з регламентованою поведінкою її членів.

Організаційні системи (або просто організації) з'явилися внаслідок виділення управління в самостійний вид трудової діяльності. Існує велика кількість класифікацій організацій, що обґрунтовано вивченням предмету дослідження в рамках різних наукових напрямків. Найбільш загальними класифікаційними ознаками є: походження організації (природні і штучні, або раціонально-штучні і природно-еволюційні); за видом діяльності (виробничі, сфера послуг, тощо); за ступенем легітимності (формальні і неформальні); за видом власності (державні, муніципальні, приватні, колективні); за способом розподілення прибутку (комерційний і некомерційний); за розміром (малі, середні і великі).

Відповідно до системного підходу, і з даного вище визначення чинника, витікає необхідність обліку в процесі організаційного проектування усіх істотних характеристик ОСУ, що впливають на ефективність функціонування системи управління.

У літературі по організаційному проектуванню не лише не дається повного переліку усіх чинників, що впливають на ефективність організаційної структури управління (що важко через їх величезну кількість), але навіть не проводиться їх загальна класифікація. На основі аналізу існуючої літератури по організаційному проектуванню нами виділені наступні основні групи чинників, що впливають на функціонування організаційної структури управління.

Перша група – інформаційно-технологічні:

- відповідність цілям і завданням підприємства;
- рівень продуктивності праці;
- міра оснащення організаційною і обчислювальною технікою;
- раціональність документообігу;
- відповідність професійної підготовки працівників займаним посадам;
- склад і взаємозв'язки об'єктивно необхідних завдань управління (інформаційно-функціональна модель управління);
- рівень спеціалізації в розв'язанні завдань управління (мінімум інформаційних зв'язків між підсистемами і елементами управління; максимум інформаційних зв'язків завдань управління, що підписуються для реалізації у сфері діяльності одного підрозділу або елемента управління);

- змістовні характеристики робіт управління (рівень формалізації, періодичність рішення);
- характер розподілу повноважень і відповідальності між виробничими і адміністративними підрозділами у процесі ухвалення рішень;
- максимальний обсяг (трудомісткість) інформації, що передається, по елементах організаційної структури в розрізі рівнів і підсистем управління.

Друга група – структурні:

- чисельність і склад працівників;
- кількість рівнів управління;
- рівень централізації управління;
- кількість підрозділів;
- норми керованості (по рівнях ієрархії) для працівників функціонального і лінійного управління.

Третя група – поведінкові. Системний підхід до вивчення поведінки працівника вимагає, щоб воно розглядалося як підсумок дії різноманітних чинників:

- громадське середовище (політика держави, громадські завдання і ідеали, виховання і освіта, традиції, соціальні цінності і норми, і тому подібне);
- організаційне середовище (поставлене завдання, структура організації, керівництво, система матеріального і морального стимулювання і просування по службі, організаційний клімат і тому подібне);
- внутрішні чинники (переконання, потреби і інтереси, установки, здібності, психофізіологічні особливості тієї або іншої людини).

Четверта група – чинники зовнішнього середовища: існуюча система економічних відносин в країні, політика держави в області економіки, ситуація на ринках збуту і тому подібне.

Основною особливістю більшості чинників, що впливають на ефективність ОСУ, є їх складність формалізації. Необхідність обліку в процесі синтезу ОСУ таких важкоформалізованих чинників, як мету функціонування виробничо-господарського об'єкту, цілі і обмеження вищих рівнів управління, зовнішньоекономічні умови і пріоритети, стратегічний або тактичний характер цілей і завдань управління, надійність функціонування системи в умовах невизначеності, соціально-психологічні аспекти управління. Еволюційність розвитку організаційної структури, істотно обмежують можливості формалізованих методів синтезу. Цим пояснюється значно більша кількість публікацій по неформалізованих методах вдосконалення організаційних структур, у яких структура системи управління розглядається переважно з точки зору поточних завдань, переважає описовий підхід до структур.

Іntenсивно розвиваються методи синтезу організаційних структур, що дозволяють оцінити кількісні

характеристики параметрів структури апарату управління, розробити процедуру управлінської діяльності. Але загальна схема управління незалежно від того, якою моделлю вона описується, як правило, складна і великою мірою включає неформальні умови і зв'язки, експертні оцінки. Тому роль якісних методів і розробок проблеми аж ніяк не зменшується. Одним з основних недоліків існуючих підходів до проблеми синтезу організаційної структури стає відсутність саме загальної концепції, яка поєднувала б формальні до неформальні оцінки.

Оскільки центральним елементом організаційної системи виступає людина зі своїми знаннями, досвідом, навичками, а також психофізіологічними особливостями в сучасному організаційному проектуванні необхідно зробити акцент на формування структур органічного типу, які орієнтовані на підбір і навчання кадрів, максимальне вивільнення творчого потенціалу особи. Це неможливо зробити без урахування в процесі формування організаційної структури управління фактора людського ресурсу.

Оскільки, людський ресурс характеризується в першу чергу рівнем професійної підготовленості працівників і важкоформалізованими поведінковими чинниками. Серед поведінкових чинників слід виділити організаційний клімат колективу (чинник громадського середовища) і психофізіологічні особливості працівників (внутрішній чинник) які роблять найбільший вплив на якість функціонування системи управління підприємства. Чинник організаційного клімату розглядатимемо як що складається з ціннісно-орієнтаційної єдності колективу і згуртованості колективу.

При вдосконаленні організаційної структури управління перед прийняттям доцільно, на наш погляд, враховувати наступні психофізіологічні чинники: темперамент, рівень тривожності, стиль реагування на конфліктні ситуації (суперництво, співпраця, компроміс, поступки), рівень суб'єктивного контролю, динамічні характеристики, що лежать в основі темпераменту, працездатність, рівень творчого мислення, рівень інтелекту, швидкість моторних реакцій, здатність обчислювати, рівень зорової уваги, рівень селективності інформації.

Виходячи з вище сказаного, існує потреба в створенні нових методичних розробок щодо формування раціональної ОСУ підприємством, яка б поєднувала у собі формальні і неформальні оцінки, і була орієнтована на людський ресурс, тобто враховувала такі важкоформалізовані чинники, що впливають на ефективність функціонування системи, що управляє, як професіоналізм працівників, їх психологічні особливості і психологічна сумісність. На рис. 1 показана класифікація чинників де жирним шрифтом виділені важкоформалізовані чинники, які в існуючих формалізованих методиках формування ОСУ не враховувалися.

Виокремленні фактори характеризують сучасне підприємство за допомогою влади і контролю, що є внутрішніми рушійними силами організації, які виникають у результаті внутрішньо підприємницької боротьби менеджерів за владу. Останнім часом дослідники відзначають, що встановлюючи цілі і реформуючи структуру, менеджери, більш керуються інтересами своїх відділів і підрозділів, чим загальною ефективністю організації в цілому.

Існує безліч визначень влади, які незважаючи на різниці мають єдину основу. Західні дослідники у галузі менеджменту визначають владу як вплив на поведінку однієї особи або групи, що вносить зміни у відносини чи почуття іншого індивіда або групи.

Кожна з теорій потреб, що були досліджені надає свій перелік потреб людини, які базуються на відчутті фізіологічної або психологічної нестачі чого-небудь. Наприклад, видатний український вчений М. Туган-Барановський виділяє фізіологічні, суттєві, інстинктивні, альтруїстичні та практичні потреби. За А. Маслоу, потреби групуються за наступними ознаками: групи фізіологічних потреб, потреб в захищеності, соціальні потреби, потреби в повазі та самовираженні. Мак-Клеланд додає до цього переліку потреби у владі, успіху, причетності. К. Альдерфер серед головних називає потреби існування, зв'язку, зростання. У. Оучі, в свою чергу, розробив теорію, згідно з якою основою успіху є віра в загальні цілі, сумлінність, довірчі взаємини, взаємопідтримка, погодженість дій.

Незалежно від класифікацій, усі ці потреби обумовлюють наступні засоби впливу на людину в процесі реалізації влади в організаційній діяльності: фізичний примус; правила і процедури, визначені положенням (посадовою інструкцією); обмін ресурсами на підставі угод, договорів; переконання персоналу, використання логіки, аргументів, фактів; особисту чарівність, ентузіазм і магнетизм владної особи; довіру, повагу, авторитет керівника.

Висновок і перспективи подальших розробок у даному напрямі. У країнах з розвинутою ринковою економікою влада традиційно знаходиться у власників, однак на практиці часто належить вищому керівникові і професійним менеджерам. Менеджери розглядають необхідність розподілу влади як стимулюючий фактор для мотивації прийняття рішень працівниками в умовах жорсткої конкуренції, диференціації ринку, прискорення ринкових процесів. Владою, як механізмом досягнення організаційних, групових і індивідуальних цілей користуються як власники так і менеджери всіх рівнів управління. Розходження полягають тільки в обсязі, часі і наявних ресурсах використання влади. Ці параметри визначені організаційною структурою підприємства, що диктує розподіл повноважень у прийнятті рішень, направляє потоки інформації, регулює доступ до інформаційних каналів, розподіляє ресурси між підрозділами.

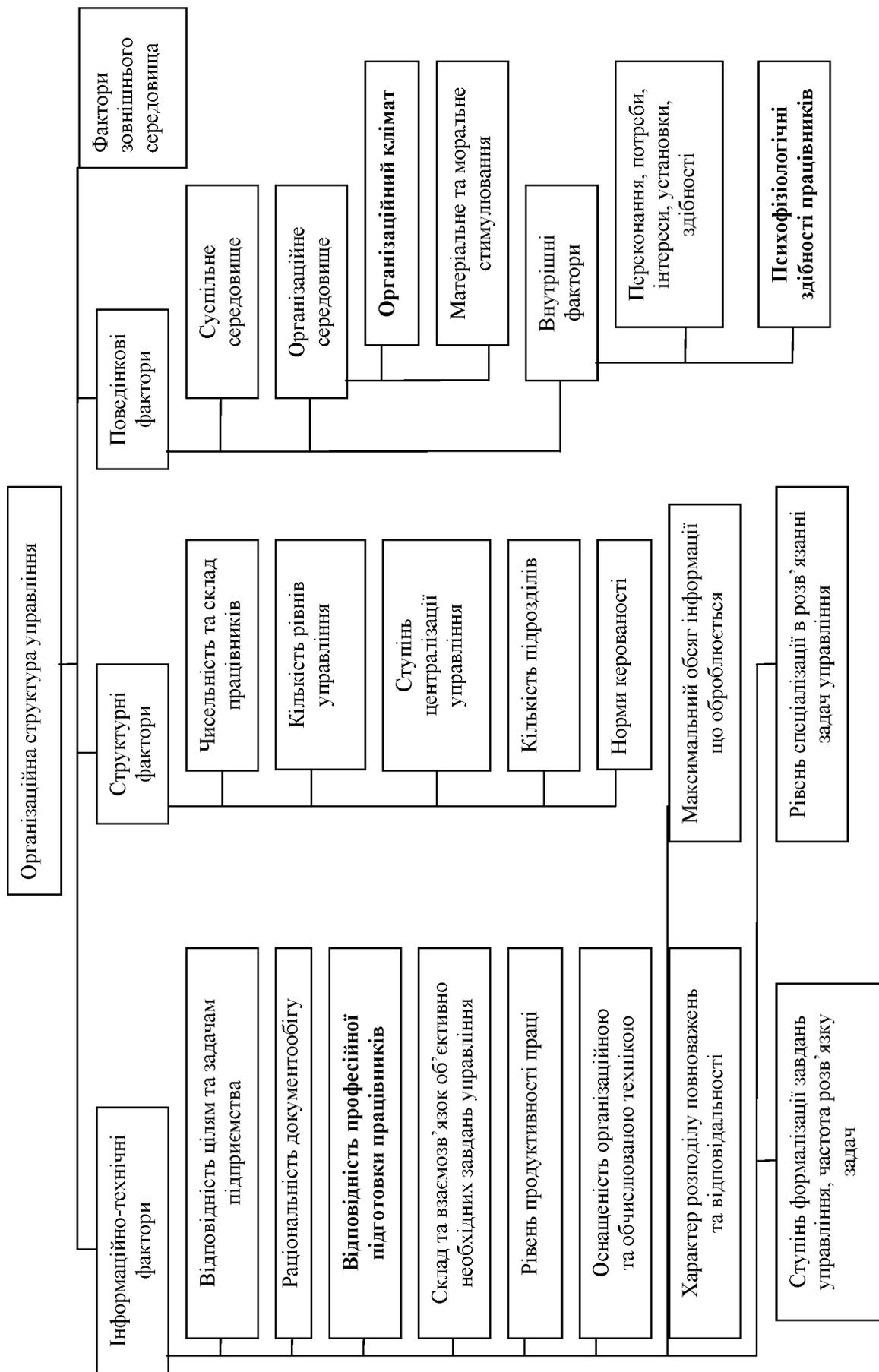


Рис. 1. Основні фактори, що впливають на ефективність функціонування управлінської системи

ЛІТЕРАТУРА

1. Шершнева З.Є. Реструктуризація підприємств: необхідність стратегічного підходу // Бюлетень з корпоративного управління. – 2001. – № 3(23). – С. 16-21.
2. Тренев Н.Н. Предприятие и его структура: Диагностика. Управление. Оздоровление. – М.: Издательство "Приор", 2000. – 240 с.
3. Мильнер Б.З. Теория организаций. – М.: ИНФРА-М, 1999. – 336 с.
4. Питерс Р., Уотермен Р. В поисках эффективного управления (опыт лучших компаний): – Пер. с англ. – М.: Прогресс, 1986. – 414 с.
5. Бідняк М. Н. Організація управління. – К.: А.С.К., 2003.– 176 с.
6. Холл Р.Х. Организации: структуры, процессы, результаты.– СПб: Питер, 2001.– 512 с.
7. Гибсон Д., Иванцевич Д., Доннели Д. Организации: поведение, структуры, процессы: Пер. с англ. – М.: ИНФРА-М, 2000. – 662 с.
8. Шегда А.В. Менеджмент. – К.: Т-во "Знання", 2002. – 583 с.
9. Тоффлер Э. Метаморфозы власти. – М.: ООО "Издательство АСТ", 2001. – 669 с.

УДК 338.482

КОНДРАТЮК Д. М., к. е. н.

м. Житомир

РОЛЬ ТУРИЗМУ В РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКИХ ТЕРИТОРІЙ

***Анотація.** Проведено аналіз стану розвитку сфери туризму у сільській місцевості таких країн Європейського Союзу як Польща, Угорщина, Нідерланди та ін. Ідентифіковано чинники, що стали каталізаторами розвитку сільського туризму в країнах ЄС. Систематизовано основні вектори надання туристичних послуг у сільській місцевості. Визначено основні позитивні ефекти від розвитку туризму, які сприяють розвиткові сільських територій.*

***Ключові слова:** зелений туризм, сільські території, агротуризм, екотуризм.*

***Аннотация.** Проведен анализ состояния развития сферы туризма в сельской местности таких стран Европейского союза как Польша, Венгрия, Нидерланды и др. Идентифицированы факторы, ставшие катализаторами развития сельского туризма в странах ЕС. Систематизированы основные векторы предоставления туристических услуг в сельской местности. Определены основные положительные эффекты от развития туризма, которые способствуют развитию сельских территорий.*

***Ключевые слова:** зеленый туризм, сельские территории, агротуризм, экотуризм.*

***Abstract.** The analysis of the development of tourism in rural areas of the European Union such as Poland, Hungary, the Netherlands and others was held. The factors that have become the catalysts for the development of rural tourism in the EU were identified. The main vectors of tourist services in rural areas were summarised. The main positive effects of tourism development, that contribute to the development of rural areas, were defined.*

***Key words:** green tourism, rural territory, agro- tourism and ecotourism.*

Постановка проблеми у загальному вигляді.

Шлях трансформацій яким прямує Україна передбачає докорінну перебудову економічної системи, що не можливо реалізувати без зрушень у її окремих секторах, зокрема, у сільському господарстві. Підписання та ратифікація Україною угоди про асоційоване членство з Європейським Союзом передбачає перехід до Європейських стандартів якості продукції. Сільськогосподарським товаровиробникам, особливо дрібним, доведеться докласти чималих зусиль для того щоб пройти сертифікацію на відповідність стандартам ЄС. Перед підприємствами поставатиме необхідність диверсифікації їх діяльності, що забезпечувала б стабільність доходів. Одним з таких напрямів може стати розвиток сільського туризму, що у більшості розвинених країн розглядається як альтернатива сільськогосподарському виробництву.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, виділення невирішених раніше частин загальної

проблеми. Питаннями розвитку індустрії туризму займаються як вітчизняні так і закордонні вчені, а саме: В. Биркович, В. Васильєва, В. Гловацька, П. Горішевський, Л. Гута, Ю. Зінько, В. Іванова, В. Кафарський, М. Костиця, О. Любіцева, М. Мальська та ін. У своїх працях автори розглядали особливості організації та планування сільського туризму, визначали перспективи його розвитку. Значну увагу було приділено вивченню світового досвіду становлення та розвитку сільського туризму, разом з тим відсутнє чітке виокремлення позитивних та негативних сторін такої діяльності для розвитку сільських територій.

Метою статті виступає систематизація світового досвіду у сфері сільського туризму, вивчення його позитивних та негативних рис, а також ролі, яку він відіграє у розвитку сільських територій.

Виклад основного матеріалу з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Стрімкий розвиток у аграрному секторі економіки агрохолдин-

гових структур, що використовують інтенсивні технології виробництва сільськогосподарської продукції призводить до вивільнення робочої сили. Зменшення робочих місць та зростання кількості безробітних негативно впливають на соціальну та економічну сфери. Останні зрушення у бік інтеграції України до Європейського Союзу лише загострюють становище. Зокрема, невеликим фермерським господарствам набагато важче пройти сертифікацію продукції ніж великому агрохолдингу, що володіє значними фінансовими ресурсами для модернізації виробництва. Все це зумовлює необхідність диверсифікації видів господарської діяльності малих та середніх сільськогосподарських товаровиробників з орієнтацією на задоволення внутрішніх потреб та напрямів діяльності, що не пов'язані на пряму з виробництвом продукції.

Як свідчить закордонний досвід одним із перспективних напрямів зростання економіки є саме розвиток сільського туризму. Саме такий вид діяльності може стати альтернативою класичному виробництву аграрної продукції, при цьому не замінивши її, а лише доповнивши. Європейська практика свідчить, що розвиток сільського туризму сприяє створенню нових робочих місць на селі та розбудові інфраструктури у тих регіонах де провадиться така діяльність. Зростання зайнятості призводить до підвищення добробуту сільського населення, що може розглядатись як фактор сприяння відродженню українського села.

Катализатором розвитку сільського туризму в країнах Європи з одного боку стала криза надвиробництва аграрної продукції зумовлена інтенсифікацією виробничих процесів. У результаті зростало безробіття, а разом з ним необхідність пошуку нових форм зайнятості сільського населення. З іншого боку зростав попит на нетрадиційні форми туризму, які поєднували б у собі як відпочинок на свіжому повітрі так і активне навантаження з вивченням традицій та класичних технологій виробництва аграрної продукції. Все це зумовило появу такого інноваційного продукту у галузі туристичних послуг як сільський або зелений туризм.

Серед основних мотивів, що спонукають займатись сільським туризмом можна виділити наступні:

- можливість та бажання сільського населення отримувати додатковий дохід;
- можливість збільшити об'єми реалізації власної продукції;
- розширення кола контактів з людьми;
- наявність необхідної матеріально-технічної бази.

Як свідчать дослідження Європейської федерації фермерського і сільського туризму (European Federation for Farm and Village Tourism) [4] зі 100% туристів, які скористалися подорожами сільського туризму, 35,2% – через бажання змінити умови напруженого ритму міського життя, можливість зануритись у неквапливий сільський темп життя та побут, 20,2% – можливістю поєднати відпочинок з активними самодіяльними подорожами (пішохідними в гори

чи автомобільними – з метою ознайомлення з його історико-культурною спадщиною), 17,3% визнали, що їхню подорож спонукало прагнення відпочинку на природі й спілкування із світом живого, 10,4% – з метою родинного відпочинку (більше уваги родині й дітям), 5,0% – з метою занять спортивним туризмом й використання для цього дешевшої нічліжної бази, 11,9% – з іншими пріоритетними цілями.

Хоча сільський туризм зародився в країнах Європи, лідерство за обсягами розвитку впродовж останніх десятиліть стабільно утримують США. Згідно з маркетинговими дослідженнями, проведеними Асоціацією індустрії подорожей Америки, майже 2/3 усіх повнолітніх громадян США, тобто 87 млн. осіб, здійснили щонайменше одну мандрівку в сільську місцевість з метою відпочинку за останні три роки [3].

У країнах Європи значна увага приділяється державній підтримці програм залучення сільських громад до зеленого й агротуризму. Європейський Союз розглядає сільський туризм як ключовий фактор економічного розвитку сільських територій. Як свідчать підрахунки експертів Європейського банку реконструкції та розвитку, забезпечення комфортних умов для проживання у місті вихідця з сільської місцевості обійдеться у 20 разів дорожче, ніж створення умов для його життя і роботи в селі. Все це свідчить про вагомість та перспективність такого сектору економіки як туризм у розвитку сільських територій.

У сьогоденнішніх реаліях сформувалось три основні напрями такого виду туристичних послуг, зокрема, агротуризм, екотуризм та сільський туризм (табл. 1). В основі агротуризму лежить потреба туристів у ознайомленні з технологією виробництва аграрної продукції та їх залучення до безпосереднього виробничого процесу.

Екотуризм орієнтується на залучення туристів до охорони навколишнього середовища, ознайомлення з флорою і фауною того регіону де здійснюється надання туристичної послуги. Суть сільського туризму полягає у залученні туристів до вивчення побуту, традицій і стилю життя сільських мешканців.

Таким чином, залежно від напрямку надання туристичних послуг їх можуть надавати як фермери так і домогосподарства, що сприяє комплексній зайнятості трудових ресурсів сільських територій. У результаті розвитку туристичних продуктів різного напрямку відбувається активізація сільського населення, покращення їх фінансового стану. Відбувається розвиток соціальної інфраструктури тих населених пунктів і створюються умови для збереження традицій та промислів, що історично склались у регіонах де провадиться туристична діяльність.

Незважаючи на єдність підходів до реалізації програм сільського туризму в кожній окремій країні він має свою специфіку. Досвід країн Європейського Союзу свідчить, що туристичний продукт може проявлятися у формі сільської садиби, зокрема це Австрія,

Таблиця 1.

Особливості напрямів сільського туризму [6, с. 11]

Напрямок	Особливості
Агротуризм	– сільськогосподарські заняття; – споживання екологічно чистих продуктів харчування; – участь у сільськогосподарських роботах; – догляд за тваринами.
Екотуризм	– цінності природного середовища; – етнографічні об'єкти; – активні туристичні заняття без шкоди довкіллю.
Сільський туризм	– сільський спосіб життя; – природне середовище; – місцева культура; – традиційна архітектура; – участь у місцевих культурних подіях.

Румунія, Угорщина та Польща. За своєю суттю вона відповідає напрямку "сільський туризм", оскільки споживачі туристичної послуги перебувають у тісному контакті з сільськими жителями та мають можливість приймати участь у їх повсякденному житті.

Ключовим елементом відпочинку в австрійських Альпах є безпосередня участь гостей у повсякденному фермерському житті: вигоні худоби на луки, зборі трав, виготовленні молокопродуктів, зборі лісових ягід тощо, а також різноманітні програми активного гірського, екстремального й екологічного туризму. Все це дозволяє туристу в повній мірі зануритись у побут та життя селянина.

Сільський туризм Румунії розвивається, передусім, у Південних Карпатах і орієнтується на такі ж переваги, що й Україна, тобто на збереження природного середовища й етнокультурних традицій (обряди, звичаї, народні ремесла, вівчарство, гастрономічні традиції, унікальна народна архітектура, гірські замки, гірськолижні курорти, мережа природно-заповідних територій).

В Угорщині законодавством сільський зелений туризм віднесено до сфери ведення особистого селянського господарства, формуються відповідні пільгові податкові інструменти. В основі сільського туризму цієї країни покладено відпочинок у поєднанні з національними традиціями конярства. Щорічно в Угорщині проводяться Національні фестивалі кінного спорту, до яких включено різноманітні видовищні програми.

Найбільш цікавим для розвитку сільського туризму в Україні є досвід Польщі. За польськими законами, надання послуг сільського зеленого туризму не належить до підприємницької діяльності. Тому прибутки селянських господарств за такі послуги не підлягають обкладанню податком на додану вартість. Крім того, законодавство передбачає також звільнення доходів від оподаткування, що отримані завдяки наданню нічліжних послуг агротуристам за таких умов:

- житловий будинок, в якому здаються кімнати, належить до сільського господарства;
- кімнати здаються туристам, а не сезонним працівникам чи третім особам;
- кімнати для туристів знаходяться у житловому будинку сільської родини, а не в іншій спеціально пристосованій будівлі для туристів;

- кількість кімнат, що здаються туристам, не перевищує п'яти [1].

На сучасному етапі у Польщі існує безліч гостинних господарств і мікротелів у сільській місцевості, для яких сільський туризм є основною формою підприємництва. Натомість типових агротуристичних господарств порівняно мало. Ключовим недоліком польського агротуризму є недостатній зв'язок його матеріальної бази із селом, сільським господарством, з традиційною архітектурою та інтер'єрами. Сільські мешканці часто з великим старанням та запалом намагаються уподібнити свої будинки та помешкання міським, що знижує екзотичність їх сприйняття туристами. Власники агротуристичних господарств, зазвичай, не надають належного значення піклуванню про те, щоб їх будинки мали якомога більше оригінальної архітектури та етно-регіональної стилістики.

Туристичний продукт може набувати форми гастрономічного туризму (Італія, Франція), в основі якого лежить дегустування страв місцевої кухні та продуктів переробки аграрної продукції такої як вино чи сири. Певні країни роблять акцент на залучення туристів до виробничої діяльності, зокрема, туристичні продукти Нідерландів.

У Італії агротуризм почав розглядатися сільським населенням як основна форма підприємницької зайнятості. Кожна провінція країни славиться своїми сортами винограду і винами з неповторним смаковим букетом. Дегустувати їх, зазвичай, можна на невеликих приватних винних заводах і домашніх винокурнях, розташованих у сільськогосподарських районах. Власники агроколеджів нині пропонують своїм гостям цілі винні підвали (а також сирні, м'ясопродуктові) за умови, що вільне користування запасами продовольства входить у вартість винайму.

Досить цікавий поділ закладів призначених для ночівлі у сільській місцевості прийнято у Іспанії, зокрема виділяють три класи:

- HR (hotel rural) – сільський готель;
- CA (castillo) – замок, історичне помістя;
- CR (casa rural) – сільський будинок.

Відповідно до класу закладу туристичні оператори пропонують такі основні типи розміщення:

1. Розміщення на фермах і садибах у одному будинку чи на одній території з власниками, в окремих

кімнатах, спеціально обладнаних для прийому туристів. Спокій і невтручання в особисте життя туристів гарантуються.

2. Розміщення в номерах сільських готелів, спеціально обладнаних для прийому туристів (HR).

3. Розміщення в історичних будинках (замках, палацах, монастирях), розташованих у сільській місцевості чи невеликих містечках (CA).

4. Оренда цілого будинку однією родиною чи групою туристів (CR).

Стосовно досвіду Франції у організації сільського туризму, то місця проживання мають свій особливий шарм, якого не знайдеш більше ніде в Європі. Оселі аграрних районів Франції мають високі стандарти якості, зокрема виділяють [2]:

- оселя з обійстям і садом, умебльована; на кімнати душ і WC один (до 6 осіб), гриль-бар чи міні-духовка, плита, холодильник, посуд і посудомийна машина, дитяча колиска на вимогу.
- у доповнення до умов I категорії на території саду є всі умови для барбекю, крім того, у будинку ванна, пральна машина, міксер, електрокавоварка, телебачення.
- у доповнення до умов II категорії є окремих вхідний та прогулянковий сад; два WC для 7 осіб, телефон; послуги прибиральниці на вимогу.
- у доповнення до умов III категорії є вишуканий будинок з респектабельним умеблюванням і внутрішнім художнім оформленням, камін.
- у доповнення до умов IV категорії є приватний ландшафтний парк чи сад, облаштовані майданчики для активного дозвілля (наприклад, тенісний корт, басейн, сауна та джакузі), гараж для авто; відеоманітофон, інша побутова техніка.

Разом з тим, надзвичайно великою популярністю серед самих французів та іноземних туристів користуються відпочинкові програми проживання в замках, розташованих посеред мальовничих агроландшафтів рівнинної та передгірної Франції. Такі родові замки-помістя пропонують туристам від однієї-кількох гостьових кімнат до апартаментів з витонченим аристократичним сервісом. Зокрема, у Франції налічується понад 700 замків і палаців вишуканих архітектурних стилів, сертифікованих для прийому агротуристів. Для тих категорій туристів, які полюбують подорожувати країною на власному авто, у Франції значного розвитку набула мережа агротуристичних кемпінгів, "прив'язаних" до сільської місцевості, де туристи можуть отримувати свіжі продукти домашнього приготування.

Таким чином у Франції паралельно реалізуються різні концепції агротуризму, зокрема:

- приморські агрооселі;
- кінні ферми;
- винні агросадиби;

- гірськолижні шале;
- замки у сільській місцевості;
- рибацькі оселі.

В цілому до основних позитивних ефектів, що сприяють розвитку сільських територій можна віднести:

- 1) створення нових робочих місць і як наслідок поліпшення економічного становища селян та зменшення соціального напруження;
- 2) зростання інвестицій у розвиток соціальної сфери сільських територій;
- 3) відновлення та збереження флори і фауни;
- 4) розбудова та відбудова інфраструктурних об'єктів для активного відпочинку;
- 5) створення нових суб'єктів господарювання, а, отже, й збільшення надходжень до місцевих бюджетів.

Враховуючи вдале географічне положення, наявність багатогранної культури, флори і фауни Україна має значний потенціал до розвитку сільського туризму, що може стати ключовим фактором відродження села.

Висновки і перспективи подальших розробок у даному напрямі. Розвиток сільського туризму виступає альтернативою діяльності з виробництва сільськогосподарської продукції. Особливість туризму полягає в тому, що він не замінює класичні види сільськогосподарської діяльності, а лише доповнює їх. Досвід країн Європейського Союзу свідчить, що розвиток туристичних продуктів зорієнтованих на вивчення побуту, традицій та особливостей ведення господарства у сільській місцевості користується значним попитом. Розробка та реалізація таких продуктів дозволяє вирішити цілу низку економічних, соціальних та культурних проблем розвитку сільських територій.

ЛІТЕРАТУРА

1. Австрійські, угорські, румунські та польські "уроки" для України [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://tourlib.net/statti_ukr/siltur2.htm
2. Аналіз Європейського досвіду організації сільського зеленого туризму та його категоризації [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/6640/1/35.pdf>
3. Асоціація індустрії подорожей Америки [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://www.ustravel.org/research/publications>.
4. Європейська федерація фермерського і сільського туризму [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.eurogites.org/documents>.
5. Сільський зелений туризм в Україні: проблеми та перспективи інноваційного розвитку [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/16272/1/111_Bunjak_203_204_Modern_Problems.pdf
6. Сільський зелений туризм: від А до Я [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://www.nvrda.org/wp-content/uploads/2014/05/Posibnik_Silskiy-zeleniy-turizm_-vid-A-do-YA.pdf
7. Сільський туризм: історія, сьогодення та перспективи [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://tourism-book.com/pbooks/book-35/ua/chapter-1673>.

