

4. Шульга Н.Д. Стратегія розвитку національної освіти як інструмент і засіб реалізації державної освітньої політики / Н.Д. Шульга // Інвестиції: практика та досвід. – 2014. – № 2. – С. 135–139.
5. Маркіна І.А. Економічні аспекти розвитку вищої освіти в Україні в сучасних умовах / І.А. Маркіна // Вісник КНУТД. – 2012. – № 6. – С. 375–381.
6. Калашникова С. Ідентифікація сучасних орієнтирів розвитку вищої освіти / С. Калашникова // Вища освіта України. – 2014. – № 3. – С. 12–23.
7. Маренич А.І. Формування конкурентної стратегії розвитку ВНЗ на основі маркетингового інструментарію / А.І. Маренич // Вісник університету банківської справи. – 2016. – № 1–2 (25–26). – С. 146–150.
8. Кучеренко Д.Г. Стратегія розвитку освітніх систем країн світу: [монографія] / Д.Г. Кучеренко, О.В. Мартинюк. – К.: ІПК ДСЗУ, 2011. – 312 с.
9. Стеблюк Н.Ф. Розроблення оптимальної стратегії розвитку вищих навчальних закладів на ринку освітніх послуг / Н.Ф. Стеблюк, Є.Р. Волосова // Науковий вісник Ужгородського національного університету. Міжнародні економічні відносини та світове господарство. – 2015. – Вип. 5. – С. 146–150.
10. Моніторинг інтеграції української системи вищої освіти в європейський простір вищої освіти та наукового дослідження: моніторингове дослідження: аналітичний звіт / Міжнародний Фонд дослідження освітньої політики; за заг. ред. Т.В. Фінікова, О.І. Шарова. – К.: Таксон, 2014. – 144 с.
11. Основні показники діяльності вищих навчальних закладів України на початок 2016/17 навчального року. – К.: Державна служба статистики України, 2017. – 208 с.
12. Куцинська М.В. Ефективність діяльності ДВНЗ: економічний, технологічний та соціальний аспекти / М.В. Куцинська // Культура народів Причорномор'я. – 2012. – № 220. – С. 57–60.
13. Куцинська М.В. Удосконалення класифікації центрів відповідальності ДВНЗ / М.В. Куцинська // Матеріали II Міжнародної науково-практичної конференції «Пріоритети нової економіки знань в XXI сторіччі». – Дніпропетровськ: ПДАБА, 2011. – С. 119–123.
14. Інформація управлінського обліку в аналізі ефективності діяльності державних вищих навчальних закладів: [монографія] / Г.О. Король [та ін.]. – Дніпропетровськ: Середняк Т.К., 2012. – С. 326 с.
15. Чавичалов І.І. Формування стратегії розвитку підприємства на основі даних стратегічного управлінського обліку / І.І. Чавичалов, М.В. Куцинська // Актуальні питання реформування економіки країни: Економічні наукові Інтернет-конференції [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.economy-confer.com.ua/full-article/2481/>.

УДК 330.16

Чмут А.В.

*кандидат економічних наук,
старший викладач кафедри економічної
теорії та міжнародних економічних відносин
Херсонського державного університету*

Антош Н.В.

*аспірант
Херсонського державного університету*

ГАРМОНІЗАЦІЯ ВІДНОСИН МОЛОКОПЕРЕРОБНИХ ПІДПРИЄМСТВ ІЗ ПОСТАЧАЛЬНИКАМИ СИРОВИНИ В УМОВАХ ПОСИЛЕННЯ КОНТРОЛЮ ЯКОСТІ ТА БЕЗПЕЧНОСТІ ХАРЧОВИХ ПРОДУКТІВ

Розкрито сутність поняття «гармонізація». Проаналізовано особливості законодавства у сфері безпеки харчових продуктів. Обґрунтовано необхідність інтеграції молокопереробних підприємств із постачальниками сировини. Сформульовано визначення поняття гармонізації відносин суб'єктів інтеграції та виявлено основні етапи її досягнення.

Ключові слова: гармонізація, гармонізація взаємовідносин суб'єктів інтеграції, безпека харчових продуктів, інтеграція, квазіінтеграція.

