



ВІСНИК

Бердянського університету менеджменту і бізнесу

науковий економічний
журнал

№ 2 (34)

2016

Редакційна колегія:

Л. І. Антошкіна, д-р екон. наук, професор (головний редактор); **Е. М. Лібанова**, академік НАН України, д-р екон. наук, професор; **В. Ф. Беседін**, д-р екон. наук, професор; **В. А. Вісящев**, д-р екон. наук, професор; **В. І. Губенко**, д-р екон. наук, професор; **А. Б. Качинський**, д-р техн. наук, професор; **Ігор Косір**, д-р екон. наук, професор; **В. М. Лич**, д-р екон. наук, професор; **О. В. Макарова**, д-р екон. наук, професор; **Ю. В. Макогон**, д-р екон. наук, професор; **О. В. Мартякова**, д-р екон. наук, професор; **Донат Єжи Межеєвський**, д-р екон. наук, професор; **В. М. Михайленко**, д-р техн. наук, професор; **В. П. Пелішенко**, д-р екон. наук, професор; **І. В. Петенко**, д-р екон. наук, професор; **Н. В. Ушенко**, д-р екон. наук, професор; **О. Ю. Рудченко**, д-р екон. наук; **І. О. Сингаївський**, д-р екон. наук, професор; **О. П. Сологуб**, д-р екон. наук, професор; **Д. М. Стеченко**, д-р екон. наук, професор; **Петер Терем**, канд. екон. наук; **О. С. Чмир**, д-р екон. наук, професор; **О. Ю. Чубукова**, д-р екон. наук, професор.

Свідоцтво про державну реєстрацію друкованого засобу масової інформації — серія КВ № 13894-2868Р

Науковий економічний журнал

«Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу»

внесено до переліку фахових видань України

(наказ МОН України № 1528 від 29 грудня 2014 р.)

Матеріали друкуються українською, російською та англійською мовами

Засновник:

ВНЗ ТОВ «Бердянський університет менеджменту і бізнесу»

Рекомендовано до друку вченою радою

ВНЗ ТОВ «Бердянський університет менеджменту і бізнесу»

(протокол № 10 від 24 травня 2016 р.)

Відповідальність за достовірність фактів, цитат, власних імен, географічних назв, назв підприємств, організацій, установ та іншої інформації несуть автори статей. Висловлені у цих статтях думки можуть не збігатися з точкою зору редакційної колегії і не покладають на неї ніяких зобов'язань. Переклади і передруки дозволяються лише за згодою автора та редакції.

Журнал заснований у 2008 році.

Виходить щоквартально.

АДРЕСА РЕДАКЦІЇ:

Україна, 71118, м. Бердянськ, вул Свободи, 117-А

Тел. 8 (06153) 6-48-54

© Бердянський університет менеджменту і бізнесу, 2016

ЗМІСТ

СВІТОВЕ ГОСПОДАРСТВО І МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ

<i>Антошкіна Л. І.</i> ІНДЕКС РОЗВИТКУ ЛЮДСЬКОГО ПОТЕНЦІАЛУ: ТЕОРІЯ І ПРАКТИЧНА ПОЛІТИКА	9
---	---

ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ НАЦІОНАЛЬНИМ ГОСПОДАРСТВОМ

<i>Незвещук-Козут Т. С., Чорний Б. С.</i> СТРАТЕГІЇ УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ПОСЛУГ ТА ПРОДУКТІВ У ГАЛУЗІ ТУРИЗМУ НА ЗАСАДАХ ВПРОВАДЖЕННЯ МОДЕЛЕЙ ЯКОСТІ, ПІДГОТОВКИ ПЕРСОНАЛУ ТА КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ ПІДПРИЄМСТВ	20
<i>Романюк І. А.</i> СТРАТЕГІЧНЕ УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ГАЛУЗІ ТУРИЗМУ НА ЗАСАДАХ ФОРМУВАННЯ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ ТУРИСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ	24
<i>Рунчева Н. В., Бритвенко А. С.</i> ЕФЕКТИВНІСТЬ КОРПОРАТИЗАЦІЇ ВИРОБНИЦТВА СОНЯШНИКУ ТА ОЛІЄЖИРОВОЇ ПРОДУКЦІЇ В УКРАЇНІ	28
<i>Соловійов Д. І.</i> ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ІНВЕСТИЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ ТУРИСТИЧНОЇ СФЕРИ	32
<i>Уманська В. В.</i> МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ЦІНОУТВОРЕННЯ У ГАЛУЗІ РИСІВНИЦТВА ТА НА РИНКУ РИСУ	37
<i>Яровий В. Ф.</i> ГЛОБАЛЬНІ ЧИННИКИ ОРГАНІЗАЦІЇ ТА СИНЕРГЕТИЧНІ СТРАТЕГІЇ УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ГАЛУЗІ ТУРИЗМУ	40

ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ

<i>Лісковець С. В., Білоусов Є. Ю.</i> ВИКОРИСТАННЯ ЗАКОРДОННОГО ДОСВІДУ ВПРОВАДЖЕННЯ СИСТЕМИ КОНТРОЛІНГУ У ВІТЧИЗНЯНИХ ОРГАНІЧНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ АГРОСФЕРИ	44
<i>Мармуль Л. О., Величко Т. Г., Рогатіна Л. П.</i> СТРАТЕГІЧНЕ УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНОЮ БЕЗПЕКОЮ АГРАРНИХ ТА ХАРЧОВИХ ПІДПРИЄМСТВ	47
<i>Новак Н. П.</i> ОСОБЛИВОСТІ ЦІНОУТВОРЕННЯ НА ОРГАНІЧНУ ПРОДУКЦІЮ ТА ЗАСОБИ ЙОГО УДОСКОНАЛЕННЯ Й ВИКОРИСТАННЯ В УПРАВЛІННІ ВИРОБНИЦТВОМ	51
<i>Педан В. І.</i> АКТУАЛЬНІСТЬ ДОСЛІДЖЕННЯ ПИТАНЬ ПРОТИДІЇ ЗАКОННИЙ ГОСПОДАРСЬКІЙ ДІЯЛЬНОСТІ	55
<i>Пеньковський В. С.</i> ФОРМУВАННЯ ФІНАНСОВО-ІНВЕСТИЦІЙНИХ РЕСУРСІВ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ СІЛЬСЬКОГО ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ	58
<i>Шквиря Н. О.</i> МАРКЕТИНГОВА СТРАТЕГІЯ РОЗВИТКУ КОМЕРЦІЙНИХ БАНКІВ	62

РОЗВИТОК ПРОДУКТИВНИХ СИЛ І РЕГІОНАЛЬНА ЕКОНОМІКА

Антошкін В. К.

ІНСТРУМЕНТИ КОГНІТИВНОГО АНАЛІЗУ ТА МОНІТОРИНГУ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ РЕГІОНУ	66
--	----

Бойко В. І.

ВПЛИВ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ НА РЕГІОНАЛЬНИЙ РОЗВИТОК СФЕРИ КУЛЬТУРИ В УМОВАХ ДЕЦЕНТРАЛІЗАЦІЇ УПРАВЛІННЯ	69
---	----

ДЕМОГРАФІЯ, ЕКОНОМІКА ПРАЦІ, СОЦІАЛЬНА ЕКОНОМІКА І ПОЛІТИКА

Пеньковський С. В., Яценко І. М.

ОРГАНІЗАЦІЯ СОЦІАЛЬНО-ТРУДОВИХ ВІДНОСИН В АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ НА ЗАСАДАХ СОЦІАЛЬНОГО ПАРТНЕРСТВА	74
--	----

Постол А. А.

ДЕРЖАВНО-ПРИВАТНЕ ПАРТНЕРСТВО В ЗАБЕЗПЕЧЕННІ РОЗВИТКУ СОЦІАЛЬНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ АГРОСФЕРИ	78
--	----

ГРОШІ, ФІНАНСИ І КРЕДИТ

Артеменко Д. М.

РОЗВИТОК МОДЕЛІ БЛЕКА-ШОУЛЗА ПРИ ОЦІНЦІ РИНКОВОЇ ВАРТОСТІ КОМЕРЦІЙНОГО БАНКУ У ВІТЧИЗНЯНИХ УМОВАХ	83
--	----

Бучакчийська Ю. А.

АНАЛІЗ СТРУКТУРИ ВИДАТКІВ МІСЦЕВИХ БЮДЖЕТІВ НА ПРИКЛАДІ ЗАПОРІЗЬКОЇ ОБЛАСТІ	90
--	----

Веселова М. Ю.

БЕНЧМАРКІНГ ЯК ІННОВАЦІЙНИЙ ІНСТРУМЕНТ МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ КОМЕРЦІЙНИХ БАНКІВ	96
--	----

Драчук Ю. З.

СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ ТА НАПРЯМИ РОЗВИТКУ РИНКУ БАНКІВСЬКИХ ПРОДУКТІВ В УКРАЇНІ	101
---	-----

БУХГАЛТЕРСЬКИЙ ОБЛІК, АНАЛІЗ І АУДИТ

Олійник О. О., Олійник Т. І.

ОБЛІКОВО-АНАЛІТИЧНА ІНФОРМАЦІЯ В ПРИЙНЯТТІ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ У ДІЯЛЬНОСТІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ	104
---	-----

АНОТАЦІЇ	109
----------------	-----

ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРІВ	113
-----------------------------	-----

СОДЕРЖАНИЕ

МИРОВОЕ ХОЗЯЙСТВО И МЕЖДУНАРОДНЫЕ ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ОТНОШЕНИЯ

Антошкина Л. И.

ИНДЕКС РАЗВИТИЯ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО ПОТЕНЦИАЛА: ТЕОРИЯ И ПРАКТИЧЕСКАЯ ПОЛИТИКА	9
---	---

ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ НАЦИОНАЛЬНЫМ ХОЗЯЙСТВОМ

Незвещук-Когут Т. С., Черный Б. С.

СТРАТЕГИИ УПРАВЛЕНИЯ КАЧЕСТВОМ УСЛУГ И ПРОДУКТОВ В ОБЛАСТИ ТУРИЗМА НА ОСНОВЕ ВНЕДРЕНИЯ МОДЕЛИ КАЧЕСТВА, ПОДГОТОВКИ ПЕРСОНАЛА И КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ ПРЕДПРИЯТИЙ	20
---	----

Романюк И. А.

СТРАТЕГИЧЕСКОЕ УПРАВЛЕНИЕ РАЗВИТИЕМ ОБЛАСТИ ТУРИЗМА НА ПРИНЦИПАХ ФОРМИРОВАНИЯ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ ТУРИСТИЧЕСКИХ КОМПАНИЙ.....	24
---	----

Рунчева Н. В., Бритвенко А. С.

ЭФФЕКТИВНОСТЬ КОРПОРАТИЗАЦИИ ПРОИЗВОДСТВА ПОДСОЛНЕЧНИКА И МАСЛОЖИРОВОЙ ПРОДУКЦИИ В УКРАИНЕ	28
---	----

Соловьев Д. И.

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИНВЕСТИЦИОННОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ГОСУДАРСТВЕННОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ ТУРИСТИЧЕСКОЙ СФЕРЫ.....	32
---	----

Уманская В. В.

МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ В ОБЛАСТИ РИСОВОДСТВА И НА РЫНКЕ РИСА	37
--	----

Яровой В. Ф.

ГЛОБАЛЬНЫЕ ФАКТОРЫ ОРГАНИЗАЦИИ И СИНЕРГЕТИЧЕСКИЕ СТРАТЕГИИ УПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЕМ ОТРАСЛИ ТУРИЗМА	40
--	----

ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ ПРЕДПРИЯТИЯМИ

Лесковец С. В., Белоусов Е. Ю.

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ЗАРУБЕЖНОГО ОПЫТА ВНЕДРЕНИЯ СИСТЕМЫ КОНТРОЛЛИНГА В ОТЕЧЕСТВЕННЫХ ОРГАНИЧЕСКИХ ПРЕДПРИЯТИЯХ АГРОСФЕРЫ	44
---	----

Мармуль Л. А., Величко Т. Г., Рогатина Л. П.

СТРАТЕГИЧЕСКОЕ УПРАВЛЕНИЕ ФИНАНСОВО-ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТЬЮ АГРАРНЫХ И ПИЩЕВЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ	47
---	----

Новак Н. П.

ОСОБЕННОСТИ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ НА ОРГАНИЧЕСКУЮ ПРОДУКЦИЮ И СРЕДСТВА ЕГО УСОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ И ИСПОЛЬЗОВАНИЯ В УПРАВЛЕНИИ ПРОИЗВОДСТВОМ	51
--	----

Педан В. И.

АКТУАЛЬНОСТЬ ИССЛЕДОВАНИЯ ВОПРОСОВ ПРОТИВОДЕЙСТВИЯ ЗАКОННОЙ ХОЗЯЙСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ	55
---	----

Пеньковский В. С.

ФОРМИРОВАНИЕ ФИНАНСОВО-ИНВЕСТИЦИОННЫХ РЕСУРСОВ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ СЕЛЬСКОГО ЗЕЛЕННОГО ТУРИЗМА В УКРАИНЕ	58
--	----

Шквыря Н. А.

МАРКЕТИГОВАЯ СТРАТЕГИЯ РАЗВИТИЯ КОММЕРЧЕСКИХ БАНКОВ	62
---	----

РАЗВИТИЕ ПРОДУКТИВНЫХ СИЛ И РЕГИОНАЛЬНАЯ ЭКОНОМИКА

Антошкин В. К.

ИНСТРУМЕНТЫ КОГНИТИВНОГО АНАЛИЗА И МОНИТОРИНГА СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ РЕГИОНА	66
--	----

Бойко В. И.

ВЛИЯНИЕ ГОСУДАРСТВЕННОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ НА РЕГИОНАЛЬНОЕ РАЗВИТИЕ СФЕРЫ КУЛЬТУРЫ В УСЛОВИЯХ ДЕЦЕНТРАЛИЗАЦИИ УПРАВЛЕНИЯ	69
---	----

ДЕМОГРАФИЯ, ЭКОНОМИКА ТРУДА, СОЦИАЛЬНАЯ ЭКОНОМИКА И ПОЛИТИКА

Пеньковский С. В., Яценко И. М.

ОРГАНИЗАЦИЯ СОЦИАЛЬНО-ТРУДОВЫХ ОТНОШЕНИЙ В АГРАРНЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ НА ПРИНЦИПАХ СОЦИАЛЬНОГО ПАРТНЕРСТВА	74
--	----

Постол А. А.

ГОСУДАРСТВЕННО-ЧАСТНОЕ ПАРТНЕРСТВО В ОБЕСПЕЧЕНИИ РАЗВИТИЯ СОЦИАЛЬНОЙ ИНФРАСТРУКТУРЫ АГРОСФЕРЫ	78
--	----

ДЕНЬГИ, ФИНАНСЫ И КРЕДИТ

Артеменко Д. М.

РАЗВИТИЕ МОДЕЛИ БЛЭКА-ШОУЛЗА ПРИ ОЦЕНКЕ РЫНОЧНОЙ СТОИМОСТИ КОММЕРЧЕСКОГО БАНКА В ОТЕЧЕСТВЕННЫХ УСЛОВИЯХ	83
--	----

Бучакчийская Ю. А.

АНАЛИЗ СТРУКТУРЫ РАСХОДОВ МЕСТНЫХ БЮДЖЕТОВ НА ПРИМЕРЕ ЗАПОРОЖСКОЙ ОБЛАСТИ	90
--	----

Веселова М. Ю.

БЕНЧМАРКИНГ КАК ИННОВАЦИОННЫЙ ИНСТРУМЕНТ МАРКЕТИНГОВОЙ СТРАТЕГИИ КОММЕРЧЕСКИХ БАНКОВ	96
---	----

Драчук Ю. З.

СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ И НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ РЫНКА БАНКОВСКИХ ПРОДУКТОВ В УКРАИНЕ	101
---	-----

БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЕТ, АНАЛИЗ И АУДИТ

Олейник О. А., Олейник Т. И.

УЧЕТНО-АНАЛИТИЧЕСКАЯ ИНФОРМАЦИЯ В ПРИНЯТИИ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ	104
--	-----

АННОТАЦИИ	109
-----------------	-----

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ	113
---------------------------	-----

CONTENTS

WORLD ECONOMY AND INTERNATIONAL ECONOMIC RELATIONS

<i>Antoshkina L. I.</i> THE INDEX OF HUMAN DEVELOPMENT: THEORY AND PRACTICAL POLITICS	9
--	---

NATIONAL ECONOMY AND ITS MANAGEMENT

<i>Nezvyyschuk-Kogut T. S., Chorniy B. S.</i> THE STRATEGY OF QUALITY MANAGEMENT OF PRODUCTS AND SERVICES IN THE FIELD OF TOURISM THROUGH THE IMPLEMENTATION OF QUALITY MODELS, STAFF TRAINING AND CORPORATE CULTURE OF THE ENTERPRISES	20
<i>Romaniuk I. A.</i> STRATEGIC MANAGEMENT OF TOURISM DEVELOPMENT BASED ON THE FORMATION OF CORPORATE CULTURE OF TOURISM ENTERPRISES	24
<i>Runcheva N. V., Britvenko A. S.</i> THE EFFECTIVENESS OF CORPORATIZATION OF SUNFLOWER AND OIL AND FAT PRODUCTS PRODUCTION IN UKRAINE	28
<i>Solovyov D. I.</i> THEORETICAL FRAMEWORK FOR INVESTMENT SUPPORT OF STATE REGULATION OF THE TOURISM SECTOR	32
<i>Umanska V. V.</i> METHODOLOGICAL FUNDAMENTALS IN THE FIELD OF RICE PRODUCTION AND RICE MARKET	37
<i>Yarovyh V.F.</i> GLOBAL FACTORS OF THE ORGANIZATION AND SYNERGISTIC MANAGEMENT STRATEGY DEVELOPMENT OF THE TOURISM INDUSTRY	40

ECONOMY AND MANAGEMENT OF ENTERPRISES

<i>Liskovets' S. V., Belousov Ye. Yu.</i> THE USE OF FOREIGN EXPERIENCE OF INTRODUCTION OF SYSTEM OF CONTROLLING IN DOMESTIC ORGANIC ENTERPRISES AGROSPHERE	44
<i>Marmul L. A., Velichko T. G., Rohatyna L. P.</i> STRATEGIC MANAGEMENT OF FINANCIAL AND ECONOMIC SECURITY OF AGRICULTURAL AND FOOD ENTERPRISES	47
<i>Novak N. P.</i> PECULIARITIES OF PRICING IN ORGANIC PRODUCTION AND THE MEANS OF ITS IMPROVEMENT AND USE PRODUCTION CONTROL	51
<i>Pedan V.I.</i> THE URGESY OF THE RESEARCH OF QUESTIONS OF OPPOSITION TO LEGITIMATE BUSINESS ACTIVITY	55
<i>Penkovsky V.S.</i> THE FORMATION OF FINANCIAL AND INVESTMENT RESOURCES OF ENTERPRISES DEVELOPMENT OF RURAL GREEN TOURISM IN UKRAINE	58
<i>Shkvirya N. O.</i> MARKETING STRATEGY OF COMMERCIAL BANKS	62

PRODUCT DEVELOPMENT AND REGIONAL ECONOMY

Antoshkin V. K.

THE TOOLS OF COGNITIVE ANALYSIS AND MONITORING OF SOCIO-ECONOMIC SECURITY OF THE REGION	66
--	----

Boiko V. I.

THE EFFECT OF GOVERNMENT REGULATION ON REGIONAL DEVELOPMENT OF THE SPHERE OF CULTURE IN THE CONDITIONS OF DECENTRALIZATION OF MANAGEMENT	69
--	----

DEMOGRAPHY, ECONOMY OF LABOUR, SOCIAL ECONOMICS AND POLITICS

Penkovsky S. V., Yatsenko I. M.

THE ORGANIZATION OF SOCIAL AND LABOR RELATIONS IN THE AGRICULTURAL ENTERPRISES ON THE PRINCIPLES OF SOCIAL PARTNERSHIP	74
---	----

Postol A. A.

PUBLIC-PRIVATE PARTNERSHIP IN PROVIDING SOCIAL INFRASTRUCTURE DEVELOPMENT AGROSPHERE	78
---	----

CURRENCY, FINANCE AND CREDIT

Artemenko D. M.

DEVELOPMENT OF A MODEL BLACK-SCHOLES WHEN ASSESSING THE MARKET VALUE OF COMMERCIAL BANK IN NATIONAL CONDITIONS	83
---	----

Buchakchiyskaia Yu. A.

ANALYSIS OF THE STRUCTURE OF EXPENDITURES OF LOCAL BUDGETS ON THE EXAMPLE OF ZAPORIZHIA REGION	93
---	----

Veselova M. Iu.

AS AN INNOVATION TOOL OF MARKETING STRATEGY FOR COMMERCIAL BANKS	96
--	----

Drachuk Y. Z.

CURRENT PROBLEMS AND DIRECTIONS OF DEVELOPMENT OF A BANK PRODUCTS MARKET IN UKRAINE	101
--	-----

ACCOUNTING, ANALYSIS AND AUDIT

Oleinik O. O., Oleinik T. I.

ACCOUNTING AND ANALYTICAL INFORMATION IN MANAGEMENT DECISIONS OF AGRICULTURAL ENTERPRISES	104
--	-----

SUMMARIES	109
-----------------	-----

INFORMATION ABOUT THE AUTHORS	113
-------------------------------------	-----

СВІТОВЕ ГОСПОДАРСТВО

І МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ

УДК 331

Л. И. Антошкина

ИНДЕКС РАЗВИТИЯ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО ПОТЕНЦИАЛА: ТЕОРИЯ И ПРАКТИЧЕСКАЯ ПОЛИТИКА

Анотація. Викладено авторську концепцію теорії розрахунку індекса розвитку людського потенціалу (ІРЛП). Систематизовано погляди на практичну політику країн світу щодо ефективного управління розвитком людського потенціалу.

Ключові слова: якість людського життя, стан населення, економіка, параметри людського потенціалу, інтелектуальний потенціал, зворотні зв'язки, методи обчислення, світова статистика, національний досвід, ранги країн з ІРЛП.

Summary. The author's conception of the theory of calculation of human development index is outlined (IDHP). Views on practical politics of the world countries in the effective management of human development are systemized.

Key words: quality of human life, condition of population, economy, characteristic of human potential, intellectual potential, feedback, estimation methods, world statistics, national experience, ranks of countries on IDHP.

Постановка проблеми. Мировая конкуренция в современном понимании — это не только и не столько соперничество стран в сферах экономики, сколько безальтернативное соревнование социально-экономических систем. Это лучшим образом подтверждается ставшими привычными рангами стран по уровню социального состояния — благополучные (развитые страны или страны Первого мира), средние (страны с развивающейся экономикой или догоняющие страны), неблагополучные (страны Третьего мира). «Клеймо» социального неблагополучия давно уже не воспринимается в мире как основание для жалости по отношению к таким странам. Безвозвратно прошло то время, когда в мировом сообществе благополучных стран ещё сохранялось некое подобие вины, ответственности за неблагополучие других, и они стремились искупить «исторические грехи» разными формами экономической и гуманитарной помощи. Теперь к подобным действиям их подвигают только последствия природных и техногенных катастроф.

Совсем иное отношение у мирового благополучного сообщества к странам, тяжёлое социальное положение населения которых является следствием политических катастроф, к числу которых относится и выбор правящими силами этих стран выгодных им (по крайней мере — на данном этапе истории), но губительных для основной массы граждан векторов (идей) движения. В этом выборе им никто не может воспрепятствовать из-

вне, и по этой же причине никто не принесёт им помощь как компенсацию за неправильный выбор — во всяком случае, до тех пор, пока не станет очевидным прочное закрепление политики и практики страны в ранге развивающейся.

Соответствующим духу времени методом, с помощью которого благополучное мировое сообщество показывает остальным правильные векторы движения, «подталкивает» их истеблишмент и общественность к вступлению на опробованные пути прогресса, является вычисление многообразных индексов, совокупность которых формирует *ранги стран*. Расчёт на то, что здоровые силы таких стран в конце концов не захотят мириться с положением отсталых, не способных вырваться из бедности, является единственным «психотерапевтическим средством» современной мировой политики по отношению к странам третьей и, отчасти, второй групп.

Опыт последних 20–25 лет свидетельствует, что эффективность этого средства достаточно высокая — численность стран с *догоняющей экономикой* значительно выросла, а стран Третьего мира — соответственно уменьшилась.

Читатель, конечно, понимает, что мы не наделяем каким-то мистическим свойством сам метод ранжирования стран и что произошедшая «подвижка» в ранге стран — это лишь опосредованное следствие эффективности «психотерапии»; но в основе своей именно психотерапия способствовала «пробуждению» здоровых, ам-

© Л. И. Антошкина, 2016

Бібліографія ДСТУ:

Антошкина Л. И. Индекс развития человеческого потенциала: теория и практическая политика / Л. И. Антошкина, В. А. Вишняк // Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу. — 2016. — № 2 (34). — С. 9–19.

References (APA):

Antoshkina, L. (2016). Indeks razvitija chelovecheskogo potentsiala: teorija i prakticheskaja politika [The index of human development: theory and practical politics]. *Visnyk Berdians'koho universytetu menedzhmentu i biznesu*, 2 (34), 9–19 (in Ukr.)

бициозных сил таких стран, как Китай, Индия, Бразилия, Аргентина, Мексика. Но та же психотерапия оказалась бессильной в отношении ряда стран, которые формально считаются развивающимися, но фактически, по всему комплексу социальных характеристик, с большим основанием должны считаться странами Третьего мира. Именно от этих стран исходит специфическая «критика» методов ранжирования, в частности, высказывается упрёк в политической ангажированности международных организаций, представляющих различные индексы, в том числе и **ИРЧП**. Надо полагать, что у организаций типа ООН нет более важной задачи, нежели «обижать» низкими рейтингами те или иные страны. Однако эта ирония только усиливает актуальность проблемы вычисления различных рейтингов стран, поскольку с их помощью действительное социально-экономическое состояние любой страны выводится гораздо точнее, чем при использовании только классических макроэкономических показателей, таких как, например, ВВП (GDP) в валовом или среднелюдном исчислении.

Мы основываем свои суждения на том, что, независимо от индивидуального восприятия, широкий спектр используемых мировых рейтингов, индексов, показателей, рассчитываемых ООН (в частности ЮНЕСКО), Всемирным Банком (ВБ), Международным валютным фондом (МВФ), рядом неправительственных организаций, имеет непреходящую практическую ценность как для каждой отдельной страны, так и для всего мирового сообщества. Для любой страны мировые индексы — это своеобразный индикатор успешности развития, правильности практической политики, например, в части формирования привлекательного имиджа для инвесторов и потенциальных партнёров. Очевидно ведь, что при наличии альтернатив ни инвесторы, ни партнёры не станут рисковать связями со странами с низкими рейтингами экономической свободы, конкурентоспособности, предпринимательства, **ИРЧП** и др. Возможность внесения своевременных коррективов в свою практическую политику — несомненная польза для стран любой группы, использующих такие индикаторы.

С другой стороны, глобализация мирохозяйственных связей усиливает значение международных систем координации (например, таких, как регулярные саммиты групп G8 и G20), становящихся своеобразным Госпланом мировой экономики. Не располагая аналитикой для мировых сравнений (а именно в этом качестве и выступают разнообразные индикаторы), системы координации не могут принимать ответственные и обязывающие решения.

В таких обстоятельствах пеняť на «зеркало», состоящее из разных мировых индикаторов, могут только те, кто неадекватно воспринимает действительность из-за непонимания ответственности за судьбы страны, или вследствие специфического понимания интересов, или по причине ментальной ограниченности, или по каким-то другим причинам. Набор этих предположений может быть продолжен ссылкой на давнюю историю. У основателя *пифагорейской школы* Пифагора (540—500 гг. до Рождества Христова) родилась мысль образовать союз людей, тесно связанных между собой общим учением и образованием и стремящихся к одной общей цели — к управлению государством на основе науки. Он имел в виду осуществление идеала, выраженного впоследствии Платоном в следующем изречении: «Те государства будут счастливейшими, в которых правящие философствуют или философы управляют» [1, с. 185]. Глубина исторического парадокса состоит в том, что о возможности подобной «технологии» управления многие из ныне «правлящих философов» даже не догадываются.

Таким образом, практическая сторона актуальности проблемы применения различных индикаторов международных сравнений сомнений не вызывает. Однако в теории их измерения актуальные позиции сохраняются, причём не потому, что оценки каких-либо рангов отдельных стран подвергаются нами сомнению, а вследствие того, что некоторые частные факторы этих рангов нуждаются в более обстоятельном доказательстве. Кроме того, на примере **ИРЧП** можно увидеть недостаточную внутреннюю корреляцию формирующих этот индекс переменных. Если устранить эти теоретические изъяны, доказательная сила индекса значительно увеличится. Решение этой задачи и составляет **цель статьи**.

Изложение материалов исследования. Индекс для сравнительной оценки бедности, грамотности, образования, средней продолжительности жизни и других показателей страны, получивший название индекса развития человеческого потенциала (**ИРЧП**), был разработан в 1990 году пакистанским экономистом Мухбубом уль-Хаком (Mahbub ul-Haq) и с 1993 года используется ООН в ежегодном отчёте о развитии человеческого потенциала.

Индекс рассчитывается на основе трёх видов данных:

- 1) средняя продолжительность предстоящей жизни при рождении (оценивает долголетие);
- 2) уровень грамотности взрослого населения страны и совокупная доля учащихся;
- 3) уровень жизни в оценке через ВВП (GDP) на душу населения по паритету покупательной способности (ППС).

Доступность этих данных способствовала тому, что **ИРЧП** утвердился в системе индикаторов ООН как объективный измеритель не только развития, но и деградации человеческого потенциала. Оцениваемый между 0 и 1, индекс может ранжироваться на представительные группы в привязке к социальным условиям конкретных стран. С помощью этого приёма устанавливается *пороговое значение ИРЧП*, ниже которого социальные условия страны отождествляются с деградацией. Исходя из этого, ООН классифицирует страны по уровню развития на 4 группы, причём в относящихся к первым 3 группам странах социальные условия сохраняют возможности для воспроизводства человеческого потенциала (по нисходящей), а в странах четвёртой группы отсутствуют условия не только для воспроизводства по качеству, но и по количеству населения:

- 1) **ИРЧП** > 0,9 — очень высокий уровень;
- 2) **ИРЧП** = 0,899–0,800 — высокий уровень;
- 3) **ИРЧП** = 0,799–0,500 — средний уровень;
- 4) **ИРЧП** < 0,500 — низкий уровень.

Обобщённая система показателей, характеризующая количественные и качественные параметры дифференциации социально-экономического развития стран, включает:

— коэффициент дифференциации **ИРЧП** по степени различия в социально-экономическом развитии анализируемых стран, регионов внутри каждой страны, а также отдельных социальных групп;

— коэффициент дифференциации индекса здоровья (долголетия), показывающий, насколько состояние здоровья в одной стране или в регионе лучше, чем в других;

— коэффициент дифференциации индекса образования, определяющий степени его преимущества во внутренних регионах страны и по сравнению с другими странами;

— коэффициент дифференциации уровня профессионального образования, отражающий различия в степени охвата обучением второй и третьей ступени образования в исследуемых странах или регионах;

— коэффициент дифференциации индекса смертности как показатель различий в состоянии здоровья сравниваемых стран или регионов;

— коэффициент дифференциации индекса дохода как показатель различия условий для качественного и количественного воспроизводства человеческого потенциала в отдельных странах или регионах.

Нетрудно заметить, что в этом перечне коэффициентов нет и малейшего намёка на возможность политической предвзятости к какой-либо стране, потому что свидетельством такой возможности могло бы быть только искусственное иска-

жение **всех** коэффициентов (что легко опровергнуть с помощью открытых статистических баз данных). Ещё более бессмысленное занятие — исказить в угоду каким-то «коварным» резонам отдельные коэффициенты: например, завышать индекс смертности, сохраняя реальный индекс доходов, или, наоборот, занижать уровень доходов, сохраняя реальные значения долголетия и естественной убыли населения. На возникающие в этих случаях вопросы: 1) чего ради люди предпочитают умирать, если им живётся хорошо, 2) с какой стати люди долго живут в нищете, — ответов не даст самый изощрённый ум. Этим комментарием мы ставим окончательную точку в демагогии обслуживающих власти некоторых стран «интеллектуалов», которые находят «аргументы» в поддержку мнения своих хозяев, недовольных выставленными им оценками мировых организаций. Независимо от персонального отношения, индикаторы типа **ИРЧП** и альтернативного ему **индекса бедности** нашли широкое применение, в том числе и при оценке роли интеллектуального потенциала как важнейшей характеристики человеческого потенциала вообще.