УДК 351.863:339.9

КУЖЕЛЬ В.В., к.е.н.

м. Умань

СОЦІАЛЬНИЙ АСПЕКТ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВ АГРОПРОДОВОЛЬЧОЇ СФЕРИ

***Анотація.** В статті розглянуто соціальний аспект економічної безпеки підприємств агропродовольчої сфери. Представлено авторське бачення соціальної безпеки, виявлено чинники небезпеки соціального походження, фактори, принципи та показники, які характеризують рівень соціальної безпеки підприємства. Обґрунтовано необхідність трансформації економічної безпеки підприємства в соціально-економічну. Виявлено негативні риси, притаманні суб'єктам господарювання, що знижують рівень соціальної безпеки підприємств агропродовольчої сфери.*

***Ключові слова:** соціальна безпека, економічна безпека, кадрова безпека, стадія відтворення, суб'єкт господарювання.*

***Аннотация.** В статье рассмотрены социальный аспект экономической безопасности предприятий агропродовольственной сферы. Представлено авторское видение социальной безопасности, выявлены факторы опасности социального происхождения, факторы, принципы и показатели, характеризующие уровень социальной безопасности предприятия. Обоснована необходимость трансформации экономической безопасности предприятия в социально-экономическую. Выявлены негативные черты, присущие субъектам хозяйствования, которые снижают уровень социальной безопасности предприятий агропродовольственной сферы.*

***Ключевые слова:** социальная безопасность, экономическая безопасность, кадровая безопасность, стадия воспроизводства, субъект хозяйствования.*

***Abstract.** The article deals with the social aspect of economic security. Presented by the author's vision of social security, identified hazards social origin, factors, principles and indicators characterizing the level of social security of the enterprise. The necessity of transformation of economic security in the socio-economic. Identified negative traits of business entities that reduce the level of social security of the enterprise.*

***Key words:** social security, economic security, personnel security, the stage of reproduction, business entity.*

Постановка проблеми. В умовах загострення системної кризи, яка охопила Україну, питання побудови ефективної системи безпеки підприємств стають все більш актуальними. Від того, наскільки стійкою є система безпеки підприємства до внутрішніх і зовнішніх загроз, залежить його адаптація до нових умов та, відповідно, успішне функціонування у майбутньому. Саме тому проблеми розробки і практичного впровадження системи управління безпекою підприємств вимагають негайного вирішення.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Різним аспектам безпеки фірми приділяється достатньо уваги. Значну кількість досліджень присвячено питанням саме економічної безпеки підприємства [1–8], яку автори розглядають як основне підґрунтя для створення системи безпеки підприємства у цілому. Але при цьому поза увагою залишається аспект соціальної складової забезпечення сталого розвитку суб'єкта господарювання. А саме від якості взаємодії персоналу та керівництва фірми, рівня довіри між керівниками та підлеглими, захищеності життєво важливих потреб, інтересів працівників залежить результативність функціонування інших підсистем безпеки підприємств, зокрема економічної. Тому для ефективного управ-

ління соціально-економічними процесами на підприємстві необхідний, у першу чергу, науковий пошук механізмів формування соціальної безпеки на підприємстві. Актуальність цієї проблеми вимагає активізації наукових досліджень соціальної безпеки фірми.

Метою статті є розкриття суті соціальної безпеки підприємства, виявлення чинників небезпеки соціального походження, факторів, принципи та показники, які характеризують рівень соціальної безпеки підприємства.

Виклад основного матеріалу. На державному рівні соціальну безпеку визначають як стан гарантованої правової та інституційної захищеності життєво важливих соціальних інтересів особи і суспільства від зовнішніх та внутрішніх загроз [1, с. 97]. На думку колективу авторів [12], соціальна безпека – це надійна захищеність життєво важливих інтересів соціальних суб'єктів.

Науковці Б. Купчак [6] та С. Омельчук [9] розглядають соціальну безпеку як невід'ємну частину економічної безпеки підприємства. При цьому, за їх трактуванням, соціальна безпека підприємства полягає у забезпеченні працівникам належного рівня доходів

(прожиткового мінімуму, відповідність заробітної плати кваліфікації працівників, системи мотивації й оплати праці за кінцевими результатами роботи), а також прийнятних умов праці та відпочинку [6, с. 344; 9, с. 208]. Їх трактування сутності соціальної безпеки фірми є вузьким, оскільки не враховує рівень соціальної взаємодії між працівниками у колективі та керівництвом.

Соціальна безпека підприємств агропродовольчої сфери " це системна захищеність діяльності від негативних впливів внутрішнього і зовнішнього середовища, а також здатність швидко ліквідувати різні варіанти погроз чи пристосуватися до існуючих умов, що не позначаються негативно на його діяльності.

Зміст даного поняття містить у собі систему заходів, що забезпечують конкурентоспроможність і економічну стабільність підприємства, а також сприяють підвищенню рівня соціального добробуту працівників.

Вважаємо, що соціальна безпека підприємства – це стан найбільш ефективного використання корпоративних ресурсів для запобігання погроз і забезпечення стабільного функціонування підприємства в даний час і в майбутньому. Вона характеризується сукупністю якісних і кількісних показників, найважливішим з яких є рівень соціальної відповідальності.

На нашу думку, у сучасних умовах має відбуватися трансформація економічної безпеки підприємств агропродовольчої сфери в соціально-економічну. Необхідність такої трансформації зумовлена посиленням впливу людського чинника в зовнішньому та внутрішньому середовищі підприємства. Проявом такого впливу в зовнішньому середовищі підприємства є формування його соціальної відповідальності, а у внутрішньому – створення соціального партнерства.

Передумови забезпечення соціально-економічної безпеки підприємств агропродовольчої сфери в умовах соціально-орієнтованої економіки, можуть як надавати нових можливостей у функціонуванні підприємств, так і спричиняти виникнення нових чи посилення існуючих загроз їх діяльності. Підприємства у своїй діяльності повинні постійно узгоджувати інтереси усіх зацікавлених сторін, які здебільшого за своїм характером є економічними та мають соціальне значення.

Чинники небезпеки соціального походження направлені на свідомість людей, тобто ґрунтуються на нанорівні. Через різну поінформованість та переконання осіб, їх негативну емоційну енергію (незадоволеність, протест, страх) інформація може каталізувати величезні соціальні сили, здатні перебороти не лише розумні переконання, але й матеріальні перешкоди. Це зумовлює необхідність забезпечення на кожному суб'єкті господарювання соціальної безпеки – стану захищеності працівників підприємства, будь-якого класу та інших соціальних верств і груп від загроз з боку інших аналогічних соціальних структур і держави, а також наявність необхідних засобів для усунення

таких загроз. Зміст загрози, небезпеки залежить від інтересів різних груп населення, інститутів суспільства, держави та їх співпраці.

Під безпечним функціонуванням фірми розумітимемо її ефективне функціонування, збереження цілісності, здатність підтримувати власну відтворюватись.

Соціальна безпека підприємств агропродовольчої сфери пов'язана із забезпеченням належного рівня оплати праці персоналу підприємства, який дозволяє задовольняти їх матеріальні та духовні потреби. Через низький рівень доходів підприємство ризикує втратити найбільш мобільну частину свого інтелектуального капіталу – освічених працівників, здатних розробляти інноваційні винаходи, генерувати нові ідеї та ін. Але, разом з тим, соціальна безпека передбачає задоволення соціальних потреб персоналу, до яких можна віднести такі: можливість використання знань, вмінь і навичок; підвищення кваліфікації, отримання освіти, перепідготовки; створення безпечних умов праці; забезпечення впевненості у майбутньому, гарантії зайнятості, стабільності; можливість кар'єрного росту; забезпечення участі в управлінні; покращення відносин з керівництвом, з колегами, з підлеглими; можливість для самореалізації та творчості. Таким чином, можна стверджувати, що соціальну безпеку доцільно розглядати як створення системи взаємовигідних партнерських відносин між персоналом та керівництвом підприємства, що забезпечується задоволенням матеріальних та нематеріальних потреб працівників та реалізацією інтересів підприємства.

Головною опорою управління соціальною безпекою на підприємстві є людина. Стабільність колективу підприємства, стійкі конкурентні переваги підприємства на ринку забезпечують, перш за все, його працівники. Однак, у той же час, персонал може стати і джерелом загроз соціальній безпеці, а відповідно і іншим підсистемам безпеки підприємства. Тому керівництво підприємства повинно вживати заходи щодо розвитку людського потенціалу підприємства, задоволення потреб та інтересів персоналу, забезпечуючи соціальну безпеку фірми. Соціальними загрозами на рівні особистості є низький рівень задоволення потреб працівників, на рівні колективу – низька якість взаємовідносин із колегами і керівництвом, на рівні підприємства – відсутність соціальної відповідальності бізнесу і партнерства, низький рівень досягнення цілей підприємства.

Соціальна безпека слугує фундаментом для кадрової безпеки, яку фахівці розглядають як збереження й розвиток інтелектуального капіталу підприємства [4, с. 209] та як кадрову забезпеченість підприємства [5]. Забезпечення кадрової складової безпеки охоплює взаємопов'язані і водночас самостійні напрями діяльності, які спрямовані на роботу з персоналом. Кадрова складова має на меті збереження стратегічно важливої ланки персоналу (топменеджмент, працівників, що

мають відношення до інтелектуальної власності, інноваційних розробок та конфіденційної інформації).

Змістом категорії "кадрова безпека" є характеристика стану економічної системи, при якому відбувається ефективне функціонування всіх її функціональних складових, забезпечення захищеності та здатність протистояти внутрішнім і зовнішнім впливам і загрозам пов'язаних з персоналом, змістовний та структурний аналіз, діагностика та прогнозування впливу діяльності персоналу на внутрішні та зовнішні показники економічної системи.

До питань кадрової безпеки зараховують:

- забезпечення підприємства необхідними співробітниками, заповнення вакансій;
- утримання співробітників, їх розвиток;
- розробка мотиваційних схем і схем оплати праці;
- усунення збитку у зв'язку з трудовими суперечками;
- підвищення лояльності співробітників;
- аналіз ситуації у конкурентів;
- робота із сайтами вакансій, кадровими агентствами;
- аналіз ситуації на ринку праці в регіоні;
- оцінювання підприємства як працедавця (погляд з боку співробітника);
- способи проектування кар'єри (також погляд з боку співробітника).

Забезпечення кадрової безпеки є найважливішою ланкою роботи менеджера із персоналу. Причому варто аналізувати як внутрішню, так і зовнішню небезпеку.

Внутрішні кадрові небезпеки такі:

- невідповідність кваліфікації співробітників до займаної посади;
- недостатня кваліфікація працівників;
- слабка організація системи управління персоналом;
- слабка організація системи навчання (відсутня система обліку перспектив розвитку персоналу, що створює соціальну непевність у стабільності свого службового росту);
- неефективна система мотивації (немає аналізу потреб кожної особистості й персональної мотивації);
- помилки в плануванні ресурсів персоналу (ймовірність прийому на просту роботу висококваліфікованих працівників);
- відсутність творчих елементів у роботі;
- працівники орієнтовані на вирішення внутрішніх тактичних завдань;
- співробітники не орієнтовані на дотримання інтересів підрозділу (немає цільового управління);
- відсутність або слабкість корпоративної політики;
- неякісні перевірки кандидатів під час прийому на роботу.

Зовнішні кадрові небезпеки:

- порівняння з умовами мотивації в конкурентів (якщо ті є кращими);
- установка конкурентів на переманювання працівників;
- зовнішній тиск на співробітників;
- інфляційні процеси (їх слід урахувати під час розрахунку заробітної плати).

Для збереження кадрової безпеки варто використовувати сучасні кадрові технології, включаючи такі механізми: ефективну мотивацію; прискорену адаптацію (за рахунок наставництва); своєчасне запобігання конфліктним ситуаціям, атестацію; компенсацію; розумну політику звільнення; пропаганду корпоративності.

Адаптація персоналу формується внаслідок психологічної сумісності з етичними цінностями компанії, соціальної сумісності в колективі, комфортності робочих місць, можливості задоволення своїх мотиваційних потреб, уваги керівництва тощо.

Суб'єктам господарювання притаманні такі негативні риси господарювання, що знижують рівень соціальної безпеки, як: відсутність чітко визначеної мети, яка б надавала сенс всій діяльності підприємства; відсутність чітко визначеної соціальної політики, що зумовлено розмитістю, невизначеністю юридичних, соціальних та моральних норм в українському суспільстві. непослідовність та протиріччя в застосуванні методів та засобів при вирішенні поточних соціальних проблем.

Соціальна складова у діяльності підприємств агропродовольчої сфери має сприяти підвищенню продуктивності праці, працівник, звільнений від багатьох побутових проблем, працює з більшою віддачею. Створення соціальної напруги змусить людей відчувати себе в стані небезпеки та працювати лише на виживання, а не на розвиток.

До показників, які характеризують рівень соціальної безпеки, варто віднести: співвідношення мінімальної (встановленої державою) і середньої заробітної плати, що є на підприємстві; співвідношення найвищої та найнижчої заробітної плати на підприємстві (позитивною є тенденція до зменшення); відсоток витрат на соціальну сферу відносно фонду оплати праці та відносно чистого прибутку підприємства; відсоток витрат на соціальні програми, спрямовані на допомогу місцевому населенню відносно чистого прибутку підприємства.

Особливого дослідження потребують показники, які характеризували б ціннісні орієнтації, мотивацію, рівень професіоналізму, відповідальності, дисциплінованості, освіти, удосконалення знань та навиків, підвищення продуктивності праці на підприємстві, рівня освоєння нових технологій, показники соціальної конфліктності, за якими можна визначити адаптацію суб'єктів господарювання до нових умов та вжити заходи для підвищення рівня соціальної безпеки.

Основний зміст системи соціальної безпеки підприємства полягає в тому, що вона повинна носити попереджальний характер, а основними критеріями оцінки її надійності й ефективності є:

- забезпечення стабільної роботи підприємства, схоронності й збільшення фінансів і матеріальних цінностей;
- попередження кризових ситуацій, у тому числі різних надзвичайних подій, пов'язаних із зовнішніми та внутрішніми чинниками.

Особливістю й складністю побудови системи економічної безпеки підприємства є той факт, що її дієвість повністю залежить від людського фактору – рівня кваліфікації персоналу.

На соціальну безпеку підприємств впливає безліч факторів, а саме, зовнішні:

- зацікавленість та прагнення учасників ринкової діяльності не допустити посилення конкурентів;
- втручання в діяльність підприємства державних фінансових та інших організацій;
- залежність від матеріально-сировинних ресурсів;
- недосконалість фінансової, організаційної та інформаційної інфраструктури підтримки конкурентоспроможності продукції, що випускається;
- недосконала система збереження комерційних таємниць;
- відтік за кордон інтелектуальних і трудових ресурсів;
- застарілі виробничі технології;
- неефективність управління;
- недосконалість національного законодавства, пов'язаного з управлінням економічними процесами;
- низький рівень інвестиційної діяльності;
- високий рівень "тіньової" економіки;
- соціальна незахищеність значної частини населення, зростання бідності;
- низький платоспроможний споживчий попит населення;
- погіршення фізичного і духовного здоров'я населення, моральна деградація особи, сім'ї, суспільства;
- наявність у суспільстві соціальної напруженості;
- зростання економічних злочинів;
- корупція в органах державної влади і управління;
- загрозливий стан науки, освіти, культури, довкілля.

Найбільш значущими внутрішніми факторами впливу на систему соціальної безпеки підприємств є наступні. По-перше, низький рівень менеджменту. Від управління залежить правильність вибору стратегії розвитку підприємства, реалізації його місії, ефективної роботи тощо. По-друге, застосування зас-

тарілих організаційних структур підприємств, які спричиняють неефективну його роботу, що впливає на його фінансово-інвестиційну привабливість. По-третє, низький рівень кваліфікації персоналу. Для залучення професіоналів потрібні сучасні системи мотивації та підвищення матеріальної відповідальності робітників за кінцеві результати праці. Високий рівень ручної праці на деяких виробництвах, низький рівень тарифних ставок, окладів, важкі та шкідливі умови праці, недовіра профспілок тощо, не використання резервів виробництва, недооцінювання нормування праці для удосконалення соціально-трудових відносин, недоліки у виробничо-технологічному процесі та низький рівень впровадження інновацій як у виробничу сферу, так і в сферу управління спричиняють втрату ефективності виконання замовлень, підвищують трудомісткість, що прямо впливає на економічні результати підприємства.

Соціальна складова економічної безпеки підприємства повинна забезпечуватись з урахуванням дотримання принципів: законності; прав і свобод громадян; централізованого управління; компетентності; конфіденційності; відповідності зовнішнім і внутрішнім погрозам; комплексного використання коштів; відповідальності за наслідки своїх дій; орієнтації на інновації; корпоративної етики; координації та взаємодії з органами влади.

За постійної наявності деструктивних впливів економічного, політичного й соціального походження зростає необхідність безперервної діяльності щодо забезпечення соціальної безпеки, розвитку і вдосконалення її форм і напрямів. При цьому така діяльність органічно переростає в систему відтворення соціальної безпеки, що виступає як безперервний процес здійснення всіма суб'єктами комплексу заходів із досягнення соціально безпечного стану функціонування і розвитку. Необхідність відтворювального характеру забезпечення соціальної безпеки доводить і аналіз матеріальної основи цієї діяльності, а саме – економічного кругообігу прибутків і витрат у масштабах як національної економіки, так і окремих її суб'єктних рівнів. Основними стадіями відтворення економічної безпеки є:

- моніторинг стану соціальної безпеки;
- визначення конкретних заходів щодо збереження або зміни параметрів соціальної безпеки на основі застосування методів науково обґрунтованого планування і прогнозування соціально-економічної ситуації загалом та її окремих аспектів;
- реалізація заходів щодо забезпечення соціальної безпеки.

Вочевидь, безперервне поновлення такої діяльності, у свою чергу, потребує відтворення: ресурсної бази забезпечення соціальної безпеки; системи умов конструктивного забезпечення безпеки, що охоплює організаційно-управлінські, політичні, зовнішньо-

економічні, правові, ідеологічні, культурні аспекти; системи взаємозв'язків між усіма компонентами системи забезпечення безпеки в межах соціально-економічних та організаційно-економічних взаємин.

Отже, потреба в безпеці притаманна будь-якій системі, у тому числі й підприємству. Безпека є однією з найважливіших умов функціонування підприємств агропродовольчої сфери. Головною метою соціальної діяльності будь-якого суб'єкта господарювання в умовах побудови соціально орієнтованої ринкової економіки повинно стати підвищення рівня і якості життя населення, що одночасно сприятиме якісному економічному зростанню та безпечному, стійкому розвитку суспільства.

Слід констатувати, що забезпечення соціальної безпеки перетворюється у визначальний комплекс заходів, спрямованих на: запобігання всьому спектру соціально-економічних загроз з погляду стану, поведінки та настроїв населення; інтенсивне формування середнього класу як гаранта суспільної стабільності на ґрунті розширення адаптаційних можливостей населення; усебічну підтримку сім'ї як визначального соціального інституту; державний протекторат прожиткового мінімуму, який би забезпечував громадянам споживання на рівні простого відтворення; державні гарантії мінімальних заробітної плати, пенсій, виплат і забезпечення умов їхнього зростання, посилення тенденцій самозабезпечення громадянами високої соціальної мобільності висхідного характеру.

Висновки та перспективи подальших досліджень Чітко простежується залежність результативності діяльності підприємств агропродовольчої сфери від того, наскільки побудована система функціонування економічної безпеки, зокрема її соціальна складова, відносини між працівниками в колективі, між керівництвом та трудовим колективом, ступінь задоволення потреб та інтересів усіх учасників трудових відносин. Відсутність ефективної соціальної безпеки на підприємстві веде до руйнування кадрової та всіх інших підсистем безпеки підприємства. Без неї неможливо говорити про укріплення фінансової безпеки (фінансову забезпеченість підприємства) та економічної безпеки в цілому, тобто стан захищеності діяльності підприємства від всіх видів загроз, як зовнішніх, так і внутрішніх.

Наукова новизна одержаних нами результатів полягає в обґрунтуванні принципово самостійного економічного напрямку наукового дослідження, сутність якого полягає в розробці теоретико-методологічних засад та визначення ролі соціальної відповідальності бізнесу в агропродовольчій сфері, що вимагає зрушень парадигми соціально-економічного розвитку,

конкурентоспроможності, окремого виділення соціальної складової у економічній безпеці підприємств та коректуванні їх стратегічних пріоритетів в процесі функціонування агропродовольчої сфери.

Подальші дослідження мають бути спрямовані на визначення методичних засад щодо оцінювання рівня розвитку соціальної безпеки підприємства, а також пошук ефективних інструментів управління соціальною безпекою, серед яких центральне місце посідають соціальне партнерство та соціальна відповідальність бізнесу.

ЛІТЕРАТУРА

1. Гошовська В. А. Соціальна домінанта національної безпеки / В. А. Гошовська // Стратегічна панорама. – 2003. – № 2. – С. 94–99.
2. Економічна безпека корпоративного підприємства / Коваленко М. А., Нагорна І. І., Радванська Н. В.; під заг. ред. д. е. н., проф. М. А. Коваленка. – Херсон: Олді-плюс, 2009. – 404 с.
3. Гришова І.Ю. Соціальні інвестиції як інструмент реалізації соціально-орієнтованого бізнесу / І.Ю. Гришова, Т.С. Шабатура// Вісник Сумського національного аграрного університету. Серія "Економіка і менеджмент". Випуск 4, 2014. – С.183–187.
4. Гришова І.Ю. Імплементация принципів соціально-орієнтованого бізнесу в площину економічного розвитку потенціалу харчових підприємств/ І.Ю. Гришова, Т.С. Шабатура// Економіка: реалії часу. Науковий журнал. – 2014. – № 3.– С. 13-22. – Режим доступу до журн.: <http://economics.opu.ua/files/archive/2014/n3.html>
5. Кравчук П. Я. Формування системи корпоративної безпеки підприємства: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук: спец. 08.06.01 "Економіка, організація і управління підприємствами" / П. Я. Кравчук.– Тернопіль, 2006. – 22 с.
6. Купчак Б. Ф. Економічна безпека підприємництва: суть та умови виникнення // Науковий вісник Львів. держ. ун-ту внутр. справ. Сер. екон.– 2010.– Вип. 2.– С. 334–346.
7. Кужель В.В. Імунізація економіки агропродовольчої сфери в контексті реалізації принципів соціальної відповідальності бізнесу. / В.В. Кужель // Економічний форум. Науковий журнал. – 2014. – № 3. С. 17–22.
8. Кужель В.В. Соціальна складова економічної безпеки підприємств агропродовольчої сфери. / В.В. Кужель // Вісник КіБіТ. Науковий журнал. – 2014.-№3(25). – С. 37-47.
9. Омельчук С. С. Визначення сутності поняття "економічна безпека підприємства" та його складових // Вісник Хмельницького нац. ун-ту. Екон. науки. – 2008.– Т.1., № 6.– С. 206 – 210.
10. Полякова Е. І. Управління посиленням економічної безпеки підприємства за функціональною складовою – соціальний потенціал / Е. І. Полякова // Наукові праці ДонНТУ. – 2008. – № 33. – С. 192–197.
11. Пономаренко В.С. Концептуальні основи економічної безпеки. Монографія / В.С. Пономаренко, С.В. Кавун. – Харків: Вид. ХНЕУ, 2008. – 256 с.
12. Соціальна економіка Кол. авт. О. О. Беляєв, М. І. Діба, В. І. Кириленко та ін. – К.: КНЕУ, 2005. – 196 с.

УДК 658.114.009.12(477)

МЕЛЬНИК Ю.М.

м. Умань

СОЦІАЛЬНА СКЛАДОВА ІНТЕГРОВАНОЇ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

Анотація. В статті розглянуто соціальну складову інтегрованої системи управління конкурентоспроможністю підприємства. Представлено авторське бачення ключових аспектів забезпечення конкурентоспроможності підприємства, зокрема складової соціальної відповідальності. Виокремлені зовнішні та внутрішні фактори впливу на процес управління конкурентоспроможністю, визначено його етапи. Базові принципи процесу управління конкурентоспроможністю доповнено принципом соціальної відповідальності суб'єкта господарювання, обґрунтовано необхідність його врахування.

Ключові слова: конкурентоспроможність, інтегрована система, соціальна відповідальність, процес управління.

Аннотация. В статье рассмотрены социальную составляющую интегрированной системы управления конкурентоспособностью предприятия. Представлены авторское видение ключевых аспектов обеспечения конкурентоспособности предприятия, в частности составляющей социальной ответственности. Выделены внешние и внутренние факторы, влияющие на процесс управления конкурентоспособностью, определены его этапы. Базовые принципы процесса управления конкурентоспособностью дополнен принципом социальной ответственности предприятия, обоснована необходимость его учета.

Ключевые слова: конкурентоспособность, интегрированная система, социальная ответственность, процесс управления.

Abstract. The article deals with the social component of the integrated system of management of competitiveness of the enterprise. Presents the author's vision of the key aspects to ensure the competitiveness of enterprises, in particular part of social responsibility. Allocated internal and external factors affecting the process of management of competitiveness, defined its stages. Basic principles of process management competitiveness supplemented principle of social responsibility of the enterprise, the necessity of taking it into account.

Key words: competitiveness, integrated system, social responsibility, management process.

Постановка проблеми. Сучасний розвиток підприємства відбувається під впливом несприятливих викликів зовнішнього середовища. Саме тому особливої уваги потребує розробка процесу управління конкурентоспроможністю підприємств на базі постійного моніторингу кон'юнктури ринку, позицій конкурентів на ньому та розробка нових методів вдосконалення управлінських процесів.

Розробка та практична реалізація ефективної інтегрованої системи управління конкурентоспроможністю підприємств є актуальною науковою проблемою, вирішення якої багато в чому залежить від відносин між бізнесом, владою і суспільством в умовах диференціації економічних інтересів і потенціалів конкурентоспроможності. Конкурентні переваги отримують ті підприємства, які забезпечують більш високу продуктивність праці, кращу якість продукту та ефективне управління. Вирішення проблеми конкурентоспроможності підприємства вимагає комплексного організаційно-економічного аналізу, виявлення каузальних зв'язків забезпечення конкурентоспроможності підприємства, побудови інтегрованих моделей управління.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Серед основних дослідників питання управління конкурентоспроможністю підприємства слід відмітити досягнення О. Костусєва, О. Г. Янкового, М.Г. Саєнко, О.Г. Чирви, Н.П. Тарнавської, І.Ю. Гришової, В.В. Кузеля., Я.В. Солтик, Л.В. Балабанової, Г.С. Бондаренко [1–8]. Необхідно відзначити, що в літературі виділяються лише окремі аспекти проблеми управління конкурентоспроможністю підприємства, тобто відсутній комплексний підхід, який би ґрунтувався на визначенні і систематизації структурно-функціональної складової цього процесу.

Метою статті є розгляд ключових аспектів забезпечення інтегрованої системи управління конкурентоспроможністю підприємства, зокрема складової соціальної відповідальності.

Виклад основного матеріалу. Поняття “конкурентоспроможність” підприємства є базовим в управлінні, і буде існувати по відношенню до підприємства до тих пір, поки воно утримує конкурентну перевагу над конкурентами ринку. Конкурентна перевага характеризується як продуктивність використання ресурсів, де критерієм є рентабельність вироб-

ництва. Конкурентні переваги існують тоді, коли підприємство може отримати рентабельність, яка вище середньої для даної галузі чи сегмента ринку. Конкурентна перевага визначається набором характеристик, якостей товару чи послуги, які створюють перевагу над конкурентами.

Конкурентоспроможність підприємства – це здатність витримувати конкуренцію порівняно з аналогічними об'єктами на цьому ринку. Вона показує рівень розвитку цієї фірми порівняно з рівнем розвитку конкурентних фірм по ступеню задоволення своїми товарами потреб людей і по ефективності виробничої діяльності. На конкурентоспроможність підприємства значний вплив оказує соціальне середовище. Сучасне тлумачення поняття конкурентоспроможності як багатофакторного процесу реалізації конкурентних стосунків припускає найважливішу умову його здійснення – управління конкурентоспроможністю підприємства.

Вихід на ринок із новою, цікавою для споживача продукцією – це лише початковий етап у житті підприємства, надалі проводиться складна робота з управління його конкурентоспроможністю та розвитку на довгострокову перспективу. Система управління конкурентоспроможністю є складовою частиною загальної системи управління підприємством, основною метою якої є забезпечення максимальної ефективності функціонування бізнесу.

Управління конкурентоспроможністю підприємства – це сукупність заходів, які спрямовані на систематичне вдосконалення цінних та якісних характеристик продукції, постійний пошук нових каналів збуту, нових груп покупців, поліпшення умов продажу та післягарантійного обслуговування, реклами [5, с. 114].

Метою управління конкурентоспроможністю підприємства є забезпечення життєздатності та сталого функціонування підприємства за будь-яких економічних, політичних, соціальних та інших змін у його зовнішньому середовищі.

Управління конкурентоспроможністю підприємства має бути спрямованим на:

- нейтралізацію (подолання) або обмеження кількості негативних (деструктивних) чинників впливу на рівень конкурентоспроможності підприємства шляхом формування захисту проти них;
- використання позитивних зовнішніх чинників впливу для нарощування та реалізації конкурентних переваг підприємства;
- забезпечення гнучкості управлінських дій і рішень – їх синхронізації з динамікою дії негативних і позитивних чинників конкуренції на певному ринку.

Об'єктом управління конкурентоспроможністю підприємства є рівень конкурентоспроможності, необхідний і достатній для забезпечення життєздатності підприємства як суб'єкта економічної конкуренції.

Суб'єктами управління конкурентоспроможністю підприємства є певне коло осіб, що реалізують його мету:

- власник підприємства, який за будь-яких умов має брати безпосередню участь у формуванні стратегічних цілей та завдань підприємства, пов'язаних з економічними інтересами та фінансовими можливостями власника;
- вищий управлінський персонал підприємства (директор, заступники директора та керівники тих підрозділів підприємства, що формують ланцюг цінностей підприємства);
- лінійні менеджери операційних підрозділів підприємства, які є відповідальними за ефективну реалізацію планів дій по забезпеченню належного рівня конкурентоспроможності;
- менеджери-економісти консалтингових фірм, що залучаються на підприємство на платній основі для розробки та реалізації стратегії підвищення конкурентоспроможності;
- державні та відомчі управлінські структури та органи, повноваження яких визначаються відповідними нормативними документами.

Методологічною основою управління конкурентоспроможністю підприємства є концептуальні положення сучасної економічної та управлінської теорії, зокрема – ключові положення теорії ринку, теорії конкуренції та конкурентних переваг, концепції стратегічного управління, сучасної управлінської парадигми, а також базові принципи та прикладні інструменти, напрацьовані в рамках сучасних управлінських підходів, зокрема – процесного, системного, ситуаційного.

Виокремлюють зовнішні та внутрішні фактори впливу на процес управління конкурентоспроможністю. До внутрішніх належать наступні: організаційно-правова форма та структура підприємства, рівень науково-технічного розвитку виробництва, рівень освіченості та кваліфікації персоналу, діловий імідж компанії. Проте не менший вплив на конкурентоспроможність підприємства мають зовнішні фактори, які вже, на відміну від внутрішніх, не підконтрольні компанії. Серед них виокремлюють такі: стан ринку товарів, технологій, робочої сили, науково-технічний розвиток, ступінь державного регулювання [4].