Чмут А.В., Антош Н.В. ГАРМОНІЗАЦІЯ ОТНОШЕНИЙ МОЛОКОПЕРЕРАБАТЫВАЮЩИХ ПРЕДПРИЯТИЙ С ПОСТАВЩИКАМИ СЫРЬЯ В УСЛОВИЯХ УСИЛЕНИЯ КОНТРОЛЯ КАЧЕСТВА И БЕЗОПАСНОСТИ ПИЩЕВЫХ ПРОДУКТОВ

Раскрыта сущность понятия «гармонизация». Проанализированы особенности законодательства в сфере безопасности пищевых продуктов. Обоснована необходимость интеграции молокоперерабатывающих предприятий с поставщиками сырья. Сформулировано определение понятие гармонизации отношений субъектов интеграции и выявлены основные этапы ее достижения.

Ключевые слова: гармонизация, гармонизация взаимоотношений субъектов интеграции, безопасность пищевых продуктов, интеграция, квазиинтеграция.

Chmut A.V., Antosh N.V. HARMONIZATION OF RELATIONS OF MILK PROCESSING ENTERPRISES WITH RAW SUPPLIERS IN THE CONDITIONS OF STRENGTHENING QUALITY CONTROL AND FOOD SAFETY

Concepts of "harmony" and "harmonization" are considered. Specific features of legislation in the field of food safety are analyzed. The necessity of integration of milk processing enterprises with suppliers of raw materials is substantiated. Defined the main stages of achieving harmonization of the interconnected integration subunits

Keywords: harmonization, harmonization of interrelations of subjects of integration, food safety, integration, quasiintegration.

Постановка проблеми. Ефективне економічне зростання є наслідком гармонійного вирішення багатопланових завдань. Ускладнення економічних процесів та підвищення частоти виникнення економічних криз сприяють пошуку нових теорій та кон-

цепцій, що, своєю чергою, зумовлює появу нового понятійного апарату. Необхідність використовувати нову термінологію є наслідком сучасних тенденцій розвитку ринкових відносин. Це повною мірою відноситься до поняття «гармонізація». Гармонізація має

досить широке коло трактувань, що є наслідком різноманітності сфер реалізації. Об'єктами гармонізації можуть бути структури, дії, інтереси, цілі процеси та ін. Ураховуючи прискорення процесів глобалізації, особливого інтересу набуває дослідження питань гармонізації взаємовідносин учасників ринку, зокрема ринку молочної продукції, в умовах підвищення вимог до безпечності продукції відповідно до міжнародних стандартів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженню питань гармонізації відносин підприємств за їх економічної взаємодії приділяли увагу: А.І. Іванус, М.В. Лаптев, А.В. Чмут, А.С. Шпак, Л. Штерн та ін. Серед дослідників, що займалися проблематикою інтеграції підприємств на ринку молока та молочної продукції, – В.Я. Месель-Веселяк, П.Т. Саблук, Л.В. Протасова, М.Й. Хорунжий, А.В. Чмут та ін.

Мета статті полягає у дослідженні теоретичних засад гармонізації відносин молокопереробних підприємств та їх постачальників сировини для виробництва безпечної та якісної продукції.

Вклад основного матеріалу дослідження. Словник В. Даля визначає гармонію як узгодженість, стрункість у поєднанні чого-небудь [1]. Поняття «гармонізація» словники визначають як приведення чого-небудь у стан гармонії. Словник іншомовних слів із позиції економіки гармонізацію визначає як узгодження кон'юнктурних, фінансових, соціальних та зовнішньоекономічних заходів різних держав один з одним, яке може забезпечити продуктивну спільну економічну політику [2].

Під час дослідження ринкової економіки на предмет наявності в ній ознак гармонії встановлено, що саме присутність узгодженості, стрункості (або порядку) в пропорціях складових частин бізнес-процесів значно посилює адаптаційні якості підприємств і забезпечує їй успішний і благополучний розвиток, а відсутність узгодженості й стрункості (тобто безлад) призводять у крайшому випадку до неефективного використання ресурсів підприємств, а в гіршому – до розвалу бізнесу, занепаду і т. д. [3, с. 19]. Гармонія в економіці – це її максимальна ефективність та стійкість, зрівноваженість її секторів.