Как производная величина, вычисляемая на базе отдельных статистических параметров, **ИРЧП** может быть рассчитан по формуле:

$$X - \text{индекс} = \frac{x - \min(x)}{\max(x) - \min(x)}, \quad (1)$$

где X — индивидуальное значение показателя для конкретной страны (или её региона); $\min(x)$, $\max(x)$ — минимальное и максимальное значение показателя x для стран с худшими и лучшими социально-экономическими условиями существования и воспроизводства человеческого потенциала (то же — для отдельных регионов данной страны).

Отдельные слагаемые **ИРЧП** можно рассчитать по формулам:

1) *индекс продолжительности жизни*:

$$LE \text{ Index} = \frac{LE - 25}{85 - 25}, \quad (2)$$

где LE = ожидаемая продолжительность жизни при рождении, лет. В оценках ООН диапазон LE принят в пределах от 25 до 85 лет.

2) *индекс образования*:

$$\text{Education Index} = \frac{2}{3} \times ALI + \frac{1}{3} \times GEI, \quad (3)$$

где ALI — индекс грамотности взрослого населения; GEI — индекс совокупной доли учащихся;

$$ALI = \frac{ALR}{100}, \quad (4)$$

$$GEI = \frac{CGER}{100}, \quad (5)$$

где ALR — уровень грамотности взрослого населения, %; $CGER$ — совокупная доля учащихся в общей численности населения, %;

3) индекс доходов населения:

$$GDP Index = \frac{\log(GDP_{PC}) - \log(1000)}{\log(40000) - \log(1000)}, \quad (6)$$

где GDP_{PC} — ВВП на душу населения по ППС, долларов в год. В оценках ООН диапазон средне-душевого дохода принят от 1000 до 40 000 долларов, что в минимуме соответствует показателям беднейших стран мира, а в максимуме — является

критерием наибольшей доступности жизненных благ в современных условиях.

Результирующее значение $ИРЧП$ (или HDI , Human Development Index) определяется как среднеарифметическая величина из трёх формирующих его частных индексов:

$$HDI = \frac{1}{3} \times (LE Index + Education Index + GDP Index). \quad (7)$$

Покажем использование изложенной методики на примере условной высокоразвитой страны:

LE	80 лет	$LEIndex = \frac{80 - 25}{85 - 25} = 0,917$;
ALR	99 %	$ALI = 99/100 = 0,99$;
$CGER$	25 %	$GEI = 25/100 = 0,25$;
GDP_{PC}	50 000 дол.	$Education Index = \frac{2}{3} \times 0,99 + \frac{1}{3} \times 0,25 = 0,743$;
$\log(GDP_{PC})$	4,699	$GDP Index = \frac{4,699 - 3,0}{4,602 - 3,0} = 1,0605$;
$\log(40\ 000)$	4,602	
$\log(1000)$	3,0	$HDI = (0,917 + 0,743 + 1,0605) / 3 = 0,907$.

В представленном условном примере наибольшее влияние на результирующий индекс HDI оказал индекс доходов населения. Индекс образования рассчитан по данным, характерным практически для всех развитых стран, и его третье место по влиянию на HDI можно считать неизменным. Что же касается индекса продолжительности жизни, то от условного возраста в 80 лет реальные показатели многих развитых стран отклоняются незначительно в большую сторону, например, в Японии — на 2,25 года, в Сингапуре — на 2,14 года, в Австралии — на 1,81 года, в Италии — на 1,77 года. А в США, которые по продолжительности жизни занимают 49-е место в мире, этот показатель (78,37 года) даже меньше условного на 1,63 года. Заметим, что среднемировой показатель к началу второго полугодия 2011 года составил 67,07 года [2]. Следовательно, если в условном примере для расчёта $LEIndex$ использовать даже японский показатель, то его величина составит лишь 0,954, и его второе место по влиянию на HDI не изменится.

Данный анализ приведен для того, чтобы доказать, что в реальной практике ООН ранжи-

рование стран мира по $ИРЧП$ (HDI) осуществляется главным образом под влиянием индекса доходов населения, а два других индекса (долголетия и образования) рассматриваются как подчинённые экономике (что вполне логично). Этот наш довод подтверждается официальными отчётами профильных комиссий ООН за 2008 и предыдущие годы.

По данным ООН, до 2008 года $ИРЧП$ (HDI) рос во всех странах мира, за исключением некоторых стран постсоветского пространства и Африки: в первых индекс падал из-за ухудшения образования, экономики и высокой смертности; у вторых — из-за СПИДа и сопутствующей ему смертности. Россия занимала в списке ООН 73-е место и $ИРЧП = 0,806$, но при этом её индекс был хуже, чем в Белоруссии и Казахстане, но лучше, чем в Украине (0,786). В целом же постсоветские страны по $ИРЧП$ входят примерно в середину списка из около 200 стран, причём их позиции начиная с 1990-х годов неуклонно ухудшаются в точном соответствии с падением экономики и среднедушевых доходов населения. Особенно показателен пример России и Украины (табл. 1).

Таблица 1

ИРЧП Украины и России по данным ООН (Программа развития ООН (ПРООН). Ежегодные отчёты)

Россия												
Год	1992	1995				2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
ИРЧП	0,801	0,723				0,798	0,795	0,797	0,802	0,806	0,799	0,790
место в мире	52	114				57	62	65	67	73	79	85
Украина												
Год	1992	1995	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
ИРЧП	0,809	0,774	0,771	0,779	0,778	0,780	0,780	0,788	0,780	0,790	0,780	0,775
место в мире	48	70	75	70	78	77	78	76	85	69	87	89

Особый интерес в анализе состояния человеческого потенциала представляет первая группа стран (ИРЧП > 0,9) по классификации ООН. На протяжении длительного периода её поименный состав остаётся неизменным и включает 30 стран: Европы (19 стран), Северной Америки (2 страны), Азии (8 стран) и Австралии. В табл. 2 они расположены в порядке понижения ИРЧП. Несмотря на некоторые колебания, ИРЧП и среднедушевой доход по ППС показывают довольно высокую корреляцию:

Вместе с тем по ряду стран с высоким среднедушевым доходом более сильное влияние оказывают уровень грамотности населения и средняя продолжительность жизни, вследствие чего они по ИРЧП располагаются на нижних ступенях (например, Гонконг, Бруней, Сингапур, Кувейт). Вполне логично, что располагающие образованным населением Россия и Украина не могут составить конкуренцию ни одной стране первой группы вследствие крайне низкого среднедушевого дохода и низкой продолжительности жизни людей.

Если бы в расчётах ИРЧП показатель среднедушевого дохода принимался не по паритету покупательной способности (ППС), а по номинальному ВВП (*GDP*), позиции России и Украины находились бы как раз в группе беднейших стран

мира (табл. 3). Дело в том, что международные организации (МВФ, ВБ, ЦРУ США и др.), выполняющие аналитические сравнения стран мира по многим критериям, привычно пользуются показателем ВВП (*GDP*), пересчитанным по ППС, фактически не придавая значения тому факту, что уровень потребительских цен на многие товары и услуги в бедных странах давно уже почти сравнялся с уровнем цен на аналогичные товары и услуги в развитых странах (автомобильное топливо, коммунальные услуги, услуги связи, продукты питания и т. д.). Пересчёт ВВП (*GDP*) по ППС даёт бедным странам своеобразную фору, что способствует искусственному завышению их позиций в сравнениях. Например, среднедушевая величина ВВП Украины по номиналу в 2010 году составила лишь 3013 долларов, то есть в 2,5 раза меньше в сравнении с доходом по так называемому «паритету» покупательной способности. Очевидно, что если бы мировые организации, высчитывающие различные рейтинги, хотели «унизить» этими рейтингами какую-либо страну, они устранили бы этот методологический казус, и тогда сравнение было бы действительно объективным.

С весьма посредственных позиций Украины между развитыми странами первой группы

Таблица 2

Индекс развития человеческого потенциала и формирующие его факторы первой группы стран мира (по данным за 2008 год)

Страна	ИРЧП	Среднедушевой доход в год, долларов	Грамотное население, %	Средняя продолжительность, лет
Исландия	0,968	42 600	99,0	79,9
Норвегия	0,968	57 500	99,0	78,9
Канада	0,967	40 200	99,0	79,3
Австралия	0,965	39 300	99,0	81,81
Ирландия	0,960	47 800	99,0	76,9
Нидерланды	0,958	41 300	99,0	78,3
Япония	0,965	35 300	99,0	82,25
Люксембург	0,956	85 100	99,0	78,3
Швейцария	0,955	40 900	99,0	79,1
Франция	0,955	32 700	99,0	78,9
Финляндия	0,954	38 400	99,0	77,9
Дания	0,952	38 900	99,0	76,6
Австрия	0,951	39 600	99,0	78,5
США	0,950	48 000	99,0	78,37
Испания	0,949	34 100	97,7	79,2
Бельгия	0,948	38 300	99,0	78,7
Швеция	0,947	39 600	99,0	80,0
Италия	0,945	31 000	98,5	81,77
Новая Зеландия	0,944	28 500	99,0	78,2
Великобритания	0,942	37 400	99,0	78,2
Гонконг	0,942	45 300	93,5	82,04
Германия	0,940	34 800	99,0	78,2
Израиль	0,930	28 900	95,3	79,1
Южная Корея	0,928	27 100	97,9	75,4
Словения	0,923	30 800	99,0	76,2

Продолжение таблицы 2

Страна	ИРЧП	Среднедушевой доход в год, долларов	Грамотное население, %	Средняя продолжительность, лет
Бруней	0,919	54 100	93,9	76,2
Сингапур	0,918	52 900	92,5	82,14
Кувейт	0,912	60 800	82,9	76,5
Кипр	0,912	29 200	96,8	78,2
Тайвань	0,910	33 000	96,1	77,1
Для сравнения:				
Россия	0,806	15 800	99,0	66,7
Украина	0,790	7 800	99,0	69,5
<i>Источник: CIA World Factbook; RedEye, August 9, 2011, p. 3; Программа развития ООН (ПРООН). Ежегодные отчёты.</i>				

Таблица 3

Показатели состояния человеческого потенциала в 10 беднейших странах мира

Страна	ИРЧП	Среднедушевой доход в год, долларов	Грамотное население, %	Средняя продолжительность, лет
1	2	3	4	5
Чад	0,389	1 600	45,8	44,7
Гвинея-Бисау	0,383	600	39,6	45,2
Бурунди	0,382	400	50,4	40,8
Буркина Фасо	0,372	1 300	12,8	45,8
Нигер	0,370	700	17,1	46,0
Мозамбик	0,366	900	46,5	38,5
Либерия	0,364	500	55,9	47,0
ДР Конго	0,361	300	62,7	48,3
ЦАР	0,352	700	48,6	39,8
Сьерра-Леоне	0,329	700	36,0	34,3
<i>Источник: World Economic Outlook, 2008; CIA World Factbook; [3].</i>				

(табл. 2) и беднейшими странами мира (табл. 3) особенно тревожно выглядит современная ситуация, когда страна оказалась на пороге очередной волны утраты трудового и интеллектуального потенциала. По данным Центра Разумкова, даже занятость не защищает человека от бедности: в 2011 году 23 % семей, в которых работают все члены семьи, находились за чертой бедности; если работает лишь один человек, этот показатель составляет 37 %. Риск бедности увеличивает наличие детей — за чертой бедности находятся 26 % семей с одним ребёнком, 39 % — с двумя детьми, 70 % — с четырьмя и больше. При этом в городах к категории бедных относится 15 % семей, а в сёлах — 36 % [4]. К концу 2011 года Украина занимала 1-е место в Европе по числу гастарбайтеров (по разным оценкам — от 7 до 8 млн. человек) и 3-е место в мире по числу заявок на получение грин-карты для выезда в США (853 тыс. человек) — после Нигерии и Ганы.

К очень тревожным выводам относительно реальных намерений правящих сил вывести Украину из социально-экономического тупика, вопреки обещаниям и декларациям, приводит систематизация индексов и рейтингов, опублико-

ванных мировыми организациями в 2009–2010 гг. (табл. 4):

Данные табл. 4 вызывают, однако, не только тревожные ожидания по поводу будущего страны, но и определённое недоумение в связи с тем, что имеющая такой набор индексов и рейтингов состояния страна может находиться в категории сравнительно благополучных по ИРЧП — по оценкам ООН, в течение последнего двадцатилетия Украина получала этот индекс на уровнях, близких к высокому, но никогда не имела его ниже среднего. В то же время все другие индексы и рейтинги этого периода находились на критически низких уровнях, а по некоторым принципиально важным с точки зрения возможностей развития (индекс инвестиционной привлекательности, индекс условий ведения бизнеса, индекс экономической свободы, рейтинг прогресса) страна утвердилась среди самых неблагополучных.

Это противоречие кроется, как нам представляется, в теоретическом несовершенстве методики измерения ИРЧП, применяемой комиссиями ООН. Изложенный выше анализ даёт основание утверждать, что эта методика вполне объективно измеряет состояние человеческого потенциала

Таблиця 4

Положение Украины в мире по индексам и рейтингам мировых исследовательских центров [5, 6]

Наименования индексов и рейтингов, организация-разработчик	2009 г.	2010 г.
1	2	3
Рейтинг экономически свободных стран (ООН, 165 стран)	109	127
Рейтинг развития общества (ООН, 165 стран)	76	83
Индекс развития человеческого потенциала (ООН, 165 стран)	87	89
Рейтинг прогресса (компания ФБК, 101 страна)	96	100
Индекс конкурентоспособности (Всемирный экономический форум, ВЭФ, Давос, Швейцария, 139 стран)	78	89
Индекс инвестиционной привлекательности (ВЭФ, 139 стран)	115	138
Индекс восприятия коррупции (ВЭФ, 139 стран)	99	134
Индекс условий ведения бизнеса (МВФ, 168 стран)	132	145
Индекс экономической свободы (МВФ, 168 стран)	112	164
Рейтинг 10 наихудших экономик мира (журнал «Forbes», 101 страна)	4	4
Рейтинг «Лучшие страны для жизни» (журнал «Forbes», 101 страна)	62	73

только в развитых странах, но искажает представление о его *реальном положении* в бедных странах. Приближающееся к 1 значение ИРЧП есть логическое следствие взаимообусловленности высоких показателей долголетия людей, системы образования и эффективности экономики при определяющей роли последней.

Диверсификация финансируемых экономической передовых стран сфер жизненных интересов людей такова, что, при хорошо известных несовершенствах их распределительных систем, обеспечивается необходимая оптимизация экономической, социальной и экологической политики. Поэтому, например, динамика долголетия в них на протяжении более полувека является только положительной, охват школьным обучением детей — стопроцентным, а количество студентов высших учебных заведений и получающих новое высшее образование работающих людей — постоянно растущим. Но благодаря этим тенденциям сама экономика получает дополнительные факторы развития в виде здоровых даже в преклонном возрасте работников и растущего в количестве и качестве интеллектуального потенциала. Обеспечивается, следовательно, прямая и обратная связь факторов, формирующих ИРЧП передовых стран.

Наличие таких связей раньше других открыл и теоретически объяснил академик Т. С. Хачатуров [7]. Он доказал, что среднестатистический работник сферы материального производства создаёт дополнительный продукт за период своей деятельности, который почти в 2 раза превышает размер личного потребления самого работника и неработающих членов его семьи. Эта идея была применена в работе [8] при обосновании проектов сбережения работников от преждевременного выбытия из трудовой сферы по причинам болезней и травматизма.

В случае преждевременного выбытия работника из активной жизнедеятельности общество не получит национального дохода в сумме:

$$Y_{n.выб} = H_{д.р.баз} \times \Delta T; \quad (8)$$

$$\Delta T = T_{пенс} - T_{ср.баз}; \quad (9)$$

$$T_{пенс} = T_{н.труд} + T_{vi}, \quad (10)$$

где $H_{д.р.баз}$ — годовая сумма ВВП (GDP), произведенного одним работником в базисном периоде, тыс. ден. ед.; $T_{пенс}$ — пенсионный возраст работника, установленный трудовым законодательством, лет; $T_{ср.баз}$ — средний возраст работников предприятия, лет; ΔT — уменьшение срока трудовой деятельности работника вследствие болезней, травматизма, действия вредной среды и прочее и обусловленного этими причинами преждевременного выбытия его из активной жизнедеятельности; $T_{н.труд}$ — средний возраст начала трудовой деятельности работника, лет; T_{vi} — возможная (прогнозируемая) продолжительность производственной деятельности работника благодаря использованию различных проектов его сбережения, лет.

Основная составляющая социально-экономического эффекта таких проектов (улучшение условий жизни, качественное здравоохранение, современные технологии производства и экологии и т. д.) количественно адекватна тому ущербу ($Y_{n.выб}$), который вызывает базисное состояние производства или условий жизни людей. Превращение этого ущерба в будущий эффект может произойти в результате сбережения работника на период ΔT [8, с. 264–265]. Если человек, чьё долголетие обеспечено достойными условиями жизни, продолжает по своему желанию трудиться и за пределами пенсионного возраста, то есть $T_{ср.баз} > T_{пенс}$, то величина ΔT приобретает отрицательное значение, а это будет означать, что формула (8) сразу преобразуется из ущерба в прямой эффект — приращение ВВП (GDP), пропорциональное дополнительному количеству лет трудовой деятельности сверх пенсионного возраста. В

западном опыте — это получившая широкое распространение практика, потому что она выгодна как отдельным людям, так и обществу в целом.

Заметим, что в бедных экономиках это недосягаемая мечта, потому что многие люди до пенсионного возраста просто не доживают. Отметим и тот факт, что в развитых странах проблема увеличения долголетия людей всё больше переходит из области гуманистической в область экономическую по причине старения населения, всё меньше компенсируемого рождаемостью, и поэтому в них политика направлена как на увеличение долголетия, так и на стимулирование опережающего воспроизводства населения (главным образом за счёт коренного). В США, например, серьёзно озабочены 49-м местом в мире по средней продолжительности жизни (78,37 лет) и считают его позорным показателем для главной экономики планеты. Не в последнюю очередь по этой причине здесь в 2008–2010 гг. в условиях яростных политических дебатов была осуществлена общенациональная реформа здравоохранения, в соответствии с которой для более чем 30 млн. американцев стали доступны более качественные медицинские услуги.

Суть всех этих рассуждений в достаточной мере воплощена в методике измерения ИРЧП (формулы 2–7), но только применительно к развитым странам. Её применение в общемировом масштабе ведёт к тому, что почти все развивающиеся и бедные экономики получают незаслуженно высокие показатели ИРЧП, в том числе к Украина. Спорные аспекты измерения ИРЧП, на наш взгляд, относятся к теории вычисления составных частей *Education Index (ALI, GEI)* и *GDPIndex*.

Расчёт *ALI* по методике ООН строится на априорном признании того обстоятельства, что чем выше грамотность населения, тем больше его влияние на макроэкономические показатели страны. Однако при этом совершенно не учитывается степень вовлечения образованного населения в формирование этих показателей, в частности, игнорируется факт превращения ряда «высокообразованных» стран в фактических поставщиков качественных кадров экономикам других стран. Явление гастарбайтерства аналитики международных организаций в расчёт не принимают и «награждают» страны их исхода весьма приличными показателями ИРЧП. В то же время учесть его деструктивное влияние на состояние человеческого потенциала несложно — достаточно определить процентное отношение среднего числа гастарбайтеров к общему населению страны и ввести корректирующий коэффициент в расчёт *ALI*:

$$ALI_{кор} = ALI \times K_1; \quad (11)$$

$$K_1 = 1 - \frac{N_{гаст}}{N_{нас.общ}}, \quad (12)$$

где $N_{гаст}$ — среднее число граждан страны, вынужденных искать заработка за рубежом на временной или постоянной основе. В ряде своих работ мы констатировали, что в качестве гастарбайтеров за границу отправляются только наиболее предприимчивые, образованные и квалифицированные люди и что, по оценкам экспертов, их численность из украинских граждан в докризисный период составляла не менее 8 млн. человек. В последние годы вследствие экономических проблем в странах пребывания часть гастарбайтеров вынуждена была вернуться, но при отсутствии работы в своей стране их экономическое положение стало ещё хуже, в силу чего они по-прежнему нацелены на выезд; $N_{нас.общ}$ — численность населения страны (в Украине — около 45 млн. чел.).

Основываясь на данных табл. 2 за 2008 год, рассчитаем величину факторов, формирующих ИРЧП:

$$ALI_{кор} = \frac{ALR}{100} = \frac{99}{100} = 0,99;$$

$$ALI_{кор} = ALI \times K_1 = \frac{ALR}{100} \cdot \left(1 - \frac{N_{гаст}}{N_{нас.общ}}\right) = 0,99 \cdot \left(1 - \frac{8}{45}\right) = 0,8138.$$

Как видно, учёт такого явления социально-экономического неблагополучия, как гастарбайтерство существенно снижает величину *ALI*.

Сугубо формально в расчётах ООН подходят и к определению величины *GEI* — полагают, что информация официальной статистики об удельном весе в населении страны всей обучающейся молодёжи (*CGER*) достаточна для объективной оценки реального состояния человеческого потенциала этой страны. Эксперты, разумеется, знают, что официальная статистика любой страны не склонна раскрывать многие свидетельства социального неблагополучия среди молодёжи, которые в бедных экономиках приобретают угрожающие масштабы: беспризорники (многие — при живых родителях), фактически не посещающая школу и не работающая молодёжь, осуждённые по ювенальным статьям и другие категории «отверженной» молодёжи — все, согласно статистике, числятся «охваченными» учёбой. По официальным данным, в Украине около 10 млн. молодых людей (то есть 22 % общего населения) являются школьниками и студентами. Это показатель мирового уровня (в США, например, где 25 млн. студентов и 45 млн. школьников, показатель охвата молодёжи обучением составляет

21,8 %). Но, по экспертным оценкам, 8–9 % молодёжи школьного возраста в Украине относятся к социально неблагополучным категориям, и обучением их «охватывает» лишь официальная статистика.

Таким образом, если на основе официальных данных $GEI = 0,22$, то при корректировке с учётом изложенного получится:

$$GEI_{кор} = \left(\frac{CGER}{100} \right) \times K_2, \quad (13)$$

$$K_2 = 1 - K_{соц.небл}, \quad (14)$$

где $K_{соц.небл}$ — коэффициент социального неблагополучия молодёжи (в Украине — 0,085).

Тогда

$$GEI_{кор} = \left(\frac{22}{100} \right) \times (1 - 0,085) = 0,2013,$$

то есть тоже получается существенное различие показателей GEI .

Теперь рассчитаем индекс образования:

$$Education Index = \frac{2}{3} \times 0,99 + \frac{1}{3} \times 0,22 = 0,733;$$

$$Education Index_{кор} = \frac{2}{3} \times 0,8138 + \frac{1}{3} \times 0,2013 = 0,609.$$

При расчёте коэффициентных характеристик каких-либо явлений, измеряемых в пределах от 0 до 1, требуется особая тонкость и точность теоретических подходов, потому что на результат оценок могут повлиять даже сотые доли отклонений. В нашем случае разницу в более чем 0,1 величин индексов образования следует признать как весьма существенную. Методика ООН слушкомвольно игнорирует очевидные характеристики неблагополучия в состоянии человеческого потенциала не только бедных стран; теоретические изыскания этой методики не дают возможности объективно оценить его состояние и в развитых странах, где факты социального неблагополучия в молодёжной среде давно не являются секретом для общественности и тревожно обсуждаются в СМИ.

Поэтому тему какой-то политической предвзятости по отношению к отдельным странам в присвоенных им рейтингам по тем или иным направлениям (например, состояние человеческого капитала) следует признать несостоятельной и рассматривать её только с точки зрения качества самой теории измерений. Мы настаиваем именно на таком взгляде, потому что различные мировые рейтинги уже давно перестали быть только «теоретической забавой» их изобретателей и стали важным практическим инструментом для стран, желающих получить объективную оценку «со стороны» качества своей работы в улучшении жизни людей.

Развитие человеческого потенциала является одним из важнейших направлений этой работы,

а состояние его образованности — решающим фактором развития любой страны. Теоретически правильный подход к учёту как позитивных, так и негативных аспектов состояния человеческого потенциала, находящих в конечном итоге количественное выражение в индексе образования, важен именно с практической точки зрения — только точное знание природы негативных аспектов может помочь в их минимизации на практике, а представление о позитивных сторонах явления — послужить основанием для дополнительных усилий.

Например, уже в 1960-е годы вклад индустрии знаний, то есть человеческого интеллектуального потенциала, в экономику стран Первого мира резко выделялся на фоне общемирового показателя — в США он составлял 30–35 % годового GDP , а в странах с сырьевой ориентацией — в лучшем случае 3–5 %. Все развитые страны резко усилили с тех пор свою социальную политику, или, говоря языком математики, старательно улучшая количественные и качественные характеристики показателей ALI и GEI , максимизировали $Education Index$, в результате чего, по современным оценкам, вклад интеллектуального потенциала в GDP США вырос до 65–70 %, а в сырьевых странах остался почти неизменным. Это и есть наглядный комментарий к проблеме точности измерений индекса образования и к вопросу его практической полезности.

Мы уже доказали, что на уровень ИРЧП определяющее влияние оказывает среднедушевой доход населения, то есть $GDP Index$. В свете прокомментированной выше идеи академика Т. С. Хачатурова [7] о взаимозависимости ВВП (GDP) и долголетия людей методика расчёта этого индекса, применяемая в практике международных оценок, может быть аттестована как сугубо статистическая. В ней фактически нет экономической логики — оперируя только крайними значениями среднедушевого дохода по самым богатым и самым бедным странам мира, авторы методики (формула (6)) пренебрегают взаимобусловленным влиянием на доход эффективного человеческого долголетия.

Для учёта этого принципиального замечания мы предлагаем ввести в формулу (6) корректирующий коэффициент

$$K_3 = \frac{LE_i}{LE_{разв}},$$

где LE_i — средняя продолжительность жизни (долголетие) жителей i -й страны, в которой удельный доход составляет GDP_{pc} денежных единиц, лет; $LE_{разв}$ — среднее долголетие жителей развитых стран с доходом от 40 тыс. долларов в год и выше, лет.

Из 30 стран первой группы (ИРЧП > 0,9) с доходом свыше 40 тыс. долларов в 2008 году было 11 стран (Австралия, Канада и США, Азия — 3 страны, Европа — 5 стран). Продолжительность жизни в них находилась в пределах 76,2–82,04 года, то есть $LE_{разв} = 79,15$ лет.

По данным табл. 2, в Украине в 2008 году средняя продолжительность жизни была 69,5 лет, а среднедушевой доход составил 7800 долларов (по весьма оптимистической оценке CIA U. S. A.). Рассчитаем $GDPIndex$ Украины по методике ООН и в скорректированном значении:

$$GDP Index = \frac{\log(7800) - \log(1000)}{\log(40000) - \log(1000)} = 0,557,$$

$$GDP Index_{кор} = GDP Index \times K_3 = \\ = \frac{0,557 \times 69,5}{79,5} = 0,489.$$

Очевидно, что при сохранении в дальнейшем даже такого (оптимистического) среднедушевого дохода, Украине не удастся даже приблизиться к среднему долголетию жителей развитых стран. Но если вместо оптимистического принять реальный среднедушевой до-

ход населения (исходя из номинального, то есть фактического ВВП страны в 2008 году), который составил менее 3 тыс. долларов (а в 2010 году — 3013 долларов), то эти индексы (и официальный и скорректированный) будут ещё меньше, соответственно 0,307 и 0,251. Именно эти показатели соответствуют уровню «среднезажиточных» стран Африки.

Индекс продолжительности жизни $LEIndex$ (формула (2)) мы оставляем без комментариев, потому что в оценке ИРЧП он играет лишь второстепенную, иллюстративную роль фактора, производного от доходов и, в определённой степени, — от образованности населения. Применительно к Украине его величина равна:

$$LE Index = \frac{69,5 - 25}{85 - 25} = 0,742.$$

Заметим, что в настоящее время максимальным индексом долголетия располагает только одна страна мира — Монако, в которой в 2011 году $LE = 89,73$ года, то есть

$$LE Index = \frac{89,73 - 25}{85 - 25} = 1,079.$$

Все выполненные расчёты составляющих ИРЧП по Украине для сравнения сведём в табл. 5:

Таблица 5

Расчётные параметры ИРЧП Украины

Наименования индексов	Расчёт по методике ООН	Расчёт скорректированных значений	Разница
1	2	3	4
Индекс продолжительности жизни $LEIndex$	0,742	0,742	±0
Индекс образования			
ALI	0,990	0,8138	−0,1762
GEI	0,220	0,2013	−0,0187
Education Index	0,733	0,609	−0,124
Индекс доходов населения			
$GDPIndex$	0,557	0,489	−0,068
$GDPIndex$	0,307	0,251	−0,056
Индекс развития человеческого потенциала			
HDI (ИРЧП)	0,677	0,613	−0,064
HDI (ИРЧП)	0,594	0,534	−0,060

Выводы. В результате обоснованных нами предложений по усовершенствованию методики оценки ИРЧП, расчёт основных его составляющих дал более низкие результаты, что в конечном итоге, привело его уровень к более логичному соотношению с системой других индексов и рейтингов Украины по оценкам различных международных организаций (табл. 4). Перемещение аттестации страны с устойчивого «среднего уровня» по ИРЧП к границе «низкий уровень» не следует рассматривать как момент её дискриминации — это лишь честное признание того, к чему привели тяжёлые утраты в разрушении

человеческого потенциала за все годы независимого «поиска» путей развития. Этот «поиск» завёл страну в глубочайший социально-экономический тупик, и сколь бы важными ни были материально-технические и технологические элементы в сооружении «дороги» к выходу из этого тупика (в конце концов, их можно просто купить у других), главнейшим, связующим «материалом» остаётся человеческий потенциал. В истории человечества нет ни одного примера, когда игнорирование роли, жизненных интересов человека приводило бы страну к успеху и влиянию. Даже в наше время жалкие попытки

отдельных стран сделать себя «страшными» для мирового сообщества, накачивая военные мускулы ценой дикого обнищания народа, представляются гротескными. Украина, к счастью, не принадлежит к числу таких «монстров»; она запуталась в выборе путей и потеряла ориентиры. Свою негодную роль сыграла в этом и угодливая наука, которая снабжала «кормчих» «глазными лекарствами» и «компасами» [9]. Но поскольку и «кормчие ослепли», и «компасы» не работают, нужно срочно лечить людей. А для этого, отбросив чванство, самолюбование и унылый пессимизм, следует как можно быстрее усвоить уроки, пройденные передовыми странами.

Література

1. Мифы Древнего мира: от Древней Иудеи до падения Римской империи (по К. Ф. Беккеру). — Симферополь : Реноме, 1998. — 576 с.
2. CIA World Factbook, 2011; RedEye, August 9, 2011, p. 3.
3. Линн Ричард. Интеллект и экономическое развитие / Ричард Линн // Психология. Журнал Высшей школы экономики. — 2008. — Т. 5. — № 2. — С. 89–108.
4. Україна втрачає трудовий та інтелектуальний потенціал // *Reklama*, № 43 (845), November 17, 2011, p. 33.
5. Українське Слово, № 30, 21 липня 2011 року, с. 8.
6. Час і Події, № 7, 17 лютого 2011 року, с. 3.

7. Хачатуров Т. С. Советская экономика на современном этапе. — М. : Мысль, 1975. — 375 с.

8. Вісяшев В. А. Економіко-математичні методи управління проектами (прикладні аспекти) : монографія. — Донецьк : Видавництво «НОРД-ПРЕС», 2005. — 420 с.

9. І про науку в Україні можна забути // *Час і Події*, № 9, 1 березня 2012 року, С. 10; Україна обижается на рейтинг // *Reklama*, № 12 (862), March 29, 2012, p. 37.