Для досягнення довготривалого успіху робота по забезпеченню конкурентоспроможності підприємства має здійснюватися в усіх сферах та по всіх аспектах його діяльності. Конкурентоспроможність є одним із вагомих показників стану підприємства, який визначає перспективи його подальшого розвитку, можливість досягнення стратегічних цілей та завдань. Підтримування або підвищення конкурентоспроможності можна розглядати і як одну з функціональних стратегічних цілей (завдань) підприємства [8, с.32].

Ключовими аспектами забезпечення конкурентоспроможності підприємства є:

- виробничий – ключове значення мають номенклатура й асортимент товарів, якість продукції, характер технології, масштаби виробництва, забезпеченість основними видами ресурсів, якість ресурсів, гнучкість виробництва;
- маркетинговий – ключове значення мають дослідження й прогнозування ринку, система просування та збуту товару, ціноутворення, рекламна діяльність, обслуговування споживача;
- фінансовий – ключове значення мають ступінь ліквідності, активність, доходність, платоспроможність підприємства, залучення зовнішніх фінансових ресурсів, інвестування наявних коштів, загальний фінансовий стан підприємства;
- інноваційний – ключове значення мають здійснення науково-дослідних та досвідно-конструкторських робіт власними силами, використання запозичених результатів НДДКР, ступінь оновлюваності продукції, технології, ступінь використання інформаційних технологій;
- кадровий та організаційно-культурний – ключове значення мають кількісний та якісний склад персоналу, тип лідера, характер організаційних цінностей, комунікації та процедури;
- управлінський – ключове значення мають тип організаційної структури управління, гнучкість та раціональність, стиль та методи управління, адаптаційні можливості, гнучкість та гомеостатичність підприємства [4].

Ми вважаємо за необхідне доповнити наведені ключові аспекти забезпечення конкурентоспроможності підприємства компонентою соціальної відповідальності. Складова соціальної відповідальності передбачає: наявність на підприємстві спеціального підрозділу з соціальної відповідальності або посади відповідного спрямування; випуск соціального звіту; соціальний аудит; наявність кодексів ділової етики; участь у міжнародних ініціативах з соціальної відповідальності; соціальний захист працівників; розвинену соціальну інфраструктуру; охорону праці та здоров'я; природоохоронну діяльність і ресурсозбереження; екологічний моніторинг результатів виробничої діяльності; застосування міжнародних екологічних стандартів якості продукції; соціальні інвестиції в розвиток місцевого співтовариства за напрямками: об'єкти соціальної інфраструктури території присутності, охорона здоров'я, культура і мистецтво, спорт, участь у партнерських проектах із державними та місцевими органами влади, громадськими організаціями та іншими підприємствами, благодійна допомога (малозабезпеченим і багатодітним сім'ям, інвалідам, ветеранам і людям з обмеженими можливостями, дитячим будинкам та інтернатам).

Система інтегрованої соціальної відповідальності має поєднувати управління економічною, соціальною, інституційною та екологічною складовою. Управління інтегрованою системою конкурентоспроможності підприємств включає в себе наступні дії:

- моніторинг конкурентного середовища та оцінку конкурентної ситуації в галузі та на ринку;
- діагностування конкурентоспроможності підприємства та його конкурентів;
- здійснення SWOT-аналізу в розрізі основних зацікавлених сторін;
- розробка концепції та стратегії інтегрованого управління конкурентоспроможністю підприємства;
- реалізація конкурентної стратегії підприємства.

У процесі формування політики управління конкурентоспроможністю необхідно орієнтуватися на такі умови:

- науково-технічний рівень і ступінь використання новітніх винаходів;
- конкурентоспроможність товарів за "ціною – якістю" та ступенем задоволення споживчих потреб;
- ефективність використання ресурсів;
- рівень фінансової стійкості підприємства [4, с. 212].

Для забезпечення послідовного та збалансованого розвитку підприємства на основі вказаних умов формуються етапи процесу управління конкурентоспроможністю підприємства:

- 1) реалізація функцій управління: планування процесу, управління впровадженням технологій, вдосконаленням продукції;
- 2) формування методів менеджменту або способів впливу керівної системи на підлеглих через використання сукупності матеріальних та моральних стимулів;
- 3) формалізація методів менеджменту, що передбачає їх перетворення у конкретні розпорядження, вказівки та накази;
- 4) забезпечення управлінського впливу на засадах керівництва.

Ще одним важливим етапом є оцінка конкурентних переваг підприємства, яка реалізується на основі аналізу сильних і слабких сторін та включає такі показники:

- потреба у капіталовкладеннях;
- широкий асортимент конкурентоспроможної продукції високої якості та доступної ціни;
- потреба у засобах на формування попиту та стимулювання збуту;
- сукупність заходів, які забезпечують перевагу серед конкурентів на ринку;
- формування позитивного іміджу компанії в уявленні клієнтів;
- постійне оновлення продукції через впровадження нових маркетингових розробок [3, С. 50].

Аналіз, проведений на основі отриманих результатів цих показників, здійснює суттєвий вплив на управління конкурентоспроможністю підприємства, на його подальший розвиток у перспективі.

До базових принципів управління конкурентоспроможністю слід віднести [1, с. 56]:

- принцип єдності теорії та практики управління конкурентоспроможністю підприємства – цей принцип передбачає, що будь-яке релевантне управлінське рішення має відповідати логіці, принципам та методам управління конкурентоспроможністю та розв'язувати принаймні одне з практичних завдань;
- принцип системності управління – цей принцип передбачає розгляд будь-якого об'єкту як системи; системний підхід дає змогу врахувати всі необхідні взаємозв'язки та взаємодії в системі управління, дозволяє при постановці цілей всебічно зважувати чинники та спрямовувати механізми управління на досягнення поставлених цілей;
- принцип наукової обґрунтованості управління – цей принцип передбачає врахування при формуванні системи управління конкурентоспроможністю економічних законів та закономірностей розвитку, застосування наукових підходів (зокрема – процесного, системного, ситуаційного) і методів моделювання, що сприяють підвищенню стабільності функціонування системи управління;
- принцип ранжування об'єктів управління за їх важливістю – цей принцип вимагає визначення важливості, вагомості, рангу об'єктів (проблем, чинників) за їх ефективністю, актуальністю, масштабністю, ступенем ризику; оскільки ресурси підприємства завжди обмежені, тому спочатку вони мають вкладатися у розв'язок найбільш важливіших проблем підвищення конкурентоспроможності;
- принцип багатоваріантності – цей принцип передбачає генерацію альтернативних варіантів розвитку подій;
- принцип співставності управлінських рішень при аналізі їх варіантів – цей принцип передбачає, що альтернативні варіанти управлінських рішень щодо тих чи інших варіантів розвитку подій приводяться до співставного вигляду по параметрах реалістичності, прийнятності наслідків реалізації, відповідності наявним ресурсам підприємства, часу, якості, масштабу, ризику та невизначеності, умов втілення тощо; вибір найбільш ефективного варіанту управлінського рішення здійснюється з урахуванням реалій функціонування підприємства;
- принцип збереження та розвитку конкурентних переваг підприємства – цей принцип передбачає обов'язковість вияву сильних та

слабких сторін об'єкту управління, на основі чого з'являється можливість формувати ефективну конкурентну стратегію та домагатися переваг даного підприємства у тій чи іншій сфері діяльності у порівнянні з конкурентами;

- принцип ринкової орієнтації – цей принцип передбачає, що визначальним моментом розвитку підприємства мають виступати можливості, що ініціюються змінами зовнішнього середовища його функціонування, зокрема – розвитком попиту та потребами ринку;
- принцип цільової спрямованості – цей принцип диктує необхідність відповідності програм підвищення конкурентоспроможності підприємства цілям його конкурентної стратегії;
- принцип комплексності – цей принцип передбачає охоплення та інтеграцію у єдиний потік потенціалу зростання конкурентоспроможності, який міститься в усіх функціональних аспектах діяльності підприємства;
- принцип гнучкості – цей принцип передбачає можливість стратегічного маневрування на ринку в разі принципових змін його параметрів і появи принципово нових загроз та можливостей розвитку підприємства;
- принцип етапності – цей принцип передбачає, що процес розробки та реалізації конкурентних стратегій підприємства має бути регламентований процедурно та в часі.

Даний перелік вважаємо за необхідне доповнити принципом соціальної відповідальності суб'єкта господарювання. Соціальна відповідальність у системі інтегрованого управління конкурентоспроможністю підприємства носить пріоритетний характер, оскільки підприємство приймає відповідальність за вплив прийнятих рішень на суспільство і навколишнє середовище. Врахування інтересів і відповідальна поведінка по відношенню до зацікавлених сторін відображаються в реалізації інтегрованої стратегії управління конкурентоспроможністю підприємства. Довгострокова політика в галузі соціальної відповідальності стає частиною бізнес-стратегії фірм-лідерів. Соціальна відповідальність інтегрується в безперервний поетапний комплекс певних взаємопов'язаних між собою видів діяльності зі стратегічного управління. При послідовно-поетапному підході соціальна відповідальність вбудовується в процес розробки та реалізації стратегії компанії за допомогою притаманних їй інструментів і механізмів.

Інтегровану систему управління конкурентоспроможністю фірми варто розглядати через призму структурно-функціональних взаємовідносин, відображаючи взаємодію органів усіх рівнів правління з формуванням соціально відповідальної поведінки згідно чинного законодавства і нормативно-правових документів. Збалансований підхід до інтегрованої системи управління передбачає врахування інтересів

різних зацікавлених сторін в контексті стратегічних орієнтирів компанії. Для досягнення цього необхідне проведення постійного аналізу внутрішнього і зовнішнього середовища для виявлення пріоритетів зацікавлених сторін і розробка деталізованої карти, яка дозволяє чітко бачити значимість кожної зацікавленої сторони та її окремих сегментів в контексті стратегії фірми в цілому. З позиції соціальної відповідальності та сталого розвитку стратегія повинна бути соціально орієнтована [6, с. 84]. Такий підхід передбачає, що стратегічні пріоритети компанії охоплюють діяльність в соціальній сфері та в галузі трудових відносин, у сфері охорони навколишнього середовища та безпеки виробництва. Розроблена стратегія являє собою формальний опис того, які довгострокові цілі ставить перед собою компанія, і яку при цьому несе відповідальність за вплив прийнятих рішень на суспільство і навколишнє середовище.

Висновки та перспективи подальших досліджень. Таким чином, соціальна відповідальність у системі інтегрованого управління конкурентоспроможністю підприємства – це частина відповідальності, що являє собою сферу діяльності фірми, пов’язану з добровільно узятими на себе соціальними зобов’язаннями щодо зацікавлених груп і суспільства в цілому; добровільна допомога, співробітництво з некомерційними організаціями та місцевими співтовариствами, які слід характеризувати як самостійні й етичні зобов’язання корпоративних структур як інституцій. Обов’язковими елементами соціальної відповідальності є ряд взаємопов’язаних складових: соціально відповідальна поведінка фірми перед персоналом; соціально відповідальна поведінка перед постачальниками і споживачами; соціально відповідальна поведінка корпорації перед регіоном та суспільством узагалі; соціальна орієнтація корпоративного управління; корпоративна культура, етика та екологічна відповідальність перед соціумом. Загалом усі пере-

лічені напрями стратегічного розвитку фірми у сукупності спрямовані на реалізацію головної мети – максимізації вартості бізнесу за рахунок конкурентоспроможності підприємства, продукції, персоналу; іміджу підприємства, довіри до фірми з боку споживачів та постачальників, соціальна відповідальність бізнесу.

ЛІТЕРАТУРА

1. Балабанова Л.В. Управление конкурентоспособностью предприятий на основе маркетинга: [монография] / Л.В. Балабанова, А.В. Кривенко. – Донецк: ДонГУЭТ им. М. Туган-Барановского, 2004. – 147 с.
2. Бондаренко Г.С. Управление конкурентоспособностью автотранспортного предприятия: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук: спец. 08.06.02 “Підприємництво, менеджмент та маркетинг” / Г. С. Бондаренко. – Х., 2001. – 19 с.
3. Гришова І.Ю. Вплив інституціональної структури на розвиток інноваційно-інвестиційної діяльності підприємств [Електронний ресурс] / І.Ю. Гришова, В.О. Непочатенко // Економіка: реалії часу. Науковий журнал. – 2013. – № 2. – С. 47-51. – Режим доступу до журн.: <http://economics.opu.ua/files/archive/2013/n2.html>
4. Конкурентоспроможність підприємства: оцінка рівня та напрями підвищення: [монографія / за заг. ред. О. Г. Янково-го]. – Одеса: Атлант, 2013. – 470 с.
5. Костусев О. Конкурентне середовище в Україні: стан та тенденції розвитку / О. Костусев, М. Пугачова // Конкуренція. – 2007. – № 4. – 114 с.
6. Кужель В.В. Теоретичні засади модернізації аграрної економіки / В.В.Кужель., Я.В. Солтик. // Вектор науки ТГУ. Серія: Економіка и управление. – Россия. Тольятти, 2012. – № 4. – С.83-87.
7. Чирва О.Г. Генезис и тенденции развития системы управления региональной политикой повышения конкурентоспособности пищевых предприятий в Украине / О.Г. Чирва // Азимут научных исследований экономика и управление. – г. Тольятти, 2012. – №1 – С. 67 – 71.
8. Чирва О.Г. Зарубежный опыт развития повышения конкурентоспособности пищевых предприятий Украины / О.Г. Чирва // Азимут научных исследований экономика и управление. – г. Тольятти, 2013. – №1. – С. 31 – 35.

УДК 657

МОМОНТ Т. В.

м. Житомир

ВИЗНАЧЕННЯ АЛГОРИТМУ ПОБУДОВИ ФІНАНСОВОГО, ПОДАТКОВОГО ТА УПРАВЛІНСЬКОГО ОБЛІКІВ НА ТУРИСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ УКРАЇНИ

Анотація. У статті обґрунтовано необхідність дослідження фінансового, податкового, управлінського обліку як складових єдиної системи організації бухгалтерського обліку на туристичних підприємствах. Досліджено, розмежовано та охарактеризовано встановлені на законодавчому рівні принципи побудови облікового процесу та принципи, визначені практичною діяльністю суб'єктів господарювання. Узагальнено визначення підсистем бухгалтерського обліку та систематизовано у вигляді таблиці ознаки фінансового, управлінського та податкового обліку на туристичних підприємствах. Структуровано алгоритм побудови фінансового, податкового та управлінського обліку з метою мінімізації трудових затрат та максимізації результативності обробки облікової інформації для прийняття обґрунтованих управлінських рішень та безпомилкового формування фінансової та податкової звітності.

Ключові слова: бухгалтерський облік, податковий облік, фінансовий облік, управлінський облік, облікова система.

Аннотация. В статье обоснована необходимость исследования финансового, налогового, управленческого учета как составляющих единой системы организации бухгалтерского учета на туристических предприятиях. Исследованы, разграничены и охарактеризованы установленные на законодательном уровне принципы построения учетного процесса и принципы, определенные практической деятельностью субъектов хозяйствования. Обобщены определения подсистем бухгалтерского учета и систематизированы в виде таблицы признаки финансового, управленческого и налогового учета на туристических предприятиях. Структурирован алгоритм построения налогового и управленческого учета с целью минимизации трудовых затрат и максимизации результативности обработки учетной информации для принятия обоснованных управленческих решений и безошибочного формирования финансовой и налоговой отчетности.

Ключевые слова: бухгалтерский учет, налоговый учет, финансовый учет, управленческий учет, учетная система.

Abstract. The paper emphasizes the need to study financial, tax and management accounting as components of a single system of accounting for business travel. Studied, described and delineated legally established principles of accounting process and principles set out practical activities of undertakings. Overview determination subsystems accounting and systematized in a table signs of financial, managerial and tax accounting for business travel. Structured algorithm making financial, tax and management accounting in order to minimize labor costs and maximize efficiency of processing accounting information to make informed management decisions and faultless development of financial and tax reports.

Key words: accounting, tax accounting, financial accounting, management accounting, the accounting system.

Постановка проблеми у загальному вигляді. На сучасному етапі розвитку національної економіки України однією з головних передумов ефективного розвитку індустрії туризму є розробка концепції обліку діяльності підприємств туристичної сфери, яка б відповідала національним інтересам держави.

Важливою умовою ефективного здійснення господарської діяльності кожним суб'єктом ринку, незалежно від приналежності до сектору національної економіки і суб'єкта туристичної індустрії зокрема, є якісно побудована система бухгалтерського обліку, що передбачає формування та прийняття чіткої облікової політики, яка має на меті забезпечення тісних, взаємозалежних та взаємодоповнюючих зв'язків фінансового, податкового та управлінського обліку.

В процесі формування туристичної індустрії особливо актуальними стають питання побудови чіткого алгоритму організації системи бухгалтерського обліку діяльності підприємств туристичної сфери, котрі потребують вирішення.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Питанням дослідження діяльності туристичних підприємств та формування ними моделі організації бухгалтерського обліку зокрема, присвячені роботи таких науковців як: Балашова Р. І., Богданова Ж. А., Височан О. С., Гончаренко О. М., Данканич Т. В., Любіцева О. О., Мальська М. П., Осадча Т. С., Пожарицька І. М., Саух І. В., Сметанко О. В., Худо В. В., Школа І. В. та інших.

В працях зазначених вчених приділено увагу дослідженням поняття структури туристичної індустрії, надано характеристику суб’єктів туристичної індустрії, класифіковано їх діяльність, здійснено розподіл за виконуваними функціями на ринку туристичних послуг, визначено та уточнено терміни та поняття, притаманні туристичній індустрії, однак питання здійснення ними обліку своєї діяльності потребують подальшого опрацювання, вимагають більш глибокого дослідження і узагальнення. Слід також зауважити, що останнім часом серед науковців стає все більш актуальним звернення до проблем бухгалтерського обліку на підприємствах туристичної індустрії.

Зокрема, дослідженням діяльності суб’єктів сфери туризму для цілей бухгалтерського обліку займалися науковці, наукові доробки яких представлені в таблиці 1.

Мета статті. Метою статті є дослідження облікової терміносистеми в частині узгодженості організації фінансового, податкового та управлінського обліків та розробка алгоритму їх побудови на підприємствах індустрії туризму.

Виклад основного матеріалу з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Загальноприйнятим твердженням є ґрунтування практичної діяльності на теоретичних положеннях, що особливо актуалізується для інтелектуальних систем забезпечення функціонування національної економіки, до яких, зокрема, належить система організації бухгалтерського обліку.

Практика організації бухгалтерського обліку на туристичних підприємствах побудована на законо-

давчо встановлених принципах бухгалтерського обліку, визначених Законом України “Про бухгалтерський облік та фінансову звітність” в редакції від 06.02.2015 року [7] та принципах, визначених практичною діяльністю суб’єктів господарювання і обґрунтованих науковцями облікової сфери.

Зазначимо, що під організацією бухгалтерського обліку розуміють комплекс дій, направлених на створення системи бухгалтерського обліку, до якої входить визначення, створення, обґрунтування, підтвердження, систематизація облікової інформації для первинного, аналітичного, синтетичного обліків, побудова облікової політики підприємства та безпосередня організація облікового процесу.

Зазначимо, що організація бухгалтерського обліку на туристичних підприємствах будується власниками або уповноваженими органами, які несуть повну відповідальність за зазначений процес, та залежить, окрім зазначених принципів, від ряду критеріїв:

- форми власності новоствореного туристичного підприємства;
- організаційно-правової форми туристичного підприємства;
- характеру діяльності та обсягів реалізації туристичного продукту;
- чисельності наявного персоналу;
- організаційної структури управління та ін.

Незважаючи на пряму залежність системи організації бухгалтерського обліку від загальноприйнятих національних принципів та практичних критеріїв побудови діяльності, він підлягає постійній модернізації. Процес реформування бухгалтерського обліку в Україні, що має на меті наблизити національні положення

Таблиця 1.

Перелік наукових доробок з дослідження бухгалтерського обліку діяльності суб’єктів туристичної індустрії

№ з/п	ІПБ	Вид роботи	Тема роботи	Рік захисту
1.	Шейкха Нісрат Сабір	Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук	Організаційно-методичні засади ведення бухгалтерського фінансового обліку туристичної діяльності	2013
2.	Гончаренко О. М.	Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук	Облік витрат та аналіз собівартості туристичного продукту	2012
3.	Богданова Ж.А.	Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук	Бухгалтерський облік і контроль туристичної діяльності	2011
4.	Осадча Т.С.	Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук	Організація обліку і контролю діяльності в системі сільського туризму (на прикладі суб’єктів господарювання південного регіону України та АР Крим)	2007
5.	Пожарицька І.М.	Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук	Удосконалення обліку і аналізу витрат на виробництво туристичного продукту	2004
6.	Сметанко О.В.	Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук	Методика та організація обліку і аудиту витрат у туристичній галузі (на прикладі туристських підприємств Автономної Республіки Крим)	2004

*систематизовано автором на основі джерел [1-6]

Таблиця 2.

Принципи організації бухгалтерського обліку суб'єктами господарювання ринку туристичних послуг

№ з/п	Принцип	Характеристика	Тип обґрунтування
1.	Обачність	застосування в бухгалтерському обліку методів оцінки, які повинні запобігати заниженню оцінки зобов'язань та витрат і завищенню оцінки активів і доходів підприємства	Законодавчообґрунтований
2.	Повне висвітлення	фінансова звітність повинна містити всю інформацію про фактичні та потенційні наслідки господарських операцій та подій, здатних вплинути на рішення, що приймаються на її основі	Законодавчообґрунтований
3.	Автономність	кожне підприємство розглядається як юридична особа, відокремлена від її власників, у зв'язку з чим особисте майно та зобов'язання власників не повинні відображатися у фінансовій звітності підприємства	Законодавчообґрунтований
4.	Послідовність	постійне (із року в рік) застосування підприємством обраної облікової політики	Законодавчообґрунтований
5.	Безперервність	оцінка активів та зобов'язань підприємства здійснюється виходячи з припущення, що його діяльність буде тривати далі	Законодавчообґрунтований
6.	Нарахування та відповідність доходів і витрат	для визначення фінансового результату звітного періоду необхідно порівняти доходи звітного періоду з витратами, що були здійснені для отримання цих доходів. При цьому доходи і витрати відображаються в бухгалтерському обліку та фінансовій звітності в момент їх виникнення, незалежно від дати надходження або сплати грошових коштів	Законодавчообґрунтований
7.	Превалювання сутності над формою	операції обліковуються відповідно до їх сутності, а не лише виходячи з юридичної форми	Законодавчообґрунтований
8.	Історична (фактична) собівартість	пріоритетною є оцінка активів підприємства, виходячи з витрат на їх виробництво та придбання	Законодавчообґрунтований
9.	Єдиний грошовий вимірник	вимірювання та узагальнення всіх господарських операцій підприємства у його фінансовій звітності здійснюються в єдиній грошовій одиниці	Законодавчообґрунтований
10.	Періодичність	можливість розподілу діяльності підприємства на певні періоди часу з метою складання фінансової звітності	Законодавчообґрунтований
11.	Цілісність	вимагає розглядати систему як об'єкт, як цілісне явище, якість якого не зводиться до особливостей яких-небудь окремих частин, які утворюють його; цілісність обліку системи як об'єкта виявляється у подвійному узагальненні господарських фактів-явищ і процесів	Практичнообґрунтований
12.	Всебічність	передбачає облік всіх внутрішніх зв'язків і відносин системи, всіх чинників, які впливають на її функціонування	Практичнообґрунтований
13.	Субординація	вимагає створення ієрархії елементів і відносин за чітко встановленими критеріями; основним критерієм побудови ієрархії елементів системи бухгалтерського обліку є відповідність організаційної і технологічної структур господарства	Практичнообґрунтований
14.	Динамічність	встановлює, що всі характеристики системи слід розглядати не як постійні, а як постійно змінні; динамічність бухгалтерського обліку як системи обумовлена удосконаленням форм і методів його організації, розвитком форм здійснення розрахунків, системи рахунків, застосуванням нових методів обліку ресурсів, витрат на виробництво і калькуляцію собівартості продукції	Практичнообґрунтований
15.	Випереджаючого відображення	означає постійну наявність проблем, виникнення яких обумовлене часом, а, отже, вимагає прогнозування стану системи обліку в майбутньому	Практичнообґрунтований
16.	Системотворюючих відносин	вимагає визначення саме таких зв'язків між частинами (елементами) системи, які забезпечують її цілісність, існування і розвиток	Практичнообґрунтований

*систематизовано автором на основі джерел [7].

(стандарти) бухгалтерського обліку до міжнародних, зумовив його розмежування на три складові частини:

- фінансовий облік;
- податковий облік;
- управлінський облік.

Прийmemo до уваги, що зазначені частини бухгалтерського обліку можуть складати його підсистеми, які поєднані між собою, однак функціонують як окремі складові, забезпечуючи безперервний обліковий процес. Об'єктивність даного поділу обґрунтовується наявністю інтеграційних процесів і відповідно потребою узгодження національної системи бухгалтерського обліку з міжнародною практикою, оскільки його інформація має формуватися на загальноприйнятних методологічних підходах.

Тривалий час суб'єкти господарювання ігнорували процес переходу до правил міжнародної облікової практичної діяльності, однак з 2013 року із запровадженням змін в нормативних методичних документах з бухгалтерського обліку даний процес уникнути неможливо. Розглянемо детально теоретичні та практичні сторони застосування підсистем бухгалтерського обліку на туристичних підприємствах.

Загальновідомо, що кожна наукова теорія володіє, застосовує та розвиває свій власний понятійно-категоріальний апарат, який вбирає в себе як поняття, вироблені в процесі виникнення і розвитку даної науки, так і поняття інших (особливо близьких) наукових дисциплін. Адже облікова терміносистема, поряд з репрезентативно-когнітивним носить також соціально-комунікативний характер, і саме в термінах найбільш чітко проявляється соціально-комунікативний параметр пізнання, його комунікативно-діалогічний вимір [8]. Отже, у бухгалтерському обліку, як і в будь-якій іншій науці, значна увага приділяється понятійному апарату, тому буде доцільним надати визначення фінансовому, податковому та управлінському облікам, узагальнивши їх дефініції, наведені в різних наукових джерелах економічної облікової інформації.

Фінансовий облік – це сукупність правил і процедур для відображення, обробки і подання інформації з суворим дотриманням законів, нормативних актів, положень, стандартів, інструкцій і принципів, що забезпечує облік активів і пасивів підприємства, оформлення, реєстрацію, безперервне і взаємопов'язане відображення господарських операцій на рахунках та в облікових реєстрах, складання фінансової звітності, збір і систематизацію інформації для зовнішніх і внутрішніх користувачів. Логічним твердженням будемо вважати, що вирішальну роль в зазначених процесах фінансового обліку відіграє система рахунків бухгалтерського обліку, визначена Планом рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу, зобов'язань і господарських операцій підприємств і організацій та інструкцією про застосування Плану рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу, зобов'язань і господарських операцій підприємств і організацій, зат-

вердженими наказом Міністерства фінансів України, які застосовуються підприємствами, організаціями та іншими юридичними особами незалежно від форм власності, організаційно-правових форм і видів діяльності, а також виділених на окремий баланс філій, відділень та інших відособлених підрозділів юридичних осіб [9].

Управлінський облік – це система підготовки та обробки інформації про діяльність підприємства для внутрішніх користувачів в процесі управління підприємством, необхідність ведення якого визначається власниками або адміністрацією підприємства. Як зазначає Васюк Н. В. для ефективного ведення управлінського обліку потрібно:

- забезпечити фахівців усією необхідною інформацією, у тому числі конфіденційною, оскільки при неповному володінні інформацією управлінський облік втрачає будь-який сенс;
- розробити специфічну для кожного підприємства методологію, яка повинна включати параметри управлінського обліку, напрями, статті доходів і витрат, розподіл загальних для всіх витрат, облікову політику, формати звітності, процедури отримання інформації, при чому потрібно пам'ятати, що в управлінському обліку економічна суть операції вища від її юридичної форми і іноді допустимо використовувати документально не підтверджену інформацію [10].

Податковий облік – це система групування інформації для визначення податкової бази за податками і платежами на підставі первинних документів, згрупованих у відповідності з порядком, передбаченим діючим податковим законодавством з метою формування повної та достовірної інформації про порядок обліку господарських операцій, що були проведені платником протягом звітного періоду з метою оподаткування, а також забезпечення інформацією внутрішніх та зовнішніх користувачів для контролю за правильністю нарахування, повнотою та своєчасністю перерахування податків до відповідних бюджетів. Зазначимо, що на законодавчому рівні сформульовані лише загальні принципи організації процесу податкового обліку, а практичне його застосування здійснюється на розсуд бухгалтерської служби у відповідності до наказу про облікову політику суб'єкта господарювання.

Для узагальнення та наглядного відображення мети і ролі кожної підсистеми бухгалтерського обліку побудуємо таблицю, яка дасть змогу візуалізувати інформацію про методичну та організаційну структуру бухгалтерського обліку.

Теоретичні положення, викладені в представленій аналітичній таблиці, та практика ведення бухгалтерського обліку підтверджують обов'язковість ведення фінансового та податкового обліку суб'єктами ринку туристичних послуг. Відмітимо, що відповідно до змін в законодавчих нормативних документах на сучасному

Таблиця 3.

Аналіз ознак підсистем бухгалтерського обліку на туристичних підприємствах

№ з/п	Характерна ознака	Види обліку		
		Фінансовий	Податковий	Управлінський
1.	Завдання	Забезпечує відображення фінансового стану	Забезпечує складання податкової звітності	Забезпечує керівництво інформацією, необхідною для прийняття оперативних та стратегічних управлінських рішень
2.	Цілі	Формування достовірної інформації про фінансовий стан туристичного підприємства та результати його діяльності	Визначення суми податків і контроль за своєчасністю їх сплати	Підготовка оперативної інформації щодо діяльності туристичного підприємства в цілому та його окремих підрозділів для планування, контролю та прийняття рішень на різних рівнях управління
3.	Обов'язковість ведення	Передбачено законодавчою методичною базою	Передбачено податковим законодавством	За рішенням керівництва туристичного підприємства
4.	Об'єкти обліку	Господарська діяльність підприємства	Валові витрати, валові доходи, база оподаткування	Витрати, доходи та фінансові результати від усіх видів діяльності
5.	Суб'єкт регламентації	Міністерство фінансів України	Державна фіскальна служба України	Керівництво туристичного підприємства та його акціонери
6.	Використання вимірників	Єдиний грошовий вимірник		
7.	Елементи методу дослідження	Документування, інвентаризація, оцінка, рахунки і подвійний запис, звітність, калькулювання, балансове узагальнення та ін.		
8.	Головні споживачі / користувачі	Керівництво туристичного підприємства, фактичні і потенційні інвестори та кредитори, регулятивні органи, органи планування, економіки тощо	Податкові органи, власники і адміністрація туристичних підприємств	Керівництво туристичного підприємства різних рівнів управління, власники, адміністрація підприємства і особи, які готують інформацію
9.	Обмеження	Нормативні облікові документи	Чинне податкове законодавство	Внутрішні нормативні документи туристичного підприємства
10.	Основні групування витрат	За економічними елементами	Віднесення до валових витрат	З метою визначення собівартості туристичного продукту, планування і прийняття управлінських рішень, контролю та регулювання
11.	Об'єкт аналізу, сфера обліку	Господарська діяльність туристичного підприємства		Туристичне підприємство у цілому, його структурні підрозділи, туристичний продукт, центри витрат і центри відповідальності
12.	Вплив технологічних процесів	Суттєвий	Відсутній	Суттєвий
13.	Форми звітності	Баланс, звіт про фінансові результати, звіт про власний капітал, звіт про рух грошових коштів	Декларації та розрахунки	Звіти про виконання планів діяльності, звіти сегментів діяльності тощо
14.	Періодичність складання звітів	Регулярно, щоквартально та щорічно	Регулярно, як правило, квартальний інтервал наростаючим підсумком за фінансовий рік	Змінний інтервал, оперативна інформація
15.	Спрямованість (в часовому аспекті)	У минуле (ретроспективна оцінка)		У майбутнє (прогнозування) на базі попередніх показників
16.	Відкритість даних	Доступність зовнішнім і внутрішнім користувачам	Більшість даних доступна податковим органам	Комерційна таємниця
17.	Точність	Максимальна точність інформації		Можливі приблизні розрахунки
18.	Відповідальність	Адміністративна і кримінальна		Дисциплінарна

*побудовано та систематизовано автором

етапі формування облікових процесів та механізмів відслідковується тенденція максимального їх наближення та об’єднання. Отже, оптимізаційні процеси, що стосуються фінансового обліку, безпосередньо вплинуть на удосконалення податкового.