Аналіз думок різних учених щодо питань сутності гармонізації [2] дає змогу зробити висновок, що під гармонізацією в економіці розуміють процес, що має на меті взаємне збалансування, оптимізацію, уніфікацію, координацію дій та економічних процесів з метою досягнення рівноваги та узгодження (рис. 1).

Під збалансованістю розуміють співвідношення взаємозумовлених частин, що забезпечує нормальне існування або функціонування будь-яких явищ або процесів. Синонімом збалансування може бути поняття «узгодження», що полягає у відсутності протиріч.

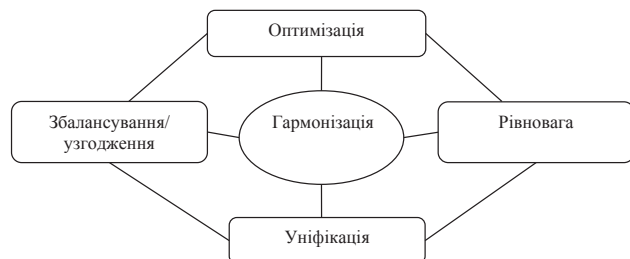


Рис. 1. Відображення сутності гармонізації в інших поняттях

Джерело: складено автором

Рівновага – це стан спокою; поняття, що визначає ситуацію, коли економічні агенти або ринки не мають причин до зміни своєї поведінки.

Під оптимізацією розуміють вибір найкращого варіанту стану системи із вірогідної множини, розроблення оптимального рішення з позиції певного критерію оптимальності, тоді як уніфікація – це встановлення різних форм за єдиним зразком, приведення будь-чого до єдиної системи.

Враховуючи, що ринок – це суцільне поле протиріч між покупцями і продавцями, а будь-яка угода між ними – це компроміс, який свідчить про досягнення збалансованості інтересів, питання гармонізації взаємовідносин виділяється в окрему специфічну сферу наукового інтересу.

З моменту підписання Угоди про асоціацію з Європейським Союзом Україна взяла на себе зобов'язання щодо гармонізації свого законодавства з регламентами ЄС, зокрема це стосувалося вимог до безпечності харчових продуктів. 20 вересня 2015 р. набрала чинності нова редакція Закону України № 771/97-ВР «Про основні принципи та вимоги до безпечності та якості харчових продуктів», відповідно до якого оператори ринку харчових продуктів зобов'язані впровадити та застосовувати постійно діючі процедури, засновані на принципах НАССР (Hazard Analysis and Critical Control Points), та забезпечувати процес простежуваності продукції [4].

Концепція НАССР є важливою частиною ключових сучасних стандартів ЄС, зокрема Регламенту ЄС 852/2004 [5], що регламентують вимоги до безпечності продовольчих товарів та знаходять відображення в стандарті Codex Alimentarius CAC/RCP 1-1969 «Рекомендований міжнародний Кодекс практичних загальних принципів гігієни продуктів харчування» [6].

Система НАССР передбачає, що на всіх стадіях виробництва конкретного харчового продукту – від приймання сировини до реалізації готової продукції для кожної технологічної операції необхідно виявити небезпечні фактори, які можуть загрожувати безпеці продукції (біологічні, хімічні та фізичні), і забезпечити управління процесами так, щоб виключити вплив цих факторів.

Харчове законодавство України та ЄС вимагає від виробників застосування принципу простежуваності, тобто можливості ідентифікувати оператора ринку, час, місце, предмет та інші умови поставки (продажу або передачі), достатні для встановлення походження харчових продуктів, тварин, призначених для виготовлення харчових продуктів, матеріалів, що контактують із харчовими продуктами, або речовин, що призначені для включення, або очікується, що вони будуть включені в харчові продукти, на всіх стадіях виробництва, переробки та обігу.

Регламентом ЄС № 178/2002, який формулює основні принципи харчового законодавства Європейського Союзу, встановлена необхідність розглядати виробництво харчових продуктів як нерозривний ланцюг починаючи від годівлі та вирощування тварин та закінчуючи інформацією для споживачів на маркуванні готового продукту.