References

1. Bekker K. F. (1998) *Mify Drevnego mira (po K. F. Bekkeru): ot Drevnej Iudei do padenija Rimskoj imperii*. — Simferopol' : Renome (in Russ.).
2. CIA World Factbook, 2011; RedEye, August 9, 2011, p. 3.
3. Linn Richard. (2008). Intellect i jekonomicheskoe razvitie. *Zhurnal Vysshej shkoly jekonomiki*, 2, 89–108 (in Russ.).
4. Ukraina vtrachaie trudovi ta intelektualni potentsial [Ukraine loses labour and intellectual potential], 2011, *Reklama*, № 43 (845), November 17, p. 33 (in Ukr.).
5. *Ukrainske Slovo*, № 30, July 21, 2011, p. 8. (in Ukr.).
6. *Chas i Podii*, № 7, 17 february 2011, p. 3.
7. Hachaturov T. S. (1975) *Sovetskaja jekonomika na sovremenom jetape* [Soviet economy on the modern stage]. — M. : Mysl', 1975 (in Russ.).
8. Visjashhev, V. A. (2005). *Ekonomiko-matematichni metody upravlinnia proektamy (prykładni aspekty)* [Economic and mathematical methods of management projects (applied aspects)]. Donetsk : Nord Press (in Ukr.).
9. І про науку в Україні можна забути // *Chas i Podii*, № 9, March 1, 2012, p. 10; Ukraina obizhaetsja na rejting // *Reklama*, № 12 (862), March 29, 2012, p. 37 (in Ukr.).

ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ НАЦІОНАЛЬНИМ ГОСПОДАРСТВОМ

УДК 658.56:338

Т. С. Незвещук-Когут,

Б. С. Чорний

СТРАТЕГІЇ УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ПОСЛУГ ТА ПРОДУКТІВ У ГАЛУЗІ ТУРИЗМУ НА ЗАСАДАХ ВПРОВАДЖЕННЯ МОДЕЛЕЙ ЯКОСТІ, ПІДГОТОВКИ ПЕРСОНАЛУ ТА КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ ПІДПРИЄМСТВ

Анотація. У статті виявлено проблеми стратегічного управління розвитком галузі туризму на основі визначення та забезпечення стратегії якості туристичного продукту та послуг. Відзначено, що при цьому можна використати дві моделі досягнення якості, які поширені у передових країнах світу, — американсько-європейську та японську. Обґрунтовано їх спільні риси та відмінності. Вказано на можливості та недоліки впровадження. Визначено роль персоналу туристичних підприємств у забезпеченні якості послуг та вимоги до нього. Обґрунтовано провідне значення корпоративної культури туристичних підприємств у стратегії управління якістю туристичних послуг на їх рівні та у галузі загалом.

Ключові слова: управління, галузь туризму, туристичні підприємства, туристичний продукт, послуги, моделі, якість, удосконалення, персонал, корпоративна культура, соціальна відповідальність.

Summary. In the article the problems of strategic management of the development of the tourism industry based on the definition and strategy of quality assurance of tourism product and services. Noted that it is possible to use two models for achieving quality that are common in advanced countries of the world — the us-European and Japanese. Reasonably their similarities and differences. Indicated on the possibilities and limitations of implementation. The role of the personnel of tourism enterprises in ensuring the quality of services and the requirements for it. Justified the leading role of corporate culture tourism enterprises in the strategy of quality management of tourist services on their level and in the industry as a whole.

Key words: management, tourism industry, tourism enterprises, tourism product, services, models, quality, improvement, staff, corporate culture, social responsibility.

Постановка проблеми. Якість туристичного продукту та послуг є тим критерієм, який визначає конкурентоспроможність туристичних підприємств і галузі загалом. Проте далеко не кожний працівник туристичної сфери може володіти ситуацією настільки, щоб за короткий час спілкування з клієнтом створити у нього сприятливе враження від туристичної організації в цілому. Менеджери повинні впевнитися, що працівники компетентні, з ентузіазмом ставляться до своєї компанії і до послуг, які вони реалізують. В іншому випадку неможливо зацікавити клієнтів і перетворити їх на постійних.

Отже, кількість зірок у готелях — це ще не гарантія, а всього лише претензія на високу якість обслуговування, обіцянку його. Стандартизація готельного обслуговування сама по собі також не

в змозі забезпечити задоволення потреб гостей. Якість забезпечують фахівці галузі, їх бажання і вміння зрозуміти гостя, організація їх діяльності, управління якістю, яке починається з вибору стратегії забезпечення якості і продовжується її постійним моніторингом та контролем на основі оцінки відповідних індикаторів.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Проблеми зайнятості, ефективності розвитку галузі туризму загалом досліджували В. Антошкін, Л. Антошкіна, М. Ігнатенко, Л. Мармуть, О. Марченко, І. Романюк. Питання стратегічного управління на засадах корпоратизації висвітлені у працях Н. Рунчевої, В. Герасимчук та ін. Проблеми управління якістю туристичного обслуговування розроблюються у працях переважно зарубіжних авторів, таких як І. Сидоренко, І. Смирнов, Н. Чорненька,

© Т. С. Незвещук-Когут, Б. С. Чорний, 2016

Бібліографія ДСТУ:

Незвещук-Когут Т. С. Стратегії управління якістю послуг та продуктів у галузі туризму на засадах впровадження моделей якості, підготовки персоналу та корпоративної культури підприємств / Т. С. Незвещук-Когут, Б. С. Чорний // Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу. — 2016. — № 2 (34). — С. 20—23.

References (APA):

Nezvyschuk-Kogut, T. S. & Chorniy, B. S. (2016). Stratehii upravlinnia yakisti posluh ta produktiv u haluzi turyzmu na zasadakh vprovadzhennia modelei yakosti, pidhotovky personalu ta korporativnoi kultury pidpriemstv [The strategy of quality management of products and services in the field of tourism through the implementation of quality models, staff training and corporate culture of the enterprises]. *Visnyk Berdians'koho universytetu menedzhmentu i biznesu*, 2 (34), 20–23 (in Ukr.).

О. Шаповалова, І. Швець. В Україні вони потребують подальших досліджень та обґрунтувань.

Метою статті є обґрунтування стратегічного управління розвитку туристичної галузі на основі розробок та впровадження моделей і стратегій забезпечення якості надання туристичних послуг та продуктів.

Виклад основного матеріалу дослідження. Управління якістю продукції та послуг відноситься до надзвичайно складних проблем стратегічного й тактичного управління [1, с. 106]. Воно

вимагає постійного моніторингу і врахування сукупності чинників та ризиків. У наш час на Заході і в Україні активно пропагуються та впроваджуються принаймні дві моделі забезпечення й управління якістю — «TQM» і «Six sigma». Ці моделі є продуктами двох різних (японської та американсько-європейської) стратегій якості. Вони цілком прийнятні і для використання у галузі туризму.

Порівняльна характеристика моделей наведена у табл. 1.

Таблиця 1

Порівняння моделей управління якістю продукції та послуг туристичних підприємств «TQM» і «Six sigma» за певними характеристиками (узагальнено автором [2])

TQM	Six sigma
Загальні риси моделей	
Орієнтація на споживача туристичних послуг і продуктів	
Керівництво спирається на сильного лідера	
Орієнтація на процеси у туристичній галузі та на ринку	
Менеджмент на основі фактів і явищ туристичних підприємств і ринку	
Цикл керівництва супроводжується удосконаленнями послуг	
Робота у «команді», очолюваній ініціативним лідером	Робота у «команді», очолюваній спеціалістом «чорний пояс»
Відмінності між моделями	
Залучення усього персоналу. Заохочення і визнання неформального лідерства у виявленні й подоланні проблем якості. Якість — невіддільна частина повсякденної роботи кожного службовця	Ставка на фахівців-експертів, які пройшли підготовку за програмами «чорні і зелені пояси», тимчасове залучення окремих працівників («жовті пояси»)
Процесний підхід до керівництва, коли будь-яка наявна або можлива невідповідність якогось процесу визнається	Проектний або програмно-цільовий підхід до управління процесами
Проекти визначаються «знизу доверху»	Стратегічний вибір (керівництвом) проектів високої прибутковості
Елементарний аналіз даних	Сучасний статистичний багатовекторний аналіз, методи планування експерименту
Застосування стандартних наборів звичайних інструментів, доступних за мінімальною підготовкою для усього персоналу	Структуроване застосування високопрофесійного інструменту статистичного і системного аналізу
Детальний, постійний облік і аналіз відхилень від необхідної високої якості.	Усунення відхилень від проектних можливостей на усіх рівнях, починаючи з видалення з бюджету планових втрат і недоотриманого прибутку, зумовлених цими відхиленнями.

Порівняння двох моделей управління якістю переконує, що основна їх відмінність полягає в ідеї та стратегії її втілення. Філософське кредо «TQM» — «Думай про споживача, дбай про якість — прибуток прийде сам». Така модель розуміється як задекларовані принципи, гранично алгоритмізована і доведена до ритуалу система управління, яка перетворює властивий японським фірмам діловий менталітет і корпоративну культуру на якість продукції. Стандарти «TQM» дисциплінують персонал за допомогою систематизації та алгоритмізації його діяльності в галузі якості, не додаючи до цієї діяльності нового змісту. Успіх у досягненні якості забезпечує сформована в організації корпоративна культура, японські традиції ввічливості та спілкування.

Філософія підходу «Six sigma» сформульована як «Прибуток — критерій успіху. Продавець повинен знайти можливості, щоб змусити споживача витратити якомога більше грошей, передбачаючи його бажання і дивуючи його своїми знахідками». Така модель являє собою швидке вирішення економічних проблем великих туристичних компаній, які прагнуть до успіху і вдаються до великих витрат, але не здатні перебудувати свій діловий менталітет і корпоративну культуру під принципи «TQM». Якість при цьому — фактично побічний продукт, без якого просто неможливо вирішити проблему подолання кризи сучасних туристичних підприємств та досягти їх фінансово-економічної стійкості й конкурентоспроможності. Використання такого методу можливе тільки за умови під-

готовки високопрофесійних спеціалістів-експертів, вартість підготовки яких складає як мінімум 5000 дол.

Обидві ці моделі ефективні лише завдяки дії людського чинника. Якщо в «TQM» — це діловий менталітет і корпоративна культура, то при підході «Six sigma» успіх визначають фахівці «чорних і зелених поясів». Більшість організацій у галузі туризму не приділяють багато уваги управлінню персоналом, його мотивації та стимулюванню, вважаючи персонал допоміжним компонентом [3, с. 147]. Однак це хибний підхід, оскільки люди в туристичній сфері є щонайменше частиною компаній, а більшою мірою — частиною самого туристичного продукту, за який туристичні організації отримують свій основний прибуток.

У перспективі у галузі туризму буде відбуватися переорієнтація стратегій управління бізнесом шляхом підвищення ефективності використання персоналу та показників його якості, що спричинено такими обставинами:

- туристичне підприємство, яке не має сильних кадрів, в умовах ринку не витримує конкуренції;

- ведення бізнесу в умовах жорсткої конкурентної боротьби на туристичному ринку змушують підприємства галузі підвищувати вимоги до співробітників; отже, між ними існує та буде посилюватися конкуренція за кращих працівників;

- зростає самостійність туристичних підприємств у роботі з персоналом, оскільки не стало міністерств і єдиних нормативних актів, які уніфікували роботу з кадрами на різних за профілем суб'єктах господарювання. Організація кадрової роботи значно залежить від самої компанії, від ініціативи та компетентності її керівництва.

Тому навіть найбільш передові вітчизняні та міжнародні туристичні організації вже зараз визнають: щоб бути конкурентоспроможними на туристичному ринку, необхідно мати професійно підготовлених співробітників і науково займатися питаннями управління персоналом та підвищенням якості пропонованих послуг [4, с. 37]. Головне завдання кадрової роботи сьогодні — пошук і залучення працівників, створення умов для повного розкриття їхнього інтелектуального потенціалу, використання інноваційних технологій обслуговування туристів з метою забезпечення його високої якості та конкурентоспроможності. Для виконання цього стратегічного завдання визначаються функції кадрової служби туристичних підприємств, а саме:

- формування кадрової політики туристичного підприємства та створення системи стандартів, що відображають цю кадрову політику й окремі її складові;

- проектування посад, визначення структури, службових обов'язків персоналу і вимог до працівників;

- забезпеченні об'єктивності та неупередженості у підборі персоналу;

- оцінка та атестація персоналу, виведення і переміщення працівників;

- навчання та професійний розвиток працівників;

- удосконалення системи оплати і стимулювання праці;

- формування корпоративної культури, управління психологічним кліматом і нематеріальна мотивація працівників;

- дотримання у роботі з кадрами вимог чинного трудового законодавства та здійснення кадрового діловодства.

Управління персоналом з метою підвищення якості туристичних послуг — діяльність набагато ширша, ніж звичайне вирішення кадрових проблем. Воно орієнтується на визначення майбутніх потреб туристичного ринку, стратегію туристичних підприємств і забезпечення розвитку потенціалу та відповідних навичок і умінь працівників [5, с. 97]. З іншого боку, необхідне усвідомлення кожним працівником своїх завдань, створення сприятливого трудового й психологічного клімату, забезпечення ділового спілкування та комунікацій для досягнення персоналом поставлених перед ним цілей і загальної місії туристичних підприємств.

Мета управління якістю та персоналом у галузі туризму полягає в тому, щоб мотивувати працівників на якісне обслуговування клієнтів. А це неможливо без відповідної координації дій персоналу, мотивації і формування корпоративної культури, стандарти якої підвищують лояльність споживачів до туристичного підприємства [6, с. 40]. Чинником підвищення його конкурентоспроможності, а також ефективності виробництва туристичного продукту й надання туристичних послуг та управління ними є, як уже зазначалося, корпоративна культура.

Корпоративна культура розуміється як система ділового спілкування у межах туристичного підприємства, яка формується відповідно до специфіки його діяльності, організації бізнес-процесів, етики ділового спілкування, вимог фінансово-економічної стійкості та безпеки, конкурентоспроможності. Також вона являє собою складну багаторівневу систему взаємовідносин між підприємством і споживачем його послуг [7, с. 29]. Корпоративна культура дозволяє значно швидше адаптувати нових працівників до вимог туристичного підприємства, забезпечення стандартів якості обслуговування споживачів.

Проте якщо великі туристичні компанії, готельні мережі суворо дотримуються стандартів

якості обслуговування, туристичного продукту, мають високу корпоративну культуру та всіляко її розвивають, то малі та середні підприємства не досить уважні до цих проблем. Йдеться про такі елементарні речі, як стандарти чистоти, вигляд та обладнання робочого місця, інтер'єр закладів, культуру та освіту працівників, їх зовнішній вигляд, стиль спілкування тощо [8, с. 107]. Тому серед таких підприємств є досить характерними приклади банкрутства або збитковості.

Разом з тим за кордоном сімейний туристичний бізнес, зелений туризм є досить популярним та прибутковим, а його послуги позиціонуються як найбільш якісні, ексклюзивні, отже, більш вартісні. Справа полягає, насамперед, у великій мотивації власників та працівників, а також високій культурі життєдіяльності, порядності, відповідальності, уважного ставлення до власної репутації, соціальній відповідальності перед споживачами туристичних благ, місцевою громадою, громадянським суспільством загалом [9].

Висновки. У стратегії управління розвитком галузі туризму в умовах загострення конкуренції на вітчизняному та міжнародних туристичних ринках провідного значення набуває концепція забезпечення високої якості туристичних послуг та продуктів. Саме категорія якості розглядається як критерій конкурентоспроможності та індикатор успішності туристичних підприємств. Як свідчить зарубіжний та вітчизняний досвід, в основі управління нею покладені, переважно, дві моделі — американсько-європейська та японська. Маючи значні спільні риси та принципи відмінності, вони довели свою перспективність, відповідно, для великих і малих підприємств галузі.

Стратегії управління якістю туристичних послуг передбачають також відповідну підготовку персоналу туристичних підприємств та високі вимоги до нього, а також впровадження корпоративної культури на засадах ділової етики, врахування специфіки бізнес-процесів, вимог фінансово-економічної безпеки та конкурентоспроможності. Отже, вирішення проблем забезпечення якості туристичних послуг та продуктів має комплексний характер і ґрунтується на системному, програмно-цільовому і процесному методологічних підходах.

Література

1. Транченко Л. В. Сільський туризм як перспективний напрям зайнятості на селі / Л. В. Транченко // Науковий журнал «Економічний форум». — 2014. — № 3. — С. 104–110.
2. Марченко О. А. Трансформації та удосконалення

регіональної структури туристичної галузі : [монографія] / О. А. Марченко. — Херсон : Айлант, 2014. — 362 с.

3. Чорненька Н. Організація туристичної індустрії / Н. Чорненька. — К. : Атіка, 2006. — 256 с.

4. Рунчева Н. В. Участь корпоративних агроформувань у вирішенні соціальних проблем села / Н. В. Рунчева // Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу. — 2015. — № 1 (29). — С. 36–38.

5. Мармунь Л. О. Ринок праці та зайнятість населення сільських територій: теорія і практика регулювання : монографія / Л. О. Мармунь, І. А. Романюк. — Херсон : Айлант, 2015. — 266 с.

6. Кучмук Р. Сільський туризм: можливості для самозайнятості / Р. Кучмук // Соціальний захист. — 2011. — № 12. — С. 40–41.

7. Антошкін В. К. Экономические интересы в системе дифиниций занятости / В. К. Антошкін // Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу — Донецьк : ТОВ «Юго-Восток, Лтд», 2012. — № 1 (17). — С. 26–34.

8. Романюк І. А. Державна соціальна політика в забезпеченні продуктивної зайнятості сільського населення / І. А. Романюк // Економіка АПК. — 2014. — № 10. — С. 105–109.

9. Ігнатенко М. М. Проблеми та перспективи підвищення зайнятості сільського населення на засадах соціальної відповідальності агробізнесу [Електронний ресурс] / М. М. Ігнатенко // Ефективна економіка. — № 12. — 2015. — Режим доступу до журналу : <http://www.economy.nayka.com.ua/?n=12&y=2015>.

References

1. Tranchenko, L. V. (2014), *Sil's'kyj turyzm iak perspektivnyj napriam zajniatosti na seli* [Rural tourism as a promising area of employment in the countryside], *Naukovyj zhurnal «Ekonomicznyj forum»*, 3, 104–110 (in Ukr.).
2. Marchenko, O. A. (2014), *Transformatsii ta udoskonalennia rehional'noi struktury turystychnoi haluzi* [Transformation and improvement of the regional structure of tourism industry], Kherson: Ajlant, Ltd (in Ukr.).
3. Chornen'ka, N. (2006), *Orhanizatsiia turystychnoi indistrii* [Organization of the tourism industry], Kyiv: Atika, Ltd (in Ukr.).
4. Runcheva, N. V. (2015), *Uchast' korporatyvnykh ahroformuvan' u vyrishenni sotsial'nykh problem sela* [Participation of corporate agricultural enterprises in solving social problems of the village], *Visnyk Berdians'koho universytetu menedzhmentu i biznesu*, 1 (29), 36–38 (in Ukr.).
5. Marmul', L. O. & Romaniuk, I. A. (2015), *Rynok pratsi ta zajniatist' naseleння sil's'kykh terytorij: teoriia i praktyka rehuliuвання* [Labor market and employment of rural territories: theory and practice of regulation], Kherson: Ajlant, Ltd (in Ukr.).
6. Kuchmuk, R. (2011), *Sil's'kyj turyzm: mozhlyvosti dlia samozajniatosti* [Rural tourism: opportunities for self-employment], *Sotsial'nyj zakhyst*, 12, 40–41 (in Ukr.).
7. Antoshkin, V. K. (2012), *Ekonomycheskye ynteresy v systeme dyfynytsij zaniatosti* [Economic interests in the system of the definitions of employment], *Visnyk Berdians'koho universytetu menedzhmentu i biznesu*, № 1 (17), 26–34 (in Ukr.).
8. Romaniuk, I. A. (2014), *Derzhavna sotsial'na polityka v zabezpechenni produktyvnoi zajniatosti sil's'koho naseleння* [State social policies to provide productive employment for the rural population], *Ekonomika APK*, 10, 105–109 (in Ukr.).
9. Ihnatenko, M. M. (2015), *Problemy ta perspektyvy pidvyschennia zajniatosti sil's'koho naseleння na zasadakh sotsial'noi vidpovidal'nosti ahrobiznesu* [Problems and prospects of increasing rural employment on the principles of social responsibility agribusiness], *Efektivna ekonomika*, 12. Retrieved from <http://www.economy.nayka.com.ua/?n=12&y=2015> (in Ukr.).

СТРАТЕГІЧНЕ УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ГАЛУЗІ ТУРИЗМУ НА ЗАСАДАХ ФОРМУВАННЯ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ ТУРИСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Анотація. У статті визначено можливості удосконалення стратегічного управління розвитком галузі туризму на засадах корпоратизації. Обґрунтовано сутність, основні категорії корпоративної культури, її складники. Визначено зовнішні та внутрішні сторони, чинники розвитку. Виявлено проблеми формування корпоративної культури у вітчизняних туристичних підприємствах. Розроблено перспективні напрями та можливості розвитку в умовах динаміки вітчизняного та міжнародних туристичних ринків.

Ключові слова: корпоративна культура, галузь туризму, туристичний ринок, туристичні підприємства, місія, стратегічне управління, удосконалення, крос-культурний менеджмент.

Summary. The article identifies opportunities for improving the strategic management of the development of the tourism industry on the basis of corporatization. The essence, basic categories of corporate culture, its components. Identified external and internal, factors of development. Identified problems of formation of corporate culture in domestic tourism enterprises. Developed promising directions and opportunities for development in terms of the dynamics of domestic and international tourism markets.

Key words: corporate culture, tourism industry, tourism market, tourism enterprises, mission, strategic management, improvement, cultural diversity management.

Постановка проблеми. Розробка концепцій культури організацій та підприємств, або корпоративної культури, почалась на початку 1980-х рр. у США. Це було спричинено, переважно, впливом інноваційних наукових досліджень та необхідністю забезпечення конкурентоспроможності й ефективності практичної діяльності: досліджень та практики у галузі стратегічного управління; теорії й практики організацій; досліджень і здійснення організаційної поведінки. Корпоративна культура об'єднує цінності і норми, властиві для організації, стиль та процедури управління, концепції технологічного і соціального розвитку.

У такому розумінні корпоративна культура визначає межі, в яких можлива впевненість у прийнятті правильних рішень на кожному ієрархічному рівні управління, раціональне використання умов та ресурсів туристичних підприємств, визначає та оптимізує напрями розвитку й функціонування, регламентує управлінську діяльність та бізнес-процеси загалом. Під впливом корпоративної культури складається поведінка окремих працівників, менеджерів та власників туристичного бізнесу. У її основі лежать потреби особистості та інтереси туристичних організацій, а також принципи ринкової економіки й соціальної відповідальності перед суспільством, місцевими громадами та іншими стейкхолдерами за власну діяльність.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Проблеми управління розвитком туристичних підприємств і організацій, галузі туризму загалом, підвищення ефективності та конкурентоспроможності їхнього функціонування, фінансово-економічної безпеки знайшли відображення у дослідженнях В. К. Антошкіна, Л. О. Мармуль, О. А. Сарапіної, О. А. Марченко та інших провідних науковців. Питання соціальної відповідальності і корпоратизації управління висвітлені у працях М. М. Ігнатенка, Н. В. Рунчевої та інших авторів. Разом з тим проблеми формування корпоративної культури туристичних підприємств і організацій та управління ними на її основі потребують подальших розробок.

Метою статті є обґрунтування стратегії управління розвитком галузі туризму на засадах формування та удосконалення корпоративної культури туристичних підприємств.

Виклад основного матеріалу дослідження. Корпоративна культура впливає на діяльність туристичних підприємств та організацій у таких формах: ототожнення працівниками власних цілей із цілями організації та з організацією в цілому через прийняття її норм і цінностей; реалізація норм, розпорядчих прагнень для досягнення цілей; формування стратегії розвитку організації; єдність процесу реалізації стратегії та еволюції

© І. А. Романюк, 2016

Бібліографія ДСТУ:

Романюк І. А. Стратегічне управління розвитком галузі туризму на засадах формування корпоративної культури туристичних підприємств / І. А. Романюк // Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу. — 2016. — № 2 (34). — С. 24–27.

References (APA):

Romaniuk, I. A. (2016). Stratehichne upravlinnia rozvytkom haluzi turyzmu na zasadakh formuvannia korporatyvnoi kultury turystychnykh pidpriemstv [Strategic management of tourism development based on the formation of corporate culture of tourism enterprises]. *Visnyk Berdians koho universytetu menedzhmentu i biznesu*, 2 (34), 24–27 (in Ukr.).

корпоративної культури під впливом зовнішнього середовища.

Корпоративна культура має дві сторони — зовнішню і внутрішню. Зовнішня сторона — здійснення зв'язку місії туристичного підприємства і соціальної відповідальності за неї, цілей і методів діяльності та бізнес-процесів. Зовнішня сторона корпоративної культури складається з відносин туристичного підприємства з клієнтами, з партнерами по бізнесу, з менеджерами з його креативного розвитку [1, с. 37].

Корпоративна культура відносно клієнтів (споживачів) охоплює всі елементи, що характеризують особливості взаємодії туристичного підприємства із зовнішнім середовищем: уміння заявити про себе, привернути увагу, викликати симпатію. Звичайно, це рекламна діяльність, робота фахівців щодо зв'язків із громадськістю тощо. Велике значення для формування культури має наявність в організації власного туристичного бренду. Наприклад, бренди «Супутник», «САМ», «Поїхали з нами» давно відомі на міжнародному й вітчизняному туристичному ринку. Саме бренд допомагає їм бути ефективними у своїй діяльності.

Також до зовнішньої сторони корпоративної культури, як зазначалося, належить уміння туристичної організації грамотно будувати взаємини з партнерами і конкурентами. Завдяки саме цій роботі формується авторитет та ділова репутація туристичного підприємства серед професіоналів. Крім того, туристична компанія повинна весь час перебувати у розвитку, в пошуку неординарних ідей і рішень як у бізнесі, так і у його супровідних рекламних, презентаційних та інших художньо-естетичних елементах і проявах [2, с. 68].

Внутрішня сторона корпоративної культури — це інтеграція працівників туристичної організації, забезпечення передбачуваності їх поведінки, розширення можливостей щодо регулювання та координації ділового спілкування й професійної діяльності. Дослідження, проведені серед туристичних фірм та їх клієнтів (опитано було близько 500 респондентів з обох боків), показали, що розвиток корпоративної культури в українських туристичних організаціях перебуває на початковому рівні, хоча простежується позитивна динаміка її зростання.

Нами визначено, що важливим завданням розвитку галузі туризму на національному, регіональному та місцевому рівнях є удосконалення трудових ресурсного потенціалу туристичних організацій на основі формування інноваційної кадрової політики, проектування посад і посадових інструкцій. Також необхідними є здійснення підбору, оцінки, атестації, навчання, перепідготовки та мотивації персоналу, формування сучасної корпоративної культури на засадах психології ділового спілкування в цілому.

При цьому на рівні власне туристичних підприємств корпоративна культура розуміється як така, що об'єднує цінності і норми організації, стиль та процедури управління, концепції соціального розвитку та соціальної відповідальності. Проте корпоративна культура у туристичній галузі країни визначається як незадовільна. 68 % опитаних туристів охарактеризували її як низьку, ще 20 % — як таку, що перебуває у стадії становлення, 7 % респондентів не змогли відповісти і лише 5 % опитаних відзначили задовільний стан [3, с. 78].

Отже, споживачі потребують культурного обслуговування і проявів та елементів корпоративної культури від туристичних підприємств більше, ніж самі працівники. Попит на прояви корпоративної культури у туристичних організаціях перевищує пропозицію. Це означає, що найближчим часом конкурентоспроможність туристичних підприємств на туристичному ринку буде визначатися не тільки ціною їхнього продукту та послуг, а й рівнем корпоративної культури.

Це свідчить про необхідність переорієнтації управлінської стратегії та менеджменту на підвищення галузевих стандартів туристичної діяльності на рівні підприємств і регіонів їх розміщення. Засобами трансформацій при цьому є зміна стилів управління й інформаційного забезпечення діяльності, рекламних засобів, урахування особливостей та елементів національної ділової культури, підвищення мотивації праці персоналу та підготовки кадрів, їхнього соціального захисту на засадах корпоративної діяльності.

Цілісна корпоративна культура неможлива без розуміння місії туристичної організації, в якій наведені її базові цілі та завдання. Фактично місія організації — це концентрований сплав філософії та стратегії, що проголошується і реалізується вищим її керівництвом. На думку деяких керівників туристичних підприємств, у наш час місія їх організацій полягає у розробці та наданні споживачеві комплексного, високоякісного, продуманого до дрібниць і забезпеченого всіма необхідними складовими продукту, що має свою індивідуальність, унікальність або уніфікацію і здатний із часом трансформуватися і модифікуватися.

Разом з тим значна кількість підприємців і, тим більше, рядових працівників не розуміє, що таке місія їх підприємств і навіть не замислюється про це. У основі їх діяльності основним мотивом є отримання прибутків або заробітної плати. Проте приклади соціальної відповідальності, благодійності, поширення волонтерства, навчання і тренінгів спонукають їх розширювати свій світогляд та підвищувати власну й корпоративну культуру [4, с. 205]. Кількість туристичних організацій, які усвідомлюють своє соціальне значення і необхідність формування місії, збільшується.

Усе більше керівників та менеджерів розуміє, що у структуру місії має органічно вписатися соціально-економічне позиціонування підприємства, тобто визначення його місця і спеціалізації не тільки у системі ринкових відносин, а й соціальних та екологічних.

Однак формулювання місії — це лише частина корпоративної політики туристичного підприємства. Рівень корпоративної культури безпосередньо відображає поведінковий кодекс, тому що в ньому містяться правила і норми поведінки, засновані на принципах загальнолюдської моралі, ритуали і традиції ділової поведінки в різних ситуаціях міжособистісного спілкування. Щоб ці принципи діяли, їх необхідно не лише розробити і зафіксувати в організаційних документах, а й довести до свідомості кожного працівника.

У сучасних умовах необхідні переорієнтація корпоративної культури на людську індивідуальність, на повагу до окремої особистості й органічне по'єднання власних інтересів із системою колективних відносин та інтересів туристичних підприємств. Рівень корпоративної культури відображає рівень організаційного розвитку колективу (наявність команди у туристичного підприємства означає високий рівень розвитку колективу). У такій системі людина розглядається не як функціонер, а як особистість.

Об'єднання працівників відбувається на основі спільних цінностей та норм, при цьому відсутні будь-які приписи згори, крім загальнолюдських норм і вимог. Створюються сприятливі умови для розвитку ініціативи і творчої активності, підприємливості працівників [6, с. 184]. Неприйнятними при цьому є розрахунок і вигода, що свідчить про найважливіший командний принцип — поєднання особистих і корпоративних та суспільних інтересів.

Культура корпоративних відносин виступає основним параметром корпоративної культури. У кожній туристичній організації формуються свої особливості ділових взаємин, зобов'язань і норм поведінки. Конкретизація норм і правил поведінки диктується необхідністю зміни ставлення працівників до об'єкта праці. Професійний обов'язок працівників у будь-якій сфері діяльності полягає в тому, щоб відповідально ставитися до справи, а саме: любити свою роботу і вчитися працювати, постійно підвищувати кваліфікацію, поважати себе і свою працю. Велике значення для розвитку корпоративної культури має також психологічний клімат у колективі.

Психологічний клімат у туристичних організаціях залежить від різних чинників, у тому числі і від стилю і методів керівництва, особистісних рис керівників. Різний рівень згуртованості колективу формується за сприятливої обстановки

на роботі. У переважній більшості випадків керівник здатний вплинути на формування сприятливого психологічного клімату, створюючи такі базові установки, які визначають порядок взаємин у колективі, демонструючи власний приклад та ініціативу. У багатьох випадках у туристичних підприємствах сприятливу обстановку працівники оцінюють як єдиний і основний чинник мотивації перебування на роботі.