Відмітимо, визначення та формування управлінського обліку є необхідним завданням керівництва підприємства, адже це дає змогу забезпечити управлінський персонал необхідною інформацією, яка в свою чергу дає можливість прийняти ефективні управлінські рішення. До того ж слід зазначити, що управлінський персонал має здатність активно та самостійно реагувати на динамічні зміни зовнішнього середовища, поєднуючи в просторі та часі всі інші складові загального потенціалу туристичного підприємства.



Рис. 1. Блок-схема алгоритму побудови фінансового, податкового та управлінського обліку на туристичних підприємствах

Отримавши теоретичне підґрунтя для побудови алгоритму практичного застосування фінансового, податкового та управлінського обліку, можемо стверджувати, що обов’язковим та законодавчо-врегульованим для ведення на туристичному підприємстві є фінансовий облік. Побудова податкового обліку на пряму залежить від фінансового, оскільки для зазначених видів обліку інформаційною базою виступає єдина система первинної облікової інформації.

Висновки і перспективи подальших розробок у даному напрямі. Отже, на нашу думку, існує можливість створення алгоритму побудови фінансового, податкового та управлінського обліку, як елементу модернізації бухгалтерського обліку підприємств туристичної сфери з метою мінімізації трудових затрат та максимізації результативності отримання, накопичення, обробки, систематизації та узагальнення облікової інформації для прийняття обґрунтованих управлінських рішень та безпомилкового формування і подання фінансової та податкової звітності. Важли-

вим елементом даного процесу, на нашу думку, постає дослідження алгоритму побудови:

- фінансового обліку і відповідності до Плану рахунків бухгалтерського обліку;
- податкового обліку у відповідності до переліку податків та зборів, за якими у туристичного підприємства виникнуть податкові зобов’язання, в залежності від виду пропонуваного туристичного продукту;
- управлінського обліку в залежності від необхідності обґрунтування отриманого фінансового результату та розробки планів діяльності на майбутні періоди з метою прийняття стратегічних управлінських рішень.

Всі зазначені процеси є частинами складної облікової структури і потребують структурованого та змістовного обґрунтування свого алгоритму побудови, що й буде питанням наших подальших досліджень.

ЛІТЕРАТУРА

1. Богданова Ж. А. Бухгалтерський облік і контроль туристичної діяльності: автореф. дис. канд. екон. наук: 08.00.09 / Ж. А. Богданова; Житомир. держ. технол. ун-т. – Житомир, 2011. – 20 с.
2. Осадча Т. С. Організація обліку і контролю діяльності в системі сільського туризму (на прикладі суб’єктів господарювання південного регіону України та АР Крим): автореф. дис. канд. екон. наук / Т. С. Осадча; Держ. вищ. навч. закл. “Київ. нац. екон. ун-т ім. В.Гетьмана”. – К., 2007. – 21 с.
3. Пожарицька І. М. Удосконалення обліку і аналізу витрат на виробництво туристичного продукту: автореф. дис. канд. екон. наук: 08.06.04 / І. М. Пожарицька; В.о. Східноукр. нац. ун-т ім. В. Даля. – Луганськ: Б. в., 2004. – 19 с.
4. Сметанко О. В. Методика та організація обліку і аудиту витрат у туристичній галузі (на прикладі туристичних підприємств Автономної Республіки Крим): автореф. дис. канд. екон. наук: 08.06. / О. В. Сметанко; Київ. нац. екон. ун-т. – К., 2004. – 19 с.
5. Гончаренко О. М. Облік витрат та аналіз собівартості туристичного продукту [Текст]: автореф. дис. канд. екон. наук: 08.00.09 / О. М. Гончаренко; Київ. нац. торг.-екон. ун-т. – К., 2012. – 24 с.
6. Шейкха Нісрат Сабір. Організаційно-методичні засади ведення бухгалтерського фінансового обліку туристичної діяльності [Текст]: автореф. дис. канд. екон. наук: 08.00.09 / Шейкха Нісрат Сабір; Одес. нац. екон. ун-т. – О., 2013. – 18 с.
7. Закон України “Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні” від 16.07.1999 № 996-XIV [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/996-14>.
8. Семенішена Н. Дефініції поняття “бухгалтерський облік” в сучасних дослідженнях / Н. Семенішена. – 2013 р. [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://sophus.at.ua/publ/2013_11_21_22_kampodilsk/sekcija_3_2013_11_21_22/definiciji_ponjattja_buhgalterskij_oblik_v_suchasnikh_doslidzhennjakh/37-1-0-753.
9. Про затвердження Плану рахунків бухгалтерського обліку та Інструкції про його застосування: Наказ Міністерства фінансів України від 30.11.1999 № 291 [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/z0892-99>.
10. Васюк Н.В. Методологія організації управлінського обліку на підприємстві / Н. В. Васюк // Вісник соціально-економічних досліджень. – 2013 р. – №1 [Електронний ресурс] – Режим доступу: file:///C:/Users/Varvar/Desktop/Vsed_2013_1_7.pdf.

УДК: 369.03

НІКІТЧИНА О.В.

м. Житомир

РОЛЬ ДОБРОВІЛЬНОГО МЕДИЧНОГО СТРАХУВАННЯ У ФІНАНСУВАННІ ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я УКРАЇНИ

Анотація. Визначено основні проблеми системи охорони здоров'я в Україні та запропоновано шляхи їх вирішення. Досліджено сучасний стан українського ринку добровільного медичного страхування, а також проведено паралелі між шляхами розвитку ринків добровільного медичного страхування України та Латвії. Запропоновано заходи, які сприятимуть покращенню медичного забезпечення і розвитку медичного страхування.

Ключові слова: медичне страхування, система охорони здоров'я України, добровільне медичне страхування.

Аннотация. Определены основные проблемы системы здравоохранения в Украине и предложены пути их решения. Исследовано современное состояние украинского рынка добровольного медицинского страхования, а также проведены параллели между путями развития рынков добровольного медицинского страхования Украины и Латвии. Предложены мероприятия, которые будут способствовать улучшению медицинского обеспечения и развития медицинского страхования.

Ключевые слова: медицинское страхование, система здравоохранения Украины, добровольное медицинское страхование.

Abstract. The main problems of the health system in Ukraine and the ways of solving these problems. The modern state of Ukrainian market of voluntary health insurance, and held parallels between the paths of voluntary health insurance markets Ukraine and Latvia. The measures aimed at improving medical support and development of health insurance.

Key words: medical insurance, medical care Ukraine, voluntary medical insurance.

Постановка проблеми у загальному вигляді. Добровільне медичне страхування має на меті забезпечити страхувальникові гарантії повної або часткової компенсації страховиком додаткових витрат, пов'язаних із зверненням до медичної установи за послугою, яка надається згідно з програмою добровільного медичного страхування. Проблеми, з якими стикаються страхові компанії, що займаються добровільним медичним страхуванням, спричинені низкою чинників, серед яких – економічна ситуація, жорстка конкуренція, високий рівень безробіття, низький рівень платоспроможності населення, недосконалі законодавчі акти, неузгодженість економічних інтересів суб'єктів страхового ринку. На розвиток медичного страхування впливає стан системи охорони здоров'я України, який є незадовільним. Це пов'язано з недостатнім фінансуванням медичної галузі з боку держави, відсутністю законодавчого регулювання медичного страхування, з низьким рівнем якості медичних послуг, застарілим медичним обладнанням, з неконтрольованим зростанням цін на медичні послуги та фармацевтичну продукцію. Проблеми у медичному страхуванні для України і кожного громадянина є дуже актуальними і потребують негайного вирішення.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Дослідженням проблем медичного страхування

займалось багато відомих учених-економістів, таких як О. Виноградова, Е. Писанець, М. Поліщук, В. Рудий, О. Сидорчук, Л. Сизоненко, В. Черкесова, В. Черненко. За останні роки було висунено на розгляд безліч законодавчих проєктів, що стосуються медичного страхування, проте, жоден з них не був прийнятий.

Мета статті. Метою роботи є дослідження ролі добровільного медичного страхування у фінансуванні охорони здоров'я в Україні та країнах Європи, оцінка українського ринку ДМС, а також співставлення ринків ДМС України та Латвії (яку було обрано у якості рольової моделі через схожість систем надання медичної допомоги населенню), визначити переваги та недоліки запровадження в Україні обов'язкового медичного страхування.

Виклад основного матеріалу з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Однією з ознак добробуту суспільства є здатність держави забезпечувати охорону здоров'я своїх громадян. Державна система охорони здоров'я пропонує однаковий рівень медичних послуг для всіх груп осіб, втім, дуже часто ці послуги задовольняють потреби населення не повністю. По суті, ДМС є актуальним для середнього класу, який готовий понести додаткові витрати в обмін на вищу якість медичних послуг, які він може отримати у випадку погіршення стану здоров'я. В свою чергу, страхові компанії, які пропонують населенню поліси ДМС, несуть відповідальність

за кожний страховий випадок, гарантуючи повноцінну діагностику, коректний діагноз та лікування.

Страхове покриття при ДМС визначається попередньо встановленою сумою, в межах якої оплачується об’єм конкретних медичних витрат застрахованої особи в період дії договору. Програми ДМС відрізняються набором захворювань, місцем та методами лікування, медикаментозним забезпеченням, сервісним обслуговуванням та умовами реабілітації. Зазначені чинники визначають вартість страхової програми, а страховий тариф додатково залежить від віку, статі та стану здоров’я застрахованого [4].

Необхідно також мати на увазі, що розвиток ДМС в державі не лише забезпечує надання якісних медичних послуг населенню, але і позитивно впливає на добробут нації (рис. 1).

Як видно з рис. 1, домогосподарства мають у розпорядженні певну суму ресурсів, які вони бажано використовувати максимально корисно. Одним із ризиків, який має кожна особа – ризик захворіти та понести значні матеріальні витрати, пов’язані із лікуванням. ДМС є інструментом захисту домогосподарств від подібних витрат. Результатами придбання медичної страховки особою є: 1) захист від незапланованих витрат на лікування; 2) можливість забезпечення звичного рівня споживання; 3) гарантія вчасного отримання необхідних медичних послуг.

Досить цікавими є статистичні дані щодо внесків ДМС у загальну суму витрат на охорону здоров’я в різних країнах світу. На рис. 2 представлено країни, в яких за рахунок ДМС фінансується більше 10% витрат, пов’язаних з охороною здоров’я.

Лідерами ринку ДМС є ПАР, країни американського континенту – США, Уругвай, Бразилія, Чилі, Канада тощо. Це пов’язано передусім із системою охорони здоров’я, яка історично склалася в країнах, а саме домінуванням платної медицини.

Щодо Франції, система охорони здоров’я якої вважається кращою в світі, тому, що в державі функціонує обов’язкове національне медичне страхування,

яке в багатьох випадках “підкріплюється” ДМС (85% населення країни мають додаткову страховку). Втім, не всі європейські країни мають таку систему охорони здоров’я, яка б звільняла населення від додаткових медичних витрат (рис. 3).

Як видно з рис. 3, наявність в країні обов’язкового медичного страхування (приклади Франції, Німеччини, Нідерландів) або державного фінансування охорони здоров’я (Великобританія, Латвія тощо), не означає безоплатність медицини (без врахування вартості полісу ОМС для застрахованого). Правильно побудована система ДМС може оптимізувати медичні витрати. Наприклад, у Франції частка ДМС значно перевищує частку додаткових кишенькових витрат (out-of pocket spending), в Німеччині та Нідерландах ДМС та кишенькові витрати майже однакові.

Показовим для України може бути приклад Латвії, в якій, як і в нашій державі, населення де-юре має право на безкоштовне медичне обслуговування. Де-факто якість державних медичних послуг є низькою, тому альтернативою безкоштовної медицини виступає платна медицина, в системі якої працюють більш кваліфіковані кадри, яка використовує новітні препарати та є краще оснащеною. Мінусом платної медицини є її висока вартість, проте ДМС може значно скоротити витрати населення на лікування [3].

Згідно зі статтею 49 Конституції України, держава гарантує громадянам країни безкоштовну медичну допомогу у державних та комунальних закладах охорони здоров’я та передбачає, що охорона здоров’я забезпечується державним фінансуванням відповідних програм. Попри це стан здоров’я населення України на сучасному етапі розвитку оцінюється як незадовільний. Про це свідчить зменшення кількості населення з 52 млн. у 1991 р. до 43 млн. у 2014 р. До 2030 р. в Україні може залишитися лише 30 млн. осіб, згідно з прогнозами Всесвітньої організації охорони здоров’я щодо демографічної ситуації в Україні. Також в Україні значно нижча тривалість життя населення порівняно з зарубіжними країнами (табл. 2).

Таблиця 1.

Класифікація ризиків добровільного медичного страхування

Фактор ризику	Індивідуальні договори	Корпоративні (колективні) договори	
		з невеликою кількістю учасників	з великою кількістю учасників
Вік (вікові групи)	+	+	+
Стать	+	-	-
Сімейний стан	+	+	+
Місце проживання	+	+	+
Професія	+	+	-
Галузева належність працедавця	-	+	+
Зріст і вага	+	-	-
Курить / не курить	+	-	-
Історія хвороби	+	+	-
Кількість учасників	-	+	+
Дані щодо виплат у групі	-	+	+
Умови договору	+	+	+



Рис. 1. Вплив ДМС на економічні процеси [14]

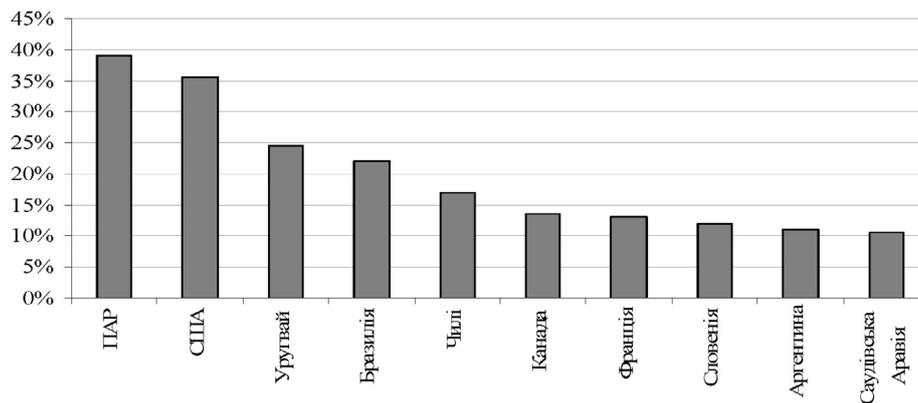


Рис. 2. Країни, в яких у 2013 р. ДМС покривало більше 10% витрат на охорону здоров'я [12]

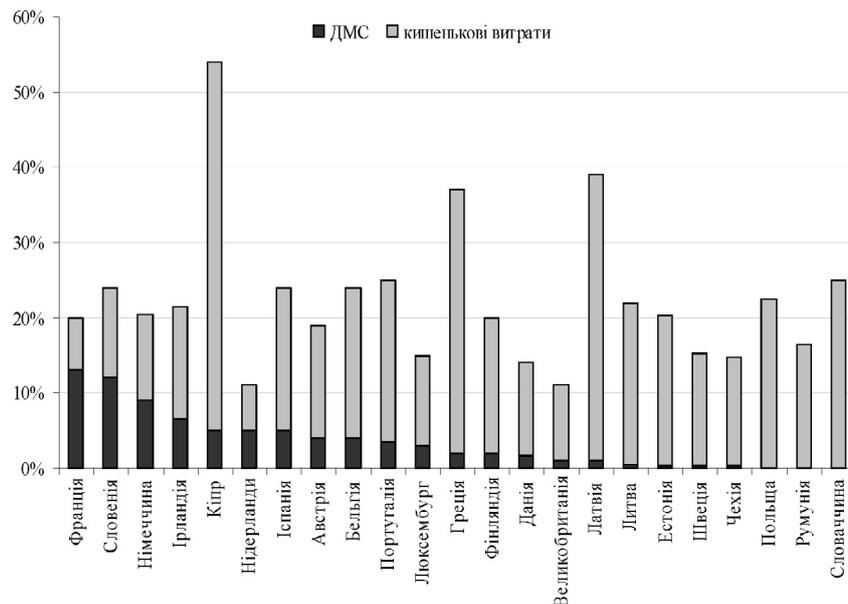


Рис. 3. Частка ДМС та кишенькових витрат населення у загальних медичних витратах в деяких країнах Європи

Такий критичний стан здоров'я громадян пов'язаний насамперед з проблемами у системі охорони здоров'я України. До основних проблем існуючої системи охорони здоров'я в Україні можна зарахувати: недостатнє фінансування системи охорони здоров'я України, неефективність структури медичного обслуговування, низька якість медичних послуг та медичної допомоги, низька якість та високі ціни на фармацевтичну продукцію.

Недостатнє фінансування системи охорони здоров'я вважається однією з основних проблем національної системи охорони здоров'я. На рис. 4 зображена динаміка витрат Державного бюджету на охорону здоров'я, і за останні роки спостерігається позитивна тенденція.

Проте, більшість витрат на охорону здоров'я припадає на заробітну плату медичних працівників. При цьому середня зарплата лікаря становить 1600 грн.

Таблиця 2.
Порівняння середньої очікуваної тривалості життя населення України та зарубіжних країн у 2014 р.

Країни	Очікувана тривалість життя	
	чоловіки	жінки
Україна	62 р. 9 м.	73 р. 10 м.
Франція	77 р. 7 м.	84 р. 8 м.
Польща	71 р. 4 м.	79 р. 9 м.
Нідерланди	77 р. 9 м.	82 р.
Росія	60 р. 3 м.	73 р. 2 м.

Таблиця 3.
Показники здоров'я населення України та країн Європейського Союзу у 2014 р.

Показники	Україна	ЄС
Смертність на 1000 населення	16,6	9,3
Очікувана тривалість життя, років	68	79
Очікувана тривалість життя чоловіків	62,4	76
Очікувана тривалість життя жінок	73	82
Захворюваність на туберкульоз, на 100000 тис. населення	84	15,1
Смертність від туберкульозу, на 100000 тис. населення	22	1
Захворюваність на ВІЛ, на 100000 тис. населення	29	5,4

Звичайно ж, за такого низького фінансування держава не може забезпечувати належний медичний захист, тому в безкоштовній медицині все частіше з'являються платні медичні послуги.

Україна може скористатися досвідом функціонування та розвитку ДМС в Латвії через схожість сформованих систем охорони здоров'я. На сьогоднішній день фінансування охорони здоров'я в нашій країні наполовину здійснюється державою (сформована система безкоштовної медицини), та наполовину безпосередньо за рахунок населення.

Взагалі, динаміка росту українського ринку ДМС – чи не найбільша у порівнянні з іншими видами страхування. Це пов'язано з тим, що на сьогоднішній день ринок розвинутий ще слабо, втім, він має великий потенціал розвитку в нашій країні. Багато компаній страхують своїх працівників, забезпечуючи їм соціальний пакет (на сьогодні корпоративне медичне страхування є чи не найбільшим інструментом мотивації персоналу). Навіть в деяких країнах ЄС даний вид страхування розвивається не так швидко. Наприклад, Польща аналізує український досвід ДМС з метою його використання у себе [7].

За даними Forinsurer [6], середня вартість ДМС дорослого – 5500 грн. на рік, а дитини – 7500 грн., цей тариф включає покриття 100-150 тис. грн. без франшизи та обслуговування у VIP-клініках (рівня “Борис”, “Добробут” та “Медиком”). Компаніями-лідерами з корпоративного медичного страхування є Провідна, UNIQA, ІНГО Україна, Альфа Страхування та АСКА. Показовим також є те, що 60% премій, отриманих від ДМС на українському ринку, припадають на 10 компаній-лідерів даного ринку. Сума страхових премій по ДМС за 1-й квартал 2014 р. зросла на 20% – до 450 млн. грн., було укладено 800 тис. договорів, що на 11% більше ніж роком раніше, виплачено 270 млн. грн. страхових відшкодувань (на 10% більше).

На сьогоднішній день, на жаль, на українському ринку ДМС нерідко трапляються випадки шахрайства. Так, лікарі та працівники лікарень, діагностичних центрів та клінік можуть виставляти рахунки за процедури, які фактично не проводилися, списувати медикаменти та оформлювати документи про відвідування пацієнтом клініки [1].

Одним зі шляхів вирішення проблемної ситуації може бути зміна зобов'язань держави щодо надання безкоштовних медичних послуг населенню. У деяких

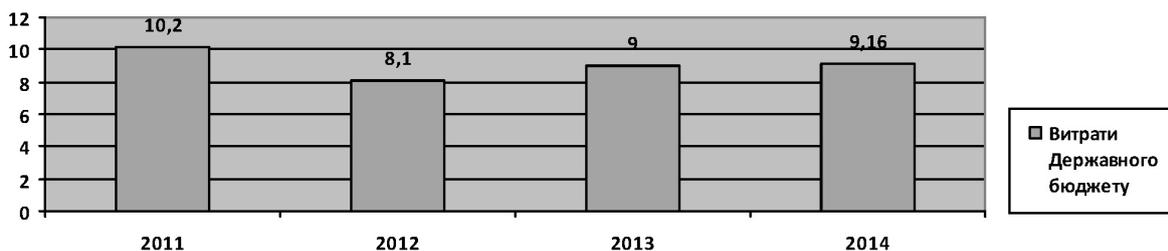


Рис. 4. Витрати Державного бюджету України на охорону здоров'я у 2011–2014 рр., млрд. грн.

країнах Центральної та Східної Європи встановили певну вартість медичних послуг. В Естонії огляд лікаря становить приблизно 0,4\$. У Чехії введено плату за лікарняне обслуговування у розмірі 2,3\$ за день перебування у лікарні та оплату швидкої допомоги – приблизно 2\$ за виклик. У Польщі та Румунії введені платні ліки. У Латвії уряд прийняв постанову про встановлення часткової оплати медичних послуг (до 25%). Безкоштовними у країні залишається медична допомога дітям та інвалідам, а також невідкладна допомога [1].

Ще однією доволі вагомою проблемою є неефективність структури медичного обслуговування. Кількість стаціонарних закладів та лікарняних ліжок в Україні є надлишковою. Чисельність стаціонарів більше ніж у 2 рази перевищує аналогічний показник у країнах Європи, а це призводить до розпорошення ресурсів та низької якості медичного забезпечення. Загальна забезпеченість ліжками на 10 000 населення (незважаючи на те, що в Україні відбулося скорочення ліжкового фонду майже на третину) залишається доволі високою [2].

Дуже болючою проблемою для України є низька якість медичних послуг та медичної допомоги. Населення незадоволене якістю наданих їм послуг, щодня 30% діагнозів ставиться неправильно, у деяких випадках неправильне лікування призводить до летальних наслідків. У державних медичних закладах техніка застаріла на 60-70%, обладнання використовується 20-25 років, що у 2-3 рази перевищує можливий термін його використання.

Впродовж останніх років населення усе частіше починає звертатись до приватних клінік за медичними послугами. В Україні платну медичну допомогу надають такі служби невідкладної допомоги та приватні клініки: "Медіком", "Борис", "Вітацел", "Медєя". Також відкривається багато приватних діагностичних центрів, лабораторій, стоматологічних кабінетів. Послуги, які пропонують медичні лабораторії, включають величезний спектр досліджень, зробити, які у державних клініках неможливо, або необхідно чекати місяцями в черзі. Це швидка діагностика інфекцій, наркологічні дослідження, гормональні дослідження, імунологічні дослідження, ревматологічні дослідження тощо.

Ще однією, але не менш важливою проблемою є низька якість та високі ціни на фармацевтичну продукцію. В країні немає контролю з боку держави за націнками на ліки та їхньою якістю, відсутня система виявлення та обліку фальсифікованих препаратів, однак за даними ВООЗ, їх питома вага сягає 20%. Вирішення цієї проблеми може відбутись лише за створення системи державного контролю за цінами та якістю на фармацевтичну продукцію.

Такий незадовільний стан охорони здоров'я та медичних послуг в Україні пов'язаний з відсутністю

закону про медичне страхування, неефективною існуючою системою охорони здоров'я.

Медичне страхування забезпечує право громадян, які працюють, і членів їх сімей на кваліфіковане медичне обслуговування, матеріальне забезпечення у разі настання хвороби. За останні десять років було підготовлено понад десять законопроектів щодо обов'язкового медичного страхування, але жоден з них не був прийнятий у парламенті. Науковці, політики, економісти визначають різні чинники, що гальмують запровадження обов'язкового медичного страхування. З боку держави – це неготовність медицини, дефіцит бюджету. З боку роботодавців – неготовність сплачувати страхові внески, бо це несе додаткові навантаження на фонд оплати праці.

Отже, в Україні набуває розвитку добровільне медичне страхування, яке виступає одним із видів особистого страхування, що забезпечує можливість повної або часткової виплати коштів за надання медичних і медико-профілактичних послуг застрахованим особам у разі погіршення стану здоров'я, відповідно до умов укладеного договору та правил страхування. Таким чином, застрахувавши своє здоров'я в українській страховій компанії, яка серйозно займається добровільним медичним страхуванням, наші співвітчизники мають право розраховувати на своєчасну і кваліфіковану медичну допомогу.

Висновки і перспективи подальших розробок у даному напрямі. Законодавці у найближчому майбутньому повинні запропонувати такий проект медичного страхування, який би надавав можливість кожному громадянину отримувати належне медичне забезпечення за помірні кошти. Держава має більше вкладати коштів у розвиток медичної галузі, оскільки існує обладнання застаріле, необхідно шукати інвесторів, щоб закупити сучасне медичне технологічне устаткування для діагностики та лікування. Щоб медичне страхування в Україні гарантувало кожному право на належне медичне забезпечення, необхідно здійснити багато заходів:

- зробити деякі послуги державних медичних закладів платними для акумуляції коштів на оновлення медичного обладнання;
- здійснити реструктуризацію лікувальних закладів з урахуванням потреб кожного регіону;
- посилити контроль над якістю медичних послуг, провести акредитацію медичних закладів;
- удосконалити систему державного контролю за цінами та якістю фармацевтичної продукції;
- підвищити заробітну плату лікарям відповідно до рівня кваліфікації та професіоналізму;
- запровадити обов'язкові щорічні медичні огляди громадян з метою профілактики важких захворювань;
- зробити медичне страхування доступним для кожного громадянина.

ЛІТЕРАТУРА

1. В Україні процвітає страхове мошенництво в медичному страхуванні [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://med-insurance.com.ua/review/318>
2. Грищенко Н. Б. Добровільне медичне страхування. Основи сучасної практики [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://www.econ.asu.ru/lib/d_strakh.pdf
3. Добровільне медичне страхування в Латвії [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://www.riga-re.com/strah_news/10-dobrovolnoe-meditsinskoe-strahovanie-v-latvii.htm
4. Лехан В. М. Стратегія розвитку системи охорони здоров'я: український вимір // Новості медицини і фармації. – Донецьк, 2012. – № 4(309). – С. 4-7.
5. Медичне страхування [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.strahuemvseh.ru/index.php?page=content&subpage=s&r=13&28&s=42>
6. Минкіна Г. О. Проблеми і перспективи розвитку добровільного медичного страхування в Україні [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://www.nbu.gov.ua/portal/Chem_Biol/Tavnv/2010_70/70_45.pdf
7. Бідник Н. Б. Медичне страхування [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.dfp.gov.ua/734.html?&0>
8. Независимый рейтинг страховщиков [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://forinsurer.com/rating>
9. Перспективи розвитку страхового ринку в Україні [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.investgazeta.net/finansy/perspektivy-razvitiya-strahovogo-rynka-v-ukraine-162804/>
10. Річні звіти Держфінпослуг [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.dfp.gov.ua/734.html?&0>
11. Роль частини медицини в ДМС – практичний досвід [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.apteka.ua/wp-content/uploads/2012/11/61.pdf>
12. Смірнова О. М. Проблематика розвитку добровільного медичного страхування: податкова складова [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://www.nbu.gov.ua/portal/soc_gum/Evu/2012_19_1/Smirnova.pdf
13. Стеценко В. Ю. Добровільне медичне страхування як об'єкт правового регулювання [Електронний ресурс] / В. Ю. Стеценко // Часопис Київського університету права. – 2009. – №3. – Режим доступу: http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc_Gum/Chkup/2009_3/CHAS09_156.pdf
14. Стецюк Т. І. Показники розвитку ринку добровільного медичного страхування в Україні [Електронний ресурс] / Т. І. Стецюк // Наука й економіка. – 2009. – №4(16). – Режим доступу: www.nbu.gov.ua/portal/soc_gum/nie/2009_4_1/143-147.pdf

УДК 659.1

ПАЦАЛЮК К.О.

м. Житомир

ОСОБЛИВОСТІ РЕКЛАМИ ЯК СКЛАДОВОГО ЕЛЕМЕНТУ КОМПЛЕКСУ МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ

***Анотація.** В статті досліджено особливості реклами як комплексу маркетингових комунікацій, розглянуто основні завдання, які ставляться перед рекламою, проаналізовано переваги та недоліки реклами.*

***Ключові слова:** реклама, комунікаційна політика, рекламна діяльність, засоби реклами, канали поширення, стимулювання збуту.*

***Аннотация.** В статье исследованы особенности рекламы как комплекса маркетинговых коммуникаций, рассмотрены основные задачи, которые ставятся перед рекламой, проанализированы преимущества и недостатки рекламы.*

***Ключевые слова:** реклама, коммуникационная политика, рекламная деятельность, средства рекламы, каналы распространения, стимулирование сбыта.*

***Abstract.** This paper investigates the features of advertising as marketing communications complex, the basic tasks that relate to advertising, analyzes the advantages and disadvantages of advertisements.*

***Key words:** advertising, communication policy, advertising, means of advertising, channels of distribution, sales promotion.*

Постановка проблеми у загальному вигляді. Важливим елементом комплексу маркетингових заходів як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринку є комунікаційна політика фірми, підприємства, яка дає змогу налагодити міцні зв'язки зі споживачами та допомагає забезпечити стабільний та активний вплив на формування споживчого попиту на цільових ринках з метою задоволення потреб покупців та отримання бажаних прибутків.

Ефективним елементом комунікаційної політики підприємства вважається реклама, яка дає змогу поінформувати велику кількість населення про пропо-

зиції підприємства, стимулює розвиток виробництва, модернізацію продукції, сприяє збільшенню споживання товарів, що випускаються.