На сучасному етапі виробництво молокопереробної продукції розглядається в безперервному зв'язку з виробництвом молочної сировини. Дефіцит якісної сировини та активізація боротьби за неї посилює об'єктивну необхідність для молокопереробних підприємств розвивати з постачальниками сировини взаємовідносини на основі інтеграції як ефективного напрямку збільшення обсягів продукції та поліп-

шення її якості відповідно до світових стандартів та вимог.

Найпоширенішою формою виробничо-економічних зв'язків постачальників сировини з переробними підприємствами є договори контрактації, проте низька культура виконання звичайних ринкових контрактів зумовлює необхідність для молокопереробних підприємств схилитися у бік інвестицій у сировинне виробництво. Одним із дієвих засобів отримання контролю над постачальником є квазіінтеграція [7].

Квазіінтеграція характеризується наявністю контролю в управлінні підприємством без юридичного оформлення їх єдиною власністю. Даний договір установлює контроль над поведінкою іншого юридично незалежного підприємства.

Подібні вертикальні партнерські відносини слід розглядати як альтернативу звичайним ринковим контрактам на поставку між постачальником і клієнтом та повній класичній вертикальній інтеграції. Цей вид партнерства є однією з форм часткової інтеграції, оскільки підприємство не переходить в повне розпорядження свого зовнішнього клієнта, обраного серед інших на ринку.

Кожне молокопереробне підприємство повинно сформулювати свою стратегію взаємовідносин із постачальником для забезпечення свого виробництва якісною сировиною та виконання принципу простежуваності.

Враховуючи вищевикладене, в умовах необхідності забезпечення взаємної відповідальності та контролю поведінки партнера під час налагодження стабільних взаємовигідних відносин на основі квазіінтеграції та для виробництва безпечної та якісної продукції, яка відповідає міжнародним стандартам, важливим аспектом є гармонізація інтересів партнерів.

Досліджуючи питанням гармонізації інтересів М.В. Лаптев довів, що в кожний період часу для суб'єктів господарювання існує певна пріоритетність інтересів. Ураховуючи це, в основі гармонізації взаємодії підприємств покладена цільова функція [8].

$$\sum_{i=1}^n \Pi_i = \sum_{i=1}^n \sum_{j=1}^m A_{ij} \Pi_j + \sum_{i=1}^n V_i \longrightarrow \max, \quad (1)$$

де Π_i – множина корисностей для агентів підприємства;

Π_j – множина корисностей для внутрішніх агентів підприємства;

A_{ij} – коефіцієнт зв'язку корисності внутрішніх і зовнішніх агентів;

V_i – елемент, що враховує абсолютний вплив агентів підприємства;

n – кількість агентів підприємства;

m – кількість внутрішніх агентів підприємства;
 $n \geq m$.

Л. Штерн у своєму дослідженні взаємовідносин при співробітництві в маркетингових каналах розподілу визначив, що залежно від гармонізації відносини можуть бути гармонійні, неприязні, невірно тлумаченні та погано керовані (рис. 2).

Основою гармонійних взаємовідносин у каналах розподілу є ідентичність цілей їх учасників відносно різних їх аспектів, а також спільність основних процесів.

На шляху до гармонізації інтересів при формуванні інтегрованої структури її учасники проходять ряд етапів пов'язаних з узгодженням цілей, можливостей та інтересів для досягнення відповідного рівня гармонізації взаємовідносин рис. 3.

Етап узгодження цілей передбачає, що, утворюючи нову систему, учасники мають узгодити свої окремі цілі між собою та із цілями нової системи для ефективного її функціонування.

Етап узгодження можливостей передбачає оцінку наявних та потенційних можливостей учасників задовольнити цілі системи. Це може бути пов'язано з можливістю виробляти необхідну кількість продукції (сировини) відповідної якості, відповідного асортименту й у відповідні терміни.

Узгодження інтересів – найскладніший етап, від якого може залежати, чи буде утворена нова система, як довго та як ефективно вона буде функціонувати.

Серед основних інтересів можна виділити базові економічні інтереси, які притаманні всім економічним суб'єктам і є основою їх функціонування, при цьому у сільськогосподарських виробників та переробного підприємства вони будуть дещо різнитися. Крім основних інтересів, є ще додаткові, до яких можна віднести всі ті вигоди, що лежать за межами основних. У кожному конкретному випадку набір інтересів може варіюватися відповідно до умов партнерства. Важливим аспектом цього етапу є оцінка результатів та узгодженості інтересів під час взаємодії.