Психологічний клімат формується на взаєминах між керівництвом і підлеглими. При оцінці відносин «керівник-підлеглий» лідерство належить безпосередньо начальнику. Незважаючи на загальну переорієнтацію до демократичної концепції управління з боку рядових працівників, керівництво намагається використовувати колишні, переважно командно-адміністративні методи впливу на підлеглих, які сприяють виконанню більшого обсягу робіт, ніж при демократичному стилі управління [7, с. 193]. Однак відносно низька мотивація, менша оригінальність мислення, напружений психологічний клімат, агресивність працівників зумовлюють пошук інших типів управління та організації корпоративної культури.

Якщо усі стилі управління умовно поділити на командно-адміністративний (беззаперечне підпорядкування більшості лідеру в системі жорсткої вертикалі та ієрархії), демократичний (командні рішення і спільні рівноправні дії під керівництвом делегованих органів), монархічний (підпорядкування всіх порядків, норм і правил, встановлених керівництвом організації, єдиній цілі) і анархічний (прояв ініціативи і творчих здібностей незалежно від регламенту), то можна простежити динаміку використання таких стилів управління організаціями у галузі туризму.

Практичний досвід туристичної діяльності дозволив переконатися, що командно-адміністративний стиль у наш час не ефективний в стратегіях управління її розвитком. Тому більшість туристичних підприємств переглянули своє ставлення до його використання. Становище ускладнюється і тим, що жорсткий стиль управління демонструє зневажливе ставлення до працівника як до людини і професіонала. У деяких туристичних організаціях це призводить переважно більшість працівників до зневіри у своїй корисності, розчарування у роботі, приниження власної ролі у результатах господарювання.

Демократична модель управління у туристичних підприємствах майже зберегла свої позиції, а рейтинг монархічної моделі навіть зріс, обігнавши інші стилі управління. Цей факт переконує, що, по-перше, посилена конкуренція на туристичному ринку змушує туристичні підприємства звертатися до інноваційних моделей стратегічного управління, а по-друге, що вони потребують

упорядкування своєї діяльності, підпорядкування загальній ідеї та місії [8, с. 142].

Важливим елементом діяльності, що впливає на рівень корпоративної культури туристичних підприємств, є інформованість персоналу. Проте тільки незначна частина працівників вважають, що певною мірою поінформовані про справи своєї туристичної організації. Нині перевага надається закритим комунікативним моделям, практично втрачена традиція проведення загальних періодичних або звітних зборів колективів. Багато керівників розглядає цю традицію як пережиток, незважаючи на те, що переважна більшість співробітників висловлюють із цього приводу незгоду. Адже саме інформація суттєво впливає на організацію бізнес-процесів, прийняття стратегічних і щоденних тактичних управлінських рішень.

Висновки. Важливим чинником, що характеризує персонал і безпосередньо впливає на формування корпоративної культури, є національні традиції та національна ділова культура загалом. Переваги інтеграції, кооперації, слідування за місцем роботи в умовах її дефіциту, потреба в знаходженні компромісів у соціально-економічних відносинах змушують взаємодіяти людей різних культур. Однак представники різних культур схожі своїм внутрішнім, моральним, етичним виміром і відрізняються, головним чином, зовнішніми проявами, звичаями, ритуалами, одягом тощо. Тому в умовах глобалізації пріоритетним напрямом розвитку корпоративної культури є всебічне забезпечення крос-культурної грамотності персоналу, крос-культурного менеджменту підприємств туристичної галузі.

Література

1. Рунчева Н. В. Участь корпоративних агроформувань у вирішенні соціальних проблем села / Н. В. Рунчева // Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу. — 2015. — № 1 (29). — С. 36–38.
2. Мармоль Л. О. Організація та розвиток аграрного туризму в регіоні : [монографія] / Л. О. Мармоль, Т. А. Пінчук. — Херсон : Айлант, 2008. — 168 с.
3. Антошкін В. К. Домінанти організаційно-економічного механізму управління соціально-економічною безпекою регіонів / В. К. Антошкін // Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу. — 2015. — № 4 (32). — С. 76–79.
4. Сарапіна О. А. Агротуризм Херсонської області у системі туристично-рекреаційних відносин / О. А. Сарапіна //

Таврійський науковий вісник : зб. наук. пр. — Херсон : Айлант, 2006. — Вип. 47. — С. 202–209.

5. Ігнатенко М. М. Становлення стратегічного управління соціальною відповідальністю суб'єктів господарювання аграрної сфери економіки / М. М. Ігнатенко // Вісник Сумського національного аграрного університету : наук. жур. Серія «Економіка і менеджмент». Вип. 12 (66). — Суми : СНАУ, 2015. — С. 163–168.

6. Марченко О. А. Роль корпоративної культури у поліпшенні якості туристичних послуг / О. А. Марченко // Бізнес-навігатор : наук.-вироб. жур. — Херсон : МУБІП, 2011. — № 5 (26). — С. 182–186.

7. Ярмолова В. М. Особливості стратегічного маркетингового планування в посередницьких організаціях туристичної індустрії / В. М. Ярмолова // Актуальні проблеми економіки. — 2010. — № 8. — С. 191–196.

8. Мельник О. М. Асортиментна стратегія ефективності туристичних організацій / О. М. Мельник // Актуальні проблеми економіки. — 2010. — № 8. — С. 140–144.

References

1. Runcheva, N. V. (2015), Uchast' korporatyvnykh ahroformuvan' u vyrishenni sotsial'nykh problem sela [Participation of corporate agricultural enterprises in solving social problems of the village], *Visnyk Berdians'koho universytetu menedzhmentu i biznesu*, № 1 (29), 36–38 (in Ukr.).
2. Marmul', L. O. & Pinchuk, T. A. (2008), *Orhanizatsiia ta rozvytok ahrarynoho turizmu v rehioni* [Organization and development of agrarian tourism in the region], Kherson: Ajlant, Ltd (in Ukr.).
3. Antoshkin, V. K. (2015), Dominanty orhanizatsiino-ekonomichnoho mekhanizmu upravlinnia sotsial'no-ekonomichnoi bezpekoii rehioniv [Dominant organizational-economic mechanism of management of socio-economic security of regions], *Visnyk Berdians'koho universytetu menedzhmentu i biznesu*, 4 (32), 76–79 (in Ukr.).
4. Sarapina, O. A. (2006), Ahroturyzm Khersons'koi oblasti u systemi turystychno-rekreatsiynykh vidnosyn [Rural tourism in Kherson region in the system of tourist-recreational relations], *Tavrijs'kyj naukovyj visnyk*, 47, 202–209 (in Ukr.).
5. Ihnatenko, M. M. (2015), Stanovlennia stratehichnoho upravlinnia sotsial'noi vidpovidal'nistiu sub'iektiv hospodariuvannia ahrarynoi sfery ekonomiky [Formation of the strategic management of social responsibility of economic entities of the agrarian sphere of economy], *Visnyk Sums'koho natsional'noho ahrarynoho universytetu*, 12 (66), 163–168 (in Ukr.).
6. Marchenko, O. A. (2011), Rol' korporatyvnoi kul'tury u polipshenni yakosti turystychnykh posluh [Role of corporate culture in improving the quality of tourism services], *Biznes-navigator*, 5 (26), 182–186 (in Ukr.).
7. Yarmolova, V. M. (2010), Osoblyvosti stratehichnoho marketingovoho planuvannia v poserednyts'kykh orhanizatsiiaakh turystychnoi industrii [Features of strategic marketing planning in the mediation organizations of the tourism industry], *Aktual'ni problemy ekonomiky*, 8, 191–196 (in Ukr.).
8. Mel'nyk, O. M. (2010), Asortymentna stratehiia efektyvnosti turystychnykh orhanizatsij [Product strategy of effectiveness of the tourism organizations], *Aktual'ni problemy ekonomiky*, 8, 140–144 (in Ukr.).

УДК 338.439

Н. В. Рунчева,

А. С. Бритвенко

ЕФЕКТИВНІСТЬ КОРПОРАТИЗАЦІЇ ВИРОБНИЦТВА СОНЯШНИКУ
ТА ОЛІЄЖИРОВОЇ ПРОДУКЦІЇ В УКРАЇНІ

Анотація. У статті зроблено порівняльний аналіз ефективності виробництва та врожайності соняшнику в агрохолдингах і незалежних підприємствах, а також наведено компанії-експортери української соняшникової олії та аграрні компанії-виробники соняшнику. Проведено аналіз динаміки змін площі сільгоспу-гідь і виробництва валової сільськогосподарської продукції.

Ключові слова: агрохолдинг, корпоратизація, сільськогосподарські підприємства.

Summary. The article made a comparative analysis of production efficiency and yield of sunflower in agricultural holdings and independent enterprises, as well as the companies-exporters of Ukrainian sunflower oil and agricultural companies-producers of sunflower. The analysis of dynamics of change of farmland area and gross production of agricultural products.

Key words: agricultural holding, establishment of corporations, agricultural enterprises.

Постановка проблеми. На сьогоднішній день постає питання корпоратизації олієжирової галузі, тому є потреба в проведенні порівняльного аналізу ефективності виробництва та врожайності соняшнику в агрохолдингах і незалежних підприємствах. Для цього потрібно виокремити основних виробників та експортерів соняшнику зокрема і олієжирової продукції в цілому.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Питанням оцінки корпоративного розвитку аграрного виробництва присвячені праці зарубіжних та вітчизняних вчених: А. Чендлера, С. Майстро, Р. Саблука та ін.

Метою статті є дослідження ефективності корпоратизації виробництва соняшнику та олієжирової продукції.

Виклад основного матеріалу дослідження. Україна одна з небагатьох країн Європи, що володіє такою високою концентрацією сільськогосподарських земель — понад 70 % від загальної території

60,4 млн. га. При цьому розораність сільгоспугідь також є рекордно високою — 78 %. Динаміка змін площі сільгоспугідь за категоріями господарств на початок року наведена в табл. 1.

Згідно з офіційними даними, обсяг валової продукції сільського господарства України в 2013 році склав 252,8 млрд. грн., у тому числі продукція рослинництва — 175,9 млрд. грн., продукція тваринництва — 76,9 млрд. грн. (табл. 2). У 2012 р. великі аграрні компанії виробили п'яту частину всієї аграрної продукції України — 20,7 %, або 46,3 млрд. грн.

Структура виробництва валової продукції у 2013 році наведена на рис. 1.

Оцінимо діяльність сільськогосподарських підприємств та агрохолдингів у галузі рослинництва за видами продукції.

У 2012 році у холдингах під посіви соняшнику було відведено 787 тис. га. Валовий збір склав 1,395 млн. тонн, або 16,6 % урожаю в Україні при середній врожайності 18,1 ц/га. Порівняно з 2011

Таблиця 1

Динаміка змін площі сільгоспугідь за категоріями господарств, тис. га [1]

Категорії	2008	2009	2010	2011	2012	2013	
						тис. га	% до пашні
Сільськогосподарські підприємства	21047	21019	20864	20590	20499	20666	93,9
у т. ч. фермерські господарства	3945	4016	4014	4012	4079	4173	95,2
Господарства населення	15708	15585	15690	15898	15984	15815	73,6
у т. ч. для товарного виробництва	9173	9091	9214	9412	9472	9281	-

© Н. В. Рунчева, А. С. Бритвенко, 2016

Бібліографія ДСТУ:

Рунчева Н. В. Ефективність корпоратизації виробництва соняшнику та олієжирової продукції в Україні / Н. В. Рунчева, А. С. Бритвенко // Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу. — 2016. — № 2 (34). — С. 28–32.

References (APA):

Runcheva, N. V. & Brytyvjenko, A. S. (2016). Efektyvnistj korporatyzacijj vyrobnyctva sonjashnyku ta olijezhyrovoji produkciji v Ukraini [Efficiency of corporational of production of sunflower and butterfat products is in Ukraine]. *Visnyk Berdians'koho universytetu menedzhmentu i biznesu*, 2 (34), 28–32 (in Ukr.).

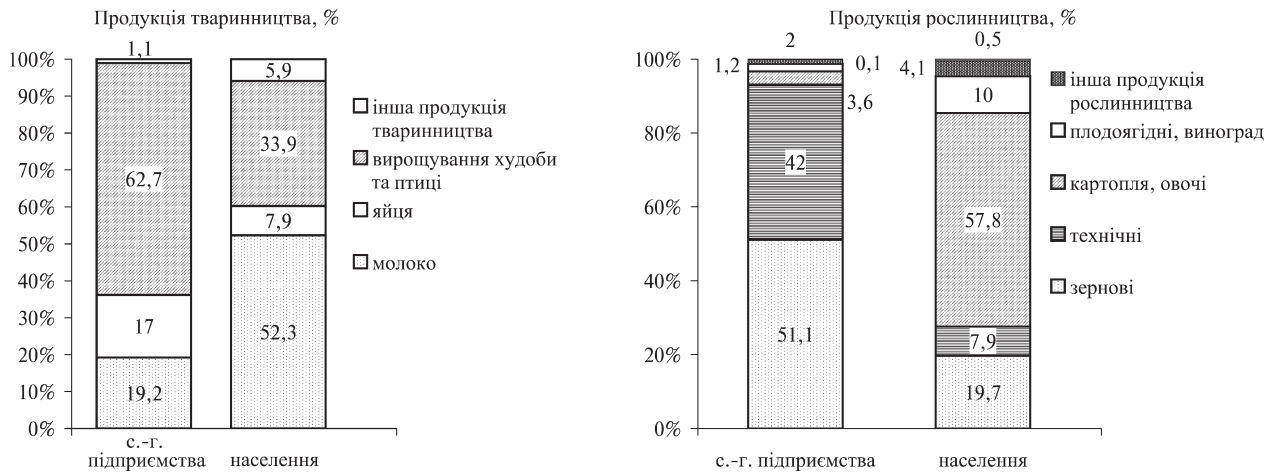


Рис. 1. Структура виробництва валової продукції у 2013 році [2]

Таблиця 2

Динаміка виробництва валової сільськогосподарської продукції [2]

Рік	Усього		Продукція рослинництва		Продукція тваринництва	
	млрд. грн.	с.-г. підприємства, %	млрд. грн.	с.-г. підприємства, %	млрд. грн.	с.-г. підприємства, %
2000	151,0	38,4	92,8	49,3	58,2	21,0
2005	179,6	40,5	114,5	48,6	65,1	26,2
2006	184,1	42,8	116,6	50,7	67,5	29,2
2007	172,1	43,2	106,0	50,1	66,2	32,3
2008	201,6	50,3	136,3	58,0	65,3	34,4
2009	197,9	48,6	129,9	54,9	68,0	36,7
2010	194,9	48,3	124,6	53,6	70,3	38,8
2011	233,7	51,8	162,4	56,7	71,3	40,6
2012	223,3	50,7	149,2	55,0	74,0	41,8
2013	252,8	54,0	175,9	58,6	76,9	43,5

роком врожайність соняшнику в холдингах знизилась на 9,4 %. У незалежних сільгосппідприєм-

ствах врожайність знизилась на 8,6 %, склавши 17,2 ц/га (рис. 2).

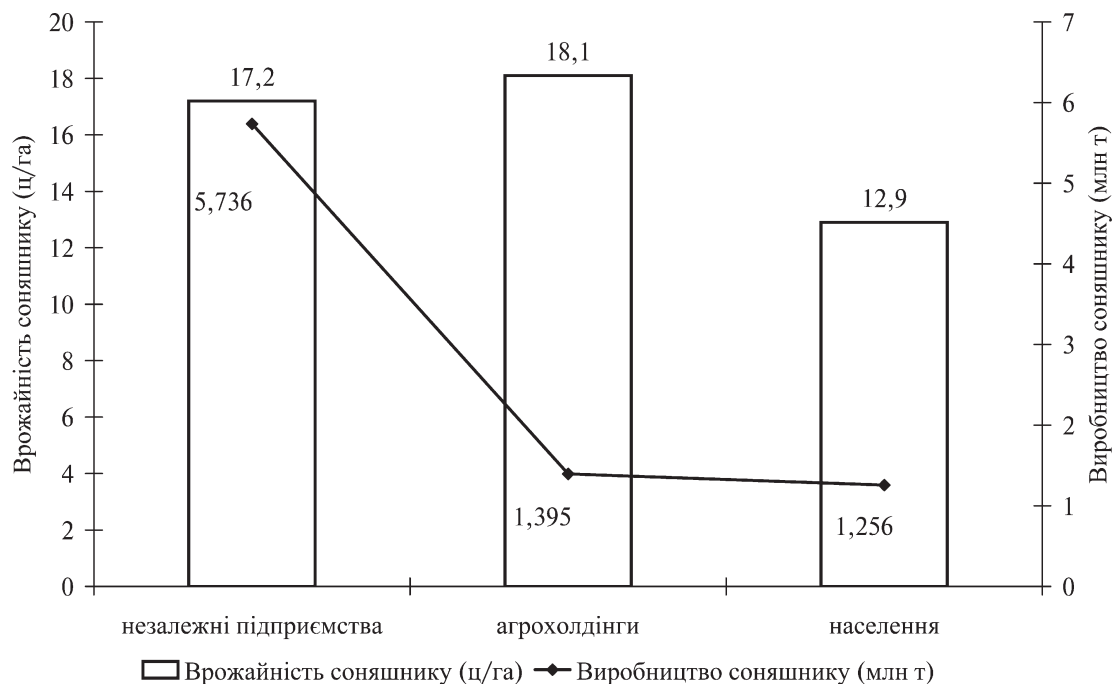


Рис. 2. Виробництво та врожайність соняшнику за видами господарств [3]

ТОП-15 аграрних компаній зібрали в 2012 році 824,9 тис. тонн соняшнику — 59 % усього виробництва в агрохолдингах (рис. 3).

Порівняльний аналіз ефективності виробництва соняшнику в агрохолдингах та незалежних підприємствах за 2012 р. наведено у табл. 3.

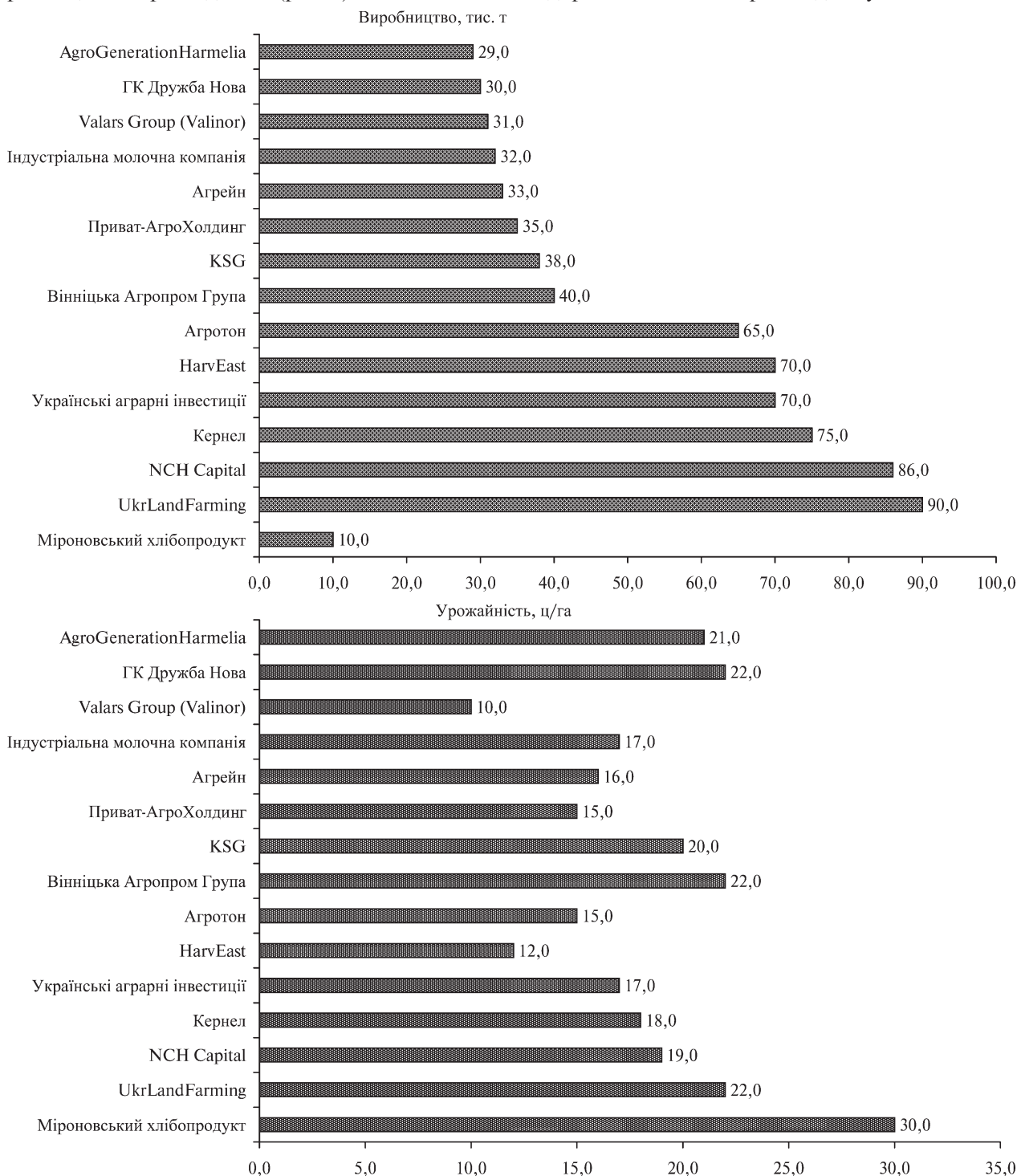


Рис. 3. Показники ТОП-15 аграрних компаній-виробників соняшнику [3]

Кореляційне поле залежності виробничих витрат та урожайності при виробництві соняшнику у 2012 р. наведено на рис. 4.

За підсумками 9 місяців 2013/2014 маркетингового року (МР) в Україні проведено 3,5 млн. т масла нерафінованого. Зокрема виробництво соняшникової олії досягло 3,48 млн. т, що на 22 %

більше, ніж у минулому маркетинговому сезоні. При цьому продовжується нарощування експорту соняшникової олії. У травні 2014 р. експорт соняшникової олії досяг рекордної за всі роки відмітки в 510,5 тис. т, що перевищує експорт травня 2013 р. (299 тис. т) на 70,7 %. За підсумками 9 місяців 2013/2014 МР експортовано 3,16 млн. т со-

Таблиця 3

Ефективність виробництва соняшнику в агрохолдингах та незалежних підприємствах

Показники	Показники агрохолдингів	Незалежні підприємства	
		в середньому	Великі господарства (> 10 тис. га)
Урожайність, ц/га	18,3	18,2	19,5
Виробнича собівартість, грн./ц	229,8	221,6	222,6
Виробничі витрати на 1 га, грн.	4212,1	4034,0	4333,6
Ціна реалізації, грн./ц	362,3	358,2	363,7
Рентабельність, %	30,2	51,0	46,1
Доход на 1 га	1689,1	2431,8	1913,9

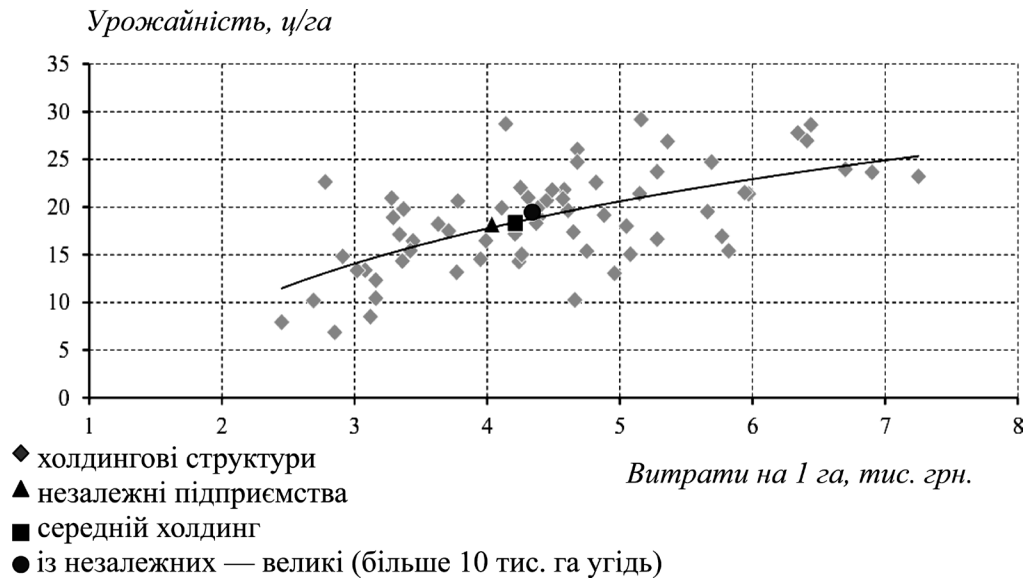


Рис. 4. Залежність виробничих витрат та врожайності при виробництві соняшнику [4]

няшникової олії проти 2,56 млн. т за відповідний період минулого МР (зростання на 23,4 %). Основними компаніями-експортерами української соняшникової олії залишаються «Кернел-трейд», «Креатив» і «Каргіл» (рис. 5).

Таким чином, за розмірами землекористування в Україні зберігається тенденція до консолідації використовуваних ресурсів. Питома вага підприємств, що оброблюють понад 3 тис. га, за останні п'ять років збільшилася з 34,8 % до 38,8 %,

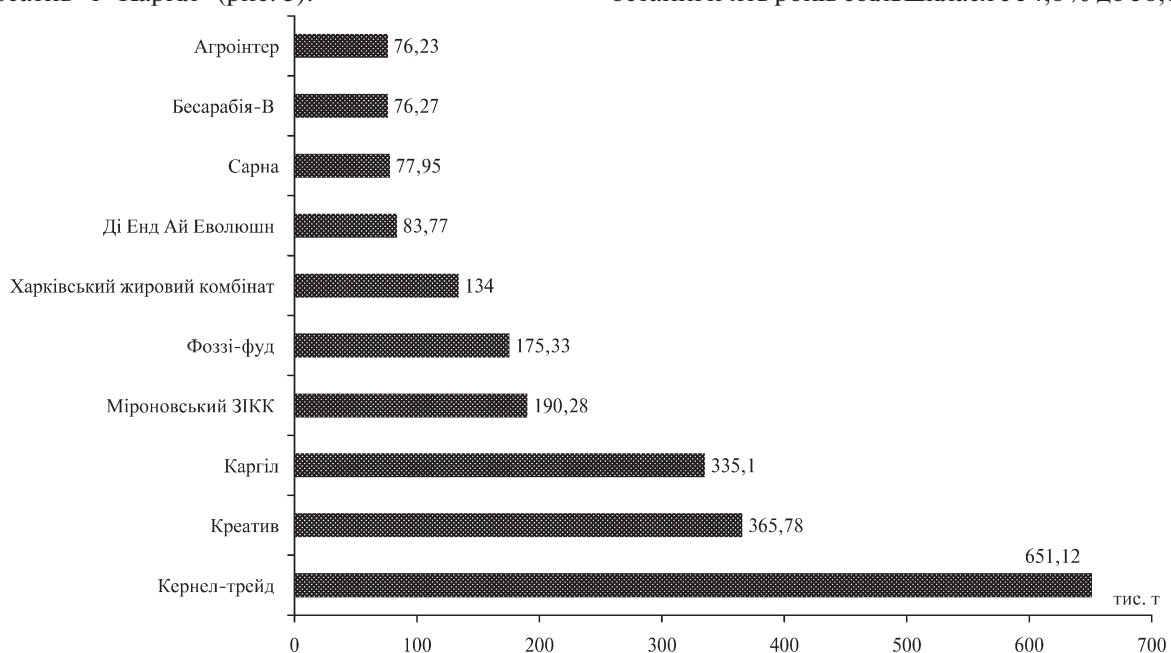


Рис. 5. ТОП 10 компаній-експортерів української соняшникової олії [5]

і найбільш вірогідне збереження цієї тенденції в середньостроковій перспективі.»

У структурі фактичного землекористування 70 % займають сільськогосподарські підприємства. У теперішній час як мінімум 1,5 млн. га родючих земель в Україні не беруть участь у виробництві аграрної продукції або задіяні в тіньовому аграрному ринку. За експертними оцінками, під контролем агрохолдингів у 2014 році знаходилося 5,85 млн. га, або майже 28 % усіх сільськогосподарських угідь, що перебувають у використанні сільськогосподарських підприємств.

Висновок. Отже, як показує проведений аналіз, за обсягами виробництва багатьох видів сільськогосподарських культур та показниками їх врожайності корпоративні структури випереджають господарства населення та фермерські господарства, а найвищі показники мають великі агропідприємства, такі як «Кернел-трейд», «Креатив» і «Каргіл» та ін.

Література

1. Ведение аграрного бизнеса в Украине. — К. : УКАБ, 2014. — С. 39.
2. Найбільші агрохолдинги України [Електронний ресурс] // Дослідження агентством AgriSurvey найбільших виробників рослинницької і тваринницької продукції серед

аграрних холдингів. — К., 2014. — Режим доступу : http://ucab.ua/files/Survey/Largest_Agriholdings/Agriholdings2014ua_demo.pdf.

3. Крупнейшие агрохолдинги Украины 2013 // Исследование агентством AgriSurvey крупнейших производителей растениеводческой и животноводческой продукции среди аграрных холдингов. — К., 2014.

4. Межі вибірки — реалізовано більше 50 % виробленої продукції [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://www.ukroilprom.org.ua>.

5. Складено за даними асоціації «Укроліяпром» [Електронний ресурс] / Офіційний сайт. — Режим доступу : <http://www.ukroilprom.org.ua>.

References

1. *Vedenye ahramoho byznesa v Ukraine* [Agrarian business in Ukraine] (2014). — Kyiv (in Russ.).
2. *Naibilshi ahrokhodynhy Ukrainy* [The largest agricultural holdings of Ukraine] Researches of the Agency AgriSurvey of the largest producers of crop and livestock production among agricultural holdings (2014). Retrieved from: http://ucab.ua/files/Survey/Largest_Agriholdings/Agriholdings2014ua_demo.pdf (in Ukr.).
3. *Krupneishye ahrokhodynhy Ukrainy 2013* [The largest agricultural holdings of Ukraine 2013] Research of the Agency AgriSurvey of the largest producers of crop and livestock production among agricultural holdings (2014). — Kyiv (in Russ.).
4. *Mezhi vybirky — realizovano bilshe 50 % vyroblenoi produktsii* [The sampling frame is implemented more than 50 % of production]. Retrieved from: <http://www.ukroilprom.org.ua>
5. *Skladeno za danymy asotsiatsii «Ukroliaprom»* [Compiled according to the Association «Ukroliaprom»]. Retrieved from: <http://www.ukroilprom.org.ua>.

УДК 332.146.2

Д. І. Соловйов

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ІНВЕСТИЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ ТУРИСТИЧНОЇ СФЕРИ

Анотація. У статті на основі теоретичного аналізу розглянуто основи регулювання інвестиційної підтримки системи державного регулювання туристичної сфери, проаналізовано модель державного регулювання туристичної сфери, виокремлено основні інструменти інвестиційної підтримки туристичної сфери.

Ключові слова: туризм, туристична сфера, державне регулювання туристичної сфери, інвестиції.

Summary. In article on the basis of the theoretical analysis devoted to the principles of regulation of investment support, system of state regulation of the tourism sector, analyzes the model of state regulation of the tourism sector, the principal tools of investment support of the tourism sector.

Key words: tourism, tourism sector, state regulation of the tourism sector, investments.

Постановка проблеми. Важливою складовою державного регулювання туристичної сфери є її інвестиційне забезпечення. У той же час реалізація цього завдання гальмується в останні роки через складну світову ситуацію у фінансовому

секторі, що має вплив і на внутрішньоекономічні процеси в Україні.

Ситуація ускладнюється тим, що інвестиції як економічна категорія — це ресурси для майбутнього, а суспільство практично завжди схиль-

© Д. І. Соловйов, 2016

Бібліографія ДСТУ:

Соловйов Д. І. Теоретичні основи інвестиційного забезпечення державного регулювання туристичної сфери / Д. І. Соловйов // Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу. — 2016. — № 2 (34). — С. 32–37.