В українській економіці ринок рекламних послуг лише набирає обертів у своєму розвитку та формуванні, що призвело до істотного збільшення витрат на рекламу. В зв'язку з цим виникає необхідність детального розгляду та аналізу поглядів науковців щодо деяких аспектів рекламної діяльності.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Проблемам теорії, методології і практики реклам-

ної діяльності, як складової частини маркетингових комунікацій, присвятили велику кількість наукових праць закордонні і вітчизняні економісти: Ф. Котлер, Г. Картер, Ф. Джефкінс, Р. Браун, Е. Левіс, Т. Дубовик, Н. Панченко, Т. Дяченко, та ін. Проте, внаслідок складності та багатоаспектності цих проблем в сучасних умовах існують питання, розроблені не достатньо, тому є актуальними і потребують уваги.

Мета статті. Метою статті є розгляд та аналіз рекламної діяльності підприємства, як важливого чинника в забезпеченні налагодження зв'язків між суб'єктами господарювання, між виробниками та споживачами.

Виклад основного матеріалу з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. За ринкових умов проблема забезпечення конкурентоспроможності суб'єктів економічних відносин набуває особливого значення. Конкурентоспроможність стає метою та передумовою розвитку вітчизняних підприємств.

Особливо гостро дана проблема постає у сфері торгівлі. Специфіка споживчого попиту, галузеві особливості та динаміка розвитку підприємств зумовлюють активне застосування за сучасних умов не стільки цінних, скільки нецінних форм конкуренції, які виявляються у підвищенні якості торговельного обслуговування, розширенні додаткових послуг, формуванні та підтримці позитивного іміджу торговельного підприємства тощо. Значну роль у забезпеченні конкурентоспроможності підприємства в сучасних умовах відведено маркетинговим комунікаціям, а особливо їх рекламній діяльності.

Велике значення щодо дослідження реклами як діяльності, та її управління має чітке визначення цього поняття. Управління рекламною діяльністю являє собою процес цілеспрямованого впливу на цільову аудиторію – споживачів реклами з метою збільшення збуту.

Так, у вітчизняній і закордонній літературі зустрічаються різні визначення цього поняття. Зокрема, реклама визначається як: процес комунікації; процес організації збуту; економічний і соціальний процес, що забезпечує зв'язок з громадськістю; інформаційний процес.

Відомий американський маркетолог Ф. Котлер дає таке визначення: "Реклама – це неособиста форма комунікації, яка здійснюється за посередництвом платних засобів поширення інформації, з чітко зазначеним джерелом фінансування" [5].

А. Дейян вважає рекламу платним, односпрямованим зверненням, яке здійснюється через ЗМІ й інші види зв'язку, що агітує на користь якого-небудь товару, послуги, фірми [2]. З цього визначення випливає те, що рекламою може вважатися лиш те повідомлення, за яке заплатили, та яке спрямоване в бік споживача-покупця, здійснюється не особисто продавцем, а через ЗМІ та розраховане на широке коло споживачів.

Закон України "Про рекламу" визначає рекламу як інформацію про особу чи товар, яка розповсюджується в будь-якій формі та в будь-який спосіб і призначена сформувати або підтримати обізнаність споживачів реклами та їх інтерес щодо товару [1]. Тобто будь-яке згадування особистості чи товару виступає їх рекламою.

На нашу думку, реклама – це те, що розповсюджується в будь-якій неособистій формі, за допомогою будь-яких коштів, інформація про фізичну чи юридичну особу, товари, ідеї, послуги, яка призначена для невизначеного або певного кола осіб, і покликана сформувати або підтримувати інтерес до даних товарів чи послуг, та сприяти їх реалізації.

Рекламу слід вважати інструментом ринку, оскільки вона надає можливість продавати потенційному споживачеві повідомлення про продукт, послугу. В основі реклами лежить інформація та переконання.

Щодо засобів або каналів поширення рекламних послань, то варто відмітити, що вони вибираються таким чином, щоб ефективно досягти уваги цільової аудиторії. Причому, основними критеріями при виборі каналів поширення рекламних послань є забезпечення максимального охоплення цільової аудиторії, відповідність вартості розміщення реклами з рекламним бюджетом і відповідність характеру рекламного повідомлення особливостям каналу. Крім того, вибір засобів реклами виробляється таким чином, щоб забезпечити необхідне географічне охоплення споживачів і бажані частоту й форму подачі матеріалу.

Також, при виборі засобів поширення рекламних послань варто мати на увазі, що разовий, одиничний контакт з потенційним покупцем не має практичної цінності. Результат може принести тільки систематична рекламна робота, причому важливо, щоб виникаючі контакти не були відокремлені один від одного занадто великими проміжками часу: оптимальним вважається щотижневий контакт, рідкі контакти сприймаються як разові і мають дуже низьку цінність.

У розвитку економіки реклама відіграє активну роль, але як будь-яке явище вона має як переваги, так і недоліки.

Серед переваг реклами можна виділити наступні:

- можливість залучення великої аудиторії;
- низька вартість одного рекламного контакту;
- в наявності є велика кількість різних ЗМІ і можливість обирати найбільш придатні для цільових сегментів;
- можливість контролювати зміст повідомлення, його оформлення, час виходу;
- можливість змінювати повідомлення залежно від реакції цільового сегмента;
- висока ймовірність того, що рекламне повідомлення дійде до потенційного споживача;
- ймовірність того, що покупець прийде до рішення про покупку до контакту безпосередньо з продавцем.

Що стосується недоліків, то вони проявляються в тому, що:

- рекламне повідомлення є стандартним, не гнучким, немає можливості зосередитися на індивідуальних потребах клієнта;
- рекламне повідомлення є коротким;
- деякі види реклами вимагають великих інвестицій;
- в ряді випадків необхідно довго чекати розміщення рекламного повідомлення.

Завдання реклами здебільшого зводяться до сформульованого Е. Левісом правила AIDA [3] “Увага (Attention) – Цікавість (Interest) – Бажання (Desire) – Дія (Action)”, відповідно до якого, реклама має виконувати наступні завдання:

- формування у споживача певного рівня знань про товар чи саме підприємство, фірму;
- підвищення зацікавленості потенційних клієнтів та їх переконання до здійснення покупок;
- нагадування споживачу про підприємство, його товари та місця їх продажу;
- створення та підтримання високого рівня популярності товару чи позитивного образу самого підприємства;
- прагнення зробити даного споживача постійним покупцем даного товару/послуги;
- спонукання споживача знову звернутися до продукції того ж підприємства;
- стимулювання збуту товару/послуги;
- прискорення товарообігу.

На думку багатьох фахівців завдання реклами визначаються насамперед маркетинговими цілями підприємства на кожному ринку та мотивами діяльності, і це дійсно так, тому що реклама повинна бути націлена на виконання декількох комунікаційних завдань одночасно. З огляду на це, підприємство має визначити оптимальний вид реклами, форму її подання та засоби її поширення.

Після виконання вище перерахованих завдань реклама має призвести до певних результатів та наслідків.

З таблиці 1 можна зробити наступні висновки, що реклама формуючи попит і стимулюючи збут, змушуючи споживачів купувати товари прискорює процес купівлі-продажу, а отже і оборотність капіталу, виконує на ринку економічну роль. Також, варто відмітити, що реклама забезпечує споживачів спрямованим потоком інформації про виробника та його товари. Поряд з цим, реклама виступає як форма комунікацій, оскільки формує потреби покупців, які стимулюються рекламою, та дає новий імпульс виробництву, визначає напрямки та темпи його росту.

З погляду споживача, можемо стверджувати, що реклама вважається лише одним із чинників впливу на рішення про купівлю. Проте, підґрунтям споживчого ставлення, що формується завдяки досвіду спо-

живання виступають рекламні комунікації. На практиці ж рекламні комунікації мають здійснюватися у системі комплексу маркетингу та маркетингових комунікацій.

Таблиця 1.

Позитивні та негативні наслідки реклами

Позитивні ефекти реклами	Негативні наслідки
<i>Для економіки</i>	
– сприяє зростанню; – підтримує конкуренцію; – інформує споживача.	– вимагає великих витрат, що призводить до виснаження ресурсів; – призводить до монополізму.
<i>Для підприємства</i>	
– знижує міру ризику в діяльності маркетингу; – забезпечує підвищення надходжень пропорційно до обсягу діяльності.	– призводить до зростання витрат і цін.
<i>Для споживача</i>	
– забезпечує інформацією; – слугує засобом контролю за якістю; – сприяє збільшенню і стабілізації попиту.	– недостовірність інформації, що вводить в оману.

Джерело: проаналізовано автором на основі джерел [2, 3, 4].

Висновки і перспективи подальших розробок у даному напрямі. Отже, на теперішній період часу реклама залишається найбільш важливою складовою сучасного ринку і маркетингової політики товаровиробників. Ця сфера маркетингу активно розвивається, як в нашій країні, так і за кордоном, з кожним роком її рівень піднімається все вище, і вона стане справжнім провідником споживача в світі величезної кількості товарів і різноманітних послуг.

ЛІТЕРАТУРА

1. Закон України “Про рекламу” від 03.07.96 № 271/96-ВР. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/270/96-%D0%B2%D1%80>
2. Когутяк Ю. І. Управління рекламною діяльністю на сучасному етапі: сутність та специфіка / Ю. І. Когутяк // Формування ринкових відносин в Україні. – 2005. – №1(44). – С. 130-134.
3. Мальська М. П. Міжнародна маркетингова діяльність: теорія та практика [текст] // М. П. Мальська, І. С. Пурська – К., “Центр учбової літератури”, 2013. – 288 с.
4. Оністрат О. В. Ефективність рекламної діяльності підприємств / О. В. Оністрат // Актуальні проблеми економіки. – 2008. №7(85). – С. 127-131.
5. Котлер Ф. Маркетинговий менеджмент / Ф. Котлер, К. Келлер. – К.: Хімджест, 2008. – 720 с.
6. Уэмс У. Реклама: принципы и практика: [Перевод с английского] / У. Уэмс, Дж. Бернет. – Спб.: Питер, 2001.
7. Яцюк Д. Реклама як основний чинник формування і функціонування бренду / Д. Яцюк // Маркетинг в Україні. – 2007. – №1. – С. 28-32.

УДК 331.3:005.95/96

СЕРГІЄНКО О.О.

м. Біла Церква

ЯКІСНА ІНФОРМАЦІЙНО-АНАЛІТИЧНА КОМПЕТЕНЦІЯ ЯК КВІНТЕСЕНЦІЯ НООСФЕРИ НА СУЧАСНОМУ ЕТАПІ ШИРОКОМАСШТАБНОГО РОЗВИТКУ НАНОТЕХНОЛОГІЙ

Анотація. У статті обґрунтовано сутність якісної інформаційно – аналітичної компетенції та виявлено структурний рівень її формування та збагачення у процесі трансформації освітнього простору в нову якість – ноосферу з урахуванням сучасного розвитку нанотехнологій.

Ключові слова: інформаційно-аналітична компетенція, компетентність, ноосфера, нанотехнології.

Аннотация. В статье обоснована сущность качественной информационно – аналитической компетенции и выявлен структурный уровень ее формирования и обогащения в процессе трансформации образовательного пространства в новое качество – ноосферное с учетом современного развития нанотехнологий.

Ключевые слова: информационно-аналитическая компетенция, компетентность, ноосфера, нанотехнологии.

Abstract. In the article the essence of quality information – analytical competence is substantiated, the structural level of its development and enrichment is revealed in the transition to a new educational environment quality – the noosphere, given the current development of nanotechnology.

Keywords: information-analytical competence, competence, noosphere, nanotechnology.

Постановка проблеми. Становлення та розвиток нанотехнологій у сучасних умовах на світовому рівні, та, зокрема в Україні, нерозривно пов'язані з підвищенням ефективності використання інтелектуального капіталу як вирішального фактору розвитку суспільства.

На думку зарубіжних авторів до складу інтелектуального капіталу входить компетенція персоналу, окрім його внутрішньої та зовнішньої структури [1, с.147; 2, с.182]. При цьому організаційному капіталу відповідає внутрішня структура, споживчому капіталу – зовнішня структура, а людському капіталу – компетенція персоналу. В свою чергу інформаційна та аналітична складові компетенції персоналу формують новий якісний рівень кадрового забезпечення мікрорівня будь-якої економіки.

З метою забезпечення якісної інформаційно – аналітичної компетенції необхідно обґрунтувати її сутність і виявити структурний рівень становлення під час трансформації освітнього простору в нову якість – ноосферу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Аналіз останніх досліджень і публікацій, в яких започатковано розв'язання проблеми виявлення напрямків забезпечення якісної інформаційно-аналітичної компетенції підтвердив її сьогоденний інтерес та наукову значущість не тільки зарубіжних, але й вітчизняних вчених. Підтвердженням цього є опубліковані праці таких науковців, як О.Л. Алфєєвої, Л.В. Астахової, Т.В. Волкової, Т.М. Єлканової, Н.А. Зінчук, Н.В. Задорожної, Т.С. Камаєвої, В.К. Кіптенка, Л.А. Майбороди, Л.П. Половенка, І.М. Савченко, Ю.П. Сурміна,

А.Е. Трофименка, В.В. Ягупов та інших дослідників у фахових виданнях. Результати дослідження цієї проблеми узагальнені у дисертаційних роботах І.А. Абрамової, І.В. Бабакової, О.С. Гайдамак, О.В. Назначило, А.Т. Тхакушинової, Н.А. Зінчук.

На увагу заслуговує науковий погляд Л.П. Половенка, який інформаційно-аналітичну компетенцію відносить до однієї зі складових, що формують дифузно, взаємопроникаючі та взаємодоповнюючі одна одну, аналітичної компетентності. При цьому аналітичну компетентність представляє як "систему екстрафункціонального забезпечення аналітичних функцій фахівця з економічної кібернетики, виражену в готовності та здатності до аналітичної діяльності, а також як набір особистих якостей фахівця, необхідних для адаптації й ефективної управлінської діяльності" [3, с. 88]. Визначення окреслює певну межу інформаційно-аналітичної компетенції – відношення її тільки до фахівців з економічної кібернетики. Тоді як на думку Н.В. Задорожної аналітична компетенція – це "інтегрована риса особистості, яку потрібно цілеспрямовано формувати в умовах вищого навчального закладу на основі системи позитивних мотивів оволодіння аналітичною діяльністю як дієвим засобом вирішення професійних завдань" [4, с. 105]. У той же час, беручи за основу підвищення ролі інформаційної складової в усіх сферах розвитку суспільства, науковці все частіше приділяють увагу дослідженню та виділенню на окремому рівні вже інформаційно-аналітичної компетенції.

Так Кіптенко В.К. вважає, що "жодні заходи чи дії, що відбуваються в організації, неможливо реалізува-

ти без інформації. Інформація є основою прийняття управлінських дій як на стадії прийняття рішення, так і на стадії його реалізації". [5] Цієї ж думки дотримується І.С. Савченко і виділяє інформаційно – аналітичну компетентність, "яка постає у наш час надзвичайно затребуваною складовою якості управління, стратегічного планування і сприймається нами як уміння вчасно отримувати та аналізувати інформацію про стан об'єкта, що змінюється" [6].

Також російські вчені Л.В. Астахова та А.С. Трофіменко розглядають і обґрунтовують інформаційно-аналітичну компетенцію студентів ВНЗ, яку розуміють як "здатність застосовувати знання, уміння і особистісні якості в процесі аналітико-синтетичної обробки і переробки інформації різних видів і форм з метою отримання якісно нового знання для оперативного забезпечення процесу ухвалення управлінських рішень в різних сферах діяльності" [7, с. 18-19]. Автори мали на увазі, що з точки зору впливу ефективного викладання та подання навчального матеріалу відбувається розвиток інформаційно-аналітичних компетенцій. Т.С. Камаєва інформаційно-аналітичну компетенцію розглядає в рамках загальнокультурних компетенцій економічної спеціальності, і вважає, що це "здатність здійснювати пошук, аналіз і оцінку інформації, необхідної для постановки і вирішення професійних завдань, професійного і особистісного розвитку [8].

У результаті аналізу наукових праць з окресленої проблеми, вважаємо, що виникає необхідність узагальнити визначення інформаційно-аналітичної компетенції і включити до уваги її роль у широкомасштабного розвитку нанотехнологій та виділенні її значення як складової ноосфери.

Мета статті. Метою нашого наукового дослідження є окреслення якісної індикатора професіоналізму фахівця і розробка ієрархічно-вертикальної структурованої схеми формування інформаційно-аналітичної компетенції як квінтесенції ноосфери на сучасному етапі широкомасштабного розвитку нанотехнологій.

Виклад основного матеріалу. Єдність біологічного та духовного першопочатків, їх взаємозв'язок визначають людину як соціально-природну істоту. У навчальних посібниках з філософії визначають фундаментальні особливості становища людини у світі з метою виділення її серед інших істот. Це, насамперед, розумність, біологічна неспеціалізованість, усвідомлення своєї смертності, свобода, універсальність та реалізація у сфері соціокультурних процесів. Розумність людини означає її здатність усвідомлювати себе і те, що її оточує. Тобто, ця особливість людини тісно пов'язана з наявністю у неї свідомості, і, навпаки, свідомість визначає її розумність. Маючи свідомість, людина формує своє індивідуальне ставлення до оточуючого світу через засоби та методи інтелектуальної діяльності. Завдяки цьому виникає аналіз, порівняння та оцінка дійсності.

Свідомість і розумність людини – це дві фундаментальні особливості, які необхідні для формування її духовності. У свою чергу духовність необхідно передавати та зберігати для подальшого розвитку у певний період розвитку суспільства. Іншими словами, повинні бути форми, через які твориться, зберігається і передається духовність. Такими формами є мистецтво, філософія та культура. Вкраплення кожної з цих форм у гармонійному, взаємному доповненні та зв'язку створюють світогляд людини.

Взаємозв'язок таких складових як мистецтво, філософія, мораль та культура, їх взагалі поєднання завдяки науковому методу пізнання як синтез є передумовою формування ноосфери, як сфери розуму і праці, введеної відомим українським вченим, філософом-енциклопедистом В.І. Вернадським.

В.І. Вернадський написав статтю "Декілька слів про ноосферу", де визначив, що ноосфера – це "останній з багатьох етапів еволюції біосфери в геологічній історії етап наших днів. Перебіг цього процесу тільки починає прояснюватися з вивчення її геологічного минулого у деяких своїх аспектах. Ноосфера – нове геологічне явище на нашій планеті. У ній людина вперше стає величезною геологічною силою. Вона може й повинна перебудувати своєю працею і думкою своє життя, перебудувати докорінно порівняно з тим, що було раніше" [9, с.22]. В.І. Вернадський вважав, що ноосфера – це "такий стан біосфери, в якому мають виявитися розум і спрямована ним праця людини як нова, небувала на планеті, геологічна сила" [9, с. 16].

Однією із загальних необхідних умов щодо створення ноосфери – це те, що людство має стати єдиним в економічному та інформаційному відношеннях.

З огляду на представлення сформованого уявлення про ноосферу, вважаємо, що наявність свідомості та розумності людини у підґрунті ноосфери з подальшим її взаємним збагаченням завдяки мистецтву, культури, філософії та моралі, продукуванні та систематизації знань завдяки науці створює світогляд, що передається та зберігається через духовність.

У процесі проходження нашої свідомості через інформаційні потоки відбувається збагачення нашого світогляду. А також в залежності від фундаментальної основи індивідуального сформованих рівнів сприйняття мистецтва, культури та філософії фільтрується насичений інформаційний потік, через який проходить духовність людини і в подальшому збагачується її світогляд. Все це в свою чергу створює своєрідне відображення мистецтва у мистецтві сприйняття інформації, культури – в інформаційній культурі, філософії – у переосвідненні або поповненні системи формування цінностей на основі інформаційного збагачення, а також у філософії сприйняття інформації. Створена таким чином процедура безперервного збагачення світогляду через призму інформаційного потоку вимагає раціональної інформаційно-

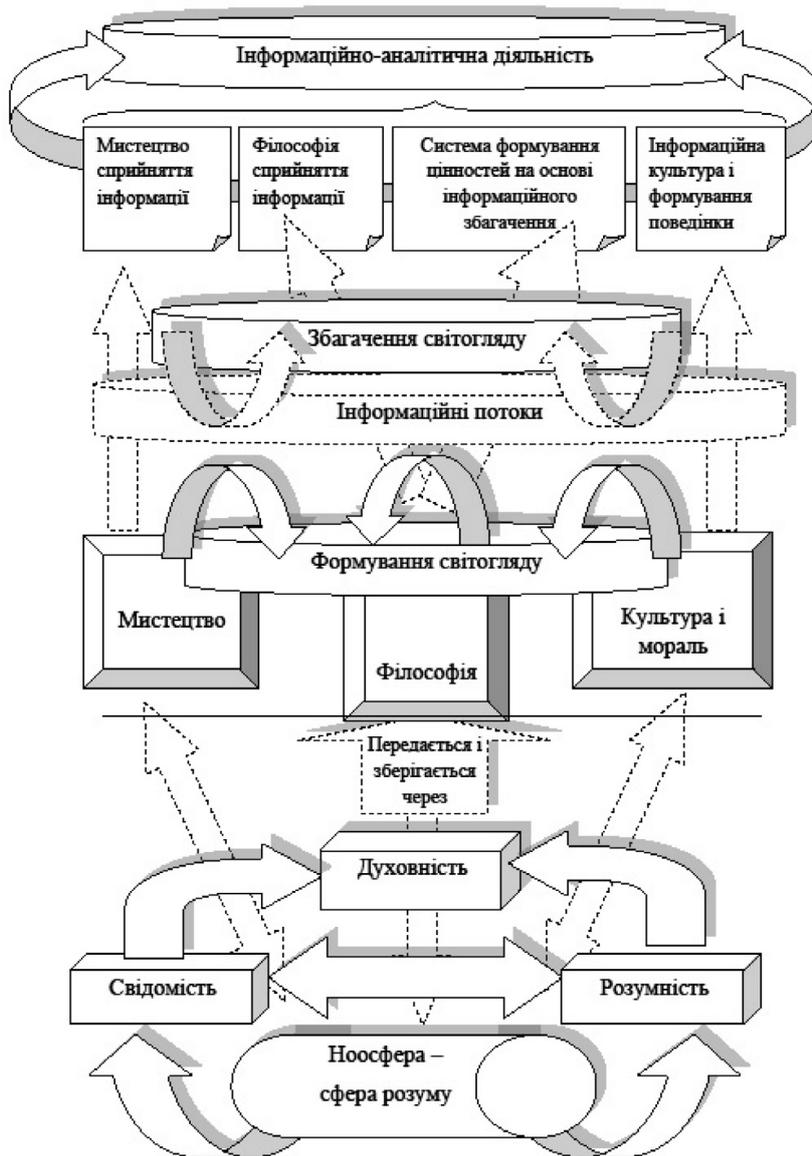


Рис. 1. Граф логічного вертикально-ієрархічного формування та збагачення інформаційно-аналітичної компетентності

аналітичної діяльності, що є своєрідним процесом, діючим у напрямку прагнення людини до раціонального задоволення її інформаційних потреб завдяки аналітичній фільтрації нескінченного надходження даних.

Світовий інноваційний процес XXI ст. спонукає до виникнення такої нової сфери як нанотехнології, яка вимагає здійснення якісної інформаційно-аналітичної діяльності.

Процеси формування, становлення та прогресивного впровадження нанотехнологій нерозривно пов'язані із забезпеченням гідного економічного життя суспільства нового тисячоліття. Основною рушійною силою нанотехнологій є інтелектуальний капітал. Разом із споживачьким (зовнішнім) та організаційним (внутрішнім) елементами інтелектуальний капітал має таку складову, що уособлює у собі знання, навички

та компетенції індивіда, – це людський капітал або індивідуальна компетенція. З огляду на індивідуальну компетенцію з позиції управління персоналом, то це здатність професійно вирішувати професійні завдання завдяки притаманним якостям як фахівця. Тоді результативністю, певним набутих рівнем або ступенем набутої компетенції є компетентність.

Сучасний фахівець, що займається якісною інформаційно-аналітичною діяльністю, повинен мати якісну інформаційно-аналітичну компетентність. Ця характерна риса проявляється у вмінні "працювати" як в напрямі "руху вгору" по східцях ієрархічних рівнів смислового змісту матеріалу, так і в напрямку "руху вниз", до конкретизації змісту [10, с.494]. А також необхідно здійснювати якісний пошук, збір, переробку та подання інформації у формі, придатній для її використання при прийнятті управлінських рішень.

З огляду на проведене дослідження було розроблено граф логічного вертикально – ієрархічного формування та збагачення інформаційно-аналітичної компетентності, що представлено на рисунку.

Висновки. Отже, формування та розвиток якісної інформаційно-аналітичної компетентності як квінтесенції сфери розуму – ноосфери є визначальним чинником,

що забезпечить масштабний прорив у нову сферу науки і техніки – розвиток нанотехнологій.

Таким чином, якісне збагачення інформаційно-аналітичної компетентності вимагає пошуку шляхів підвищення методологічного та теоретичного рівня фахівців, розвитку нових практичних навичок, засвоєння технологічних засобів та інструментів інформаційно-аналітичної роботи, оволодіння способами time management. Необхідно приймати до уваги і здатність спеціалістів високої інформаційно-аналітичної компетентності до самоосвіти, саморозвитку, самовдосконалення та самостійної праці.

ЛІТЕРАТУРА

1. Nonaka I., Takeuchi H. The knowledge-creating company: How Japanese companies create the dynamics of innovation // Ikujiro Nonaka, Hirotaka Takeuchi. – New York: Oxford University Press., 2010. – 299 p.

2. Stewart T. A. The wealth of knowledge: Intellectual capital and the twenty-first century organization / / Thomas A. Stewart, – New York: Doubleday / Currency, 2007. – 378 p.
3. Половенко Л. Аналітична компетентність – ключовий складних професійної компетентності майбутніх фахівців з економічної кібернетики / Л. Половенко // Теорія і практика управління соціальними системами – №1 – 2012 – с. 82–90
4. Задорожна Н. Проблема формування аналітичної компетенції майбутніх фахівців у педагогічній теорії / Н. Задорожна // Педагогічний процес: теорія і практика. – Вип.1., ч.4: Компетентні засади організації педагогічного процесу. – 2014. – с.103–107
5. Менеджмент туризму [Електронний ресурс]: Бібліотека українських підручників / В.К. Кіпченко – Режим доступу: http://pidruchniki.com.ua/18340719/turizm/funktsiyi_printsipy_metodi_menedzhmentu_turizmu 6.
6. Савченко І. Актуальні проблеми створення, апробації та подальшого впровадження автоматизованої інформаційно-аналітичної системи "Профтехінфо" [Електронний ресурс]: / І.М Савченко – Режим доступу: <http://www.ukrdeti.com/firstforum/m26.html>.
7. Астахова Л. Развитие информационно – аналитических компетенций студентов в вузе / Людмила Астахова, Анастасия Трофименко // Вестник Челябинского государственного педагогического университета: научный журнал. – 2011. – № 12. – с. 16–23.
8. Камаева Т. Структура и содержание информационно-аналитической компетенции будущих экономистов среднего звена [Электронный ресурс] / Т. С. Камаева. – Режим доступу до стат.: http://conference.osu.ru/assets/files/conf_info/conf8/s19.pdf
9. Лапо А. Феномен Вернадского / Лапо А. // Ноосфера: Духовный мир человека. – Л., 2009. – Вып. 3. – с. 13–24.
10. Конотопов П. Аналитика: методология, технология и организация информационно-аналитической работы / Павел Конотопов, Юрий Курносков. – М.: РУСАКИ. – 2010г. – 512 с.

УДК 65.012.32:338.431 (477)

СКИБА Т.В.
м. Житомир

ІНСТИТУЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА НА СІЛЬСЬКИХ ТЕРИТОРІЯХ УКРАЇНИ

Анотація. Визначено роль інституційного середовища в розвитку підприємництва з урахуванням умов сільського економічного простору. Обґрунтовано основні заходи створення сприятливого інституційного середовища розвитку сільського підприємництва. Розроблено алгоритм системного супроводу розвитку сільського підприємництва.

Ключові слова: інституція, інституційне середовище, розвиток, сільське підприємництво, сільські території.

Аннотация. Определена роль институциональной среды в развитии предпринимательства с учетом условий сельского экономического пространства. Обоснованы основные мероприятия создания благоприятной институциональной среды развития сельского предпринимательства. Разработан алгоритм системного сопровождения развития сельского предпринимательства.

Ключевые слова: институция, институциональная среда, развитие, сельское предпринимательство, сельские территории.

Abstract. The role of institutional environment in business development in the economic conditions of rural areas is defined. The basic steps of creation a favorable institutional environment of rural entrepreneurship are justified. The algorithm of the system support of rural entrepreneurship development is proposed.

Key words: institution, institutional environment, development, rural entrepreneurship, rural territory.

Постановка проблеми у загальному вигляді. Розвиток сільських територій є одним з основних пріоритетів державної політики України, спрямованої на підвищення стандартів життя сільського населення, зростання ефективності функціонування агропромислового комплексу, покращення стану довкілля та поліпшення якості людського капіталу. Державна політика розвитку сільських територій покликана забезпечувати формування сприятливого інституційного, організаційного та економічного середовища на загальнонаціональному та регіональному рівнях, стимулювати налагодження дієвих механізмів залучення вітчизняних і закордонних інвестицій у сільську

місцевість, а також створювати комфортні умови для проживання та роботи мешканців українського села.

Сільське підприємництво, як один з базових секторів сільської економіки, функціонування якого відбувається в складних організаційно-економічних умовах, напряму пов'язане з формуванням інститутів ринку. Фундаментальні інституційні зміни в економічному та соціальному житті села полягають у модернізації інститутів власності, форм господарювання, інфраструктури, наукового, фінансово-кредитного, соціального забезпечення. Проте, в Україні проблеми підприємництва часто мають другорядне значення і розглядаються поза сферою інституційної

забезпеченості. В результаті цього дана проблема не має системного характеру. Цілісність порядку вивчення проблем сільського бізнесу полягає в організації досліджень умов діяльності підприємств і ефективного державного регулювання. Все це є необхідними умовами для успішного розвитку підприємницької діяльності та повноцінного економічного зростання.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Дослідження сучасних умов та особливостей формування інституційного середовища підприємницької діяльності висвітлено в працях відомих вітчизняних і зарубіжних вчених, серед яких: О. Вільямсон, Т. Веблен, Д. Норт, М. Олсон, У. Ростоу, В. Збарський, М. Костриця, М. Маніліч, М. Малік, О. Шпикуляк, Ю. Лопатинський, О. Мороз, Ю. Коваленко, О. Ковальова, О. Матвійчук, Ю. Амосов, І. Прокопа та інші. Разом з тим, недостатня практична та методична розробленість даної проблеми в умовах сільського економічного простору створюють потребу подальших досліджень в заданому напрямі з метою виокремлення пріоритетних напрямів розвитку підприємницького сектору на інноваційній основі, що й зумовлює необхідність проведення даного дослідження.

Мета статті. Метою представлено наукового дослідження є визначення впливу інституціонального середовища на розвиток сільського підприємництва та сприяння формуванню його наукоємного підґрунтя і підтримка підприємницьких формувань.

Вклад основного матеріалу з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Національна економіка в цілому та сільська її складова як середовище для здійснення підприємницької діяльності характеризується неналежним інституційним забезпеченням. Однією з причин цього є відсутність науково обґрунтованих підходів щодо структурних елементів системи ринкової інфраструктури та реалізації їх функцій. В сучасних умовах функціонування система підтримки бізнесу повинна включати існування незалежних організацій та активації дієвих механізмів їх взаємодії з суб'єктами підприємницької діяльності шляхом надання якісних послуг, що відповідають їх потребам [1, с. 245]. Зокрема йдеться про підтримку процесу створення нового бізнесу, формування системи інформаційного та консультативного обслуговування, розробку бізнес-планів, пошуку партнерів та надання маркетингової інформації, забезпечення доступу до фінансових ресурсів та кредитних гарантій, залучення до технології підприємницької діяльності бізнес-центрів та центрів розвитку малого підприємництва, створення бізнес-інкубаторів для підприємців-початківців, виробничих та технологічних парків, навчальних центрів з підготовки та перепідготовки спеціалістів, просування "ринкового" способу мислення, впровадження інновацій, формування економічних

знань і набуття практичних навичок роботи в ринкових умовах тощо.