Для оцінки рівня гармонізації взаємовідносин необхідно визначити основні інтереси і вигоди від інтеграції, вагомість кожного інтересу, середній ступень реалізації кожного інтересу, визначити рівень задоволення інтересів кожного партнера, оцінити рівень їх узгодженості та рівень гармонізації взаємовідносин. Для реалізації цього підходу розроблено відповідні показники [10]. У разі виявлення певних відхилень від бажаних показників необхідно корегувати взаємовідносини шляхом переговорів та пошуку компромісів.

		Цілі		
		Ідентичні		Неідентичні
Процеси	Ідентичні	Гармонійні взаємовідносини		Невірно тлумаченні взаємовідносини
	Неідентичні	Погано керовані взаємовідносини		Неприязні взаємовідносини

Рис. 2. Критерії гармонійності взаємовідносин [9]



Рис. 3. Концептуальна модель гармонізації взаємовідносин учасників інтеграції [7]

Ураховуючи вищевказане, можна сформулювати таке визначення: гармонізація взаємовідносин суб'єктів інтеграції – це процес, який відображає стосунки, що складаються під час формування гармонії в економічній діяльності суб'єктів господарювання, що утворили системні відносини на основі інтеграції, шляхом узгодження їх цілей, можливостей та інтересів на основі забезпечення їх прав та задоволення пріоритетних потреб.

Висновки з проведеного дослідження. Отже, інтеграція економіки України в глобальну економічну систему вимагає від українських молокопереробних підприємств ураховувати вимоги міжнародних партнерів та вітчизняного законодавства до безпечності продукції. Застосування міжнародних стандартів до безпечності продукції, невід'ємними складниками якої є якість та безпечність сировини, з якої вина виробляється, зумовлює необхідність переходу молокопереробних підприємств від взаємовідносин із постачальниками на основі звичайних ринкових контрактів до квазіінтеграції, основою ефективного функціонування якої є гармонізація взаємовідносин учасників.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Толковый словарь живого великорусского языка : в 4-х томах / В.И. Даль. – М. : Русский язык, 1998. – 2726 с.
2. Чмут А.В. Сутність гармонізації як економічної категорії / А.В. Чмут // *Modern Economics*. – 2017. – № 1. – С. 61–65.

3. Иванус А.И. Код да Винчи в бизнесе, или Гармоничный менеджмент по Фибоначчи / А.И. Иванус ; изд. 2-е, испр. – М. : КомКнига, 2006. – 104 с.
4. Закон України «Про основні принципи та вимоги до безпечності та якості харчових продуктів» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/771/97-%D0%B2%D1%80>.
5. Регламент 854/2004 Европейского Парламента и Совета ЕС об установлении особых правил организации официального контроля над продукцией животного происхождения, предназначенной для потребления человеком в пищу [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/994_a67.
6. Рекомендованый міжнародный Кодекс практичных загалных принципів гігієни продуктів харчування [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.codexalimentarius.org/standards/list-of-standards/>.
7. Чмут А.В. Особливості розвитку інтеграції підприємств при виробництві харчових продуктів в умовах виходу на європейські ринки / А.В. Чмут // *Теорія і практика регіонального розвитку* : [колективна монографія]. – Дніпро : Герда, 2016. – С. 539–546
8. Лаптев Н.В. Роль гармонизации экономической деятельности в управлении нефтеперерабатывающими предприятиями / Н.В. Лаптев // *Вестник ИНЖЭКОНа. Сер. «Экономика»*. – 2007. – Вып. 5 (18). – С. 289–291.
9. Штерн Л.В. Маркетинговые каналы / Л.В. Штерн, А.И. Эль-Ансари, Т. Кофлан. – М. : Вильямс, 2002. – 624 с.
10. Чмут А.В. Оцінка рівня гармонізації відносин учасників інтеграційних об'єднань / А.В. Чмут // *Збірник наукових праць Харківського національного аграрного університету*. – 2012. – № 6. – С. 232–237.