References (APA):

Solovyov, D. I. (2016). *Teoretychni osnovy investytsiynoho zabezpechennia derzhavnoho rehulivannia turystychnoi sfery* [Theoretical framework for investment support of state regulation of the tourism sector]. *Visnyk Berdians'koho universytetu menedzhmentu i biznesu*, 2 (34), 32–37 (in Ukr.).

не віддати перевагу сьогоденним потребам та витрачати ресурси для їх задоволення.

Специфіка туристичної сфери є важливим мотиваційним чинником залучення до неї значної кількості суб'єктів господарювання. Багато з фахівців зазначають, що туризм є сферою швидкого обігу капіталу при відносно незначних обсягах капіталовкладень. Перевагами туристичного бізнесу є незначні стартові інвестиції, зростання попиту, високий рівень рентабельності, мінімальні терміни окупності затрат. Проте такі мотиваційні фактори є відносними, оскільки стосуються передусім посередництва між первинними виробниками туристичних послуг та туристами. Сфера первинного виробництва туристичних послуг є значним ресурсокористувачем і характеризується високими показниками капітало-, фондо- та трудомісткості.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Ситуація, що склалась навколо сучасної системи інвестиційної підтримки державного регулювання туристичної сфери, є основою численних наукових праць вітчизняних і зарубіжних вчених, таких як Г. О. Бардиш, М. М. Біль, Г. Д. Крилова, Ю. В. Орловська, Н. Судова-Хом'юк, Дж. К. Холлоуей та інших.

Метою статті є теоретичне дослідження основ державної підтримки процесу інвестиційного забезпечення розвитку туристичної сфери.

Виклад основного матеріалу. Світова наука у сфері фінансів загалом та інвестування зокрема передбачає два основних методи державного регулювання інвестиційних процесів у межах певної країни:

— пряме втручання — адміністративно-правове регулювання; індикативне та пряме планування; страхування ризиків; надання державних гарантій; субсидування, інвестування і кредитування виробництв, визнаних за особливо важливі, і державні запозичення тощо;

— непряме втручання — створення відповідного інвестиційного, правового, освітнього, макроекономічного поля (клімату), формування відповідної ідеології (наприклад, власність на землю, надання пільг на друковану продукцію державною мовою тощо) [1, с. 388].

Необхідно зазначити, що держава може по різному брати участь в інвестиційному процесі. При безпосередній участі в ньому держава інвестує ресурси на виконання інвестиційних програм, що передбачені в державному бюджеті, чи безпосередньо бере участь в інвестиційних проектах у формі надання субсидій, субвенцій та бюджетних позик на основі повернення. При цьому очевидно, що всі проекти, які претендують на державну підтримку, мають пройти ретельну експертизу [3, с. 241–242].

Непряма участь держави в інвестиційному процесі відіграє величезну роль у забезпеченні прийнятних умов для вкладення капіталів інвесторами. Ці умови повинні забезпечуватись:

— введенням системи податків з диференціюванням ставок та пільг;

— проведенням зваженої фінансової, цінової, а також кредитної політики, виходячи із реального стану економічної системи;

— правилами дотримання діючих актів землевикористання та природовикористання;

— контролем за дотриманням державних норм і стандартів;

— антимонопольними заходами, приватизацією об'єктів державної власності (у тому числі об'єктів незавершеного будівництва);

— експертизою інвестиційних проектів;

— регулюванням ставок рефінансування та норм обов'язкових резервів у Центральному банку, валютним курсом, митом тощо;

— розробкою механізмів страхування інвестицій та іншими [3, с. 241–242].

Розглянувши вищенаведені два методи, можна зробити висновок, що жодний з них не був впроваджений повністю у сфері регулювання інвестиційних процесів у туристичній сфері України з початку отримання незалежності й до теперішнього часу. Через недостатнє нагромадження грошових коштів у сфері туризму, недосконале законодавство та стратегію розвитку вітчизняного ринку туристичних послуг здійснювався більшою мірою за рахунок фінансів самих суб'єктів господарювання.

На сьогоднішній день, зважаючи на зростання браку вільних грошових коштів в Україні (збільшення дефіциту державного бюджету, Пенсійного фонду, зовнішнього та гарантованого боргу держави, від'ємне сальдо платіжного балансу), можна визначити, що подальший розвиток туристичної сфери істотно залежить від обсягів та якості залученого вітчизняного бізнесового й іноземного капіталу. У контексті останнього туристична сфера знаходиться в залежності від обсягів та інтенсивності зовнішніх інвестиційних потоків, і через це дослідження й удосконалення організаційно-методичних основ інвестиційного забезпечення туристичної сфери набуває важливого значення.

Інвестиційна політика у сфері туризму являє собою комплекс економічних важелів, які держава здійснює через фінансову систему країни з метою залучення вітчизняного та іноземного капіталу у розвиток національної туристичної інфраструктури. Головним завданням інвестиційної політики в туристичній сфері є створення стабільно привабливого інвестиційного середовища з метою забезпечення швидкого розвитку інвестиційної діяльності та нарощування як обсягів ві-

тизних бізнесових, так і іноземних інвестицій у цю сферу.

Реалізація державної інвестиційної політики відбувається через постановку конкретних завдань, спрямованих на досягнення запланованих результатів у сфері туризму. Результативність інвестиційної політики в туризмі напряму залежить від щільності та взаємодії усіх складових механізму державного регулювання туристичної сфери. За будь-яких умов господарювання політика держави у сфері туризму та рекреації ґрунтується на двох взаємопов'язаних елементах інвестиційної політики, а саме: її стратегії та тактиці.

Інвестиційна стратегія — це основні напрями та шляхи, визначені державою, щодо залучення інвестицій на тривалу перспективу, які впроваджуються відповідно до цілей інвестиційної політики держави.

Інвестиційна тактика спрямована на вирішення завдань певного етапу, в певний час реалізації загальнодержавного інвестиційного проекту.

З вищенаведеного можна визначити, що інвестиційна стратегія й тактика є спорідненими взаємозалежними поняттями. Стратегія забезпечує реалізацію інвестиційної політики за допомогою визначення конкретних планів дій, що

закріплені законодавчими актами, бізнес-проектами, державними програмами у сфері туризму, договорами інвестування сфери за рахунок коштів нерезидентів, концесійними угодами тощо. У свою чергу, тактика інвестиційного впливу на сферу туризму здійснює пряме втручання в поточну реалізацію інвестиційної політики, зокрема у разі форс-мажорних обставин, відхилення від графіку або задля вдосконалення існуючого інвестиційного проекту у сфері туризму та рекреації. Цей вплив реалізується за рахунок управління інвестиціями у сфері туризму.

Відзначаючи провідну роль держави в управлінні інвестиційною діяльністю у сфері туризму, необхідно навести модель державного регулювання цього процесу, виокремити його складові, відзначити взаємодію основних ланок в часі та просторі. На нашу думку, серед вітчизняних науковців найбільш детально сутність моделі державного управління інвестиційною діяльністю в туристичній сфері досліджено у працях Н. Судової (рис. 1).

З наведеної моделі державного управління інвестиціями в туризмі можна виокремити чотири основні складові елементи реалізації державної інвестиційної політики в туристичній сфері.

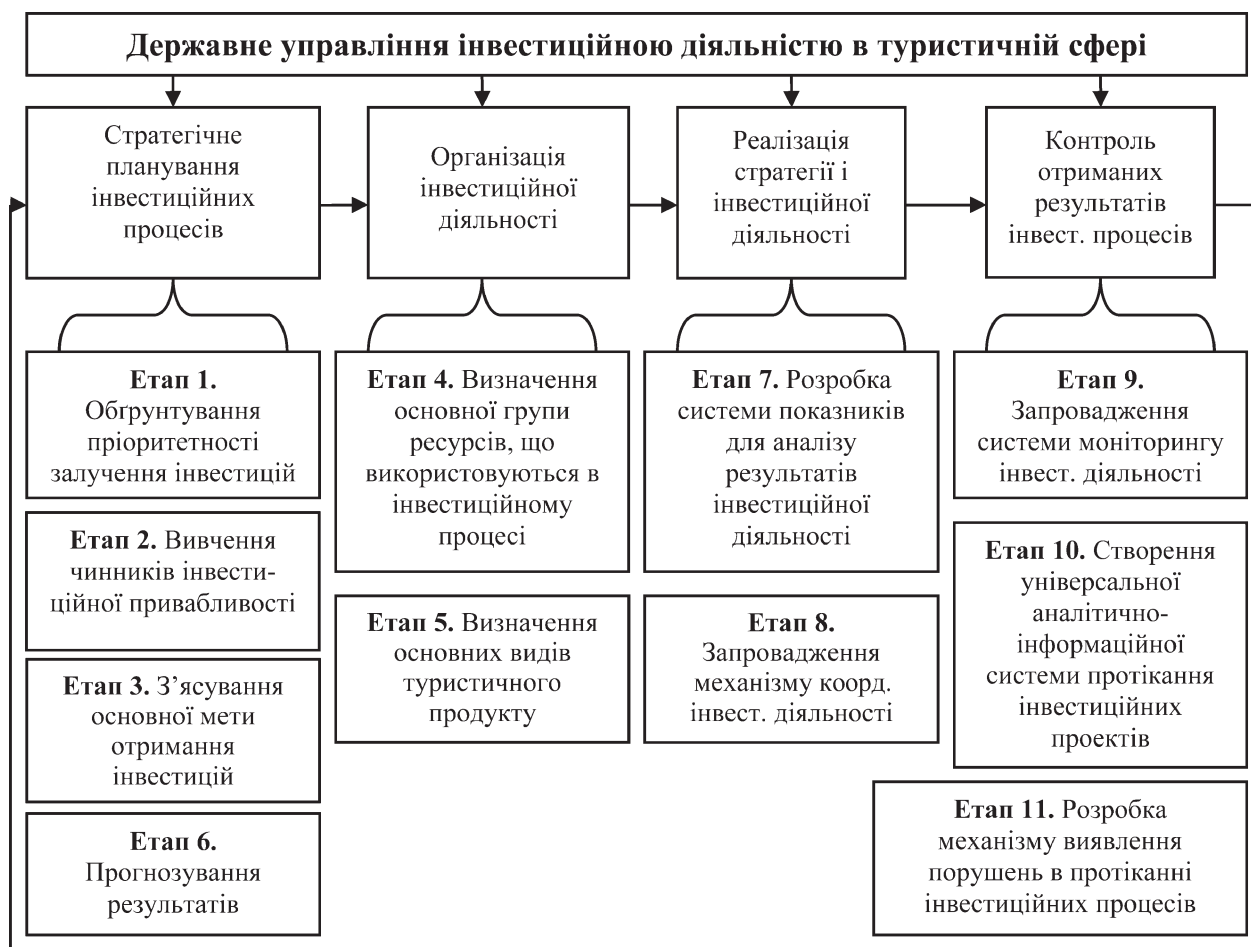


Рис. 1. Модель державного управління інвестиційною діяльністю в туристичній сфері [4, с. 260—265]

Зокрема, ці елементи можна систематизувати за їх функціями — планування, організація, реалізація та контроль.

Перша складова державного регулювання інвестицій у сфері туризму та рекреації — стратегічне планування інвестиційних процесів — зосереджує у собі теоретико-методичні засади планування й прогнозування потенційних проектів із залучення вітчизняного та іноземного капіталу в туристичну сферу. Наочно ця складова розділяється на декілька взаємопов'язаних етапів, що реалізуються «конвеєрним» методом. До цих етапів можна віднести виконання таких завдань: обґрунтування необхідності інвестиційних проектів; вивчення ринку інвестиційних послуг у сфері туризму та виокремлення чинників, що впливають на інвестиційну привабливість сфери; постанову мети та потенційних завдань, що будуть досягнуті в процесі реалізації інвестиційної політики країни; прогнозування очікуваних результатів тощо.

Друга складова — організація інвестиційної діяльності — характеризується фундаментальними основами поєднання теоретичних і практичних надбань вітчизняної та світової науки у сфері організації інвестиційного процесу, у сфері туризму, відпочинку та рекреації. Інвестиційна діяльність як економічна категорія передбачає координацію туристичної діяльності на території усієї держави з метою стабілізації видів та форм туристичного продукту, формування сталого ринку рекреаційних послуг. За подібних умов сформуються прозорі відносини в процесі залучення (вкладення) фінансових ресурсів у цю сферу. Як і попередня складова державного регулювання інвестицій у сфері туризму, вона розділена на декілька етапів, зокрема, до них відносяться: визначення основних туристичних ресурсів; закріплення основних видів туристичного продукту; організація безпосередньо процесу залучення фінансових ресурсів у виді капітальних інвестицій.

Третя складова — реалізація стратегії інвестиційної діяльності — розглядається з позиції безпосереднього застосування концептуальних розробок у сфері залучення інвестицій в туристичну сферу на практичних прикладах інвестиційних проектів. Тобто в цій ланці державного регулювання впроваджуються на практиці усі проекти інвестування вітчизняного та іноземного капіталу у фінансово-господарську діяльність сфери туристичних послуг України. Етапи цієї ділянки державного регулювання включають: розробку системи показників для аналізу результатів інвестиційної діяльності в туризмі; запровадження механізму координації інвестиційної діяльності. Тобто за реалізації цих етапів відбувається практичне застосування методів та процесів, прямого регулювання (координації) певного інвестиційного проекту у сфері туризму, що у своїх діях ке-

рується розробленим переліком критеріїв та норм щодо відповідності протікання інвестиційного процесу.

Остання складова — контроль отриманих результатів інвестиційних процесів — зумовлюється необхідністю комплексного аналізу загальної сукупності інвестиційних проектів у сфері туризму з метою вдосконалення проектів майбутніх періодів на основі отриманого досвіду. До основних етапів цієї ланки державного регулювання інвестиційних проектів у сфері туризму відносяться: запровадження системи моніторингу інвестиційної діяльності; створення універсальної аналітично-інформаційної системи протікання інвестиційних проектів; розробка механізму виявлення порушень у протіканні інвестиційних процесів. Практична реалізація цих етапів дасть змогу повною мірою оцінити проведену роботу у сфері туристичної діяльності на інвестиційному ринку. В подальшому ці аналітичні матеріали та отриманий досвід знадобиться при впровадженні чергового інвестиційного проекту.

Реалізація інвестиційної політики у сфері туризму за сучасних умов господарювання неможлива без визначення основних важелів та інструментів, за рахунок яких будуть впроваджені та досягнуті першочергові завдання у цій сфері. Основні інструменти державної інвестиційної політики в туристичній сфері наведені на рис. 2. Умовно їх можна розділити на 4 типи, кожен з яких характеризується своєю особливістю. У структурно-логічному середовищі інвестиційних відносин ці інструменти поділяються на нормативно-правові, фінансові, структурні та інформаційні.

Нормативно-правові інструменти являють у своїй сутності сукупність законодавчих актів, норм, стандартів, положень як на регіональному, так і на державному рівнях, що регламентують діяльність фінансових інститутів інвестиційного напрямку у сфері туристичних відносин. Вони здійснюють прямий вплив на становлення відповідних фінансово-кредитних відносин між суб'єктами інвестиційних операцій у сфері туризму.

У свою чергу фінансові інструменти виконують завдання залучення капіталу у відповідний проект туристично-рекреаційного комплексу. Це відбувається або методом виділення вільних коштів, що знаходяться у розпорядженні держави, у відповідний проект, або — навпаки — сприяння становленню умов, що викликають інтерес у іноземних інвесторів щодо розміщення фінансових ресурсів на території України. Важливе значення при здійсненні регуляторної політики у сфері туризму мають структурні інструменти, що забезпечують процеси макроекономічного рівня. Останнім інструментом у цьому переліку виступають інформаційні інструменти, що забезпечують комп'ютеризацію інвестиційної політики України



Рис. 2. Основні інструменти державної інвестиційної політики у сфері туризму [2]

у сфері туризму. Цей інструмент дає змогу сформувати електронну базу інвестиційних проєктів у сфері туризму, забезпечити он-лайн тендер на прозорих умовах, виробити механізм сталого розвитку інвестиційних проєктів на досвіді минулих років.

Згідно з Указом Президента України «Про заходи щодо розвитку туризму і курортів в Україні» першочерговими заходами для залучення інвестицій в туристичну сферу визначено:

- створення сприятливих умов для розвитку інвестування сфери туризму і діяльності курортів;
- запровадження механізмів стимулювання для будівництва нових та реконструкції наявних об'єктів туристичної та курортної інфраструктури;
- створення інформаційної бази даних інвестиційно-привабливих об'єктів для розвитку туристичної сфери та діяльності курортів у регіонах [5].

Висновки. На нашу думку, висвітлюючи значення регулювання інвестиційної діяльності у сфері туризму, слід відзначити його недосконалість. Цей процес не підкріплений нормативними документами, як того вимагає система ринкового господарства. У той же час, маючи в своєму розпорядженні великий обсяг туристичних ресурсів,

сприятливі умови для розвитку туристичної сфери, Україна не може повною мірою реалізувати свій потенціал у цій сфері. Вона не може розвиватися відповідно зі світовими темпами, і ключовою проблемою в цьому є брак вільних фінансових ресурсів.

Література

1. Бардиш Г. О. Проектне фінансування : підруч. / Г. О. Бардиш. — 3-тє видання, перероб. та доповнене. — К. : Хай-Тек Прес, 2008. — 464 с.
2. Біль М. М. Державна інвестиційна політика в галузі туризму [Електронний ресурс] / М. М. Біль. — Режим доступу : http://www.confcontact.com/2008febr/7_bil.php.
3. Орловська Ю. В. Стратегічне управління інвестиціями в регіональний розвиток : монографія / Ю. В. Орловська. — К. : Знання України, 2004. — 336 с.
4. Судова-Хом'юк Н. Управління інвестиційними процесами в туристично-рекреаційному комплексі України / Н. Судова-Хом'юк // Регіональна економіка. — 2002. — № 3. — С. 260–265.

References

1. Bardysh H. O. (2008). *Proektne finansuvannya*: [Project financing] — 3-tye vydannya pererob. ta dopovnene. — Kyiv: «Khay-Tek Pres» (in Ukr.).
2. Bil' M. M. (2008). *Derzhavna investytsiyna polityka v haluzi turyzmu* [State investment policy in the tourism industry] Retrieved from: http://www.confcontact.com/2008febr/7_bil.php (in Ukr.).

3. Orlov's'ka Yu. V. (2008). *Stratehichne upravlinnya investytsiyamy v rehional'nyy rozvytok*: [Strategic investment management in regional development] — Kyiv: Znannya Ukrainy (in Ukr.).

4. Sudova-Khom'yuk N. (2002). *Upravlinnya investytsiyamy*

protseamy v turystychno-rekreatsiynomu kompleksi Ukrainy [Management of investment processes in the tourism and recreational complex of Ukraine] // *Rehional'na ekonomika*. — № 3. — S. 260–265 (in Ukr.).

УДК 631.1:633.18

В. В. Уманська

МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ЦІНОУТВОРЕННЯ У ГАЛУЗІ РИСІВНИЦТВА ТА НА РИНКУ РИСУ

Анотація. У статті визначено особливості й чинники ціноутворення у галузі рисівництва та на ринку рису. Обґрунтовано його принципи та методологічні підходи. Визначено складові ціни на рівні товаровиробників, а також галузі. Обґрунтовано ціни на готову продукцію на споживчому ринку. Визначено, що саме ціни на рис є важливим фактором його внутрішнього виробництва та оптимізації структури ринку.

Ключові слова: галузь рисівництва, ціноутворення, продукція, ринок, чинники, принципи, підходи, собівартість, оптимізація.

Summary. The article defines the features and the pricing factors in the industry of rice growing and rice. It justifies its principles and methodological approaches. Specified components of prices at the level of producers, as well as region. Whether justified the price of finished products in the consumer market. Determined that the price of rice is an important factor in its domestic production and optimization of the structure of the market.

Key words: rice industry, pricing, products, market, factors, principles, approaches, cost, optimization.

Постановка проблеми. Галузь рисівництва належить до однієї з провідних структур світового та вітчизняного аграрного ринку. Це пояснюється споживчими властивостями, важливістю культури рису у харчуванні та продовольчому забезпеченні населення. Саме рис є основою харчування населення Китаю, Японії, Кореї, Індії, Малайзії, країн Індокитаю, Близького і Далекого Сходу загалом.

Україна за агрокліматичними умовами території, структурою природного агресурсного потенціалу не належить до країн-традиційних виробників рису. Проте на Півдні країни за умови додаткового забезпечення водними ресурсами є всі можливості для його вирощування у значних масштабах. Галузь рисівництва розвивається досить інтенсивно протягом останніх 40–50 років та дозволяє поставляти на внутрішній ринок рис, дешевший від імпортованого, сприяє зайнятості сільського населення та раціональному використанню трудових ресурсів й розвитку сільських територій.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Варто зазначити, що вітчизняна економічна наука впродовж багатьох десятиліть збагачується новими розробками теоретико-методологічного і при-

кладного характеру у напрямі вирішення проблем ціноутворення у галузях зернового виробництва. Питання теорії ціни у товарному господарстві висвітлені у роботі П. М. Макаренка [6]. Особливості ціноутворення в умовах формування ринкових відносин в АПК розглядалися П. Т. Саблуком [1], В. П. Ситником [2], О. М. Шпичаком [3]. Моделі формування цін на агропродовольчу продукцію були висвітлені у праці О. М. Шпичака [3], С. А. Стасіневича [3] та ін. Інститути та інфраструктура ціноутворення на аграрному ринку знайшли відображення у працях О. Г. Шпикуляка [4], М. К. Пархомця та інших дослідників.

Водночас, незважаючи на важливість цієї проблематики й посилену увагу до неї багатьох провідних дослідників, окремі її аспекти залишаються недостатньо вивченими, зокрема, ціноутворення у галузі рису потребує більш ґрунтовного розкриття на рівні теоретичних та методологічних засад формування.

Метою статті є виявлення особливостей та чинників, а також обґрунтування основних принципів, методологічних підходів формування цін у галузі рисівництва та на ринку рису.

Виклад основного матеріалу дослідження. В основі формування ринкової вартості сільсько-

© В. В. Уманська, 2016

Бібліографія ДСТУ:

Уманська В. В. Методологічні засади ціноутворення в галузі рисівництва та на ринку рису / В. В. Уманська // Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу. — 2016. — № 2 (34). — С. 37–40.

References (APA):

Umanska, V. V. (2016). Metodologichni zasady tsinoutvorennia v haluzi rysivnytstva ta na rynku rysu [Methodological fundamentals in the field of rice production and rice market]. *Visnyk Berdians'koho universytetu menedzhmentu i biznesu*, 2 (34), 37–40 (in Ukr.).

господарської продукції рисівництва лежить низка універсальних економічних принципів, що спираються на логіку, правила і моделі економічної поведінки споживачів [1, с. 126]. Сучасна економічна наука виокремлює такі групи універсальних принципів формування вартості сільськогосподарської продукції: принципи, що ґрунтуються на уявленнях споживачів продукції; принципи, пов'язані з ринковим середовищем, співвідношенням попиту і пропозиції.

При цьому вони є взаємозалежними та взаємообумовленими, мають практичну спрямованість. Перша група — принципи, що ґрунтуються на уявленнях споживачів, містить у собі принцип корисності, принцип заміщення альтернативною сільськогосподарською продукцією. Принцип корисності означає, що чим більше сільськогосподарська продукція як товар здатна задовольнити потреби споживача, тим вище його корисність і вартість.

Принцип заміщення альтернативною сільськогосподарською продукцією означає, що за наявності альтернативної сільськогосподарської продукції (наприклад за корисністю) найвищим попиту буде користуватися сільськогосподарська продукція з найменшою ціною. Цей принцип походить з наявності у споживача можливості альтернативного вибору, тобто вартість сільськогосподарської продукції залежить від того, чи є на ринку товари, що заміщають конкретну сільськогосподарську продукцію, або альтернативні пропозиції аналогічної сільськогосподарської продукції.

Друга група принципів формування вартості — принципи, пов'язані з ринковим середовищем [2, с. 267]. Принцип залежності з'ясовує, якою мірою вартість сільськогосподарської продукції піддається впливу і сама впливає на величину вартості альтернативної сільськогосподарської продукції. Принцип попиту та пропозиції означає, що ціна сільськогосподарської продукції, як і ціна будь-якого іншого товару, змінюється в результаті взаємодії попиту та пропозиції на ринку рису. Принцип конкуренції означає, що ціни на сільськогосподарську продукцію встановлюються під впливом постійної конкуренції між суб'єктами ринку — виробниками, постачальниками та реалізаторами зазначеної продукції, які прагнуть до одержання максимального прибутку. Позитивна роль конкуренції полягає в тому, що вона впливає на зниження норми прибутку виробників, постачальників, реалізаторів і, відповідно, сприяє зниженню ринкової вартості сільськогосподарської продукції.

Усі перелічені вище універсальні принципи формування вартості та ціни сільськогосподарської продукції тісно взаємозалежні і можуть відігравати основну або допоміжну роль при формуванні вартості галузевої сільськогосподар-

ської продукції з позиції інтересів того чи іншого учасника (оператора) ринку рису [3, с. 124]. Наступним кроком у методології дослідження є визначення основних підходів до ціноутворення у рисівництві.

Залежно від переваги тих чи інших принципів ціноутворення, а також залежно від виду сільськогосподарської продукції і сформованої вартості на неї застосовуються спеціальні підходи до ціноутворення. В основу підходів до ціноутворення у галузі рисівництва та на ринку рису покладено інтереси і спонукальні економічні мотиви сторін, які здійснюють купівлю-продаж сільськогосподарської продукції партіями для подальшого її продажу споживачам через роздрібну торгівлю або для використання в борошномельно-круп'яній промисловості. Також необхідно враховувати характер кон'юнктури ринку рису [4, с. 147]. Нарешті, важливе значення має вартість імпортованої продукції та співвідношення ціна/якість рису.

У теорії формування вартості та ціноутворення основними підходами є:

- витратний, що відображає точку зору найбільш імовірного (типового) продавця (сільськогосподарського виробника) на сформовану ціну;
- порівняльний, що відбиває сукупність ціноутворювальних чинників галузі рисівництва та ринку рису, присутніх на момент формування вартості (попит та пропозиція, конкуренція, обмеження тощо);
- доходний, що відбиває точку зору найбільш імовірного (типового) покупця (постачальника, споживача) на сформовану ціну.

Витратний підхід розглядає вартість сільськогосподарської продукції з точки зору сільськогосподарського виробника. Доходний підхід — з точки зору потенційного постачальника і споживача [5]. Порівняльний підхід розглядає вартість вітчизняної сільськогосподарської продукції рисівництва, виходячи із фактичних домовленостей сільськогосподарського виробника і постачальника про ціну сільськогосподарської продукції з урахуванням ціни зарубіжних аналогів, тобто ґрунтується на подіях теперішнього часу.

Вибір того чи іншого підходу при визначенні вартості сільськогосподарської продукції рисівництва у кожному конкретному випадку здійснюється, виходячи з:

- параметрів, що характеризують конкурентоспроможність галузевої сільськогосподарської продукції;
- особливостей конкретного ринку рису (внутрішнього й зовнішнього);
- інтересів та ресурсних можливостей того чи іншого учасника (оператора) ринку рису;
- кон'юнктурної інформації щодо цін, попиту та пропозиції на сільськогосподарську продукцію та ін.

Продовжуючи розгляд проблем ціноутворення на ринку рису, слід відмітити, що сукупність правовідносин, пов'язаних з укладенням та виконанням цивільно-правових договорів щодо сільськогосподарської продукції на ринку рису, існує на: виробничому рівні між постачальниками (сільгоспвиробниками) і покупцями (посередниками); споживчому рівні між постачальниками (посередниками) і покупцями (споживачами) [6, с. 132].

Попит на виробничому рівні є похідним від споживчого попиту на рис як на продовольчий товар. Згідно з такою інтерпретацією посередники при визначенні попиту на виробничому рівні враховують попит на споживчому рівні при альтернативних цінах. Дослідження переконують, що між ціноутворенням на виробничому та споживчому рівнях на сільськогосподарську продукцію-сировину й сільськогосподарську оброблену продукцію на ринку рису існує тісний взаємозв'язок і взаємозалежність. Також вітчизняний рис є на 25–30 % дешевшим за імпортований [7, с. 68].

На рівні аграрних підприємств-виробників рису в основі ціноутворення лежать витрати на виробництво одиниці продукції. У їх сукупності найбільшу питому вагу мають плата за водні та енергетичні ресурси, мінеральні добрива, насіння, засоби захисту рослин, витрати на оплату праці. Тому їх оптимізація є важливим чинником зменшення собівартості рису та його виробничої ціни на рівні підприємства. Отже, більші прибутки та фінансово-економічну стійкість мають ті рисівницькі підприємства, які мають меншу за середньогалузеву собівартість рису та його виробничу ціну на їх рівні [8, с. 217].

Висновки. Ціни на виробничому і споживчому рівнях на ринку рису визначаються такими чинниками: чинники формування попиту на сільськогосподарську оброблену продукцію (обрушений, шліфований, полірований, глазуrowаний, пропарений рис та ін.); чинники формування пропозиції сільськогосподарської продукції — сировини (рис); чинники формування націнки в мережі роздрібної торгівлі та у сфері допоміжної діяльності, що забезпечує купівлю-продаж сільськогосподарської продукції шляхом надання пов'язаних із цим транспортно-логістичних послуг.

Слід зазначити, що в умовах ринкової економіки ціни на рис формуються під впливом попиту та пропозиції. Значною мірою формування пропозиції до 2014 р. на ринку було зумовлено обсягами внутрішнього виробництва. У контексті дослідження попиту на сільськогосподарську продукцію рису визначено, що в структурі об'єктивно понесених витрат на виробництво продукції значна їх частина була пов'язана з транзакційними витратами внаслідок переміщення її з місць виробництва.

Таким чином, у процесі дослідження сформульовано економічні принципи формування вартості сільськогосподарської продукції рисівництва відповідно до вітчизняного законодавства про ціни й ціноутворення. Вони спираються на логіку, правила та моделі економічної поведінки споживачів, є взаємозалежними та взаємобумовленими, мають практичну спрямованість, ґрунтуються на уявленнях споживачів продукції і пов'язані із собівартістю внутрішньогалузевого виробництва, з внутрішнім ринковим середовищем, міжнародною кон'юнктурою на ринку рису.

Література

1. Саблук П. Т. Ціноутворення в період ринкового реформування АПК : монографія / П. Т. Саблук. — К. : ННЦ ІАЕ, 2006. — 440 с.
2. Ціноутворення в умовах формування ринкових відносин в АПК / за ред. П. Т. Саблука, В. П. Ситника, О. М. Шпичака. — К. : ІАЕ УААН, 1997. — 501 с.
3. Шпичак О. М. Ціна і ціноутворення на агропродовольчу продукцію : навчальний посібник / О. М. Шпичак, С. А. Стасіневич, О. В. Боднар — К. : ННЦ ІАЕ, 2009. — 238 с.
4. Інститути інфраструктури та ціноутворення у розвитку аграрного ринку: регіональний аспект : монографія / Г. М. Калетник, О. Г. Шпикуляк, Г. О. Пчелянська. — Вінниця : Фірма «Планер», 2012. — 324 с.
5. Закон України «Про ціни і ціноутворення» № 507-XII від 03.12.1990 та № 5007-VI від 21.06.2012 [Електронний ресурс] / Верховна Рада України. — Режим доступу : <http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/507-12> ; <http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/5007-17>.
6. Макаренко П. М. Теорія ціни в товарному господарстві / П. М. Макаренко // Вісник Полтавської державної аграрної академії : науково-виробничий фаховий журнал. — 2011. — № 3. — С. 130–135.
7. Ціноутворення у підприємствах агропромислового виробництва: організація та методика : монографія / М. К. Пархоменко, М. З. Матвійчук. — Тернопіль : ТНЕУ, 2012. — 228 с.
8. Янчевський Р. В. Механізм уникнення цінової дискримінації в умовах інтеграції України до світового співтовариства / Р. В. Янчевський // Наук. вісн. НАУ. — 2007. — Вип. 110. — Ч. 2. — С. 215–219.