Для реалізації зазначеного система ринкової інфраструктури повинна спиратися, по-перше, на підтримку державних інституцій щодо формування сприятливих умов функціонування та, по-друге, приватних підприємств і організацій в напрямі визначення перспектив розвитку у відповідності до потреб бізнесу. Разом з тим, зі слів фахівців аналітичного центру "Академія", в сучасних ринкових умовах на найбільшу увагу заслуговують ті бізнес-центри та бізнес-інкубатори, основними завданнями яких є створення умов для становлення малого підприємництва й створення нових робочих місць в секторі малих виробничих, інноваційних підприємств [2, с. 179].

Підприємництво, як особливий вид ініціативної діяльності громадян спрямованих на реалізацію власних, в першу чергу, матеріальних інтересів, – це одна з найважливіших складових цивілізованого громадянського суспільства, оскільки саме цей вид економічної активності забезпечує ресурсами будь-який соціум. З точки зору сільського підприємництва – це комерційна організація зі складною системою, що налічує безліч складових, від яких залежить не лише добробут підприємця та його родини, а й розвиток сільської громади. Ці складові є посередниками між організацією і суспільством в цілому. Організація несе відповідальність перед суспільством в якому функціонує, тому повинна спрямовувати частину своїх ресурсів і зусиль по соціальних каналах. Така соціальна відповідальність передбачає певний рівень добровільного відгуку на соціальні проблеми громади з боку підприємців. Саме тісна співпраця між структурами різних секторів суспільства у вирішенні нагальних соціальних проблем дає поштовх до взаємодії цих структур, як форми добровільної співпраці інститутів громадянського суспільства і суб'єктів підприємництва, в рамках якої здійснюється координація їх діяльності, спрямованої на вирішення пріоритетних локальних проблем у взаємодії з державними органами та установами.

Визначення напрямів та тенденцій розвитку інституційної підтримки підприємництва повинно відбуватися з урахуванням особливостей ринкових відносин, які визначають масштаби виробництва, можливості до створення нових робочих місць, забезпечення сприятливих системних умов для діяльності суб'єктів господарювання та вирівнюють диспропорції економічного розвитку. Таким чином, для сталого розвитку сільського підприємництва необхідною є концентрація зусиль щодо впровадження та реалізації потенціалу працюючих інститутів і елементів інфраструктури до якісно нового стану, у відповідності з вимогами ринкової економіки.

Особливістю розвитку сільського підприємництва є його традиційна відповідність інституційному, зокрема культурному середовищу сільської громади, що

розвивається в специфічних економічних, територіальних, адміністративних умовах. Це пояснюється тим, що саме сільська громада виступає носієм традиційного сільського способу життя та сама по собі є сталим і самодостатнім соціальним утворенням, в якому людина має усі можливості жити і розвиватися гармонійно. Крім того, в швидкозмінному ринковому середовищі критично важливою є здатність громад, а особливо їх лідерів, адаптуватися до змін, швидко і ефективно реагувати на виклики та разом з тим утримувати традиції, які роблять продукт діяльності сільських підприємців більш конкурентоздатними та адекватними потребам споживачів.

В зазначених умовах формування ринкового інституційного середовища потребує активних змін у інституційному забезпеченні розвитку сільської підприємницької діяльності. Підприємницька поведінка, здатність виявити нетрадиційні ринкові можливості за-

лежить від інституційного середовища функціонування підприємництва відповідно до соціально-економічних умов, які склалися на сільських територіях. Саме тому, щоб реалізувати свої підприємницькі ідеї та підтримувати бізнес, підприємці повинні мати доступ до капіталу, робочої сили, ринків і навичок управління.

Відповідно до цього сформовано визначальні принципи інституційного розвитку сільського підприємництва, які стануть джерелом зростання потенціалу сільського розвитку на локальному рівні і держави в цілому. В основі обґрунтування основних принципів інституційного розвитку сільського підприємництва, при переході до багатокладної економіки, закладено дуалістичний характер. З однієї сторони вони враховують загальний підхід до інституційного розвитку підприємницької діяльності, з іншої – специфічні ознаки, характерні для окремих територіальних громад (рис. 1).

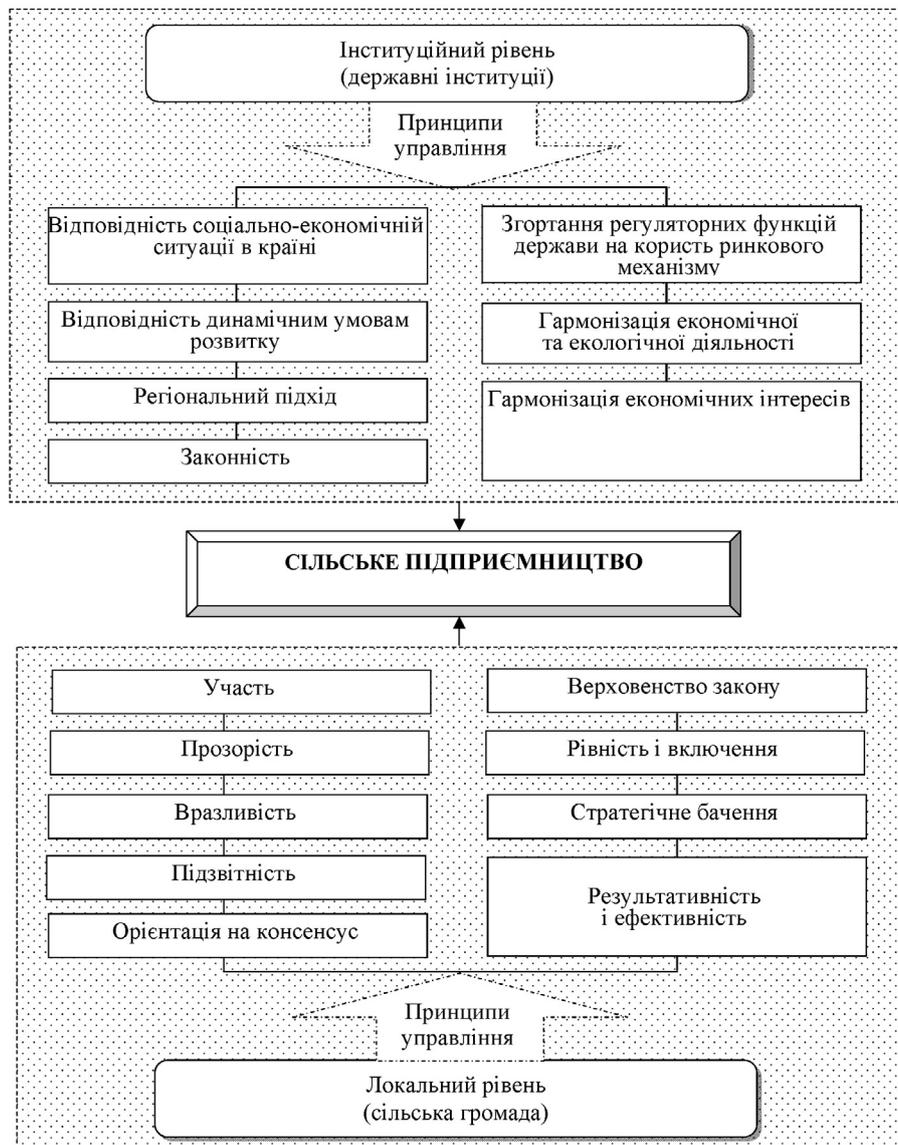


Рис. 1. Принципи інституційного розвитку сільського підприємництва

Виходячи зі сказаного, а також враховуючи виявлені особливості розгортання підприємницької діяльності на сільських територіях, можна стверджувати, що важливим інструментом формування сприятливого інституційного середовища для діяльності сільських підприємців є створення мобільних центрів інформаційної підтримки. Перспективна діяльність таких центрів розглядається через призму становлення академічного підприємництва на основі співпраці тріади інститутів "держава – наука – підприємництво" (рис. 2).

Такий підхід полягає в активній взаємодії учасників між собою та спрямуванні зусиль на розвиток та модернізацію самого бізнесу. Концепція його створення передбачає забезпечення сприятливого середовища господарювання шляхом всебічної підтримки, стимулювання і розвитку позитивних досягнень сільських підприємців та самозайнятих жителів у різних сферах і формах ділової активності з дотриманням пріоритету гендерної рівності.

Створення мобільного центру підтримки підприємництва сприятиме формуванню середовища наукоємного підприємництва та підтримки підприємницьких формувань на інноваційній основі. Таким чином, в рамках даної концепції просувається утвердження університетів у якості координаційних центрів розвитку інноваційного середовища регіону, що сприятиме модернізації бізнесу. За таких умов університети позиціонуватимуться як провідні науково-методичні та координаційні ланки у сфері забезпечення інформаційно-консультаційного розвитку сільського підприємства.

Запропонований механізм забезпечення розвитку сільського підприємництва в рамках тріади

"держава – наука – бізнес" передбачає активну взаємодію елементів між собою шляхом обміну фінансовими, матеріальними, інтелектуальними ресурсами та створення дієвих організаційних форм, відповідальних за продукування підприємницьких ідей та їх практичну реалізацію.

Так, університети за підтримки держави і бізнесу стають організаторами інкубаторів. Університет може частково виконувати роль підприємств, допомагаючи створювати фірми і організовуючи трансфер технологій. У свою чергу, підприємницькі формування можуть створювати структури, які забезпечують навчальний процес і здійснюють наукові дослідження за принципом університетів. Важливою особливістю цього механізму є перехід людей із однієї спіралі в іншу – із державного управління в бізнес, із бізнесу в університети, із університету в державне управління. Таке переміщення кадрів стимулює генерацію нових ідей, створення спільних проєктів, забезпечує взаєморозуміння між складовими цього механізму.

Розуміння специфіки взаємовідносин між університетами, державою і бізнесом, а також ролі університетів у створенні та просуванні нових знань і технологій, є невід'ємною складовою забезпечення економічного розвитку та науково-технічного прогресу. Мобільний центр підтримки підприємництва в рамках ведення наукоємного підприємництва розширює і оновлює дослідження бази знань спеціалістами центру для розширення можливостей підприємницьких формувань щодо поліпшення ефективності їх діяльності. Крім того, він пропонує оригінальні прикладні наукові дослідження, думки, освітні ресурси з питань та проблем підприємництва, що мають важливе значення для

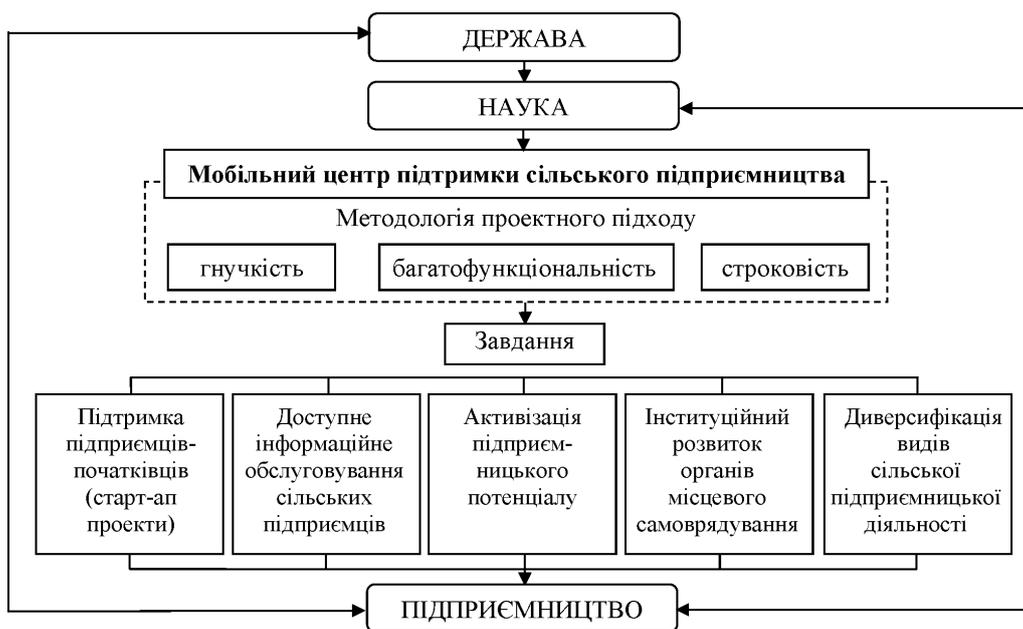


Рис. 2. Взаємодія елементів тріади розвитку сільського підприємництва на засадах академічного підприємництва

забезпечення інноваційних засад розвитку сільської громади та підприємницької діяльності на селі.

Узагальнюючи зазначене вище, необхідно підкреслити, що мета діяльності центру полягає у сприянні зростання якості життя та підвищенні рівня добробуту сільського населення завдяки стимулюванню економічної ініціативи та розвитку підприємницької діяльності на сільських територіях. Виходячи зі сформульованої мети діяльності мобільних центрів, головними особливостями їх діяльності визначено:

- по-перше, оперативна, гнучка, цілеспрямована інформаційно-консультаційна підтримка сільських підприємців регіону;
- по-друге, формування та функціонування на основі наукового, кваліфікаційного та організаційного потенціалу університетів (зокрема, найбільш оптимальним варіантом вважається створення такого центру підтримки сільського підприємництва на базі навчального закладу, професорсько-викладацький склад якого здатний забезпечити фаховий науковий та інформаційний супровід діяльності суб'єктів підприємницької діяльності за різними напрямками – від агрономічного, ветеринарного, екологічного до економічного, фінансового, маркетингового тощо);
- по-третє, функціонування за принципом проектних команд, які створюються в момент виникнення конкретної бізнес-ситуації (такий підхід сприятиме формуванню дієвого колективу фахівців, які забезпечуватимуть надання необхідних послуг для підприємців, а також дозволяє обмежити витрати на утримання центру лише періодами його реального функціонування, гнучко підходити до політики формування цін на надані послуги залежно від їх складності, терміновості і т.д.);
- по-четверте, тісна взаємодія з органами місцевого врядування на сільських територіях, що сприятиме поширенню інформації про діяльність та функції мобільних центрів підтримки.

Виходячи з визначених мети та особливостей діяльності мобільних центрів підтримки сільського підприємництва, головними їх цілями слід вважати: надання широкого спектру переліку інформаційних, консультаційних та освітніх послуг сільським підприємцям; забезпечення доступу сільським підприємцям до інформаційних, довідкових і пошукових систем інформаційного порталу центру; залучення безробітних громадян, особливо молоді та жінок, до підприємницької діяльності.

При цьому основним завданням спеціалістів центру повинно стати надання сільським підприємцям можливості удосконалюватися самостійно, отримати підтримку в професійному і особистісному розвитку з боку досвідченого фахівця та перейняти досвід колег, що досягли успіху у власній діяльності. Також до його

компетенції входить сприяння суб'єктам підприємництва в отриманні фінансових і матеріально-технічних ресурсів, інформаційних, методичних та консультаційних послуг у підготовці та забезпеченні зазначених суб'єктів кваліфікованими кадрами. Отже, мобільний центр підтримки підприємництва покликаний виконувати низку функцій та вирішувати цілий спектр завдань, які сприятимуть активізації підприємницької діяльності на селі та зменшенню кількості невдалих спроб започаткування бізнесу. До них відносяться:

- надання державної підтримки сільським підприємцям через мобілізацію інформаційних ресурсів;
- надання адресної методичної, інформаційної, консультаційної, освітньої підтримки сільським підприємцям;
- підвищення рівня інформованості підприємців і населення щодо перспектив підприємництва на сільських територіях;
- розробка методичних матеріалів та практичних посібників з актуальних проблем розвитку малого та середнього бізнесу для поширення в підприємницькому середовищі;
- сприяння у просуванні діяльності центру (наданні інформації про проведені виставки, ярмарки, підготовці маркетингових оглядів галузей);
- збільшення інвестиційних можливостей сільських підприємств (співпраця з Інвестиційним фондом "ПОЛІССЯ" – створення банку даних бізнес-проектів, бізнес-ідей, пошук інвесторів, бізнес-партнерів);
- взаємодія із засобами масової інформації в галузі висвітлення та обговорення проблем сільського підприємництва та шляхів їх вирішення, поширення ідей підприємницької діяльності в умовах сільського економічного простору;
- взаємодія з державними органами, центрами зайнятості населення, фондами підтримки підприємництва та територіальними бізнес-структурами.

Основними очікуваними результатами діяльності центру необхідно вважати:

- підвищення інституційної спроможності з надання інформаційно-консультаційних послуг підприємцям у сільській місцевості Житомирської області;
- покращення професійних навичок персоналу та спеціалістів мобільного центру підтримки підприємництва, які безпосередньо працюють з сільськими підприємцями;
- розвиток навичок інформаційної діяльності та захисту інтересів сільського підприємця органами місцевого самоврядування, що підвищило б мобілізацію місцевих ресурсів та якість надання послуг центром;



Рис. 3. Алгоритм системного супроводу розвитку сільського підприємництва

- вивчення та впровадження нових методів задоволення потреб сільських підприємців шляхом їхньої участі в аналізі існуючих соціально-економічних проблем громади та пошуку шляхів їх вирішення;
- створення партнерства у сфері інформаційно-консультаційної підтримки між центром, державними органами, громадськими організаціями, органами місцевого самоврядування, громадою та сільськими підприємцями.

Безперечною перевагою структур пропонуваного типу є максимальне врахування реальних потреб підприємців, особистісних мотивів, технологій та умов господарювання. Тому основна функція створення мобільних центрів полягає у системному супроводі розвитку підприємництва на сільських територіях, заснованого на наданні комплексу заходів з придбання селянами знань і умінь для започаткування та здійснення ними підприємницької діяльності. За такої позиції алгоритм діяльності центрів передбачає визначену послідовність етапів (рис. 3).

Системність супроводу означає можливість надання допомоги сільським підприємцям в усіх аспектах системи підприємницьких дій: від підготовки документів, необхідних для участі в регіональних програмах підтримки підприємництва, до формування і надання інформації про всі наявні можливості отримання кредитних ресурсів та розробки методичного забезпечення з питань організації та ведення бізнесу.

Крім вказаних основних етапів, в алгоритмі передбачається також створення стабільного інформаційного поля, що постійно розвивається, та додаткового консультаційного супроводу підприємців. Можливі також й інші заходи, що мають на меті підвищення якості супроводу сільського підприємця. При такому підході інтенсивність розвитку підприємництва буде більш високою, а наявність безперервного системного супроводу дозволить значно зменшити кількість невдалих спроб започаткування бізнесу, що гарантується завдяки дотриманню принципів доступності, якості та оперативності надання послуг.

Висновки і перспективи подальших розробок у даному напрямі. Для активізації підприємницьких процесів на сільських територіях необхідною є забезпечення якісного інституційного

середовища, яке сприятиме розвитку сільського підприємництва на засадах науки та просування інноваційних бізнес ідей, що є критично важливим для вирівнювання в досягнутих показниках розвитку на сільських територіях та у містах. Проте, пропонується ініціатива потребує підтримки на мікро- та макrorівнях, адже розвиток сільського підприємництва сприятиме не лише активізації сільської громади та більш ефективному використанню ендогенних ресурсів і їх капіталізації, а й загальному економічному зростанню. Необхідним при цьому є розуміння сільськими підприємцями того, що успішне ведення бізнесу, в першу чергу, залежить від активності власної позиції, що в сучасних умовах є особливо критичним чинником серед жінок підприємців – діючих та перспективних.

ЛІТЕРАТУРА

1. Скиба Т.В. Інфраструктурне забезпечення розвитку малого підприємництва / Т. В. Скиба. Менеджмент підприємницької діяльності: матеріали 9-ої науч.-практ. конф. молодих учених, аспірантів і студентів с міжнародним участием. " Симферополь: ДІАІПИ, 2011. – С. 244-246.
2. Малік М. Й. Проблеми розвитку сільських територій. / М. Й. Малік, В. А. Пулім. Стратегія розвитку України. Науковий журнал. – № 1-2, 2008.
3. Костриця М. М. Розвиток підприємництва як інституційний чинник підвищення національної конкурентоспроможності / М. М. Костриця. Вісник ЖДТУ. – 2011. – №2(56). – С. 48-51.
4. Аналітичний Центр Академія [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.academia.org.ua>.

УДК 51-77:330.4

СТРИГІНА О.А., к. ф.-м.н.

м. Біла Церква

МІСЦЕ МАТЕМАТИКИ В ЕКОНОМІЧНИХ ТЕОРІЯХ

Анотація: в статті розглянутий аналіз використання математики в економічних теоріях.

Ключові слова: аналіз, формування, математичні моделі, економічні теорії, моделювання.

Аннотация: в статье рассмотрен анализ использования математики в экономических теориях.

Ключевые слова: анализ, формирование, математические модели, экономические теории, моделирование.

Abstract. The article deals with analyze of using mathematics in the economics theories.

Key words: analyze, formation, mathematics models, economics theories, model.

Постановка проблеми. Існує два погляди на математику та її роль серед інших наук. Перший вважає, що математика – це щось самостійне, самоцінне. Інший це признає також, але в основному вважає математику інструментом, володіння яким корисне та необхідне. Однозначно, математика має визначене світоглядне значення, але для спеціалістів з економіки, керуванню – “менеджерів” математика є в більший мірі інструментом аналізу, організації, керування.

Аналіз останніх досягнень і публікацій. Математика в економіці застосовується понад сто років. Роботу французького математика А. Курно (Antoine Augustin Cournot, 1801 – 1877) сьогодні розглядають як поворотний пункт у розвитку математичної економіки. Один з найоригінальніших мислителів періоду раннього розвитку математичної економіки – Г. Госсен (1810-1858) сформулював закон, відомий як “перший закон Госсена”: “У процесі збільшення кількості споживаного товару або послуги його корисність від споживання кожної додаткової одиниці зменшується”. Г. Госсен формулює свої думки, застосовуючи точні математичні методи в економічному житті. Математичний виклад економічних проблем А. Курно й Г. Госсен здійснюють на основі теорії дійсних функцій в галузі аналізу дійсних змінних.

Л. Вальрас сформулював проблему існування загальних рівноваг ринку, розв’язування якої веде до систем лінійних і нелінійних рівнянь. Існування єдиного розв’язку приводить до детермінантів, або детермінантів Якобі, які вивчаються у лінійній алгебрі. Лінійна алгебра сьогодні вважається другою фундаментальною дисципліною математики, яка застосовується в економіці. Застосування диференціальних рівнянь описано у роботах Л. Вальраса та П. Самуельсона. Останні 40 років вони використовуються в багатьох галузях економіки.

Постановка завдання. Метою статті є оцінка ефективності використання математичних моделей в економіці в контексті проведення дослідження економічного процесу.

Виклад основного матеріалу. Реальні об’єкти дуже складні, тому для їх вивчення створюють моделі – копії реальних об’єктів, які вивчаються. З одного боку, моделі повинні бути досяжними для вивчення, в силу чого вони не повинні бути дуже складними – це означає, що вони неминуче будуть тільки спрощеними копіями. Але з другого боку, висновки, які отримані при їх вивченні, ми хочемо розповсюдити на реальні об’єкти-прототипи, тобто, модель повинна відтворювати суттєві риси реального об’єкта, що вивчається. В науковому дослідженні використовуються різні моделі: натуральні (наприклад, в лабораторії будують маленьке джерело і над ним будують копію ГЕС в масштабі 1:100) та абстрактні; фізичні (із трансформаторів, опорів, вольтметрів та ін.); математичні (із змінних, функцій, нерівностей і т.д.). Побудова математичних моделей називається математичним моделюванням. Саме через складання математичних моделей застосовується математика в наукових дослідженнях, в інших науках. Це дуже яскраво помітно в економічній науці.

Економічні завдання – це завдання з великим числом невідомих, що мають різні динамічні зв’язки і взаємини. Тобто економічні завдання багатомірні, і навіть будучи представлені у формі системи нерівностей і рівнянь, не можуть бути вирішені звичайними математичними методами.

Ще однією характерною рисою планово-економічних та інших економічних завдань є множинність можливих рішень; певну продукцію можна отримати різними способами, по-різному вибираючи сировину, яке використовується обладнання, технологію та організацію виробничого процесу [4, с.7]. У той же час для управління потрібно по можливості мінімальна кількість варіантів і бажано найкращих. Тому другою особливістю економічних завдань є те, що це завдання екстремальні, що в свою чергу передбачає наявність цільової функції.

Говорячи про критерії оптимальності, слід згадати, що в ряді випадків може виникнути ситуація, коли доводиться брати до уваги одночасно ряд показників

ефективності (наприклад, максимум рентабельності і прибутку, товарної продукції, кінцевої продукції і т.д.). Це пов'язано не тільки з формальними труднощами вибору та обґрунтування єдиного критерію, а й багатоцільовим характером розвитку систем. У цьому випадку буде потрібно кілька цільових функцій і відповідно якийсь компроміс між ними.

Близько до багатоцільових завдань лежать завдання з дробово-лінійною функцією, коли цільова функція виражається відносними показниками ефективності виробництва (рентабельність, собівартість продукції, продуктивність праці і т.д.) [3, с.139].

Крім усього вищевикладеного, треба враховувати, що вхідними величинами виробничих систем служать матеріальні ресурси (природні, засоби виробництва), трудові ресурси, капіталовкладення, інформаційні ресурси (відомості про ціни, технології та ін.). З цього випливає ще одна особливість економічних задач: наявність обмежень на ресурси. Тобто це передбачає вираження економічного завдання у вигляді системи нерівностей.

Випадковий характер чинників, що впливають на економічну систему, припускає імовірнісний (стохастичний) характер техніко-економічних коефіцієнтів, коефіцієнтів цільової функції, що також є особливістю економічних завдань. У той же час нерідко зустрічаються умови, коли залежності між різними факторами або в цільовій функції є нелінійними. Наприклад, це має місце в залежності між витратами ресурсів і виходом кінцевого продукту. Але основна частина таких завдань зустрічається при моделюванні ринкової поведінки, коли слід враховувати фактори еластичності попиту та пропозиції, тобто нелінійний характер змін цих величин від рівня цін.

При моделюванні ринкової поведінки крім нелінійності залежностей, зустрічається така особливість, як вимога враховувати поведінку конкурентів. Навіть радянські економісти визнавали, що дія об'єктивних економічних законів здійснюється через діяльність безлічі господарських підрозділів. Водночас, здійснення рішення, прийнятого в одному з цих підрозділів, може мати значний вплив на ті чи інші характеристики економічної ситуації, в якій приймають рішення інші підрозділи (міняються кількість сировини, ціни на вироби та ін.). Виникає, отже, комплекс оптимізаційних завдань, у кожній з яких якісь змінні величини залежать від обраних управлінь в інших задачах [4, с.124].

Ще однією загальною особливістю економічних завдань є дискретність (або об'єктів планування, або цільової функції). Ця цілочисельність впливає із самої природи речей, предметів, якими оперує економічна наука. Тобто не може бути дробовим число підприємств, кількість робітників і т.д. При цьому дискретний характер мають не тільки об'єкти планування, а й часові проміжки, усередині яких здійснюється планування. Це означає, що при плануванні будь-які

дії завжди слід визначити, на який термін воно здійснюється, в які терміни може бути здійснено, і коли будуть результати. Таким чином, вводиться ще одна дискретна змінна – тимчасова.

Дискретність багатьох економічних показників не віддільна від точності значень (реальних предметів або відрізків часу не може бути меншою за нуль).

Не слід забувати і про те, що економічна система – не застигла, статична сукупність елементів, а розвивається, яка змінюється під дію зовнішніх та внутрішніх факторів. При цьому виникає ситуація, коли рішення, прийняті раніше, детермінують частково або повністю рішення, прийняті пізніше.

Таким чином, легко помітити, що економічні задачі, які вирішуються математичними методами, мають специфіку, обумовлену особливостями економічних систем, як більш високих форм руху в порівнянні з технічними чи біологічними системами. Ці особливості економічних систем зробили недостатніми ті математичні методи, які виростили з потреб інших наук. Тобто знадобився новий математичний апарат, причому не стільки більш складний, скільки просто враховує особливості економічних систем на базі вже існуючих математичних методів.

Крім того, економічні системи розвиваються і ускладнюються самі, змінюється їхня структура, а іноді і зміст, зумовлене науково-технічним прогресом. Це робить застарілими багато методи, що застосовувалися раніше, або вимагає їх коригування. У той же час науково-технічний прогрес впливає і на самі математичні методи, оскільки поява та удосконалення електронно-обчислювальних машин зробило можливим широке використання методів, описаних раніше лише теоретично, чи застосовувалися лише для невеликих прикладних задач.

У 60-і роки ХХ століття розгорнулася дискусія про математичні методи в економіці. Наприклад, академік Немцінов виділяв п'ять базових методів дослідження при плануванні:

- 1) балансовий метод;
- 2) метод математичного моделювання;
- 3) векторно-матричний метод;
- 4) метод економіко-математичних множників (оптимальних суспільних оцінок);
- 5) метод послідовного наближення [9, с.153].

У той же час академік Канторович виділяв математичні методи в чотири групи:

- макроекономічні моделі, куди відносив балансовий метод і моделі попиту;
- моделі взаємодії економічних підрозділів (на основі теорії ігор);
- лінійне моделювання, включаючи ряд завдань, трохи відрізняються від класичного лінійного програмування;
- моделі оптимізації, що виходять за межі лінійного моделювання (динамічне, нелінійне, цілочисельне і стохастичне програмування).

З точки зору ролі математичних методів варто говорити лише про широту застосування різних методів у реальних процесах планування. З цієї точки зору безперечним лідером є метод лінійної оптимізації, який був розроблений академіком Канторовичем в 30-ті роки ХХ-го століття. В 1975 році за це відкриття він був нагороджений Нобелівською премією по економіці, що свідчить про велику важливість задач лінійного програмування.

Найчастіше завдання лінійного програмування застосовується при моделюванні організації виробництва. На основі об'єктивно обумовлених оцінок американським математиком Дж. Данцигом був розроблений симплекс-метод розв'язання задач оптимального програмування. Цей метод досить широко застосовується. Алгоритм його дуже детально опрацьований, і навіть складені прикладні пакети програм, які застосовуються в багатьох галузях планування.

Розглянемо наступну задачу оптимального планування: *знайти такий план виробництва, який би був допустимий і забезпечував найбільший прибуток із всіх допустимих планів*. Цю задачу (одну із найважливіших у всій економічній теорії) символічно записують так (обмеження $X > 0$ добавлено виходячи із змісту задачі):

$$\begin{aligned} P(X) &= C \cdot X \rightarrow \max, \\ AX &\leq B, \\ X &\geq \bar{0}. \end{aligned}$$

Позначимо множину всіх планів X , які задовольняють умовам: $X \geq 0$, $AX \leq B$ через D та назвемо цю множину допустимою (множиною допустимих планів); тоді вказану вище задачу можна сформулювати так: знайти максимум функції прибутку $P(X)$ на множині D допустимих планів:

$$\begin{aligned} P(X) &\rightarrow \max, \\ X &\in D. \end{aligned}$$

На практиці іноді приходиться розв'язувати такі задачі лінійного програмування, в яких багато видів ресурсів (іноді сотні і тисячі) та багато видів продукції (такого ж порядку). Для розв'язання задач лінійного програмування розроблені потужні математичні методи і такі задачі сьогодні розв'язуються тільки на комп'ютері [12, с. 45]. Самий відомий алгоритм розв'язання задач лінійного програмування – це так званий симплекс-метод, який придумав американський математик Дж. Данциг в 1949 р.