References

1. Sabluk, P. T. (2006), *Tsinoutvorennia v period rynkovoho reformuvannia APK* [Pricing in the period of market reforms in agriculture], Kyiv: NNTs IAE, Ltd (in Ukr.).
2. Sabluka, P. T. Sytnyka, V. P. & Shpychaka, O. M. (1997) *Tsinoutvorennia v umovakh formuvannia rynkovykh vidnosyn v APK* [Pricing in the conditions of formation of market relations in agriculture], Kyiv: IAE UAAN, Ltd (in Ukr.).
3. Shpychak, O. M. Stasinevych, S. A. & Bodna, O. V. (2009), *Tsina i tsinoutvorennia na ahroprodovol'chu produktsiiu* [Price, and pricing for agri-food products], Kyiv: NNTs IAE, Ltd (in Ukr.).
4. Kaletnik, H. M. Shpykuliak, O. H. & Pchelians'ka, H. O. (2012), *Instytuty infrastruktury ta tsinoutvorennia u rozvytku ahrarnoho rynku: rehional'nyy aspekt* [Institutions infrastructure and pricing in the development of the agrarian market: regional aspect], Vinnytsia: Firma «Planer», Ltd (in Ukr.).
5. The Verkhovna Rada of Ukraine (2012), *On prices and pricing*. (The Law of Ukraine). Retrieved from <http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/507-12> ; <http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/5007-17> (in Ukr.).
6. Makarenko, P. M. (2011) *Teoriia tsyny v tovarnomu hospodarstvi* / P. M. Makarenko [Theory of commodity prices in agriculture], *Visnyk Poltavs'koi derzhavnoi ahrarnoi akademii*, 3, 130–135 (in Ukr.).

7. Parkhomets', M. K. & Matvijchuk, M. Z. (2012), *Ts-inoutvorennia u pidpriemstvakh ahropromysloвого vyrobnytstva: orhanizatsiia ta metodyka* [Pricing is in the business of agricultural production: organization and methodology], Ternopil': TNEU, Ltd (in Ukr.).

8. Yanchevs'kyj, R. V. (2007), *Mekhanizm unyknennia tsinovoi dyskryminatsii v umovakh intehratsii Ukrainy do svitovoho spivtovarystva* [Mechanism of the avoidance of price discrimination in the conditions of Ukraine's integration to the world community], *Nauk. visn. NAU*, 110, 215–219 (in Ukr.).

УДК 338.242.2

В. Ф. Яровий

ГЛОБАЛЬНІ ЧИННИКИ ОРГАНІЗАЦІЇ ТА СИНЕРГЕТИЧНІ СТРАТЕГІЇ УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ГАЛУЗІ ТУРИЗМУ

Анотація. У статті виявлено проблеми і тенденції організації та розвитку галузі туризму, які формуються під впливом глобальних чинників. Обґрунтовано синергетичну стратегію управління цими процесами на засадах об'єднання, придбання, злиття туристичних підприємств, спільного використання ресурсів і капіталів, освоєння ринків, реклами туристичних брендів та послуг. Здійснено визначення ефекту синергії у туристичній діяльності, показано його приклади у вітчизняній туристичній галузі. Виявлено конкурентні переваги глобальних туристичних організацій. Визначено форми і методи об'єднання туристичних підприємств у процесі здійснення синергетичної стратегії, показано їх проблеми й недоліки та перспективи впровадження.

Ключові слова: туристична галузь, організація, розвиток, синергія, стратегія, механізм, об'єднання, придбання, ресурси, капітал, ринки, маркетинг, управління.

Summary. In the article the problems and trends of organization and development of the tourism industry, which are influenced by global factors. Reasonably synergistic strategy to manage these processes on the basis of Association, acquisition, merger, tourism enterprises; sharing of resources and capital; development of markets; advertising travel brands and services. Carried out the definition of synergy effect in tourism is shown by the examples in the domestic tourism industry. Identified competitive advantages in the global tourism organizations. Determine the forms and methods of integration of tourism enterprises in the implementation of synergetic strategies shown their problems and shortcomings and prospects of implementation.

Key words: tourist industry, organization, development, synergy, strategy, mechanism, merger, acquisition, resources, capital, markets, marketing, management.

Постановка проблеми. Сучасні умови функціонування та розвитку туристичної галузі характеризуються загостренням конкурентної боротьби за клієнтів, ринки надання послуг і сфери впливу. Цьому сприяє всебічне впровадження інтернет-технологій у туристичному бізнесі, удосконалення комунікацій, зростання віртуального сегменту туристичного бізнесу, транспортної доступності туристичних ресурсів та атракцій. На вітчизняному ринку збільшується кількість міжнародних туристичних компаній, готельних мереж, авіаперевізників. Це неминуче призводить до того, що більша частина прибутку від міжнародного туризму вивозиться з країни.

Однак українські організації галузі туризму через відсутність достатнього досвіду, знань, фінансових можливостей, підтримки з боку держави відчувають значні труднощі у протистоянні конкуренції відомим міжнародним туристичним компаніям та мережам. Змінити несприятливу ситуацію можна, застосовуючи стратегію створення нових моделей і застосування нових методів організації й управління туристичною галуззю з урахуванням останніх досягнень теорії та практики глобального господарювання й управління.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Проблеми розвитку галузі туризму й управління нею знаходяться у полі зору вітчизняних та зарубіжних науковців. Їх вирішенню присвятили свої праці Л. О. Мармуль, О. А. Марченко, О. А. Сарапіна, Д. М. Стеченко, І. Ансофф та інші відомі науковці. Зокрема, у цих роботах йдеться про ресурсне

© В. Ф. Яровий, 2016

Бібліографія ДСТУ:

Яровий В. Ф. Глобальні чинники організації та синергетичні стратегії управління розвитком галузі туризму / В. Ф. Яровий // Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу. — 2016. — № 2 (34). — С. 40–43.

References (APA):

Yarovyi, V. F. (2016). Hlobalni chynnyky orhanizatsii ta synerhetychni stratehii upravlinnia rozvytkom haluzi turyzmu [Global factors of the organization and synergistic management strategy development of the tourism industry]. *Visnyk Berdians'koho universytetu menedzhmentu i biznesu*, 2 (34), 40–43 (in Ukr.).

забезпечення галузі та управління ним, розвиток та управління туристичних підприємств і організацій, функціонування зеленого екологічного туризму, державну підтримку галузі. Проте стратегія організації й розвитку туристичної галузі та управління ними на основі обґрунтування механізмів злиття та/або об'єднання туристичних організацій (синергізму) вимагає подальших розробок.

Метою статті є обґрунтування синергетичної стратегії організації й розвитку галузі туризму в Україні та управління ними на основі організаційно-економічного механізму об'єднання її суб'єктів і створення, таким чином, конкурентних переваг в умовах посилення глобальних впливів та гострої конкуренції на туристичних ринках.

Виклад основного матеріалу дослідження. Стратегія синергізму — це стратегія створення конкурентних переваг через об'єднання двох або кількох організацій в єдине ціле. Вона припускає наявність в організації або на підприємстві конкурентної переваги за рахунок спільного використання ресурсів (стратегія технологій і витрат), ринкової інфраструктури (спільний збут) або сфер діяльності (синергія планування, прогнозування й управління). Отже, пропонується стратегія допомагає отримати більш високу рентабельність виробництва або послуг при взаємозв'язку організацій, ніж при їх окремому функціонуванні. Можливим недоліком цієї стратегії є недостатня гнучкість, а також можливе уповільнення прийняття управлінських рішень [1, с. 257].

Ідея формування глобальних об'єднань почала активно пропагуватися у США із середини 1980-х рр. Дослідження, проведені університетами і фірмами з управлінського консультування, характеризували глобальне об'єднання як можливий засіб завоювання основних іноземних ринків і підвищення конкурентоспроможності транснаціональних корпорацій. Термін «глобальний» означає, що вони розглядають світ як єдине ціле, в якому між споживачами стираються національні кордони і національні відмінності.

Отже, чинник глобалізації дозволяє підприємствам галузі туризму здійснювати економію на масштабі виробництва за рахунок стандартизації товарів та послуг, використовувати переваги світового маркетингу [2, с. 68]. Глобальний туристичний ринок — це міжнаціональний та міждержавний ринок, попит на якому можна задовольнити інструментами реклами, продажу і маркетингу туристичних продуктів та послуг. Основна ідея глобалізації полягає у визначенні загальних характеристик ринків, їх сегментів і відповідних цільових груп споживачів, що не залежать від особливостей окремих країн. Для процесу глобалізації туристичного бізнесу характерні:

— зменшення національних і регіональних переваг в організації та наданні туристичних послуг, поступове вирівнювання потреб і запитів споживачів;

— економія на масштабі виробництва за рахунок стандартизації й уніфікації туристичних продуктів або послуг;

— використання переваг світового маркетингу, тому що майже в кожній країні функціонують одні й ті ж компанії-конкуренти.

У сучасних умовах господарювання у туристичній галузі утворюються нові форми господарювання та види туристичної діяльності. Так, на регіональних туристичних ринках все більшою мірою представлені глобальні організації або об'єднання (ГО). Мова йде про всесвітньо відомі готельні мережі, а також глобальні туристичні групи [3, с. 134]. Разом з тим спостерігається тенденція утворення інтегрованих багатопрофільних структур, які також відзначені на туристичних ринках багатьох країн світу.

Ці процеси представлені проникненням підприємств транспорту, особливо авіаційного, морського та автомобільного у сферу туризму, формуванням багатопрофільних концернів на основі капіталів нафтових корпорацій, фінансових груп тощо. Відбувається також придбання туристичними компаніями власних засобів розміщення або ретейлерами туристичних організацій. З іншого боку, вказані процеси капіталізації та інтеграції у галузі сприяють зміцненню її позицій у цінovій конкуренції на інших ринках (національному та глобальному), активній інноваційній діяльності, використанню інформаційних технологій з метою удосконалення туристичних продуктів і послуг [4, с. 8].

Так, транспортна корпорація «УкрАвто» у 2004 р. стала засновником туристичної фірми «Гермес тревел груп». У галузі туризму працюють відома авіаційна компанія МАУ, фінансово-страхова група ТАС та ін. На засадах синергізму ефективно функціонують відомі туристичні компанії САМ, Поїхали з нами, Tui, Вояж-експрес, туристичні готельні мережі «Ібіс» та ін.

Серед науковців і практиків з менеджменту немає єдності поглядів на сутність глобальних об'єднань, їх переваги, недоліки та перспективи. Поняття «глобальне об'єднання» трактується досить широко і суперечливо (табл. 1). Глобалізація туристичного бізнесу в рамках таких організацій сприяє формуванню сильних конкурентних позицій серед організацій-конкурентів. Загалом конкурентні переваги туристичних підприємств залежать від цілої низки чинників. Серед них доступ до туристичних ресурсів, національне стимулювання інвестицій та інновацій у галузі, по-

Змістовні наповнення категорії «глобальне об'єднання» (ГО) та відмінності між ними (узагальнено автором на основі [5])

Зміст визначення	Автори визначення
ГО — це діяльність у глобальному масштабі та координація усіх підрозділів і філіалів незалежно від їх місцезнаходження. Коли більшість людей вживає «глобальний», то розуміє це як «дуже інтернаціональний».	Р. Мейер — асистент-професор стратегічного менеджменту в Роттердамській школі менеджменту Еразмуського університету, Нідерланди
ГО — єдине, цілісне утворення, де жодна з країн не має переваг. Це корпорація без батьківщини.	Ш. Уейніг — засновник і директор корпорації із досліджень матеріалів філії фірми Соні Інк, США
ГО — це сильні позиції на усіх найважливіших для корпорації ринках, наявність глобальної системи інформації, адаптивність і збалансованість із потребами системи поставок.	Дж. Стапфорд — професор Міжнародного бізнесу в Лондонській школі бізнесу
ГО — особливий тип стратегічного та організаційного підходів.	С. Гошел — професор стратегії та менеджменту INSEAD, Фонтенебло, Франція
ГО — володіння величезними ресурсами по всьому світу, глобальне мислення і локальні дії, розробка продукції, необхідної для всіх з урахуванням специфічних потреб клієнтів окремих регіонів, робота менеджерів як «громадян світу»	Дж. Фрейдхейм — віце-президент компанії «Буз-Аллен енд Хамільтон»
ГО — координація та інтеграція діяльності підприємств у світовому вимірі з метою отримання економії від збільшення обсягів виробництва або набуття досвіду (навчання), використання переваг своєї торгової марки та обслуговування міжнародного постачання і клієнтів.	М. Портер — професор Гарвардського університету

долання торгових бар'єрів, доступ до стратегічно важливих ринків і т. ін.

Глобальні об'єднання формуються шляхом злиття, придбання, поглинання інших організацій. У багатьох європейських країнах (Великобританія, Німеччина, Франція, Іспанія) відбувається глобальний поділ ринку шляхом придбання компаній [6, с. 347]. Для туризму, як і для інших галузей, характерний вихід процесу концентрації підприємств за межі національних кордонів через створення транснаціональних корпорацій. Як приклад можна навести німецький концерн «Preussag», що володіє провідною туристичною групою «TUI Group».

«Preussag» є безперечним лідером у сфері туризму як у Німеччині, так і в Європі. Його дочірнє туристичне підприємство «TUI Group» приносить більше половини річного обігу групи. Загальний обіг діяльності «Preussag» в 2014 р. склав 21,8 млрд. євро (з них 10,6 млрд. євро припадає на туризм). «Preussag» придбав у 2000 р. у власність за 2,8 млн. євро одну з найбільших британських туристичних компаній «Thomson Travel Group». Інша німецька велика компанія «C & N Touristic» — головний конкурент «TUI», утворена в 1999 р. після злиття чартерної авіакомпанії «Condor» і групи «Neckermann Reisen», є європейським туроператором № 2 з річним обігом 15,1 млрд. євро. «C & N Touristic» купила французьку фірму «Navas Voyages». «Preussag» придбала також пакет акцій найбільшої французької мережі «Nouvelles Frontieres». А компанія «C & N Touristic», для того, щоб мати вплив на англійському ринку, придбала

найбільшу у Великобританії компанію «Thomas Cook».

Синергетична стратегія організації та управління розвитком туристичної галузі в Україні спрямована також на залучення закордонних інвестицій у діяльність її підприємств [7, с. 106]. При цьому туристичні організації та можливі інвестори повинні враховувати конкурентні переваги і рівень конкурентоспроможності пропонованих туристичних послуг, наявність управлінського досвіду, ефективність бізнесу, розмір фірм і рівень концентрації власного капіталу. Важливе значення має інвестиційний клімат країни, що приймає (політична й соціально-економічна стабільність, стан і перспективи розвитку економіки в цілому і суміжних галузей, ставлення до іноземних інвестицій, господарське та податкове законодавство і т. ін.) [8, с. 247].

При створенні глобальних об'єднань у синергетичній стратегії особлива увага приділяється вибору організаційних форм туристичних підприємств або партнерств. Це може бути створення нової туристичної організації у межах вітчизняного ринку або за кордоном; придбання діючої вітчизняної або іноземної туристичної організації; придбання частки участі в капіталі іноземної туристичної організації, яка дає право контролю; придбання цінних паперів туристичних організацій, що не дають права контролю; надання позик і кредитів туристичним філіям або фірмам на розширення та диверсифікацію діяльності [9, с. 166].

Висновки. Синергетична стратегія організації й управління розвитком галузі туризму в умовах

глобальних впливів має ефект та позитивне значення. Вона характеризується певними формами та методами здійснення. Кожна з цих форм вимагає для здійснення певних умов і має свої переваги і недоліки. Створення нової організації сфери туристичних послуг — це одна з найбільш дорогих і складних форм, має ризики, тому що при цьому доводиться діяти в незнайомій обстановці. Необхідно добре знати місцеві умови і особливості ринку, бажано мати відомий та авторитетний туристичний бренд. Придбання туристичної організації дає можливість інвестору відразу увійти в бізнес, використовувати зв'язки та авторитет придбаної організації. Переваги цієї форми інвестування полягають у тому, що можна значно прискорити функціонування поглиненої організації, відпадає необхідність у здійсненні заходів для організації нового підприємства. Однак операції з придбання як усього капіталу, так і частки участі в капіталі супроводжуються певними проблемами. Це можуть бути як «дружні» приєднання, так і «агресивні захоплення». Для операцій з купівлі акцій у кожній країні розроблені і діють особливі правила і процедури.

Література

1. Ансофф І. Стратегическое управление / И. Ансофф. — М. : Экономика, 1989. — 519 с.
2. Мармоль Л. О. Організаційно-економічний механізм функціонування туристично-рекреаційних підприємств : [монографія] / Л. О. Мармоль, О. А. Сарапіна. — К. : ННЦ «Ін-т аграр. екон.», 2006. — 180 с.
3. Марченко О. А. Вплив глобальних та регіональних чинників суспільно-економічного розвитку на структуру туристичного ринку / О. А. Марченко // Україна-Польща: діалог культур в контексті євроінтеграції : матер. міжнар. наук.-практ. конф. (м. Запоріжжя, 25–27 вересня 2014 р.). Т. 1. — Запоріжжя : ЗДІА, 2014. — С. 133–135.
4. Стеченко Д. М. Передумови і напрямки формування туристичного ринку України / Д. М. Стеченко // Туризм: теорія і практика. — 2009. — № 1. — С. 5–11.
5. <http://tourlib.net>.
6. Ткаченко Т. І. Сталій розвиток туризму: теорія, методологія, реалії бізнесу : [монографія] / Т. І. Ткаченко. — К. : КНТЕУ, 2006. — 537 с.
7. Фен Я. О. Дослідження туристичної галузі в Україні / Я. О. Фен // Формування ринкових відносин в Україні : зб. наук пр. / Мін-во економіки України. Науково-дослід. економ. ін-т. — К., 2006. — Вип. 10 (65). — С. 104–109.
8. William F. Theobald. Global Tourism. Third Edition / F. William. — Publisher : Butterworth-Heinemann. — 2010. — 588 p.
9. Пробоїв А. Передумови та перспективи ефективного розвитку туристичної галузі України в контексті політики державного регулювання / А. Пробоїв, Г. Станіславська // Науковий вісник Ужгородського університету. — 2011. — С. 164–169.

References

1. Ansoff, Y. (1999), *Stratehicheskoe upravlenye* [Strategic management], Ekonomika, Ltd (in Ukr.).
2. Marmul', L. O. & Sarapina, O. A. (2006), *Orhanizatsijno-ekonomichnyj mekhanizm funktsionuvannia turystychno-rekreatsijnykh pidpryiemstv* [Organizational-economic mechanism of functioning of tourist-recreational enterprises], Kyiv: NNTs «In-t agrar. ekon.», Ltd (in Ukr.).
3. Marchenko, O. A. (2014, September 25–27), Vplyv hlobal'nykh ta rehional'nykh chynnykiv suspil'no-ekonomichnoho rozvytku na strukturu turystychnoho rynku [Influence of global and regional factors in social-economic development on the structure of the tourism market], Paper presented at Intern. Science and Practical Conf. «Ukraine-Poland: cultural dialogue in the context of European integration» (133–135). Zaporizhzhia: ZDIA (in Ukr.).
4. Stechenko, D. M. (2009), Peredumovy i napriamky formuvannia turystychnoho rynku Ukrainy [Preconditions and directions of formation of the tourist market of Ukraine], *Turyzm: teoriia i praktyka*, 1, 5–11 (in Ukr.).
5. <http://tourlib.net>.
6. Tkachenko, T. I. (2006), Stalyj rozvytok turyzmu: teoriia, metodolohiia, realii biznesu [Sustainable development of tourism: theory, methodology, business realities], Kyiv: KNTEU, Ltd (in Ukr.).
7. Fen, Ya. O. (2006), Doslidzhennia turystychnoi haluzi v Ukraini [Study of tourism industry in Ukraine], *Formuvannia rynkovykh vidnosyn v Ukraini*, 10 (65), 104–109 (in Ukr.).
8. William, F. (2010), *Theobald. Global Tourism. Third Edition*. Publisher: Butterworth-Heinemann.
9. Proboiv, A. & Stanislavs'ka, H. (2011), Peredumovy ta perspektyvy efektyvnoho rozvytku turystychnoi haluzi Ukrainy v konteksti polityky derzhavnoho rehuliuвання [Prerequisites and prospects of effective development of tourist industry in Ukraine in the context of the policy of state regulation], *Naukovy visnyk Uzhhorods'koho universytetu*, 164–169 (in Ukr.).

ВИКОРИСТАННЯ ЗАКОРДОННОГО ДОСВІДУ ВПРОВАДЖЕННЯ СИСТЕМИ КОНТРОЛІНГУ У ВІТЧИЗНЯНИХ ОРГАНІЧНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ АГРОСФЕРИ

Анотація. У статті виявлено проблеми функціонування вітчизняних аграрних, у т. ч. органічних, підприємств та управління ними. Обґрунтовано роль системи контролінгу у підвищенні ефективності органічної діяльності. Визначено його сутність, складники та структуру. Охарактеризовано переваги впровадження на прикладі країн Європи та світу. Розроблено алгоритм застосування контролінгу на рівні центрів відповідальності в аграрних органічних підприємствах України.

Ключові слова: органічні підприємства, агросфера, управління, удосконалення, система контролінгу, зарубіжний досвід, впровадження, центри відповідальності, розвиток.

Summary. The article reveals problems of its functioning domestic agricultural, including farms and management. The role of the controlling system in improving the efficiency of organic activities. The author defines its essence, components and structure. Describes the benefits of implementation on the example of Europe and the world. The algorithm of application of controlling in the level of responsibility centers in organic agricultural enterprises of Ukraine.

Key words: organic enterprises, agrosfera, management, improvement, system controlling, international experience, implementation, responsibility centers, management, development.

Постановка проблеми. В Україні в умовах становлення ринкової економіки багато аграрних підприємств зіштовхнулися з проблемами неспроможності, низької ліквідності, збиткової діяльності, а також з ризиками невизначеності політичних, економічних і соціальних чинників функціонування. Першочерговим завданням для вітчизняних підприємств стає фінансове оздоровлення, яке запобігатиме їхньому банкрутству. Тим більше це стосується органічних підприємств, які набувають все більшого поширення в Україні та у світі. Вони потребують додаткових фінансово-інвестиційних ресурсів для розвитку виробництва, особливо в період конвергенції. У цій ситуації неодмінною умовою є удосконалення методів управління внутрішніми можливостями органічних аграрних підприємств, тобто створення діючої системи контролінгу на основі вивчення закордонного досвіду.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Питаннями еволюції, запровадження контролінгу в системі управління й економічного розвитку підприємств займалися вчені різних наукових шкіл і поглядів. Дослідженню системи контролінгу присвячені праці багатьох зарубіжних і вітчизняних

вчених. Серед західних теоретиків та практиків визначенню поняття контролінгу приділяють увагу Й. Вебер, Е. Майєр, Р. Манн, Д. Хан, Х.-Й. Фольмут, В. Хорват; серед вітчизняних науковців — Н. М. Бондар, О. А. Зоріна, В. Б. Івашкевич, Т. В. Калайтан, С. Н. Петренко, М. С. Пушкар, Е. В. Репілевський, О. А. Терещенко, А. В. Черкас, І. І. Цигилик та інші. У їхніх публікаціях обґрунтовано необхідність контролінгу на підприємствах, визначено його сутність, сформульовано принципи, функції та чинники. Проте цілісна концепція структури системи контролінгу з урахуванням специфіки діяльності вітчизняних аграрних, у т. ч. органічних, підприємств поки що недостатньо розвинута та потребує подальших розробок.

Метою статті є узагальнення досвіду зарубіжних країн щодо становлення й формування системи контролінгу як інструменту удосконалення управління внутрішніми можливостями суб'єктів господарювання та його ефективного використання вітчизняними аграрними органічними підприємствами.

Виклад основного матеріалу дослідження. Контролінг — це спеціальна саморегульована

© С. В. Лісковець, Є. Ю. Білоусов, 2016

Бібліографія ДСТУ:

Лісковець С. В. Використання закордонного досвіду впровадження системи контролінгу у вітчизняних органічних підприємствах агросфери / С. В. Лісковець, Є. Ю. Білоусов // Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу. — 2016. — № 2 (34). — С. 44–47.

References (APA):

Liskovets', S. V. & Belousov, Ye. Yu. (2016). Vykorystannia zakordonnoho dosvidu vprovadzhennia systemy kontrolinhu u vitchyznianskykh orhanichnykh pidpriemstvakh ahrosfery [The use of foreign experience of introduction of system of controlling in domestic organic enterprises agrosphere]. *Visnyk Berdians'koho universytetu menedzhmentu i biznesu*, 2 (34), 44–47 (in Ukr.).

система методів та інструментів, що спрямовані на функціональну підтримку фінансового менеджменту аграрних органічних підприємств, яка складається з інформаційного забезпечення, планування, координації, аналізу і контролю, внутрішнього консалтингу й аудиту [1]. Виходячи з визначення, можемо зазначити, що контролінг ґрунтується на трьох компонентах: економічна система, управління, інформаційна система.

Поява контролінгу в сучасних аграрних органічних підприємствах зумовлена такими причинами:

- підвищення нестабільності зовнішнього середовища господарювання висуває додаткові вимоги до системи управління підприємством: увага зосереджується на процесі контролю минулих подій для прогнозування майбутніх;
- необхідність прискорення реакції підприємства на зміни зовнішнього середовища, підвищення його гнучкості;
- необхідність постійного відслідковування змін, що виникають у зовнішньому та внутрішньому середовищі підприємства;
- необхідність продуманої системи дій щодо забезпечення виживання підприємства й уникнення кризових явищ;
- ускладнення систем управління підприємства вимагає механізму координації всередині системи управління;
- необхідність побудови спеціальної системи інформаційного забезпечення управління [2, с. 10].

За досить тривалий час розвитку контролінгу в світовій практиці було реалізовано безліч консалтингових проектів, проведено велику кількість досліджень, симпозіумів і конференцій з питань контролінгу. Проте інтерес до нього не спадає, і постійно з'являються нові методи, що дають можливість підвищувати ефективність управління компаніями різних галузей та організаційно-правових форм [3, с. 25]. Існує велика кількість освітніх установ, консалтингових і високотехнологічних компаній, що займаються розвитком і впровадженням контролінгу. Однією із найвпливовіших організацій у цій сфері є Міжнародна група контролінгу (International Group of Controlling), яка об'єднує в собі 27 компаній і освітніх установ з Німеччини, Швейцарії, Австрії, Польщі, Чехії, Словенії, Угорщини, Білорусі і Росії.

Розвиток контролінгу в США спочатку відштовхувався від практичних потреб управління в нових інструментах, що дозволяють оцінити ситуацію й ухвалити правильне рішення. Надалі для «американської моделі» контролінгу так само буде характерний прагматичний підхід, тобто контролінг у США тісно пов'язаний з потребами управління, більш орієнтований на ринок і

запити споживачів. Таким чином, в основі «американської моделі» контролінгу лежить первинна орієнтація на вирішення практичних завдань, а теоретичне обґрунтування відходить на другий план [4, с. 111].

У ряді розвинених європейських країн, наприклад Великобританії, Франції та ін., деякі функції управління відокремилися, що призвело до утворення окремих систем у сфері управління підприємством. Наприклад, система планування, система внутрішнього контролю, а в ній як складова частина внутрішній аудит (у Франції) або система внутрішнього аудиту на підприємстві (у Великобританії) тощо. Враховуючи важливість внутрішнього контролю і внутрішнього аудиту, створюються спеціальні організації. Так, створено Інститут внутрішніх аудиторів у Великобританії. З часом у країнах, де зародився і був поширений контролінг, увага до нього дещо зменшилася, і він став на один рівень з іншими методами ефективного господарювання. Навпаки, у США та Німеччині значущість його дедалі зростає, що пов'язано з історичними особливостями розвитку облікових систем, а також економічними труднощами і проблемами в оподаткуванні цих країн [5, с. 45].

Особливість ситуації на підприємствах Росії полягає в тому, що контролер повинен мати такі професійні знання і навички, які дозволяють реалізувати одночасно як реєстраційно-облікові функції контролінгу, так і консультативно-навігаційні. Контролінг найближчого майбутнього повинен переорієнтовувати вектор своєї діяльності у бік основних джерел ефективності: розробку нових продуктів, технологій і методів організації праці і виробництва у всіх функціональних сферах діяльності підприємства. Саме тоді контролери стануть не звичними сьогодні фахівцями з обліку і аналізу, а реально потрібними помічниками керівників підприємств різних галузей народного господарства і форм власності.

На підприємствах Німеччини фахівці з контролінгу перетворилися у радників і координаторів управління підприємством з питань економіки й організації виробництва. Подальший розвиток контролінгу як нової галузі економічної науки обумовлений різними причинами:

- зміною технологій, диференціації, диверсифікації, інтернаціоналізації компаній;
- збільшенням кількості змінних, на основі яких приймаються рішення;
- ускладненням середовища, у якому функціонує підприємство;
- ускладненням обсягу та предметного змісту інформації, необхідної для управління;
- ускладненням комунікацій та циклу прийняття рішень, що вимагає високої компетенції кадрів у галузі організації та системотехніки.

З метою створення ефективного управління із застосуванням сучасної системи контролінгу великі корпоративні агропідприємства України переймають світову практику організації своєї структури не за традиційною функціональною ознакою (маркетинг, фінанси, постачання, виробництво), а за видами діяльності, кожний з яких групується навколо певного типу послуг (робіт, продукції) та містить у собі необхідні структурні підрозділи, тобто центри відповідальності. Центр відповідальності — це сегмент усередині підприємства, на чолі якого стоїть відповідальна особа, що ухвалює рішення [6], або це підрозділ підприємства, де відповідальною особою (менеджером) контролюється поява витрат, отримання прибутку, використання прибутку, що інвестується [7, с. 139].

На жаль, керівники більшості вітчизняних аграрних підприємств, у т. ч. органічних, не використовують контролінг у власній діяльності у зв'язку з недостатньою проінформованістю про його результативність. А це, у свою чергу, істотно погіршує результати функціонування господарських суб'єктів, впливає на зниження рівня їх конкурентоспроможності та сприяє поширенню явищ неплатоспроможності, неліквідності та збитковості. Впровадження контролінгу впливає на підвищення якості та результативності управління за рахунок розстановки пріоритетів. Сутність системи контролінгу полягає в інтеграції окремих елементів функцій управління. Служба контролінгу забезпечує методичну та інструментальну базу для підтримки основних функцій менеджменту: планування, облік та аналіз, контроль, а також оцінка ситуації прийняття управлінських рішень [8, с. 141].

Результатом впровадження системи контролінгу є:

- можливість швидко і точно зробити розрахунок ціни на прийняте замовлення при договірній ціні, а також прийняти замовлення при фіксованій ціні у разі, якщо ціну пропонує замовник;
- створення формалізованих інформаційних потоків (документообігу), що дає змогу оперативно фіксувати поточний стан виконання тих або інших показників;
- можливість спланувати поточну діяльність та передбачити її результати, побудувати модель майбутнього стану органічного підприємства;
- забезпечення поточного контролю та аналізу результатів фінансово-господарської діяльності органічного агроформування;
- можливість визначення реальних причин тих або інших явищ і формування стилю управління;
- автоматизація функцій обліку, контролю, аналізу та планування діяльності органічного підприємства [9, с. 79].

На сьогоднішній день питання організації контролінгу в органічних підприємствах України вирішуються індивідуально для кожного підприємства з урахуванням специфіки та обсягів їх діяльності. У більшості випадків функції контролінгу виконує головний бухгалтер чи економіст, що заважає виконанню їхніх прямих обов'язків. Враховуючи досвід країн, де система контролінгу давно використовується та розвивається, максимальний ефект досягається при організації системи контролінгу в окрему структурну одиницю [10, с. 208].

Висновки. Отже, зарубіжний досвід застосування контролінгу та практика його розвитку в Україні показують, що кращої альтернативи системі контролінгу як чіткого інструмента для обґрунтування управлінських рішень поки що не знайдено. Роль контролінгу в різних країнах світу постійно зростає, що сприяє постійним змінам системи управління на підприємствах. Контролінг на аграрному органічному підприємстві стає не просто елементом управління, а такою системою, за допомогою якої формуються всі управлінські рішення. На сьогодні практично у всіх країнах Західної Європи більшою чи меншою мірою мають місце елементи контролінгу як однієї з найбільш ефективної системи господарювання.

З метою забезпечення виробництва конкурентоспроможної органічної продукції, завоювання ринків збуту, оптимізації витрат і отримання максимального прибутку вітчизняним органічним підприємствам доцільно здійснювати впровадження окремих елементів підсистеми контролінгу, що дозволяють сформувати діючу систему внутрішнього обліку та фінансового менеджменту на підприємстві. Функціонування цієї системи націлено на вироблення інформації певного обсягу, що дозволяє керівництву приймати оптимальні управлінські рішення і, тим самим, перешкоджати створенню кризових ситуацій на підприємстві у процесі господарювання.

Література

1. Адаменко М. Перспективи використання системи контролінгу на підприємствах України [Електронний ресурс] / М. Адаменко. — Режим доступу : http://www.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/Vddfa/2008_1/4/4%2520Adamenko.pdf.
2. Пушкар М. С. Концепція контролінгу / М. С. Пушкар // Перспективи розвитку контролінгу як науки: теорія та практика : збірник наукових праць за матеріалами наук.-практ. конф., 17 грудня 2008 р. / Міністерство освіти і науки України, Тернопільський національний економічний університет [та ін.] — Тернопіль : ТНЕУ, 2008. — С. 7–23.
3. Стефаненко М. М. Використання контролінгу в системі управління підприємством / М. М. Стефаненко, Л. Ю. Набієва // Економіка та держава. — 2007. — № 2. — С. 24–26.
4. Rickards R. C. Management Perspectives on Problems in Controlling and Cost Accounting / R. C. Rickards // Investment Management and Financial Innovations. — 2005. — № 3. — P. 109–127.
5. Wolfgang B. Controlling as a Science in Germany-Retro-

spective, Status Quo and Outlook / W. Becker, B. Baltzer, P. Ulrich // *Singidunum Scientific Review*. — 2011. — Vol. 8. — Issue 2. — P. 40–54.

6. Зоріна О. А. Місце контролінгу в системі управління підприємством / О. А. Зоріна // *Науковий вісник національного університету ДПС України*. — 2009. — № 2 (49).

7. Калайтан Т. В. Контролінг : навч. посіб. / Т. В. Калайтан. — Львів : Новий Світ — 2000, 2008. — 252 с.

8. Черкас А. В. Проблематика впровадження контролінгу на вітчизняних підприємствах / А. В. Черкас // *Економіка і управління*. — 2013. — № 4. — С. 140–143.

9. Одинцова Т. М. Контролінг як фактор розвитку бухгалтерського учета в умовах економіки знань / Т. М. Одинцова // *Вісник СевНТУ : зб. наук. пр. Вип. 138/2013. Серія : Економіка і фінанси*. — Севастополь, 2013. — С. 77–84.

10. Бондар Н. М. Формування системи контролю на сучасному підприємстві / Н. М. Бондар // *Управління проектами, системний аналіз і логістика*. — 2007. — № 4. — С. 206–210.

References

1. Adamenko, M. (2008), *Perspektyvy vykorystannia systemy kontrolinhu na pidpriemstvakh Ukrainy* [Prospects for the use of the controlling system at the enterprises of Ukraine], Retrieved from http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc_Gum/Vdd-fa/2008_1/4/4%2520%20Adamenko.pdf (in Ukr.).

2. Pushkar, M. S. (2008, December 17), *Kontseptsiiia kontrolinha* [The concept of controlling], *Collection of scientific works on materials of the scientific «Prospects of development of controlling as a science: theory and practice»* (7–23), Ternopil', Ternopil's'kyj

natsional'nyj ekonomichnyj universytet (in Ukr.).

3. Stefanenko, M. M. & Nabiieva, L. Yu. (2007), *Vykorystannia kontrolinhu v systemi upravlinnia pidpriemstvom* [The use of controlling in the management system of the enterprise], *Ekonomika ta derzhava*, 2, 24–26 (in Ukr.).

4. Rickards, R. C. (2005), *Management Perspectives on Problems in Controlling and Cost Accounting*, *Investment Management and Financial Innovations*, 3, 109–127.

5. Wolfgang, B. Becker, W. Baltzer, B. & Ulrich, P. (2011), *Controlling as a Science in Germany-Retrospective*, *Status Quo and Outlook, Singidunum Scientific Review*, 8, 40–54.

6. Zorina, O. A. (2009), *Mistse kontrolinhu v systemi upravlinnia pidpriemstvom* [Place of controlling in the enterprise management system], *Naukovyj visnyk natsional'noho universytetu DPS Ukrainy*, 2 (49) (in Ukr.).

7. Kalajtan, T. V. (2008), *Kontrolinh* [Controlling], L'viv: Novyj Svit — 2000, Ltd (in Ukr.).

8. Cherkas, A. V. (2013), *Problematyka vprovadzhennia kontrolinhu na vitchyznianskykh pidpriemstvakh* [Problems of implementation of controlling in domestic enterprises], *Ekonomika i upravlinnia*, 4, 140–143 (in Ukr.).

9. Odyntsova, T. M. (2013), *Kontrolynh kak faktor razvytia bukhgalterskoho ucheta v usloviakh ekonomiky znanyj* [Controlling as a factor in the development of accounting in the knowledge economy], *Visnyk SevNTU*, 138, 77–84 (in Ukr.).

10. Bondar, N. M. (2007), *Formuvannia systemy kontroliu na suchasnomu pidpriemstvi* [The formation of control systems in the modern enterprise], *Upravlinnia proektamy, systemnyj analiz i lohistyka*, 4, 206–210 (in Ukr.).

УДК 338.246:339.17

Л. О. Мармуть,

Т. Г. Величко,

Л. П. Рогатіна

СТРАТЕГІЧНЕ УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНОЮ БЕЗПЕКОЮ АГРАРНИХ ТА ХАРЧОВИХ ПІДПРИЄМСТВ

Анотація. У статті розглянуті особливості формування фінансово-економічної безпеки аграрних та харчових підприємств. Виявлені її ризики та чинники забезпечення. Обґрунтовані типи стратегій досягнення та підходи до їх забезпечення. Визначені критерії та індикатори оцінки ефективності. Розроблена система планування фінансово-економічної безпеки.

Ключові слова: фінансово-економічна безпека, стратегічне управління, аграрні та харчові підприємства, стратегічне планування, ефективність.

Summary. In the article the peculiarities of formation of financial-economic security of the agricultural and food enterprises. Discovered her risks and factors of security. Substantiated types of strategies to achieve and the approaches to their welfare. The criteria and indicators of performance evaluation. The developed system of planning of financial-economic security.

Key words: financial and economic security, strategic management, agricultural and food companies, strategic planning, efficiency.

© Л. О. Мармуть, Т. Г. Величко, Л. П. Рогатіна, 2016

Бібліографія ДСТУ:

Мармуть Л. О. Стратегічне управління фінансово-економічною безпекою аграрних та харчових підприємств / Л. О. Мармуть, Т. Г. Величко, Л. П. Рогатіна // *Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу*. — 2016. — № 2 (34). — С. 47–51.

References (APA):

Marmul, L. A., & Velichko, T. G., & Rohatyna, L. P. (2016). *Strategichne upravlinnia finansovo-ekonomichnoiu bezpekoju ahrarnykh ta kharchovykh pidpriemstv* [Strategic management of financial and economic security of agricultural and food enterprises]. *Visnyk Berdians'koho universytetu menedzhmentu i biznesu*, 2 (34), 47–51 (in Ukr.).

Постановка проблеми. З огляду на об'єктивну необхідність забезпечення фінансово-економічної безпеки аграрних та харчових підприємств та її роль як невід'ємної умови життєдіяльності кожного суб'єкта господарювання агросфери можна стверджувати про те, що їх функціонування потребує не лише його створення, ефективної діяльності, розвитку, використання ресурсів, капіталізації, але й гарантування безпеки, зокрема фінансово-економічної. Тому важливим результатом вивчення цієї економічної категорії є висновок про необхідність визнання фінансово-економічної безпеки одним із основних напрямів функціонування аграрних і харчових підприємств. Включення фінансово-економічної безпеки до напрямів діяльності суб'єктів господарювання агросфери (крім маркетингової, комерційної, інноваційної, соціальної та ін.) дозволяє імплементувати основи її забезпечення у систему стратегічного і тактичного планування, сформулювати мету та визначити операційні цілі.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Теоретико-методологічні питання фінансово-економічної безпеки підприємств, у т. ч. агросфери, досліджували такі вчені, як: В. Антошкін, А. О. Заїнчковський, Н. О. Ковальчук, В. В. Кохан, І. П. Мойсеєнко, Н. В. Рунчева. При цьому проблеми управління та організації фінансово-економічної безпеки підприємств АПК у тій чи іншій мірі були досліджені такими науковцями, як: Ю. В. Гаруст, О. А. Хлистун та інші науковцями.

Метою статті є обґрунтування місця фінансово-економічної безпеки в процедурі стратегічного планування та стратегії її забезпечення серед інших стратегій функціонування і розвитку аграрних та харчових підприємств.

Виклад основного матеріалу дослідження. Стратегічна орієнтація діяльності підприємств агросфери є важливою передумовою їх ефективного функціонування, особливо в ринкових умовах. Проте стратегічне управління повинно стосуватися всіх напрямів діяльності аграрних та харчових підприємств, зокрема й фінансово-економічної безпеки [1, с. 41]. Це тим більше слушно, що в умовах нестабільності соціально-економічного та політичного середовища належне управління безпекою ускладнене низкою проблем, передусім такими, як нестабільність економіки та її державного регулювання, недосконалість правового середовища, значна тінізація аграрного, фондового та інших ринків, тиск з боку більш потужних конкурентів включно з недобросовісними, прояви рейдерства, недостатність фінансового забезпечення та багато ін. За таких умов при стратегічному управлінні підприємствами агросфери потрібно враховувати:

1) циклічність розвитку та особливості трансформацій вітчизняної економіки, від чого залежить вибір інструментів, методів і моделей безпеки суб'єктів господарювання;

2) необхідність використання системного, ситуаційного та цільового підходів при виборі стратегічних пріоритетів розвитку, що в умовах невизначеності зовнішнього середовища дозволяє окреслити його перспективи з урахуванням ризиків;

3) перевірені практикою методи, інструменти і моделі стратегічного управління;

4) рівень ресурсного забезпечення, спеціалізації, розміри та фінансово-економічну стійкість аграрних та харчових підприємств.

Зазначимо, що діяльність із забезпечення фінансово-економічної безпеки підприємств агросфери дозволяє посилити ефективність усієї планової роботи, оскільки використовується для обґрунтування не тільки одного управлінського рішення, а для сукупності можливих варіантів поведінки суб'єкта господарювання залежно від змін у зовнішньому середовищі [2, с. 169]. Визначальні завдання фінансово-економічної безпеки у процедурі стратегічного планування полягають в оцінці рівня й описі характеристик стану безпеки за кожною стратегічною альтернативою, дослідженні ризиків і чинників впливу на реалізацію стратегії. Вони стосуються узгодження обраної стратегії розвитку підприємства з основами його життєдіяльності при формуванні кінцевої стратегії, моніторингу стану безпеки та врахування його зміни при коригуванні загальної стратегії розвитку. Роль стратегії забезпечення фінансово-економічної безпеки підприємства є істотною, адже разом із корпоративною стратегією окреслює мету, напрямки і перспективи більш передбачуваного його розвитку, що, у свою чергу, є основою гарантування ефективності та стабільності функціонування.

На сьогодні теоретико-методичне забезпечення стратегічного планування фінансово-економічної безпеки підприємства залишається недостатньо обґрунтованим. Так, можна відшукати лише окремі підходи, зокрема Т. Іванюта та О. Заїчковський пропонують лише три типи стратегії фінансово-економічної безпеки підприємства: 1) раптового реагування на загрози; 2) прогнозування небезпек та загроз (включаючи цілеспрямоване дослідження економічної та криміногенної ситуації як всередині підприємства, так і в навколишньому середовищі); 3) відшкодування завданих збитків. Слабким місцем цього підходу є обмеженість типів стратегії та нечіткість критеріїв їх відокремлення [3, с. 68].

У той же час пропонується використовувати підхід, згідно з яким для забезпечення фінансо-

во-економічної безпеки підприємства слід користуватися трьома стратегіями: договірною, матричною, комплексною. Головними критеріями диференціації стратегічних підходів до управління фінансово-економічною безпекою підприємства є такі чинники: 1) стан фінансово-економічної безпеки суб'єкта господарювання на момент розробки (коригування) стратегій; 2) фінансові можливості підприємства щодо стратегії досягнення безпеки.

У міру збільшення рівня ризику та, відповідно, зниження фінансово-економічної безпеки підприємства необхідно активізувати діяльність із зміцнення безпеки, що потребує збільшення обсягів фінансування таких заходів або здійснення окремих організаційних дій. Відповідно, якщо стан безпеки низький, проте підприємство має змогу виділити на стратегію управління безпекою значні фінансові ресурси, доцільно обирати стратегію «інституціоналізації та послідовного зміцнення». Згідно з нею, підприємству потрібно здійснити комплекс заходів інституційного та організаційного характеру, які передбачають створення відповідних внутрішніх нормативних документів, що регламентують діяльність з безпеки та створити відповідну структуру (відділ, службу) чи надати певні повноваження вже існуючим відділам [4, с. 247]. Крім того, ця стратегія передбачає здійснення постійного моніторингу зовнішнього та внутрішнього середовища функціонування на предмет виявлення чинників впливу на функціональні складові безпеки, вжиття превентивних заходів із недопущення реалізації потенційних загроз.

Розробка та реалізація стратегії забезпечення фінансово-економічної безпеки підприємства за своєю суттю є елементом стратегічного управління, тобто багатопланового, формально-поведінкового управлінського процесу, який допомагає формулювати та виконувати ефективні стратегії, що сприяють балансуванню відносин між організацією, включаючи її окремі частини, та зовнішнім середовищем, а також досягненню встановлених цілей. Це також процес, за допомогою якого апарат управління здійснює довгострокове керівництво, визначає цілі діяльності, розробляє стратегію їх досягнення, враховуючи всі релевантні (найсуттєвіші) зовнішні та внутрішні умови, а також забезпечує виконання розроблених відповідних планів, постійно розвиваючись і змінюючись.

Необхідність підтримки стратегічної орієнтації робить процес стратегічного управління безпекою безперервним і динамічним та визначає його метою встановлення цілей, розробку і забезпечення виконання планових показників у межах підсистем безпеки [5, с. 78]. Це є основою для створення умов динамічної конкурентоспроможності і життєздатності суб'єктів господарювання

агросфери в довгостроковій перспективі. При формуванні стратегії їх безпеки доцільно передбачити такі її складові елементи, як: цілі, суб'єкти, об'єкти, засоби та терміни досягнення. Встановлення цілей потребує використання системного підходу, що передбачає врахування:

1) потреб підприємств з огляду як на зовнішнє, так і внутрішнє середовище господарювання;

2) бажаний стан індикаторів за функціональними складниками безпеки;

3) перебіг нормальних за інтенсивністю та економічною ефективністю технологічних процесів.

Формування стратегії фінансово-економічної безпеки аграрних та харчових підприємств доцільно проводити з урахуванням існуючого стану життєвого циклу його розвитку, оскільки між ними існує тісний зв'язок. В свою чергу, життєвий цикл формується під впливом розвитку галузі, технології, товару, організаційних форм бізнесу, персоналу. Це потребує постійного вивчення внутрішніх та зовнішніх процесів, які відбуваються всередині та за межами підприємства [6, с. 251]. Вибір стратегії зміцнення фінансово-економічної безпеки багато в чому залежить від конкурентних позицій суб'єктів господарювання. Адже здатність функціонувати стабільно досягається за рахунок конкурентних переваг, тобто сукупності чинників та параметрів, що забезпечують його впізнання і виокремлення із загальної кількості конкурентів.

Конфігурація заходів стратегії гарантування фінансово-економічної безпеки аграрних та харчових підприємств визначається наявністю та особливостями зовнішніх і внутрішніх загроз їх життєдіяльності. Лише за належного захисту від негативних чинників та загроз створюються передумови підвищення ефективності використання ресурсного забезпечення та фінансово-господарської діяльності в цілому. У цьому аспекті важливим є також моніторинг чинників, які формують загрози фінансово-економічній безпеці, оскільки він є основою формування заходів її забезпечення.

Моніторинг повинен стати важливою складовою як коротко-, так і середньострокового прогнозування та розробки стратегії зміцнення фінансово-економічної безпеки аграрних та харчових підприємств в межах загальної стратегії їх розвитку [7, с. 125]. Для цього моніторинг чинників і показників стану безпеки повинен бути невід'ємною частиною аналітичної роботи служб фінансово-економічної безпеки та проводитися на передпрогнозній стадії вироблення стратегічних напрямів її зміцнення.

Економічна ефективність господарювання є важливою внутрішньою характеристикою безпеки підприємств агросфери, проте повноцінний її

механізм потребує також гарантування безпеки за кожною з її функціональних складових, передусім фінансової, інтелектуально-кадрової, інформаційної та техніко-технологічної. Здійснені заходи за цими напрямками уможливають забезпечення належного узагальнюючого рівня безпеки. Проте стверджувати про те, що фінансово-економічна безпека задовольняється повністю, можливо лише у разі забезпечення виконання місії та завдань суб'єктів господарювання на відповідному етапі життєвого циклу розвитку.

З метою найбільш ефективної реалізації обраної стратегії безпеки в аграрних та харчових підприємствах доцільно розробити й впровадити систему планів, що охоплюють усі аспекти процесу стратегічного планування, включно з цільовою програмою, стратегічним, тактичним, календарним, індивідуальним та індикативним планами [8, с. 191]. У системі планів повинні зазначатися: мета змін у функціонуванні внутрішніх систем підприємств; строки внесення змін; роботи, які необхідно здійснити для внесення змін; їх виконавці; необхідні матеріальні, трудові й інвестиційні ресурси. При цьому цільова програма встановлює, для чого необхідні зміни у внутрішніх системах.

Стратегічний план визначає терміни та суть заходів, спрямованих на досягнення поставленої мети, та повинен включати такі елементи, як припущення про тенденції розвитку і характер конкуренції, змін зовнішнього середовища; аналіз сильних і слабких сторін підприємства; місія і цілі; загальна стратегія; план дій зі створення конкурентних переваг; функціональні стратегії та стратегії на випадок надзвичайних обставин; ресурси, необхідні для реалізації стратегії; оцінка вірогідності стратегічного успіху; графік основних заходів.

Тактичний план показує, хто виконуватиме роботу (які підрозділи підприємства), яким чином і де. Індивідуальний план роботи найбільш корисний для досягнення цілей стратегії, оскільки являє собою інструмент цільового керування, що забезпечує у формальній формі фіксацію конкретних робіт, строків їх закінчення й контроль. Правильно складений і належним чином контрольований індивідуальний план роботи конкретного підрозділу підприємства може поєднувати цільовий, стратегічний і тактичний плани на основі єдиного бюджету [9, с. 30].

У цільовому, стратегічному й тактичному планах однією з основних є проблема забезпечення взаємозв'язку внутрішніх систем і підрозділів аграрних і харчових підприємств. Вирішення цієї проблеми зводиться до внесення необхідних змін у діяльність всіх його внутрішніх систем і підрозділів, причому в погоджений термін. Завершаль-

ною ланкою організації стратегічного планування фінансово-економічної безпеки є складання індивідуальних планів роботи — документів із зазначенням виконавців робіт. Індивідуальні плани роботи складаються на певний період, що повинен погоджуватися з періодом складання звітів про перебіг процесу реалізації обраної стратегії у сфері безпеки, та дозволяють персоніфікувати відповідальність.

Нарешті, індикативні плани допомагають визначити результативність заходів щодо забезпечення фінансово-економічної безпеки аграрних та харчових підприємств на основі оцінки системи відповідних індикаторів.

Висновки. Отже, розробка та реалізація стратегії забезпечення фінансово-економічної безпеки аграрних та харчових підприємств за своєю суттю є елементом стратегічного управління. Він визначається як багатоплановий, формально-поведінковий процес, який допомагає формулювати та виконувати ефективні стратегії, що сприяють забезпеченню відносин між організацією, включаючи її окремі частини, та зовнішнім середовищем, а також досягненню встановлених цілей. Це також процес, за допомогою якого апарат управління підприємством здійснює довгострокове керівництво, визначає цілі діяльності, розробляє стратегію їх досягнення, враховуючи всі релевантні умови, а також забезпечує виконання відповідних планів, постійно розвиваючись і змінюючись. Необхідність підтримки стратегічної орієнтації робить процес стратегічного управління фінансово-економічною безпекою безперервним і динамічним та визначає його метою забезпечення виконання планових показників у межах підсистем безпеки. Загалом, це є основою для створення стійких умов динамічної конкурентоспроможності і фінансово-економічної стійкості суб'єктів господарювання в довгостроковій перспективі.

Література

1. Гаруст Ю. В. Фінансово-економічна безпека підприємства АПК: теоретико-правові аспекти / Ю. В. Гаруст, А. І. Перелазний // Форум права. — 2015. — № 5. — С. 39–44.
2. Васильців Т. Г. Фінансово-економічна безпека підприємств України: стратегія та механізми забезпечення : монографія / Васильців Т. Г., Волошин В. І., Бойкевич О. Р., Каркавчук В. В., [за ред. Т. Г. Васильціва]. — Львів, 2012. — 386 с.
3. Іванюта Т. М. Економічна безпека підприємства: навч. посіб. / Т. М. Іванюта, А. О. Заїчковський. — К. : Центр учбової літератури, 2009. — 256 с.
4. Мойсеєнко І. П. Управління фінансово-економічною безпекою підприємства : навч. посібник. / І. П. Мойсеєнко, О. М. Марченко. — Львів, 2011. — 380 с.
5. Антошкін В. К. Домінанти організаційно-економічного механізму управління соціально-економічною безпекою регіонів / В. К. Антошкін // Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу. — 2015. — № 4 (32). — С. 76–79.
6. Ковальчук Н. О. Підходи щодо оцінювання фінансово-економічної безпеки вітчизняних підприємств / Н. О. Ковальчук, А. Г. Корбутяк // БізнесІнформ. — 2014. — № 10. — С. 249–255.

7. Кохан В. В. Система фінансово-економічної безпеки підприємства / В. В. Кохан // Управління розвитком. — 2014. — № 14. — С. 124–126.

8. Хлестун О. А. Формування змісту фінансово-економічної безпеки підприємств агропродовольчої сфери / О. А. Хлестун // Вісник Чернігівськ. держ. технологічного ун-ту. — 2014. — № 2 (74). — С. 187–195.

9. Рунчева Н. В. Маркетингові стратегії корпоративних агроформувань / Н. В. Рунчева // Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу. — 2015. — № 2 (30). — С. 29–32.

References

1. Harust, Yu. V. & Perelaznyj, A. I. (2015), *Finansovo-ekonomichna bezpeka pidpriemstva APK: teoretyko-pravovi aspekty* [Economic and financial security of agrarian and industrial complex enterprises: theoretical and legal aspects], *Forum prava*, 5, 39–44 (in Ukr.).

2. Vasylytsiv, T. H. Voloshyn, V. I. Bojkevych, O. R. & Karvakchuk, V. V. (2012), *Finansovo-ekonomichna bezpeka pidpriemstv Ukrainy: stratehiia ta mekhanizmy zabezpechennia* [Financial-economic security of Ukraine: strategy and mechanisms], L'viv, Ltd (in Ukr.).

3. Ivaniuta, T. M. & Zaichkovs'kyj, A. O. (2009), *Ekonomichna bezpeka pidpriemstva* [Economic security of an enterprise], Kiev: Tsentr uchbovoi literatury, Ltd (in Ukr.).

4. Mojsejenko, I. P. & Marchenko, O. M. (2011), *Upravlin-*

nia finansovo-ekonomichnoiu bezpekoiu pidpriemstva [Management of financial and economic security of an enterprise], L'viv, Ltd (in Ukr.).

5. Antoshkin, V. K. (2015), *Dominanty orhanizatsijno-ekonomichnoho mekhanizmu upravlinnia sotsial'no-ekonomichnoiu bezpekoiu rehioniv* [Dominant organizational-economic mechanism of management of socio-economic security of the regions], *Visnyk Berdians'koho universytetu menedzhmentu i biznesu*, 4 (32), 76–79 (in Ukr.).

6. Koval'chuk, N. O. & Korbutiak, A. H. (2014), *Pidkhody schodo otsiniuvannia finansovo-ekonomichnoi bezpeky vitchyznianskykh pidpriemstv* [Approaches to the assessment of financial and economic security of domestic enterprises], *BiznesInform*, 10, 249–255 (in Ukr.).

7. Kokhan, V. V. (2014), *Systema finansovo-ekonomichnoi bezpeky pidpriemstva* [System of the financial-economic security of enterprise], *Upravlinnia rozvytkom*, 14, 124–126 (in Ukr.).

8. Khlystun, O. A. (2014), *Formuvannia zmistu finansovo-ekonomichnoi bezpeky pidpriemstv ahroprodovol'choi sfery* [Formation of financial-economic security of enterprises in the food industry], *Visnyk Chernihivs'k. derzh. tekhnolohichnoho un-tu*, 2 (74), 187–195 (in Ukr.).

9. Runcheva, N. V. (2015), *Marketynhovi stratehii korporatyvnykh ahroformuvan'* [Marketing strategy corporate agricultural companies], *Visnyk Berdians'koho universytetu menedzhmentu i biznesu*, 2 (30), 29–32 (in Ukr.).

УДК 338.516.49:631.95

Н. П. Новак

ОСОБЛИВОСТІ ЦІНОУТВОРЕННЯ НА ОРГАНІЧНУ ПРОДУКЦІЮ ТА ЗАСОБИ ЙОГО УДОСКОНАЛЕННЯ Й ВИКОРИСТАННЯ В УПРАВЛІННІ ВИРОБНИЦТВОМ

Анотація. У статті виявлені особливості ціноутворення на органічну продукцію. Визначені чинники ціноутворення та цінні моделі управління органічним виробництвом. Здійснено аналіз цінової ситуації на ринку органічної продукції в Україні та в світі. Виявлено проблеми встановлення високих цін. Обґрунтовано інструменти та засоби зменшення цін на перспективу.

Ключові слова: ціноутворення, органічна продукція, сертифікація, вартість, платоспроможний попит, бюджетна підтримка, товаровиробники, управління.

Summary. In the article the peculiarities of pricing in organic production. The factors of pricing and pricing models management of organic production. The analysis of the price situation on the market of organic products in Ukraine and in the world. Identified the problem of fixing the highest possible prices. Reasonably instruments and means of reducing costs in the future.

Key words: pricing, organic certification, value, effective demand, budgetary support, producers, management.

Постановка проблеми. В умовах інтенсивного впровадження інноваційних технологій у виробництво сільськогосподарської та продовольчої продукції з однієї сторони та поширення філософії здорового способу життя серед широких верств населення — з іншої, все більшого значення набувають якісні показники продуктів харчування.

Відомо, що органічна продукція має більшу екологічну безпечність та корисність у порівнянні із традиційними аналогами. Проте, зважаючи на економічну кризу та зменшення платоспроможності споживачів в останні роки, важливим чинником, що визначає попит на екологічно чисту органічну продукцію, є її ціна.

© Н. П. Новак, 2016

Бібліографія ДСТУ:

Новак Н. П. Особливості ціноутворення на органічну продукцію та засоби його удосконалення й використання в управлінні виробництвом / Н. П. Новак // Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу. — 2016. — № 2 (34). — С. 51–55.

References (APA):

Novak, N. P. (2016). *Osoblyvosti tsinoutvorennia na orhanichnu produktsiiu ta zasoby yoho udoskonalennia y vykorystannia v upravlinni vyrobnytstvom* [Peculiarities of pricing in organic production and the means of its improvement and use production control]. *Visnyk Berdians'koho universytetu menedzhmentu i biznesu*, 2 (34), 51–55 (in Ukr.).

Для споживача ціна виступає не лише особливим економічним, але й психологічним елементом, тому що втілює в собі витрати, на які повинен зважитися та які повинен здійснити покупець. Для виробника ціна — маркетинговий інструмент, який, на відміну від товару, збуту та комунікації, є джерелом доходів, а не витрат. Ціна є одним із вирішальних чинників, що спонукає виробництво та зумовлює конкурентоспроможність товару, особливо органічної сільськогосподарської продукції, на ринку.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Питання виробництва, маркетингової стратегії та формування і регулювання цін на органічну продукцію відображені у працях багатьох вітчизняних учених, серед яких варто виділити В. А. Борисову, В. Е. Єсіпова, М. М. Ігнатенка, О. М. Маслака, О. М. Шпичака. Дане питання висвітлювали зарубіжні науковці: К. Зандер, Г. Штольц, У. Гамм, Ф. Вайбель, А. Гезелі, О. Шмід, Х. Віллер, Р. Райтер. Водночас, окремі питання ціноутворення на органічну продукцію в Україні потребують подальшого дослідження та розробок.

Метою статті є виявлення особливостей та чинників ціноутворення на органічну продукцію, порівняльний аналіз його стану в Україні та у світі і на цій основі — обґрунтування інструментів та засобів зменшення цін на органічну продукцію.

Виклад основного матеріалу дослідження. Підвищення ролі ціноутворення на органічну продукцію у стратегії її виробництва та реалізації визначається досить високим рівнем інфляції, високою ціною на сировину органічного походження, підвищенням конкуренції в умовах євроінтеграції та зниженням купівельної спроможності покупців. Названі чинники визначають актуальність вибору цінової моделі управління органічним бізнесом та її економічне обґрунтування. Для України зростання кількості товаровиробників, які виробляють органічну продукцію та забезпечують збільшення обсягів її споживання, є вагомим чинником економіко-екологічного та соціального розвитку, оскільки органічна діяльність не тільки позитивно впливає на статус підприємств та держави, а й на здоров'я, тривалість життя та відтворення населення, стан навколишнього середовища [2, с. 5].

Нині ринок органічної продукції в Україні знаходиться на початковому етапі розвитку, що зумовлено певними чинниками. Серед них є відсутність державної підтримки товаровиробників у перехідний період; недостатня кількість офіційно зареєстрованих сертифікаційних центрів оцінки відповідності виробництва та продукції; несформований внутрішній попит на неї; нерозвиненість ринкової інфраструктури, складність забезпечення технологічних вимог при відтворенні органіч-

ного виробництва; висока собівартість та ціна реалізації органічних продуктів. При цьому ціноутворення на неї має певні особливості.

До особливостей ціноутворення на органічну сільськогосподарську продукцію відносять таку, як наявність та вплив додаткових витрат. Адже повна собівартість одиниці органічної продукції включає витрати на забезпечення органічності та на проведення сертифікації виробництва. Водночас, наявність екологічного сертифікату є додатковим аргументом на користь її безпеки для споживачів. Органічні продукти харчування є специфічним товаром, який вимагає не тільки особливої технології вирощування, але і збуту.

Зокрема, відповідно до стандартів, виробники органічної продукції мають забезпечувати її транспортування до інших підрозділів лише у відповідній упаковці. При зберіганні продукції має забезпечуватися ідентифікація партій. Слід запобігати змішуванню органічної продукції з продуктами або речовинами, які не відповідають правилам органічного виробництва [4, с. 8]. Все вищенаведене пояснює підвищення цін на дану категорію продуктів харчування.

Друга особливість — вплив цін товарів, що не мають екологічних властивостей та цінності органічної продукції. Покупець буде тим більш чутливим до ціни, чим вищою вона буде порівняно із звичайними товарами. Тобто, при встановленні ціни на органічну продукцію слід враховувати не лише вартість товарів-конкурентів з аналогічними екологічними властивостями, але й ціни продуктів, виготовлених з сировини, вирощеної інтенсивним методом [3, с. 186].

У країнах ЄС націнка на органічні продукти складає 15–50 %, у США — близько 30 %, а в Україні 100–300 % відносно неорганічної. Наприклад, органічна манна крупа «Жменька» коштує у 1,5–2 рази дорожче за звичайну (24 грн./кг до 12 грн./кг); сік яблучний «Пан Еко» — у 2 рази (41 грн./л до 22,55 грн./л). Отже, роздрібні ціни на органічні продукти у вітчизняних торговельних мережах значно завищені. Така ситуація призводить до того, що дозволити собі купити органічні продукти можуть менше 1 % українців. Отже, розвиток ринку органічних продуктів в Україні міг би здійснюватися значно швидшими темпами за умови нівелювання високої вартості органічних товарів (табл. 1).