Розглянемо модель міжгалузевого балансу, або модель Леонт'єва, американського економіста (1906–1999). Нехай весь виробничий сектор народного господарства розподілений на n чистих галузей. Чиста галузь – це умовне поняття – це деяка частина народного господарства (наприклад, енергетика, машинобудування, сільське господарство і т.д.). Нехай

\tilde{a}_{ij} – кількість продукції в i -тій галузі, що витрачається в j -ій галузі, V_i – об'єм виробництва i -тої галузі, c_i – об'єм споживання продукції i -тої галузі в непродуктивній сфері. Зрозуміло, що $c_i = V_i - \sum_{j=1}^n \tilde{a}_{ij}$.

Матриця $\tilde{A} = (\tilde{a}_{ij})$ вміщає дуже багато інформації. Так, її i -тий рядок характеризує використання продукції i -тої галузі по всьому народному господарстві, а j -тий стовбець характеризує j -ту галузь: що і в яких кількостях вона використовує.

Перейдемо тепер до безрозмірних величин. Нехай $a_{ij} = \tilde{a}_{ij} / V_j$ – це кількість одиниць продукції i -тої галузі, що витрачається на виготовлення однієї одиниці продукції V_j галузі. Числа a_{ij} називаються коефіцієнтами прямих затрат j -ої галузі і характеризують технологію цієї галузі. Число ж c_j / V_i є доля продукції i -тої галузі, яка йде на невиробниче використання.

Розглянемо приклад використання похідної в економіці. Розглянемо одно факторну або одноресурсну виробничу функцію $y=f(x)$, яка дає об'єм виробленої продукції за одиницю часу в залежності від об'єму затраченого ресурсу. Цей ресурс – кількість живої людської праці, вираженої у вигляді людино-годин або числа робітників. Нехай число робітників дорівнює a . Звичайно, виробничі функції диференційовані, так що $f(a+1) \approx f(a) + f'(a)$. Якщо число робітників a велике, то вищеописана наближена рівність досить таки точна. Але що таке $f'(a)$ в цьому випадку? Це не що інше як додаткова продукція, яка виробляється новим співробітником підприємства за одиницю часу.

Нехай v – ціна одиниці продукції, а p – зарплата робітника за одиницю часу. Тоді якщо $v f'(a) > p$, то потрібно найняти ще одного співробітника, так як він приносить фірмі більше, ніж вона йому платить. Це нескладне правило має універсальний характер і називається *золотим правилом економіки*.

Висновки. Економічні системи розвиваються і ускладнюються самі, змінюється їх структура, а іноді і зміст, обумовлене науково-технічним прогресом. Це робить застарілими багато методів, які застосовувалися раніше, або вимагає їх коригування. У той же час науково-технічний прогрес впливає і на самі математичні методи, оскільки поява та удосконалення електронно-обчислювальних машин зробило можливим широке використання методів, раніше описаних лише теоретично, або застосовувалися лише для невеликих прикладних завдань.

ЛІТЕРАТУРА

1. Беллмана Р. Динамічне програмування. /Р. Беллмана.– Пер. з англ. І.М. Андреевої [та ін.]. Під ред. М.М. Воробйова. М.: Вид. Иностран. лит., 1960.– 400 с.
2. Беллмана Р. Прикладні задачі динамічного програмування. /Р. Беллмана, С.Дрейфус [Пер. з англ. Н.М. Митрофа-

нової [та ін.] Під ред. А.А. Первозванский]. – М.: "Наука", 1965. – 458 с.

3. Гатауліна О.М. Математичне моделювання економічних процесів у сільському господарстві/ О.М. Гатауліна, Г.В. Гаврилов, Т.М. Сорокіна та ін.– М.: Агропромиздат, 1990. – 432 с.

4. Канторович Л.В. Оптимальні рішення в економіці / Л.В. Канторович, А.Б. Жменька. – М., "Наука", 1972.– 232 с.

5. Кравченко Р.Г. Економіко-математичні методи в організації та плануванні сільськогосподарського виробництва / Р.Г. Кравченко, І.В. Попов, С.З. Толпекін.– М.: "Колос", 1973.– 528с.

6. Мойсєєв М.М. Людина, середовище, суспільство/ М.М. Мойсєєв //Проблеми формалізованого опису. – М.: "Наука", 1982. – 240 с.

7. Мойсєєв М.М. Математик задає питання/ М.М. Мойсєєв (Запрошення до діалогу). – М.– "Знання", 1975.– 191 с.

8. Нейман Дж., Моргенштерн О. Теорія ігор і економічна поведінка/ Дж.Нейман, О. Моргенштерн Пер. з англ. Під ред. і з доб. М.М. Воробйова. –М.: "Наука", 1970.–707 с.

9. Немчінов В.С. Вибрані твори/ В.С. Немчінов Том 3. Економіка та математичні методи.– М.: "Наука", 1967. –490 с.

10. Ашманов С.А. Математичні моделі та методи в економіці / С.А. Ашманов. – М., 1980. 240 с.

11. Бугров Я.С., Нікольский С.М. Диференційне та інтегральне числення/ Я.С. Бугров, С.М. Нікольский.– М.: Наука, 1980.– 362 с.

12. Малыхин В.И. Математика в экономике / В.И. Малыхин – М.: ИНФРА-М, 2000. – 356с.

13. Бугров Я.С., Нікольский С.М. Елементи лінійної алгебри та аналітичної геометрії/

Я.С. Бугров, С.М. Нікольский. – М.: Наука, 1980.–420 с.

14. Вентцель К.С. Теорія ймовірностей/ К.С. Вентцель.– М.: Наука, 1969.–486 с.

15. Демидович Б.П. Збірник задач і вправ з математичного аналізу/ Б.П. Демидович.– М.: Наука, 1977.– 640 с.

16. Кузнецов Ю.Н. Математическое программирование/ Ю.Н. Кузнецов, Е.И. Кузубов, А.Б. Волощенко.– М., 1980.– 240с.

17. Первозванский А.Т. Финансовый рынок: розрахунок і ризик / А.Т. Первозванский, Т.Н. Первозванская.– М.: ИНФРА-М, 1994.– 170 с.

18. Фалин Г.И. Введення в актуарну математику/ Г.И. Фалин, А.И. Фалин. – М.: Вд-во МДУ, 1994.– 320 с.

19. Эльсгольц Л.Э. Диференційні рівняння та варіаційне числення/ Л.Э. Эльсгольц. – М.: Наука, 1969.– 348с.

УДК 338.48 (075.8)

ШИМАНСЬКА В.В.

м. Житомир

СТРАТЕГІЧНЕ УПРАВЛІННЯ ТУРИСТИЧНИМ КОМПЛЕКСОМ: ІДЕНТИФІКАЦІЯ ОСНОВНИХ ПРОБЛЕМ ТА ВЕКТОРІВ РОЗВИТКУ

Анотація. В статті автором ідентифіковано основні переешкоди розвитку туристичного комплексу України на сучасному етапі та визначено перспективні вектори його розвитку.

Ключові слова: туристичний комплекс, стратегія, розвиток.

Аннотация. В статье автором идентифицированы основные препятствия развитию туристического комплекса Украины на современном этапе и определены перспективные векторы его развития.

Ключевые слова: туристический комплекс, стратегия, развитие.

Abstract. In the article the author identified the main barriers to the development of the tourist industry of Ukraine at the present stage and identified promising vectors of development

Key words: tourism complex strategy development.

Постановка проблеми у загальному вигляді.

В сучасних умовах все більшої актуальності набувають дослідження особливостей розвитку туризму як соціально-економічного явища в цілому та господарської діяльності туристичних комплексів окремих країн та регіонів в тому числі і України. Передумовою для цього є той факт, що розвиток та функціонування туристичних комплексів здійснює вагомий вплив на національне господарство країн в частині забезпечення зайнятості населення, поповнення бюджетів різних рівнів, забезпечення сталості розвитку економіки. Відмітимо, що останній період, який стосується розбудови на теренах України певного типу економіки, характеризується значним спадом головних макроекономічних показників, які є індикаторами економічного розвитку кожної країни. Зазначене спричинено, перш за все, світовою економічною кризою 2008–2009 рр., а також Європейською револю-

цією на території України 2013–2014 рр. Ми переконали, що туристичний комплекс України – став, наразі, невід'ємною частиною економіки та управління національним господарством. Негативні тенденції поширилися і на цю сферу, а, отже, розвиток туристичного комплексу України зазнав нищівних втрат, знизилась його конкурентоспроможність.

В підтвердження – необхідно відзначити, що за даними [7] протягом 2014 року Україну відвідало понад 13,2 млн. іноземних туристів. Найбільші потоки туристів до України спостерігалася з сусідніх країн, з яких: Молдова – 4,6 млн. осіб, Білорусь – 1,6 млн. осіб, та Польща – 1,1 млн. осіб. У 2014 році сплачено податків та зборів до Державного та місцевих бюджетів понад 1,3 млрд. грн. в тому числі, туристичного збору – на суму 24,8 млн. грн.

Проте, слід також зазначити, що розвиток туристичного комплексу як і будь-якої іншої соціально-еко-

номічної системи не можливий без організації, координації, планування та контролю, тобто без системи стратегічного управління, що обумовлює необхідність формування та реалізації активної державної політики в сфері туризму. Основна проблема розвитку туристичного комплексу, на нашу думку, полягає в недосконалості механізму взаємовідносин адміністративних та господарюючих органів з туристичними організаціями, а також у відсутності механізму управління існуючим туристичним потенціалом.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Теоретичним та практичним питанням розвитку туристичної сфери та окремих сфер діяльності туристичного комплексу присвячені наукові роботи: М. Г. Бойко, В. Ф. Данильчука, В. А. Квартальнова, В. Ф. Кифяка, Н. Й. Коніщевої, М. В. Корж, О. О. Любичевої, А. А. Мазаракі, М. П. Мальської, С. В. Мельниченко, І. В. Саух, Т. Г. Сокол, Т. І. Ткаченко, В. К. Федорченка, І. М. Школи та ін.

Мета статті. Метою даної статті є ідентифікація основних перешкод розвитку туристичного комплексу України на сучасному етапі та визначення перспективних векторів його розвитку.

Виклад основного матеріалу з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Туристичний комплекс можна вважати на сьогодні домінантою сучасного розвитку будь-якої країни світу чи цивілізації, методом пізнання навколишнього середовища, способом підвищення культурного рівня і відновлення здоров'я людей. Він поєднує економічні, соціальні, культурні та екологічні аспекти, має невичерпний потенціал для прогресу, тісно пов'язаний з багатьма сферами економічної діяльності, що зумовлює його провідне місце у соціально-економічному житті країн і народів. Слід зважати і на те, що як один із найдинамічніших секторів економіки туризм є економічним джерелом прибутку, розвитку інфраструктури, створення нових робочих місць, а також – невід'ємною складовою загального міжнародного ринку. Зауважимо, що в межах нашого дослідження ми розглядаємо туристичний комплекс як ресурсно-функціональну підсистему, що функціонує в межах системи національного господарства та забезпечує поліфункціональну взаємодію між підприємствами сфери послуг, транспорту, пошти і зв'язку, торгівлі, готельного та ресторанного господарства, побутового обслуговування, реклами й інформаційних агентств, діяльність якої спрямована на задоволення потреб туристів у оздоровленні, відпочинку та наданні відповідної якості суспільно необхідних та регенеруючих послуг. Національний туристичний комплекс охоплює численні напрями виробничої, технологічної, управлінської, суспільної, соціально-економічної, господарської та зовнішньоекономічної діяльності. Проте, необхідно зазначити, що в сучасних умовах розвитку України, потрібно здійснювати реалізацію низки заходів, які стимулювали б розвиток туристичного сектору України.

лізацію низки заходів, які стимулювали б розвиток туристичного сектору України.

Під терміном "розвиток" слід розуміти прогресивні зміни характеристик досліджуваного об'єкту, рух у напрямку більш модернізованого, якісно покращеного стану суспільної системи, більш повного задоволення потреб індивідуумів. Проте, в економічній науці розрізняють декілька трактувань сутності та змісту поняття "розвиток", наприклад, в якості економічного, соціально-економічного, сталого та технологічного розвитку (табл. 1).

Як вже було відзначено вище сучасний стан розвитку туристичного комплексу є незадовільним. Нами визначено три групи проблем, що перешкоджають цілеорієнтованому розвитку туристичного комплексу України, а саме: організаційно-управлінські, нормативно-правові та когнітивно-інформаційні.

Основними організаційно-управлінськими перешкодами розвитку туристичного комплексу України на сучасному етапі ми вважаємо наступні: а) у інвестиційній площині: не розвиненість системи довгострокового інвестиційного кредитування різних проєктів та цілеорієнтованого зростання ТКУ; недовість економічних механізмів, що забезпечують залучення інвестицій у конкурентоспроможні – тобто, суміжні з базовими підприємствами ТКУ, галузі і виробництва; основні статті Податкового Кодексу України не дозволяють стимулювати інвестиційну та інноваційну активність підприємств ТКУ; відмова регіональних корелянтів від реалізації спільних (державна і бізнес) масштабних інвестиційних проєктів у наукоємних та бюджетоутворюючих сферах, а саме – в межах ТКУ; б) у сфері регенерації людського потенціалу держави: зруйнована система підготовки та перепідготовки кадрів ТКУ, зокрема: втрачено науковий потенціал у сфері вищої освіти за різними суспільно-політичними і економічними спеціальностями; підготовка керівних кадрів у сфері державного управління трансформувалася у суб'єктивну систему, завданням якої є лише підтвердження статусу державного службовця і відповідності диплому – займаній посаді; відсутність механізму закріплення та забезпечення роботою молодих спеціалістів; зруйнована виробнича база учбових курсів, що унеможлиблює підготовку і підвищення кваліфікації кадрів із сучасних спеціальностей; деформована галузева система підготовки кадрів вищої кваліфікації і не лише для ТКУ, а й для національного господарства у цілому; в) у сфері регіонального розвитку: галузеві та регіональні механізми забезпечення ефективності функціонування ТКУ в регіонах мають відмінне цільове спрямування та використовуються за різними об'єктами локалізації зусиль; не створено, у більшості регіонів, умови для розширення масштабів діяльності суміжних із ТКУ виробництв, спроможних позитивно впливати на галузеві результати та реалізацію міжгалузевої взаємодії; г) у соціально-культурній сфері діяльності: не

реалізовано завдання щодо покращання умов праці та підвищення добробуту працівників ТКУ; не розроблено нормативно-правове забезпечення у сфері запровадження механізму економічного заохочення власників об'єктів господарювання у підвищенні якості та переліку соціальних благ для працівників; д) у сфері провадження екологічної політики в державі: не забезпечено зниження техногенного тиску на природне середовище і не створено умови для реалізації процесів самовідтворення екологічних ресурсів; ТКУ не оснащено доскональними ресурсо- та природо- зберігаючими технологіями, очисними спорудами.

Серед нормативно-правових перешкод слід відзначити: а) відсутність: спеціалізованого міністерства чи відомства з міністерськими повноваженнями; Державної цільової програми щодо форсованого розвитку національного ТКУ; б) несформованість системи управління ТКУ на регіональному та місцевому рівнях; комплексу оптимізаційних заходів (обґрунтованих за єдиним критерієм оцінки масштабів докладання зусиль і різних за природою ресурсів) із забезпечення алокаційного управління розвитком ТКУ; в) недосконалість регуляторних актів та умов і правил ведення туристичного супроводу; нормативно-правової бази ТКУ.

Третя група проблем включає в себе: а) обмеженість державного регулювання в частині створення сприятливих умов для розвитку туризму і курортів (податкові пільги, кредитування, бюджетне фінансу-

вання); б) відсутність державної маркетингової стратегії просування турпродукту; в) недосконала система формування засобів задля збору й обробки статистичних даних; г) недостатнє фінансування заходів з розвитку туризму; д) відсутність: системи державного контролю за використанням туристичних ресурсів; комунальних центрів туристичної інформації; уніфікованого стандарту щодо національної системи знакування (маркування) туристичних маршрутів; е) недостатність: інформаційно-рекламних матеріалів; фахової підготовки спеціалістів із питань туризму та його інформатизації, технологічного й фінансового аудиту; контролінгу; слабозрозвиненість сучасної інфраструктури внутрішнього туризму; 4) туристичного іміджу України.

У зв'язку із вищезазначеним зауважимо, що у сучасних умовах стратегічне управління є необхідною складовою діяльності всіх підприємств незалежно від сфери чи виду їх діяльності. Стратегічне управління туристичним комплексом базується на загальних концепціях і положеннях, які мають місце в інших галузях економіки, і в той же час, відрізняється низкою особливостей у реалізації окремих стратегій, які обумовлені специфікою туристичної сфери в цілому. Основним напрямом стратегічного розвитку для підприємств, що становлять архітектуру туристичного комплексу є орієнтація на ефективне стратегічне управління діяльністю з урахуванням змін, що відбу-

Таблиця 1.

Визначення сутності та змісту економічної категорії "розвиток"

Економічна категорія	Сутність та логіка визначення категоріального поняття	Посилання на джерело
Економічний розвиток	Підтверджено, що процес еволюції економічної системи у довгостроковому періоді, що характеризується зміною ринкової та виробничої кон'юнктури за тривалий час, впродовж якого значну роль відіграють інвестиційні, інноваційні, технічні та технологічні фактори розвитку економіки.	Наукові школи В. Геєця та Л. Безчасного [2]
Соціально-економічний розвиток	Соціально-економічний розвиток – це процес безупинної зміни матеріального базису виробництва а також усієї сукупності різноманітних відносин між економічними суб'єктами, соціальними групами населення.	Школа пост-індустріального суспільства [3]
Технологічний розвиток	Узгоджена єдність технологій, техніки та обладнання, організаційної праці та механізму управління	Школа РВПС РАН [4]
Сталий розвиток	Розвиток, який задовольняє потреби нинішнього часу, але не ставить під загрозу здатність майбутніх поколінь задовольняти свої власні потреби.	
Розвиток в контексті забезпечення економічного зростання та структурно-динамічних змін в межах національного господарства	Представники наукової школи В. І. Вернадського, зокрема, академіка НАН України Алімова О. М. засвідчують, що економічне зростання та розвиток відбувається тоді, коли економіка створює інституційні стимули для реалізації заходів, спрямованих на підвищення продуктивності. А, занепад настає за відсутності стимулів до участі у виробничій чи господарській діяльності внаслідок: а) централізованого й жорсткого політичного контролю за економікою; б) існування монопольних привілеїв. Відтак, визнано, що число невдач набагато перевершує число успіхів. З цієї площини, економічний розвиток, до цього часу, був, скоріше, виключенням. А, правилом – стагнація і занепад, що відображали хронічну тенденцію до ініціювання організаційних провалів при провадженні управлінської діяльності. Тому, і успіхи, і невдачі відображають не лише інституційно-організаційні характеристики будь-якого суспільства чи економічної системи, але й: увлєнення про неї, існуючі в межах соціуму ідеї щодо розбудови тієї чи іншої сфери діяльності; покладені в державні концепції ідеології тощо. Тобто, все те, чим керуються люди, діючи і здійснюючи вибір, визначаючи кількість об'єктів докладання зусиль ін.	РВПС України НАН України [6] та вчені-економісти ДУ "Інститут економіки природокористування та сталого розвитку НАН України" [1, 5]

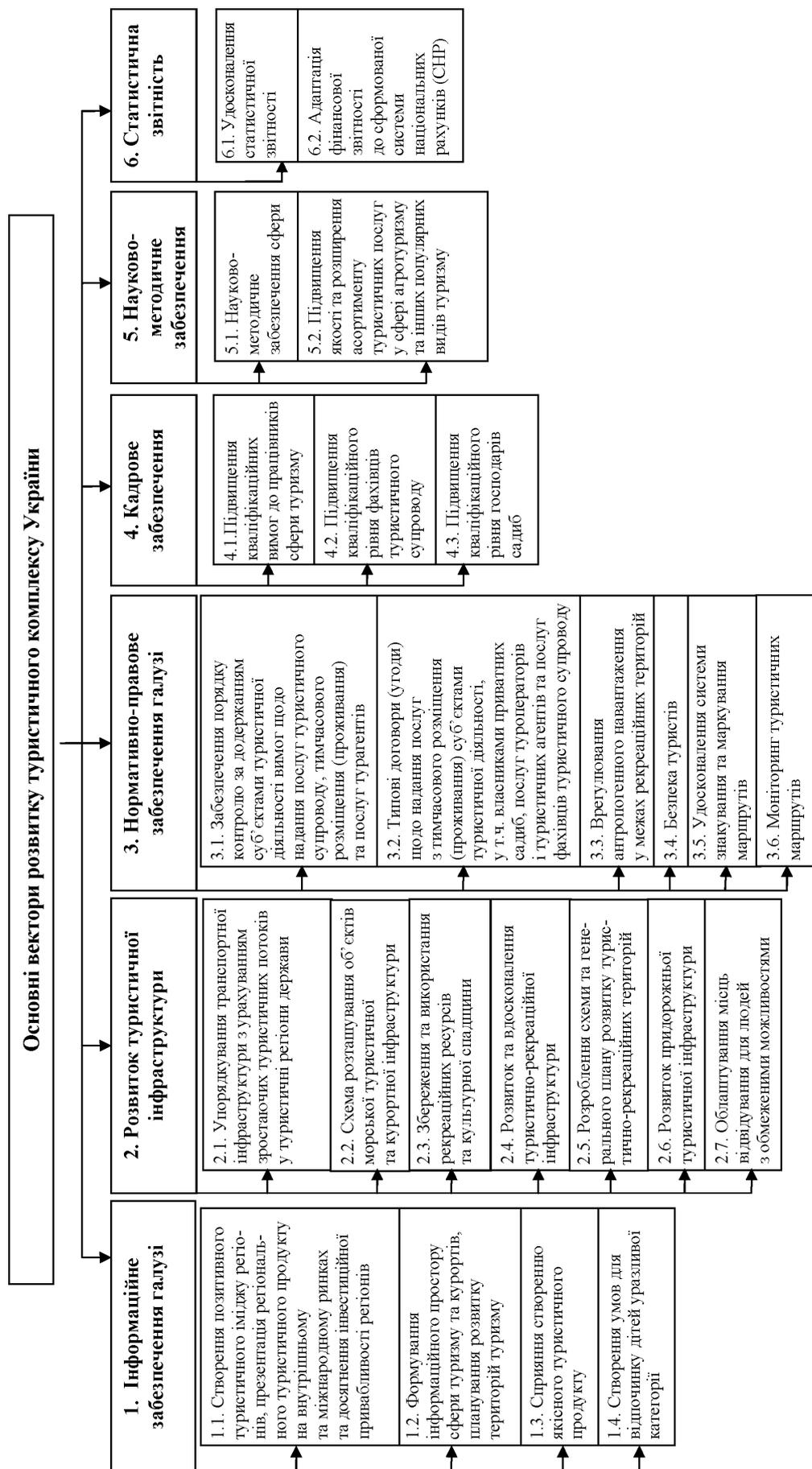


Рис. 1. Основні вектори розвитку туристичного комплексу України

ваються на ринку туристичних послуг та в соціально-економічному середовищі в цілому. Саме система стратегічного управління розвитком туристичного комплексу дає змогу туристичним підприємствам поєднати загальну стратегію розвитку з наявністю реальних та потенційних можливостей для її реалізації, враховуючи загрози, які можуть виникнути на ринку.

Вважаємо за доцільне підкреслити, що на практиці формування та проектування стратегії управління не виглядає так ідеалістично, як за результатами науково-прикладних обґрунтувань.

Одним із кроків стратегічного управління туристичним комплексом є затвердження Стратегії сталого розвитку "Україна – 2020" (Указ Президента України від 12 січня 2015 року № 5/2015). Зауважимо, що метою стратегії є впровадження в Україні європейських стандартів життя та вихід України на провідні позиції у світі [8].

Реалізація стратегії здійснюватиметься за чотирма векторами: а) вектор розвитку – це забезпечення сталого розвитку держави, проведення структурних реформ та, як наслідок, підвищення стандартів життя; б) вектор безпеки – це забезпечення гарантій безпеки держави, бізнесу та громадян, захищеності інвестицій і приватної власності; в) вектор відповідальності – це забезпечення гарантій, що кожен громадянин, незалежно від раси, кольору шкіри, політичних, релігійних та інших переконань, статі, етнічного та соціального походження, майнового стану, місця проживання, мовних або інших ознак, матиме доступ до високоякісної освіти, системи охорони здоров'я та інших послуг в державному та приватному секторах; г) вектор гордості – це забезпечення взаємної поваги та толерантності в суспільстві, гордості за власну державу, її історію, культуру, науку, спорт.

За вектором гордості повинні бути розроблені та реалізовані: програма популяризації України у світі та просування інтересів України у світовому інформаційному просторі – визначена програмою як першочергова. Включає формування і просування бренд-меседжів про Україну: Україна – країна свободи і гідності; Україна – країна, що реформується, незважаючи на виклики; Україна – хаб для інвестицій; Україна – країна високих технологій та інновацій; Україна – країна, приваблива для туризму; Україна – країна із визначними культурними та історичними традиціями); програма створення бренду "Україна"; програма розвитку туризму та ін.

Однак, на нашу думку, поряд із вказаним, доцільно розробити окрему стратегічну програму розвитку туристичного комплексу, яка повинна розглянути й затвердити питання щодо запровадження у практику тих пропозицій, що забезпечують розбудову туристичного комплексу України (рис. 1). Основні вектори розвитку, що, на нашу думку, повинні бути представлені у стратегії зображено на рис. 1.

Висновки і перспективи подальших розробок у даному напрямі. Визнано, що туризм є одним із найбільш перспективних секторів, що стимулює розвиток світової економіки. Звідси, підтвердивши, що функціонування туристичного комплексу України, у цілому, обумовлює зростання кількісних та якісних параметрів туристичних потоків і стимулює структурно-динамічні зрушення в межах національного господарства. Слід зазначити, що природно-ресурсний та історико-культурний потенціал України, її вигідне географічне положення є вагомим передумовою для розвитку як внутрішнього, так і міжнародного туризму, а також підвищення рівня соціально-економічного розвитку держави. Проте, наразі, існує переважна більшість проблемних площин у системно-універсальній сфері діяльності, які, безпосередньо, пов'язані з виконанням цільових функцій суб'єктами управління. А саме, виокремлено три групи перешкод: організаційно-управлінські, нормативно-правові та когнітивно-інформаційні. Зазначені перешкоди вимагають побудови сучасної стратегії управління розвитком туристичного комплексу.

ЛІТЕРАТУРА

1. Алимов О. М. Наукові основи національної стратегії сталого розвитку України: Монографія [Текст] / [Алимов О. М., Драган І. В., Микитенко В. В. та ін. / за наук. ред. академіка НААН України, д.е.н., проф. М. А. Хвесика]; Державна установа "Інститут економіки природокористування та сталого розвитку НАН України". – К.: ДУ "ІНПЕС НАН України", 2013. – 45 с.
2. Бажал Ю. М. Знання економіка: теорія і державна політика [Текст] / Ю. М. Бажал // Економіка і прогнозування / науковий журнал; Ін-т екон. та прогнозів. НАН України. – 2003. – №3. – С. 71-76.
3. Белл Д. Грядущее постиндустриальное общество: Пер. с англ. / Под. ред. В. Л. Иноземцева. – М., 1999. – С. 167.
4. Комков Н. И. Роль инноваций и технологий в развитии экономики и общества [Текст] / Н. И. Бажал // Проблемы прогнозирования // научный журнал; Ин-т народнохозяйственного прогнозирования РАН. – 2003. – № 3. – С. 24-42.
5. Микитенко В. В. Узгодження економічного зростання та соціального розвитку / [І. С. Гращенко, І. А. Ігнат'єва, В.В. Микитенко, Г. Г. Савина та ін. / за загальною ред. Г. Г. Савиною]. – Херсон, ХНТУ МОН-молодьспорту України, 2012. – 537 с.
6. Національна парадигма сталого розвитку України / за заг. ред. Академіка НАН України, д.т.н., проф., засл. діяча науки і техніки України Б. Є. Патона. – К.: Державна установа "Інститут економіки природокористування та сталого розвитку Національної академії наук України", 2012. – 72 с.
7. Офіційний сайт Державного агентства України з туризму і курортів. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.tourism.gov.ua/ua/news/27584/>
8. Стратегія сталого розвитку "Україна – 2020". [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/5/2015?nreg=5%2F2015&find=1&text=%F2%F3%F0%E8%E7%EC&x=0&y=0>
9. Шиманська В. В. Організаційно-економічний механізм розвитку туристичного комплексу України в контексті євроінтеграції [Текст]: автореф. дис. канд. екон. наук: 08.00.03 / Шиманська Вікторія Василівна; Черніг. нац. технол. ун-т. – Чернігів, 2014. – 20 с.

UDC338.24

SAUKH I.V., professor
s. Zhytomyr

**THE MAIN PROBLEMS OF IMPROVEMENT OF QUALITY
OF TOURISM EDUCATION**

Abstract. The article is devoted to the problem of definition of parameters of competitiveness of tourism industry in a market economy, shows the general trends and features of tourism development in Ukraine, the estimation of management education of specialists in the field of tourism and suggestions for its improvements were given. For the first time from the standpoint of having the strategic tourism development the problem of training specialists for the tourism industry was analyzed. Attention is focused on the problems of improving professional competence of the personnel staff of tourism businesses. The motivational determinants of professional growth of specialists are considered.

Keywords: tourism, quality, education management, competitiveness, personnel staff of tourism businesses.

Аннотация. Стаття посвящена рассмотрению проблем определения параметров конкурентоспособности туристической индустрии в условиях рыночной экономики, визуализированы общие тенденции и особенности развития туризма в Украине, дана оценка менеджмент-образования специалистов в сфере туризма и предложения по ее улучшению. Впервые с позиций необходимости стратегического развития туризма проанализированы проблемы подготовки специалистов для туристической индустрии. Акцентируется внимание на проблемах повышения профессиональной компетентности человеческих ресурсов предприятий сферы туризма. Рассмотрены мотивационные детерминанты профессионального роста специалистов.

Ключевые слова: туризм, качество, управление образованием, конкурентоспособность, персонал туристического бизнеса.

Анотація. Стаття присвячена розгляду проблем визначення параметрів конкурентоспроможності туристичної індустрії в умовах ринкової економіки, візуалізовано загальні тенденції та особливості розвитку туризму в Україні, надано оцінку менеджмент-освіти фахівців у галузі туризму та пропозиції щодо її покращення. Уперше з позицій необхідності стратегічного розвитку туризму проаналізовано проблему підготовки фахівців для туристичної індустрії. Акцентовано увагу на проблемах підвищення професійної компетентності людських ресурсів підприємств сфери туризму. Розглянуто мотиваційні детермінанти професійного зростання фахівців.

Ключові слова: туризм, якість, управління освітою, конкурентоспроможність, персонал туристичного бізнесу.

The world tourism industry is characterized by a trend of sustainable development and despite the negative global economic crisis demonstrates the resistance and is now on the rise. In 2008, experts predicted growth in tourism revenue within five years to 1 billion USD profits per year. Today this line has been overcome. The United Nations has summed up the results regarding the effectiveness of tourism, reflecting the growth of the tourist flow by 2014 to 4.7%, which is more than 1.1 billion people. The main regions that ensured the growth of world tourism became North and South America, and Asia. <http://www.azgu.com.ua/news/statistika-oon-po-mirovomu-turizmu-za-2014-god>.

According to reports of the World Tourism Organization (WTO), the real state of the world tourism industry is the next.

The development of the tourism industry is extremely important for Ukraine and gives its significant impact on sectors such as transport, trade, communications, construction, agriculture, consumer goods, and is one of the most promising directions of economic restructuring.

Thus, the competitiveness management should take into account all these factors. In this context it is an axiomatic statement that competitiveness in terms of economy is largely determined by the competitiveness

Table 1.

Indicators of the global tourism industry, 2012–2013

№	Criteria	2012 year	2013 year
1.	Contribution of industry in world GDP	\$2056 bn.	+ 4,5%
2.	Number of employed people in industry	101 mln.	+ 2%
3.	Global revenues from tourism	\$1243 bn.	+ 3,5%
4.	Investment in the sector (4.7% of total world investment)	\$765 bn.	+ 4,2%

in the field of science and education. This causes the necessity of ensuring tourism with qualified, skilled oriented staff through improvement of the system of training specialists with a high level of professional competence for integrated tourism industry needs. Effective and high-quality tourist education in the country is not created naturally, this state of education is an artificial product of deliberately formed and controlled process. That is why the modern world requires a new philosophy of education, changing the paradigm of pedagogical thinking, practical orientation. The need to improve the quality of training for managers, in turn, determines the research of competencies of future managers of tourism an independent issue.

Analysis of recent studies and publications.

Problems and features of tourism development are reflected in scientific researches: background of appearance, principles of functioning of enterprises of recreational and tourist complex, classification of their shapes and forms, the organization of the market conditions, methodology of development and implementation of national and regional tourism policy, international experience of tourism are highlighted in scientific studies of such domestic and foreign scientists as: Borushchak M., Hryniv L., Dolishnii M., Yevdokymenko V., Kwartalnov V., Kyfiak V., Kravtsiv V., Liubitseva O., Malska M., Savytskyi B., Sokol T., Tkachenko T., Fedorchenko V., Shymanska V. and others.

The problem of competence approach was studied both by famous foreign scientists such as Ravenom Dzh., Uaitom R., Khaimsom D., Khutmakherom V., Hofmanom T., Zymnoi I., Khutorskym A., Krasovskym V., and Ukrainian scientists Yermakovym I., Pohoriloiu I., Pometun O., Ovcharuk O., Savchenko O., Sysioievoiu S. and others. Based on common approaches to competence the problems of formation of professional competence are analyzed. In particular, Nisimchuk A., Padalka O., Shpak O. explore the impact of information on the expansion of professional competence. Dybkova L., Yevtukh M. presented technology of implementation in educational forms and methods of individual approach in the formation of professional competence of future economists. Vachevskyi M. proposed forms and means of practical implementation of problems of formation of professional competence of future marketers.

The purpose of the article is in identifying the main trends in the development of the tourism industry and management education in the field of tourism

Presentation of the basic material. Interest in the development of tourism is connected with its specific features, such as: 1) lower compared to modern industrial sectors, capital intensity; 2) ability to provide new jobs, increasing employment; 3) positive impact on the economy of the regions; 4) inflow of foreign currency and thus satisfactory impact on the balance of payments, etc. It is the most dynamic sector in the world, a factor of economic and cultural

development, environmental protection and cultural heritage, mutual understanding between peoples, peace, human rights and fundamental freedoms without distinction of race, sex, language or religion. Performing significant functions at the international level, tourism requires a supranational regulation. Thus, among the structural elements of world market tourism occupies an important place as a multilateral phenomenon that combines economic, social, cultural and environmental aspects, has inexhaustible potential for continual progress, closely cooperates with many sectors of the economy, causing its leading role in the socio-economic life of nations and peoples.

In consideration of the foregoing, tourism is a sector of economy that deserves more attention in Ukraine for development as an important factor in the economy's exit from the crisis, the formation of civilized market relations, providing a significant contribution to the economy of the state in the form of new jobs (an increase of employment), the increase in revenues from foreign trade and replenish of the state budget through the payment of taxes.

In addition, in the present circumstances, there is urgency for practical research and establishing of real ways to achieve high efficiency of specialists-managers to ensure sustainable competitive position in the travel market.

In the modern world the key to social progress is the rapid technological development that is based on the transformation of science into the main productive force. Moreover, education is now a prominent factor in human progress and global competitiveness, and the causal relationship of management – education and socio-economic development updates, especially in the beginning of the 21st century, new quality responsibilities of high school for the training of skilled specialists and creating economic growth.

In the context of global educational processes Ukraine may not be the exception. Moreover, the leading Ukrainian experts believe that without significant reforms in the sphere of training of specialists-managers in Ukraine there cannot be a long and powerful economic recovery, and therefore they point to the necessity of formation of new paradigm model of management education aimed at building of the effective national economy.

Thus, special importance acquires the question of formulating and solving of scientific and educational problems of managing the process of formation of professional competence of the manager of the tourist industry.

We defined the reason for the "recovery" of problems of competence as follows: in recent years, the system of generation and transmission of knowledge was dramatically changed, and the amount of existing knowledge and information has increased substantially. Today it is impossible at a time, even five or six years to prepare people for professional careers for a lifetime.

Annually 5% of theoretical and 20% of professional knowledge are updated. In particular, the US unit of measure the aging of specialist knowledge, the so-called "half-life of competence" (a period of decreased competence on 50%) as a result of the emergence of new information confirms that in many professions this threshold occurs in less than 5 years; that is, in terms of our country, before ending the process of learning. In view of this, solving of the problem is seen in the transition to lifelong education, where basic education is periodically complemented by additional education programs and is not organized as final, complete, but only as a base, complemented by other programs, also staged. In addition, there should be paid special attention to the fact that higher education has always been and should be closely linked with the scope of economics.

Thus, the present conditions of globalization dictate new requirements and need a new format of interaction between higher education and the economy, which without exaggeration should be knowledge economy.

The main issues which require institutional support and mutually agreed solution, we include the following: providing tourism with qualified, skilled oriented staff through improvement of the system of training specialists with a high level of professional competence for integrated tourism industry needs.

We apply the methodology of foresight- methodology of shaping the future, management tool development. Let's try to find an answer to the question: what chance has a graduator of the specialty "Management of tourism industry" to occupy a niche in the travel market. The answer is ambiguous. However, we believe the chances of a decent job, professional growth, successful business career will be much higher for graduates of educational institutions that are focused on the following: 1) training on the curriculum in accordance with the educational-professional programs; 2) continuous practical training; 3) getting thorough knowledge not only of professional disciplines, but also of computer training, foreign languages, psychology etc.; 4) and most importantly, the learning is as close to the realities of the modern tourist business as possible.

Theoretical scientific and professional knowledge of professional educators and practitioners according to the foresight methodology should be directed to the formation of professional competence of students – the future managers of the tourism industry. The term competence (from Lat. *competence*) is a concept which illuminates the aspects of human behavior related to performance of work, defines the basic characteristics of the individual who reached or is able to achieve high results in business. Competence is a derivative of competency, the specific characteristics of each individual subject as media competency, measured skill, ability, knowledge or behavioral characteristics necessary for successful performance of certain work.

We defined the following components of competence of manager: 1) integrative competence – the ability to integrate knowledge, skills, and their effective use in the quick adaptation of the organization to the demands of the environment; 2) socio-psychological (emotional, perceptual, conceptual and behavioral competence) – the ability to lead, to goal-setting, the ability to implement strategies, plans and capacity for innovative activities, knowledge and skills in the field of perception, understanding of human behavior, motivation of their activities, high level of empathy and communicative culture; 3) organizational competence in specific areas of management – making decisions, collecting and analyzing information, methods of working with people who use computers and computing technology, etc.

The author defines the professional competence of manager of tourism as the most general characteristics of professional ability to effectively perform professional duties (functions) in their professional field of activity (tourism industry), a kind of meter, indicator, qualitative and quantitative characteristics of the level of professionalism.

An important role in the analysis of this problem plays a model of competence as a theoretical system of knowledge and skills of personnel that ensure the implementation of organization's implementation of management tasks. The model unifies the requirements for employees and creates common standards of operation, the basis for the evaluation and promotion of employees.

Here are some examples of models of competences of international standards (basic types of competencies). Model SHL (international standard of management – specialist, manager, team leader) identifies the following types of competencies: 1) entrepreneurial qualities (business, creativity, determination, strategy); 2) leader's qualities (leadership, planning and organization, focus on quality, persuasiveness); 3) professional skills (expertise, analysis and problem solving, oral and written communication); 4) personal qualities (interpersonal understanding, flexibility, stability, personal motivation).

The model of S. Whiddett & S. Hooleyforde (development of model of competences on the basis of materials of company) provides the following types of competencies: 1) business development (personal development, generation and justification of ideas); 2) achievement (planning, precision of management, goal setting); 3) analysis – work with information (analysis and decision-making); 4) people (teamwork, influence, relation management).

The model Society for Human Resource Management (model for staff management) identifies the following types of competencies: knowledge of business; personal capacity; strategic contribution; practical skills and techniques of management technologies.

Model "Corporate Financial Technologies" identifies the following types of competencies: systems

thinking; decision-making; result-oriented; analytical ability; creativity; flexibility, fast and adequate response; learning ability; organizational skills; delegation of authority; ability to plan time; manage projects; teamwork; persuade, defend opinion; the ability to listen to others, to support feedback; skills presentations and negotiations; ability to relay knowledge and skills.

Conducted by us a synthesis of scientific literature on the formation of professional competence of manager revealed an impressive tendency – to form the necessary quality of future professionals is considered to be impossible even in theory. Literary sources define the most important 1) moral-psychological quality qualities of manager (high ideals of life, humanity, honesty and truthfulness, fairness and objectivity, will and courage, developed sense of duty and responsibility, intelligence and tolerance, tactfulness in relationships, emotional restraint, politeness, infinite patience, communication skills, business and personal reputation); 2) educational quality of manager (the ability to carry out training of subordinates, to develop the professional skills of personnel, to organize the general cultural, aesthetic, physical education, clearly and logically formulate an order, to argue their views); 3) professional skills (art of leadership, skills to work with people, political culture, a comprehensive systematic approach to work, the ability to generate ideas and transform them into practical action, creativity (creativity), modern economic thinking, computer literacy, the right lifestyle, culture of communication, foreign languages); 4) business skills – management ability: to diagnose organizational system, to interpret the situation and to make the right decisions, quickly accept and implement innovative solutions, to motivate staff to work efficiently, to organize work to ensure high labor discipline, objectively select, evaluate, arrange staff, to provide the self-organization of the staff, to create a favorable psychological climate, to establish business relationship with other supervisors, to understand their characters, abilities and psychological state, to be able to talk, to be eloquent, expressive, convincing, to conduct the negotiations, to have a sense of humor, high erudition and ability to operate effectively in terms of economic risk, to have practical reason and common sense, communication, enterprise, initiative and energy, rigor and discipline, high efficiency, commitment, dedication, organizational skills, ability to organize teamwork, leadership skills, strategic thinking, independence, initiative; 5) aspects of the theoretical preparation of the modern manager: fundamental knowledge of macro- and microeconomics, scientific management and leadership, theory of stewardship, sociology, psychology, law, information technology and computer technology.

Professional training of the future manager of the tourism industry, the formation of his outlook and professional competence occurs largely in the process of study of special tourist disciplines. These include:

organizational and technological, resource knowing, organizational, managerial and professional orientation disciplines.

The efficiency of absorption of these disciplines is primarily determined by the presence of well-defined conceptual apparatus. Among the main concepts of tourism science, of course, the first takes your own concept of tourism. Tourism as a multifunctional phenomenon, socio-cultural and economic phenomenon is studied by many sciences. It is the object of study of geography and economics, medicine, psychology, sociology, law and political science, engineering sciences and architecture, history and culture. For each of the sciences are important various aspects of tourism: for geographical sciences – spatial aspects, for biological sciences – sanitary and medical aspects, to pedagogical sciences – educational aspects, for the social sciences – legal, economic and social aspects, etc.

Reasons to address the problem of professional competence, we define the following: 1) The quality of education and its derivative (level of development and practical preparedness of tourism worker) becomes the most important factor in the success of the business, the quality of tourist services and thus the realization of the ultimate goal of educational activity of higher educational establishment.

New requirements for training of staff in tourism are due to objective tendencies: the dynamic development of the tourism industry, the expansion of its multifunctionality. Today, tourism manager, head of the travel agency, tour operator can not be just a specialist with knowledge of tours, prices and weather. The main task of the manager of tourism should not be only the search of tourists and problems of receipts. The modern tourist industry worker will carry competitive activity in conditions of deep mastery of knowledge in the field of economics of tourism, regulation, management, global information technology can speak several foreign languages, has skills of practical and economic psychology.

2) The need for a modern student (conscious or not) – is to get after the graduation a high-paying, interesting and prestigious job, to make a successful business career, to be realized as a person. This is not surprising, it is – natural. Our student is not indifferent to his future, so he looks for work in his unsociable hours (the vast majority), based in the first place, on the needs of gaining professional experience. This requires finding new, individual approaches to curricula, training programs, organization of electives and extracurricular classes, selection of educational methods and criteria of quality evaluation.

The creation of normative-legal base of activity Manager in the field of tourism is still an actual question.

Today we come to the understanding that a generalized predictive model of professional training and the formation of the personality of the manager of tourist industry can be built only relying on systematic

analysis of the structure and functional tasks of educational activities.

Our first preliminary conclusion is as follows. The abovementioned complex of theoretical and practical professional managerial tourism education, to our mind, certainly fits the paradigm of formation of professional competence as the most important improvement of modern educational process. But analysis of the theory and practice of the investigated problem shows that there are contradictions between: an objective necessity in training of managers of tourism and insufficient theoretical and methodological development of content, forms and methods of activity; social need for professionally qualified specialists in tourism management and the real level of qualification of graduates of educational institutions; awareness of lecturers in training of future managers of tourism and their lack of deep knowledge and skills in solving this problem; need for integrating, interdisciplinary approach to the training of tourism management and lack of appropriate programs and technologies.

The second preliminary conclusion is: the most effective ways to create optimal conditions for the acquisition of students of professional competence are in the sphere of actualization of possibilities of educational process. Therefore we turn to the real problems of practical training of managers of tourism industry. Among them, the most important are: 1) department standard of higher education in Ukraine in the direction of "Management" norms a large number of regulatory disciplines, thus limiting the possibilities of university for in-depth teaching of specialized professional disciplines; 2) there is a need to expand the cycle of humanities, because this training forms the specialist with a deep understanding of international humanitarian, cultural and economic problems. Modern specialist manager of tourism, in addition to general economic preparations, should have profound and systematic knowledge of the history of world and domestic tourism, geography of tourist centers, legal support of industry, history of art and architecture, principles of excursions and museology, psychology, communication and economic psychology; 3) undoubtedly, the main in training of manager tourism industry is a professional and modern basic economic education. Each direction of professional training is characterized by a certain structure and degree of orderliness that assumes sufficient dynamic forms, methods of institutional interaction in educational activities; 4) Of course, it is impossible to organize a successful business in the travel industry, without having the content and technology of the tourist product. Effective and progressive results of this field are observed in those countries where a special professional training takes quite a considerable share of the overall educational process (Germany, Portugal, the United Kingdom and many others).

The third preliminary conclusion is: system management process of formation of professional competence of manager of tourism industry includes the following components:

Improving the learning process through standardized system application:

– Activated lectures. Activated lecture – is such that leads to the analysis and comparison of facts, to the proof or denial of judgments, to draw conclusions and checking their correctness; problematic, aims at the development of analytical and management thinking, using elements of active communication, modern information technology, focus on the key issues of the theme, providing printed materials and electronic version of the theme. As for the intensification of lectures, enhance of intellectual activity of students, the largest effect gives lecture with presentation mode using the program Power Point. The essence of its positive effect is in the implementation of the principle of visibility, stimulating memory, concentration through visual variety, saving time, increasing the volume of the provided material in the form of tables, charts, graphs, maps, illustrations;

– Scientific and informational lectures (designed to highlight the advanced methods of detection, measurement, accumulation, analysis, preparation, interpretation and information transmission used by the management ranks, i.e. the extraction and use of theoretical knowledge, important scientific information on specific topics of the course. Its goal is to identify and prove the fundamental dependence in the form of theories, laws, patterns, categories, concepts, scientific facts. The quintessence of the search interaction is setting (questions, debate, dialogue, etc.) and resolution (assumptions, hypotheses, the version argument) of real scientific problems. It has the dominance of scientific knowledge and cognitive skills of social and cultural values);

– Case-studies (analysis of specific situations), educational practice, multimedia training, computer programming training, internships, simulation of production processes, optional training, scientific-practical conferences, round tables, interactive learning;

– Organization of educational activities in the form of (maximum "artificial" dive in a professional environment of tourism business), that allows you to simulate the situation of professional activity. For example, the solution to a particular set of conflict situation (demanding customer, tourist), conducting of business meetings and negotiations with a partner, organization of scientific conferences in terms of business travel, reception of groups, etc.;

– Implementation of educational projects, which contribute to the development of students' research skills independently develop professionally significant problem, as well as the formation of readiness for self-education, which is determined by the formation of

cognitive interests, skills of self-mastery of knowledge and self-control that can be achieved in the process of project work;

– Providing interdisciplinary connections of subjects, without which it is impossible to implement professional and educational goals. The problem of inter-subject relationship is not new, but interest in it is natural. Moreover there are two positive consequences: first, systematic knowledge is formed; secondly, the establishment and expansion of relations between subject to motivate lecturers for self-education and interaction.

2. Improvement of non-standardized educational process:

- creation of a special laboratory tourism;
- creation of educational travel company;
- development and presentation of tours with the proper software management information (software Power Point);
- work with the map (software Photo-Shop);
- the study of process of automation of the tourist office;
- maximum use of the possibilities of educational disciplines for conducting practical classes in terms of real reality (formed professional environment) – in hotels, cafes, travel agencies, transportation companies, advertising companies, etc. (not only during practice). In particular, the study of subjects "Organization of serving tourists in hotels", "Organization of transport journeys" under the supervision of the appropriate courses of training seminars at the hotel "Bratislava" (m. Kyiv), "Zhytomyr" (c. Zhytomyr), elite institutions of business and leisure "Chudodiievo", "Filvarok";
- involvement of practitioners from the field of tourism to teaching disciplines of professional direction.

3. Creation of professionally meaningful environment that presupposes social relations in the team. In our opinion, it is possible when there is an interaction between who teaches and who is taught. Experts interpret this interaction as bilateral subject – cooperation subject, characterized by common purpose and activity of both parties. Implemented in educational and interpersonal terms interaction provides a high level of development of student's personality and his professional competence. We consider the teacher-lecturer as the primary competence of the university. Today we need professional teachers who have the optimal level of readiness to implement educational activities with a high level of motivation, cognitive activity, stability of reflexive position; Advanced and conscious need to implement need to implement information technology in professional activity. Regarding the latter, there are two aspects of the problem: a professional lecturer with knowledge of computer hardware, which is not always familiar with the specificity of tourism, or a specialist, travel agency employee who is not a professional teacher and also has

narrowly specialized knowledge of the use of computer technology.

4. The formation of cognitive interest in order to attain professional competence: introduction of an optional course "Travel Resources of Zhytomyr" for managers of tourism; organization on the basis of the results of the optional course "Travel Resources of Zhytomyr" traditional April scientific student conferences (researches of future managers of tourism); formation of library collection of scientific, educational, periodicals in the field of tourism; operation of local history tourist youth center "Mandry" – structural unit of the department of management; opening of ethnic exhibit, tours which with skill and deep knowledge of the business are conducted by the students of the Institute; establishment and successful operation of student learning company "STUDENT TOUR".

5. Perceived orientation of students on further work in the field of domestic tourism in Zhytomyr region. This direction is realized by means of regional tourism and education of patriotism on the examples of the national historical and cultural heritage of the region, forming a sense of patriotism and regional tourist image of Zhytomyr region; education in the future manager of the tourism of national dignity, self-awareness, patriotism by means of tourist and local history work; a sense of belonging to the history, present and future of Ukraine; promoting of domestic tourism in the region by studying the prospects and directions of its development.

This focus of the educational process creates optimal conditions for the formation of the fundamental heuristic, creative thinking style simultaneously with high professional competence of specialists, forming relevant moral and ethical paradigms and innovative focus of activity.

Thinking about whether our country has a civilized "technological future," and not dwelling on the well-known system and partial imperfections, we note the following: "A man is what he is because of the thing, he does his" (K. Jaspers). Social value have not scattered attempts to use specific measures in a particular learning process, not partial changes to establish certain parts of the infrastructure of education, but the formation of an integrated, flexible and dynamic system of the educational process. Therefore, the methodology of systematic approach to managing the process of the formation of professional competence becomes of fundamental importance for us not only in theory but also in practical terms.

Conclusion. The modern world requires a new philosophy of education, pedagogical paradigm shift in thinking, practical orientation since competitiveness in terms of the formation of knowledge economy is largely determined by the competitiveness in science and education. Hence, our focus is on the formulation and solution of scientific and pedagogical problems of managing the process of formation of professional

competence of the future manager of the tourism industry.

Under the professional competency of specialist we understand the ability to solve problems of a professional nature, based on the totality of subject knowledge, skills, abilities and values obtained during training and contribute to self-development of personality in the course of professional activities. These basic requirements for skills of manager are transformed knowledge that is implemented in specific management operations: to plan work, to analyze the situation, to hold a meeting, to give order and so on. In turn, the abilities brought to the level of automaticity (partly on a subconscious level), are transformed into skills. Skills provide efficiency of standard, often repetitive actions and find their expression in business negotiations with contractors, dealing with subordinates, using computers and others. Experienced manager differs from the beginner by the presence and degree of skills development.

Therefore, the task of vocational education is to form the modern specialist as a whole person who has special system of human qualities. Competence of manager of tourism is not limited to a purely professional framework; modern specialist must possess all major competences. Analysis of the above models and requirements of educational qualification characteristics indicates that

tourism manager's competency model should consist of many components: professional, intellectual, creative, moral, communication, informative, personal.

LIST OF REFERENCES

1. Trends in Learning Structures in European Higher Education. [Electronic resource] – Access: www.bologna-berlin2003.de/pdf/TrendsIII_full.pdf
2. Tuning Educational Structures in Europe. [Electronic resource] – Access: europa.eu.int/comm/education/policies/educ/tuning/tuning_en.html
3. Collection of documents of MINISTRY of Ukraine. [Electronic resource] – Access: www.kdtu.kr.ua/miek/ek/okx_mag.doc
4. Klimov E.A. Psychology of professional self-determination. – Rostov-on-Don, 1995. – 512 p.
5. Zymniaia I. A. Key competencies as a result-objective basis of competence approach in education. Author version. – M.: Research center of quality preparation of specialists, 2004. – 42 p.
6. Foundations for choice of competence model. [Electronic resource] – Access: http://www.profrazvitie.ru/cgi-bin/new.cgi?go=model_komp.
7. Competence approach in modern education: international experience and Ukrainian prospects / Under total. ed. A. V.Ovcharuk. – K.: "KIS", 2004. – 112 p.
8. Vitvytska S.S. Basics Pedagogics. – K.: TSNL, 2003. – 316 p.
9. Ivanov I.V. The professionalization of management: Monograph. – K.: Nat.-bus.- econ. University, 2006.

ЗМІСТ

Атаманчук Ю.М. Політика збутової діяльності підприємств агропромислової сфери. м. Умань	3
Бечко В.П., Колотуха С.М. Інтегральна оцінка інноваційної політики підприємств спиртової промисловості. м. Умань	11
Боровик П.М. Вдосконалення сучасних механізмів справляння вітчизняних місцевих податків. м. Умань	19
Глуценко Л.Д., Ратушняк О.Г. Теоретичні аспекти партнерських взаємодій, як оптимальної інтеграційної стратегії розвитку промислових підприємств. м. Вінниця	25
Житник Т.П. Проблематика забезпечення ефективності державної підтримки малого підприємництва в сільській місцевості України. м. Біла Церква	30
Захарченко С.В. Україна та її регіони в рейтингах конкурентоспроможності всесвітнього економічного форуму. м. Вінниця	38
Ігнат'єв О.І. Теоретичні засади проектування організаційних структур управління в системі реалізації стратегічних змін. м. Київ	45
Кондратюк Д.М. Роль туризму в розвитку сільських територій. м. Житомир	50
Кужель В.В. Соціальний аспект економічної безпеки підприємств агропродовольчої сфери. м. Умань	54
Мельник Ю.М. Соціальна складова інтегрованої системи управління конкурентоспроможністю підприємства. м. Умань	59
Момонт Т.В. Визначення алгоритму побудови фінансового, податкового та управлінського обліків на туристичних підприємствах України. м. Житомир	64
Нікітчина О.В. Роль добровільного медичного страхування у фінансуванні охорони здоров'я України. м. Житомир	70
Пацалюк К.О. Особливості реклами як складового елемента комплексу маркетингових комунікацій. м. Житомир	75
Сергієнко О.О. Якісна інформаційно-аналітична компетенція як квінтесенція ноосфери на сучасному етапі широкомасштабного розвитку нанотехнологій. м. Біла Церква	78
Скиба Т.В. Інституційне забезпечення розвитку підприємництва на сільських територіях України. м. Житомир	81
Стригіна О.А. Місце математики в економічних теоріях. м. Біла Церква	87
Шиманська В.В. Стратегічне управління туристичним комплексом: ідентифікація основних проблем та векторів розвитку. м. Житомир	90
Saukh I.V. The main problems of improvement of tourism education. s. Zhytomir	95

ІНФОРМАЦІЯ ДЛЯ АВТОРІВ

Вимоги до оформлення матеріалів, які подаються до “ВІСНИКА”
Київського інституту бізнесу та технологій

Стаття повинна бути структурована і, відповідно до останніх вимог Департаменту атестації кадрів Міністерства освіти, науки, молоді та спорту України, мати такі елементи:

- 1) постановку проблеми у загальному вигляді;
- 2) аналіз останніх досліджень і публікацій, виділення невирішених раніше частин загальної проблеми;
- 3) формулювання мети статті;
- 4) виклад основного матеріалу з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Основний матеріал – мінімум 8 сторінок тексту;
- 5) висновок і перспективи подальших розробок у даному напрямі.

Стаття супроводжується:

- 1) рецензією кандидата, доктора наук (для магістрів та аспірантів – наукового керівника);
- 2) супровідним листом від організації, де працює автор;
- 3) відомостями про автора (авторів) (прізвище, ім'я, по батькові, рік народження, науковий ступінь та вчене звання, коло наукових інтересів, посада, місце роботи, службова адреса, адреса електронної пошти, службовий і домашній номери телефонів);
- 4) електронним носієм інформації (дискета або диск), на якому розміщуються **дві копії** вищезазначених матеріалів (стаття, анотації, відомості про авторів).

Обсяг статті повинен бути в межах від 20 тис. знаків (0,5 др.ак.) до 26 тис. знаків (0,65 др.арк).

Стаття готується у текстовому редакторі Microsoft Word у такому порядку:

- 1) індекс **УДК** (правий верхній кут, жирний шрифт);
- 2) ініціали, прізвище автора (авторів) (правий верхній кут, курсив, жирний шрифт);
- 3) місце роботи, електронна адреса авторів;
- 4) назва статті (посередині, великими літерами, жирний шрифт); (між місцем роботи і назвою один інтервал);
- 5) анотація українською та російською мовами (повинна бути змістовною, а не декларативною); (між назвою статті і анотацією один інтервал);
- 6) після анотації ключові слова (**ключові слова** жирним шрифтом, самі слова звичайним);
- 6) анотація з ключовими словами англійською мовою. Має починатися іменем, прізвищем автора та назвою статті (жирний шрифт).
- 7) сам текст (через інтервал після анотації англійською мовою).

Оформлення статті

- 1) Поля: зверху, знизу, зліва, справа – 2 см.
- 2) Шрифт – Times New Roman, розмір 14 пт., міжрядковий інтервал – 1,5.
- 3) розділи статті виділяються жирним шрифтом;
- 4) при цитуванні – кінцеві посилання (в тексті посилання оформити наступним чином: [1, с.50].

Оформлення списку літератури

- 1) Список літератури подається відповідно до порядку посилання, згідно останніх вимог ВАК України наступним чином:
 1. Мамардашвили М. Введение в философию / Мераб Мамардашвили. Мой опыт нетипичен. – СПб.: Азбука, 2000. – 400 с. – ISBN 5-267-00287-9.
 2. Сумерки богов / [сб. первоисточников / сост. и общ. ред. А. А. Яковлева]. – М.: Политиздат, 1990. – 398 с. – (6-ка атеистической лит.).
 3. Перспективы метафизики: Классическая и неклассическая метафизика на рубеже веков: Российский гуманитарный научный фонд Международная Кафедра (ЮНЕСКО) по философии и этике СПб Научного центра РАН; ред. Г. Л. Тульчинского и М. С. Уварова. – СПб.: 2000. [электронный ресурс] / Г. П. Тульчинский, М.С. Уваров, Д. Н. Козырев, С. С. Гусев, Г. М. Бревде // Режим доступа: <http://ru.philosophy.kiev.ua/library/uvarov/perspmet/index.html>.

4. Хайдеггер М. Основные понятия метафизики / М. Хайдеггер; пер. и примечания А.В. Ахутина и В.В. Бибихина // Вопросы философии. – 1989. – № 9. – с. 116-163.
5. Гегель Г.В.Ф. Энциклопедия философских наук: Философия духа: в 3 т. / Г.В.Ф. Гегель – М.: Мысль, 1977 – Т.3. – 471 с.
- 2) Слово література розташовується через інтервал після тексту, посередині, курсивом, жирним шрифтом.
- 3) Джерела розташовуються у стовпчик.

Відповідальність за підбір, точність наведених на сторінках збірника фактів, цитат, статистичних даних, дат, прізвищ, географічних назв та інших відомостей, а також за розголошення даних, які не підлягають відкритій публікації, лягає на авторів опублікованих матеріалів. Передрукування матеріалів, опублікованих у збірнику дозволено тільки зі згоди авторів та видавця.

Увага!

- Невідповідність оформлення статті наведеним вище вимогам може бути **приводом відмови у публікації**. Редакція повідомляє авторів тільки про рішення з приводу публікації. Редакція не рецензує подані матеріалів, і, у випадку відмови в публікації, не повертає рукопис і не вступає в теоретичні дискусії. Рішення з приводу публікації приймаються протягом одного місяця від дня реєстрації рукопису.
- Не допускається включення у список літератури навчальних посібників, підручників, методичних рекомендацій.

ВПЕВНЕНІСТЬ І ДОВІРА

III-IV РІВЕНЬ АКРЕДИТАЦІЇ



KiBiM
КИЇВСЬКИЙ ІНСТИТУТ БІЗНЕСУ ТА ТЕХНОЛОГІЙ



WWW.KIBIT.EDU.UA

- ЕКОНОМІКА
та ПІДПРИЄМНИЦТВО
- МЕНЕДЖМЕНТ
і АДМІНІСТРУВАННЯ
- ПСИХОЛОГІЯ

- ПІДГОТОВКА
ДО ЗОВНІШНЬОГО
НЕЗАЛЕЖНОГО
ОЦІНЮВАННЯ

(044) 430 1577
(044) 353 4242

WWW.KIBIT.EDU.UA