З даних табл. 1 видно, що молочна продукція (молоко, сметана, масло) органічного виробництва дорожча від традиційної більше ніж у 2,3 разів. Органічні яйця на ринку України дорожчі майже вдвічі. На овочі органічного виробництва ціна є вищою у 2,5–3,75 разів (помідори — у 2,8 рази, огірки — у 2,5 рази, морква — у 3,5 рази, цибуля — у 3,75 рази). Різниця цін на традицій-

Таблиця 1

Співвідношення роздрібних цін на традиційну та органічну продукцію в Україні, 2016 р. (власні дослідження)

№ п/п	Назва продукту харчування	Одиниця виміру	Ціна станом на 20.03.2016 р., грн.		%
			На традиційний товар	На органічний товар	
1	Молоко	1 л	10,00	23,50	235
2	Сметана	0,5 л	15,00	34,00	227
3	Масло	200 гр	22,00	50,00	227
4	Яйця	10 шт.	20,00	37,50	187
5	Тушка куряча	1 кг	40,00	90,00	225
6	Биток свинячий	1 кг	80,00	150,00	187
7	Морква	1 кг	10,00	35,00	350
8	Цибуля	1 кг	8,00	30,00	375
9	Помідори	1 кг	50,00	140,00	280
10	Огірки	1 кг	40,00	100,00	250
11	Банани	1 кг	35,00	60,00	170
12	Апельсини	1 кг	35,00	57,00	162
13	Яблука	1 кг	20,00	50,00	250
14	Хліб	400 гр	6,00	20,00	333

ні та сертифіковані хлібобулочні вироби склали 3,3 разів. Отже, проаналізувавши ціни на окремі органічні товари сільськогосподарського виробництва, можна стверджувати, що вони є занадто високими для середньостатистичного вітчизняного споживача. Відтак, зважаючи на однозначну корисність органічної продукції вирішальним чинником, що формує попит на неї є ціна та підтвердження відповідності її статусу.

Психологічний ефект іміджу товару також пов'язаний з тим, що чим кращою є якість продукту, тим вищою має бути ціна на нього. Тому в деяких випадках психологічний ефект іміджу товару може послаблювати економічний ефект від високої ціни. Можна стверджувати, що іноді висока ціна слугує для споживача підтвердженням якості товару [1, с. 153]. Така ситуація має безпосереднє відношення до товарів, покликаних створити або підтримати певний статус споживача. Купівля елітних органічних продуктів, окрім покращення стану здоров'я, може стати способом демонстрації високого статусу споживача. Наприклад, відомі особи, що рекламують органічні продукти, спонукають споживачів наблизитись до їх рівня життя, купуючи такі товари.

Проведені раніше дослідження довели, що основним мотивом купівлі органічних товарів є бажання споживачів споживати якісну, екологічно чисту продукцію, що є безпечною для здоров'я. Майже 70 % населення вважають, що якість традиційної сільськогосподарської продукції є низькою і вони нею не задоволені [5, с. 152]. Тому ринок органічної продукції демонструватиме стійку тенденцію до зростання.

Ставлення гуртових постачальників до товару вимагає здійснення постійного моніторингу з боку виробника, оскільки дистриб'ютор може як активно просувати товар, так і перешкоджати його продажам. Слід враховувати, що дистриб'ютор

буде активніше просувати той товар, який приносить йому більше вигоди. З іншого боку, останнім часом активісти «зелених» рухів та природоохоронних організацій починають зосереджувати свою увагу й на представниках найбільших збутових мереж, які під впливом вимог громадськості вимушені впроваджувати різноманітні екологічні ініціативи.

Висока ціна органічної продукції, крім іншого, обумовлена вартістю сертифікації. До основних чинників впливу на ціну послуг сертифікаційних органів можна віднести площу ріллі, чисельність поголів'я та кількість задіяних підприємств, поряд з органічним, наявність традиційного виробництва тощо. Наприклад, мінімальна вартість послуг компанії «Органік стандарт» з сертифікації господарства площею від 1 до 25 га приватними стандартами «БІОЛан» становить 2400 грн. Вищою є ціна послуг із сертифікації за міжнародними стандартами ЄС — 3600 грн. [6, с. 168]. Справедливо відмітити, що ціна сертифікації в різних сертифікаційних структурах різна, але в Україні їх нараховується менше десяти (табл. 2).

Оскільки процес сертифікації є високовартісним, то в багатьох країнах на державному рівні стимулюється створення нових суб'єктів органічного сектора та надається підтримка вже існуючим. Одним із інструментів такої підтримки є надання бюджетних субсидій на сертифікацію. Умови отримання та розмір таких виплат залежить від розроблених програм відповідними органами та рівнем їх компетенції. Так, відомою програмою фінансової підтримки виробників та переробників органічної продукції у США є Програма відшкодування частки витрат на сертифікацію органічної продукції (Organic Certification Cost Share Programs), яка діє на національному рівні за сприяння Міністерства сільського господарства і, відповідно до якої, після подання заявки замовник

**Вартість послуг сертифікаційних іноземних структур, які здійснюють свою діяльність в Україні
(розраховано автором за [8])**

Орган сертифікації, країна	Вартість послуг
ABCERT, Німеччина	Мінімальна плата контролю (одноразово) для виробників становить 195 євро і максимум 440 євро на рік. Одноразова сума включає в себе певну кількість часу перевірки. Якщо цей час перевищено, додатковий час оплачується з 65 євро на годину. Всі ціни вказані без урахування ПДВ
Bio Garantie, Австрія	Основний внесок: 90 євро. Змінні витрати: для пасовищ: 6,60 євро/га; орні поля: 7,81 євро/га; спеціальні культури (вино, ягоди тощо): 14,30 євро/га. Мінімальна плата контролю (одноразово) для виробників становить 195 євро і максимум 440 євро на рік
ICEA, Італія	Фіксована плата від 50 до 180 євро/рік + змінні витрати залежно від площі та типу культур. Змінний внесок від 10 до 200 євро/га. Разом мінімальні змінні витрати: 200 євро, максимальний змінний внесок 7000 євро
Suolo e Salute, Італія	Замовник повинен заповнити форму на сайті, щоб отримати визначення ціни сертифікації та інспекції. Існує фіксований збір у розмірі 80 євро/рік
LaCon, Німеччина	560 євро/день + адміністративні та транспортні витрати
Bioagricert, Італія	Річний внесок: 190–360 євро/рік + 2–60 євро/га залежно від типу вирощуваних культур
ЕТКО, Туреччина	240 євро/день, вартість варіюється залежно від розміру

може претендувати на відшкодування 75 % від сертифікаційних витрат, але не більше 750 дол. на рік. Розподіл коштів для кожного штату відбувається пропорційно кількості сертифікованих підприємств у ньому.

Українські виробники органічної продукції витрати на сертифікацію покривають власним коштом. Таку ситуацію можна пояснити відсутністю відповідних державних програм підтримки та необхідної законодавчої бази щодо їх бюджетного забезпечення. За відсутності належного інституційного супроводу в країні неможливо створити працездатну систему органічного сільського господарства [7, с. 114]. Не менш важливою є система державної підтримки агротоваровиробників, яка особливо необхідна на стадії конверсії від звичайного сільського господарства до органічного виробництва.

Висновки. Поширення виробництва органічної сільськогосподарської продукції сприятиме диверсифікації аграрного виробництва, покращенню екологічного стану довкілля та здоров'я населення. Тому необхідність збільшувати та популяризувати цю групу товарів є безумовною. У процесі нашого та інших досліджень доведено, що ціна на органічні продукти харчування є надто високою. Відтак, дозволити використовувати її у процесі повсякденного харчування може лише незначний відсоток громадян нашої країни. Тому у подальших розробках необхідно звернути увагу на пошук можливостей знизити ціни до рівня розвинутих країн світу, зокрема ЄС та США.

Інструментами зменшення ціни у моделях ціноутворення на органічну продукцію може бути адресна бюджетна підтримка сертифікації органічних товаровиробників та продукції. Маркетингові стратегії реалізації органічних товарів на засадах інтернет-торгівлі та кошикових продаж

також сприяли б здешевленню органічної продукції. Нарешті, супермаркети або гуртово-роздрібні ринки могли б зменшити вартість оренди для органічних продавців з метою реклами та популяризації органічної продукції, а видатки компенсувати за рахунок збільшення обігу та обсягу продаж.

Література

1. Беляєва Н. В. Сучасний стан виробництва органічної продукції в Україні та світі / Н. В. Беляєва // Всеукраїнський науково-виробничий журнал: інноваційна економіка. — 2013. — Вип. 39. — С. 151–155.
2. Вовк В. Сертифікація органічного сільського господарства в Україні: сучасний стан, перспективи, стратегія на майбутнє / В. Вовк // Органічні продукти харчування. Сучасні тенденції виробництва та маркетингу органічної продукції: матер. міжнар. наук.-практ. семінару. — Львів. — 2010. — С. 3–7.
3. Грабовський Р. С. Конкурентоспроможність органічної продукції на продовольчому ринку України / Р. С. Грабовський, Р. П. Дуляк // Науковий вісник НЛТУ України «Економіка, планування та управління в галузях». Вип. 22.9. — 2012. — С. 184–188.
4. Ігнатенко М. М. Управління органічним виробництвом аграрних підприємств на засадах здійснення соціальної відповідальності / М. М. Ігнатенко // Економіка і фінанси: наук. жур. — Дніпропетровськ, 2015. — № 12. — С. 4–11.
5. Лесь А. В. Мотиви купівлі органічної продукції / А. В. Лесь, А. В. Рашенко // Органічне виробництво та продовольча безпека. — Житомир: Полісся, 2015. — С. 151–154.
6. Міжнародна торгівля сільськогосподарською продукцією: навчальний посібник / Г. М. Калетнік, А. Г. Мазур, О. В. Мороз та ін. — Вінниця, 2013. — 396 с.
7. Органічне сільське господарство та його розвиток в умовах кооперації / [Н. В. Зіновчук, В. В. Зіновчук, О. В. Скидан та ін.] ; за ред. Н. В. Зіновчук. — Житомир: Рута, 2011. — 160 с.
8. Marketing research «Organic Processing in Ukraine» / Natalie Prokopchuk, Tobias Eisen ring. — Kyiv: Institute of Organic Agriculture, 2012. — 27 s.

References

1. Bieliaieva, N. V. (2013), Suchasnyj stan vyrobnytstva orhanichnoi produktsii v Ukraini ta sviti [The modern state of organ-

ic production in Ukraine and worldwide], *Vseukrains'kyj naukovy-vyrobnychyj zhurnal: innovatsijna ekonomika*, 39, 151–155 (in Ukr.).

2. Vovk, V. (2010), Sertyfikatsiia orhanichnoho sil's'koho hospodarstva v Ukraini: suchasnyj stan, perspektyvy, stratehii na majbutnie [Certification of organic farming in Ukraine: current status, prospects and future strategies], *Intern. Sciences.-pract. seminar. Organic food. Modern trends in the production and marketing of organic products* (3–7), Lviv (in Ukr.).

3. Hrabovs'kyj, R. S. & Dudiak, R. P. (2012), Konkurento-spromozhnist' orhanichnoi produktsii na prodovol'chomu rynku Ukrainy [Competitiveness of organic products in the food market of Ukraine], *Naukovyj visnyk NLTU Ukrainy «Ekonomika, planuvannia ta upravlinnia v haluziakh»*, 22.9, 184–188 (in Ukr.).

4. Ihnatenko, M. M. (2015), Upravlinnia orhanichnym vyrobnytstvom ahrarykh pidpriemstv na zasadakh zdysennia sotsial'noi vidpovidal'nosti [Management of organic production of

agricultural enterprises through the implementation of social responsibility], *Ekonomika i finansy: nauk. Zhur.*, 12, 4–11 (in Ukr.).

5. Les', A. V. & Raschenko, A. V. (2015), Motyvy kupivli orhanichnoi produktsii [The buying Motives of organic products], *Orhanichne vyrobnytstvo ta prodovol'cha bezpeka*, 151–154 (in Ukr.).

6. Kaletnik, H. M. Mazur, A. H. Moroz, O. V. Koval'chuk, S. Ya. & Bandura, V. M. (2013), *Mizhnarodna torhivlia sil's'kohospodars'koiu produktsiiei* [International agricultural trade: study guide], Vinnytsia (in Ukr.).

7. Zinovchuk, N. V. Zinovchuk, V. V. & Skydan, O. V. (2011), *Orhanichne sil's'ke hospodarstvo ta joho rozvytok v umovakh kooperatsii* [Organic agriculture and its development in the context of societies], Zhytomyr: «Ruta» (in Ukr.).

8. Prokopchuk, N. & Eisen, T. (2012), Marketing research «Organic Processing in Ukraine», *Institute of Organic Agriculture*, Kyiv (in Ukr.).

УДК 343.973

В. І. Педан

АКТУАЛЬНІСТЬ ДОСЛІДЖЕННЯ ПИТАНЬ ПРОТИДІЇ ЗАКОННИЙ ГОСПОДАРСЬКІЙ ДІЯЛЬНОСТІ

Анотація. У статті автор намагається довести актуальність дослідження питань протидії законній господарській діяльності у площині проблематики протидії рейдерству в нашій країні.

Ключові слова: економіка, інтереси, злочин, протидія, дослідження, рейдерство, бізнес, корупція, підприємство.

Summary. In article the author tries to prove the urgency of opposition to legitimate business activity in branch of problem the opposition to readership in our country.

Key words: economics, interests, crime, opposition, research, readership, business, corruption, plant.

Постановка проблеми. Сучасна Українська держава, яка була утворена із розпадом СРСР внаслідок незворотних об'єктивних політичних та економічних процесів на пострадянському північно-західному регіоні, поступово докладає зусиль до свого економічного зростання та входження у європейській економічний простір. Розвиток суспільних процесів в Україні ставить перед собою одним із завдань щодо досягнення цієї мети стабілізацію та розвиток економічної сфери, яка базується на різноманітні суб'єктів господарювання різних форм власності. Забезпечення економічної безпеки держави та добробуту її громадян шляхом захисту конкурентного ринкового середовища, реалізації конституційного права кожного громадянина на підприємницьку діяльність, формування сприятливого та передбачуваного правового поля для реалізації відповідного права є однією з основних функцій держави в умовах подальшого

розвитку ринкової економіки. Разом із тим сучасна політична ситуація в нашій державі ставить невідкладні стратегічні завдання щодо збереження та розвитку національної економіки. Зокрема, у Стратегії національної безпеки України підкреслено, що однією з основних її цілей є забезпечення нової якості економічного розвитку (п. 2). Актуальною загрозою національній безпеці України виступає корупційний тиск на бізнес (п. 3.4.). У п. 4.9. вказаного документу зазначено, що ключовою умовою нової якості економічного зростання є забезпечення економічної безпеки шляхом: деолігархізації, демонополізації економіки, захисту економічної конкуренції, формування сприятливого бізнес-клімату та умов для прискореного інноваційного розвитку; системної протидії організованих економічних злочинності та «тінізації» економіки на основі формування переваг легальної господарської діяльності та водночас консолі-

© В. І. Педан, 2016

Бібліографія ДСТУ:

Педан В. І. Актуальність дослідження питань протидії законній господарській діяльності / В. І. Педан // Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу. — 2016. — № 2 (34). — С. 55–58.

References (APA):

Pedan, V. I. (2016). Aktualnost doslidzhennia pytan protydii zakonnoi hospodarskii diialnosti [The urgency of the research of questions of opposition to legitimate business activity]. *Visnyk Berdians'koho universytetu menedzhmentu i biznesu*, 2 (34), 55–58 (in Ukr.).

дації інституційних спроможностей фінансових, податкових, митних та правоохоронних органів, виявлення активів організованих злочинних угруповань та їх конфіскації» [1, с. 16–17, 26–27]. Питання кримінально-правової протидії цим негативним процесам виступають предметом вказаного наукового дослідження.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У спеціальній вітчизняній літературі наукові дослідження проблем кримінальної відповідальності за протидію законній господарській діяльності проводились у працях П. Андрушка, А. Бойка, О. Дудорова, О. Кальмана, В. Киричка, В. Мойсика, Г. Марітчака, П. Матишевського, О. Перепелиці, М. Погорецького, Л. Скорої, Є. Стрельцова, М. Хавронюка та інших а також у працях зарубіжних вчених — Б. Волженкіна, Н. Лопашенко, З. Незнамової, Т. Погосяна та ін. Разом із тим практично не досліджувалися питання удосконалення цього складу злочину внаслідок певної обмеженості способів його вчинення, співрозмірності встановленого покарання за окремі форми протидії законній господарській діяльності. Вважаємо, що постійна динаміка політичних, економічних і соціальних процесів, що відбуваються у суспільстві, наслідком яких є нестабільність законодавства, потребують продовження подальших досліджень у цій галузі.

Метою статті є початок фундаментального наукового дослідження питань кримінально-правового захисту від протидії законній господарській діяльності, що є значно поширеним у сучасному суспільстві.

Виклад основного матеріалу. На сучасному етапі економічного розвитку України накопичилось немало проблем, що суттєво стримують розвиток господарської (підприємницької) діяльності. У зв'язку з переходом до ринкових відносин у нашій державі суттєво виросла кількість злочинних проявів проти суспільних відносин, інших благ, цінностей та інтересів у сфері господарської діяльності. Стало фактом, що злочинність в економіці у своїй більшості набуває організованих форм. Правоохоронні органи не повною мірою стримують наступ злочинності у цій галузі, що значно знижує їхній авторитет. Вельми актуальною є заява керівництва Генеральної прокуратури України про те, що «важливою темою має стати вивчення питання стосовно фактів використання посадового становища для протиправного заволодіння чужим бізнесом. Попри декларування на рівні колишнього керівництва держави підтримки бізнесу, насправді робилися численні спроби привласнити найбільш прибуткові підприємства в регіонах. Рейдерство стало частиною діяльності чиновників та правоохоронців. І цьому треба покласти край» [2, с. 6]. Усе це вказує, що основною

метою злочинності, зокрема організованої, стає економічна сфера нашої держави.

Найвагомішим засобом захисту та гарантування додержання економічних прав і свобод громадян в Україні є встановлення кримінальної відповідальності за злочинні посягання у сфері господарської діяльності, які передбачено у розділі VII Особливої частини КК. Однією із норм, якою регламентовано кримінальну відповідальність за ці посягання, є стаття 206 КК (протидія законній господарській діяльності). Разом із тим, незважаючи на досить тривале існування цієї статті, у практичній діяльності правоохоронних та судових органів вона не знайшла свого належного застосування. Слід констатувати, що за наявності чималих наукових розробок у сфері кримінально-правової протидії економічній злочинності питанням дослідження складу протидії законній господарській діяльності не приділено належної уваги. За останній час означена проблематика стала предметом наукового аналізу лише у окремих дисертаційних працях, що не може задовольнити назрілих проблем у практичному застосуванні цієї норми.

Крім того, актуальність обраної теми дослідження обумовлено і низкою інших факторів. У зв'язку із появою у суспільстві такого негативного явища, як рейдерство в наукових колах поширена дискусія щодо кримінально-правової протидії цьому суспільнонебезпечному діянню. Враховуючи, що співробітники органів дізнання та слідчі, особливо на сучасному етапі реформування правоохоронних органів, не мають відповідних методичних розробок щодо виявлення та розслідування цього злочину, застосування вказаної норми на практиці є вельми проблематичним. Певна недосконалість редакції ст. 206 КК, наявність міжгалузевої конкуренції із нормами господарського законодавства та внутрішньогалузевої — із нормами кримінального законодавства також значно ускладнює її практичне застосування. Іншим фактором, що виступає певним чинником латентності цього злочину, без ніякого сумніву, виступає стабільно високий рівень корупції у нашій державі. Враховуючи, що до його вчинення найчастіше залучаються службові особи, які, використовуючи своє службове становище, протиправним чином впливають на законну діяльність підприємців, стає цілком зрозумілим високий рівень латентності цього виду злочинів.

Питання протидії незаконним силовим захопленням підприємств та протидії законній господарській діяльності виступає однією із проблем на шляху побудови сучасної та ефективної економічної моделі в Україні. Фактично держава за період свого існування виявила свою неспроможність поставити дієвий заслон цим суспільно небезпеч-

ним явищам. У зв'язку із цим вважається безсумнівним, що дослідження та впровадження в практику законних, обґрунтованих та надійних заходів протидії цим злочинним проявам на різних рівнях профілактики сприятиме, по-перше, захисту економічних інтересів суб'єктів господарювання, по-друге, розвитку господарських відносин як на внутрішньому, так і на зовнішньоекономічному ринках.

Зазначимо, що в науковій літературі поняття «рейдерство» визначається дуже різноманітно. Одні автори вказують на рейдерство як на силове недружнє поглинання підприємства проти волі його власника, який має на ньому переважне положення та/або керівника [3], інші — як на вилучення майна на формально законних підставах, в основі виникнення яких лежить злочин, зловживання правом, прогалини в законі або системні недоліки функціонування державних інститутів [4] або як вороже поглинання, перехват оперативного управління або власності підприємства за допомогою спеціально ініційованого бізнес-конфлікту, недружнє, поза межами дії цивільного законодавства, спрямоване проти волі власника захоплення чужого майна на користь іншої особи, встановлення над майном повного контролю нового власника в юридичному й фізичному розумінні з використанням корупційності чиновників та (або) із застосуванням сили [5, с. 129–130]. Аналізуючи чисельні дослідження у цій галузі, можна констатувати, що під цим поняттям визначається доволі широкий перелік злочинних дій із застосуванням різноманітних способів його вчинення. Як правило, до цих акцій залучаються високопрофесійні команди, до складу яких входять фахівці у сфері юриспруденції, економіки та інших галузей. При цьому можуть застосовуватися такі злочинні способи: фізичне або психічне насильство щодо особи чи майна, шантаж (гринмейл), обман. Д. Зеркалов виокремлює таку структуру методології рейдерських захоплень підприємств: збір інформації, атаку, піар рейдера, протистояння підприємства-жертви і рейдера, легалізацію рейдера, завершення перехоплення управління, захоплення підприємства [6, с. 29–34]. Метою рейдерства у кінцевому підсумку може бути як подальше використання підприємства у власних інтересах або в інтересах третіх осіб, так і його усунення з господарського ринку. Таким чином, вважаємо, що під поняттям «рейдерство» слід визначити протиправне захоплення підприємства проти волі його власника (власників) різноманітними способами з метою подальшого розпорядження ним як у власних інтересах, так і в інтересах третіх осіб або його усунення з ринку господарювання.

Автори багатьох наукових досліджень додержуються точки зору, відповідно до якої існує чотири основні способи захоплення підприємства: через акціонерний капітал; через кредиторську заборгованість; через органи управління; шляхом оспорювання підсумків приватизації [5, с. 132; 7, с. 152]. З огляду на наведені способи рейдерських захоплень, а також чисельні приклади зі слідчо-судової практики, необхідно вказати, що вони можуть бути вчинені додатково, принаймні, такими способами: а) шляхом використання процесуальних заходів з боку правоохоронних органів (ініціювання перевірок, відкриття кримінального провадження, проведення обшуків, вилучення документації, накладення арешту на майно, відсторонення від посади службових осіб, тимчасового обмеження у користуванні спеціальним правом тощо, внаслідок чого паралізується господарська діяльність на підприємстві). Як зазначає з цього приводу Н. Рунчева, проблема полягає у невизначеності кінцевих цілей: або мова дійсно йде про початок боротьби з корупцією та ефективним припиненням вилучення активів у різних формах, або триває тривіальний переділ власності і тиску на конкурентів (на користь продержавних груп або в рамках елементарного використання «адміністративного ресурсу» всіма суб'єктами, що мають таку можливість) [8, с. 52–53]; б) із застосуванням «класичних» кримінальних способів захоплення (вимагання, насильство, обман, викрадення людини).

Дієва протидія рейдерству в Україні потребує як визначення його поняття та ознак, так і вироблення надійних заходів та механізмів щодо протидії цьому явищу. Вважаємо, що основним завданням держави у цьому напрямку є: створення ефективного законодавчого механізму, який би регулював та гарантував надійний захист економічних відносин в нашій державі; удосконалення організаційних заходів протидії рейдерству, поєднаних із активізацією боротьби з корупцією в органах державної влади; удосконалення професійного рівня як суддівського корпусу, так і слідчо-прокурорських та оперативних працівників правоохоронних органів.

Висновки. Таким чином, дослідження теоретичних і практичних проблем кримінальної відповідальності за протидію законній господарській діяльності являє собою актуальну, недостатньо опрацьовану з теоретико-методичної точки зору наукову проблему, що обумовлює вибір напрямку цього багатоаспектного дослідження.

Література

1. Указ Президента України «Про рішення Ради національної безпеки і оборони України від 6 травня 2015 р. «Про Стратегію національної безпеки України»» № 287 від 26 травня 2015 р. / Офіційний вісник України. — 2015. — № 43. — С. 16–17, 26–27.

2. Олег Махницький: Один з головних пріоритетів нової влади — очищення суспільства від корупції / О. Махницький // Вісник прокуратури. — № 3. — 2014. — С. 5–6.

3. Рейдерство [Електронний ресурс]. — Режим доступу : [https://ru.wikipedia.org/wiki/Рейдерство_\(бізнес\)](https://ru.wikipedia.org/wiki/Рейдерство_(бізнес)).

4. Єфименко А. Рейдерство або ринок контролю [Електронний ресурс] / А. Єфименко // Юридичний журнал. — Режим доступу : <http://www.justinian.com.ua/article.php?id=3072>.

5. Варналій З. С. Рейдерство в Україні: передумови та шляхи подолання / З. С. Варналій, І. І. Мазур // Стратегічні пріоритети. — 2007. — № 2 (3). — С. 129–136.

6. Зеркалов Д. В. Рейдерство : монографія / Д. В. Зеркалов. — К. : Основа, 2011. — 372 с.

7. Кальман О. Г. Рейдерство: причини та заходи протидії / О. Г. Кальман, М. А. Погорецький // Вісник Запорізького юридичного інституту Дніпропетровського державного університету внутрішніх справ. — 2009. — № 3. — С. 150–160.

8. Рунчева Н. В. Державне регулювання корпоративних відносин в економіці / Н. В. Рунчева // Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу. — 2012. — № 4 (20). — С. 51–53.

References

1. Decree by President of Ukraine (2015). *About desition by advice of national safety and defensive of Ukraine from 6 May 2015*

«About Strategy of the national safety of Ukraine». Official Vistnic of Ukraine, 43, 16–17, 26–27 (in Ukr.).

2. Mahnitskiy O. (2014). *Odin z golovnih prioritetiv novoy vlady — ochichennya suspilstva vid corruptsii* [One of the chief priorities of a new power — the clean of society from corruption]. Kiev: Vistnic procuratury, 3, 5–6 (in Ukr.).

3. Raidership. Vicipedia [Електронне видання] (Electronic edition). Retrieved from [https://ru.wikipedia.org/wiki/Рейдерство_\(бізнес\)](https://ru.wikipedia.org/wiki/Рейдерство_(бізнес)) (in Ukr.).

4. Efimenko A. (2009). *Reiderstvo abo rinok kontrolyu* [Raidership or market of control] [Електронне видання] (Electronic edition). Retrieved from [<http://www.justinian.com.ua/article.php?id=3072>] (in Ukr.).

5. Varnaliy Z. S., Mazur I. I. (2007). *Reiderstvo v Ukraine: peredumovi ta shliahy podolannya* [Raidership in Ukraine: the factors and ways to victory]. Kiev: Strategics priorities, 2, 129–136 (in Ukr.).

6. Zerkalov D. V. (2011). *Reiderstvo* [Raidership]. Kiev: Osnova (in Russ.).

7. Kalyman O. G., Pogoretsky M. A. (2009). *Reiderstvo: pritchiny ta zahody protudiy* [Raidership — the reasons anf kinds by opposition]. Zaporizhzhya, DDUVS, 3, 150–160 (in Ukr.).

8. Runcheva N. V. (2012). *Derjavne reguluvannya korporativnyh vidnosyn v ekonomitsi* [States regulating relations of corporative in economics]. Berdyansk: Vistnic Berdyansk university of management and business, 3, 51–53 (in Ukr.).

УДК 338.48:332

В. С. Пенковський

ФОРМУВАННЯ ФІНАНСОВО-ІНВЕСТИЦІЙНИХ РЕСУРСІВ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ СІЛЬСЬКОГО ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

Анотація. У статті висвітлено значення підприємств сільського зеленого туризму для розвитку сільських територій України. Виявлено їх проблеми та запропоновано їх вирішення на основі фінансово-економічного забезпечення. Обґрунтовано джерела, форми, інструменти та механізм залучення фінансово-інвестиційних ресурсів у сільські туристичні підприємства. Визначено пріоритетні напрями фінансування та інвестування. Розроблено пріоритетні напрями впровадження інвестицій у розвиток підприємств сільського зеленого туризму.

Ключові слова: сільський зелений туризм, підприємства, фінансово-інвестиційні ресурси, механізм формування, джерела, управління, розвиток.

Summary. The article defines the value of the enterprises of rural tourism for development of rural territories of Ukraine. Identified their problems and offered them a solution based on the financial and economic support. Justified sources, forms, tools and mechanism of attracting investment and financial resources in rural tourism enterprises. Identify the priority areas for funding and investment. Developed priorities for the implementation of investments in development of enterprises of rural tourism.

Key words: rural green tourism, enterprise, financial and investment resources, the mechanism of formation, sources, management, development.

Постановка проблеми. Одним з основних чинників, що сприяють розвитку підприємств сільського зеленого туризму, є забезпечення фінансово-інвестиційними ресурсами, засобами та джерелами, а також всебічне підвищення ефективності їх використання в сучасних умовах та на

нансово-інвестиційними ресурсами, засобами та джерелами, а також всебічне підвищення ефективності їх використання в сучасних умовах та на

© В. С. Пенковський, 2016

Бібліографія ДСТУ:

Пенковський В. С. Формування фінансово-інвестиційних ресурсів розвитку підприємств сільського зеленого туризму в Україні / В. С. Пенковський // Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу. — 2016. — № 2 (34). — С. 58–62.

References (APA):

Penkovsky, V. S. (2016). Formuvannia finansovo-investytsiinykh resursiv rozvytku pidpriemstv silskoho zelenoho turyzmu v Ukraini [The formation of financial and investment resources of enterprises development of rural green tourism in Ukraine]. *Visnyk Berdians'koho universytetu menedzhmentu i biznesu*, 2 (34), 58–62 (in Ukr.).

перспективу. Інвестиційна та фінансова складові і науковцями, і практиками обґрунтовуються як основні у ресурсних стратегіях функціонування економіки вітчизняної туристичної галузі. За умови реалізації наявних конкурентних переваг ресурсного потенціалу підприємств сільського зеленого туризму (мальовнича природа, різноманітні атракції, якісні послуги) інструмент інвестування набуває нового змісту.

Враховуючи складну соціально-економічну та геополітичну ситуацію, загрози національній безпеці, країна об'єктивно не має реальної можливості задоволення наявних потреб підприємств сільського зеленого туризму у фінансовій підтримці за рахунок бюджетування. Тому виникає потреба пошуку інших організаційно-економічних механізмів, моделей та методів залучення фінансових потоків для розвитку вітчизняних підприємств сільського зеленого туризму, основним з-поміж яких може бути приватне інвестування за рахунок власних або залучених джерел.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. В Україні на сьогоднішній день вагомий внесок у розвиток теорії і практики організації та функціонування підприємств сільського зеленого туризму зробили провідні українські вчені: О. О. Колесник, О. О. Любіцева, М. П. Мальська, Л. О. Мармоль, В. В. Смаль, Л. Ю. Матвійчук, Т. І. Ткаченко та ін. Комплексним науково-теоретичним дослідженням процесу інвестиційного забезпечення розвитку сільського зеленого туризму присвятили свої праці вітчизняні та зарубіжні вчені: Г. Цегелик [7], І. Петлін [7], Yutaka Arai [9], Bernard Lane [10], Ohe Y [11] та ін.

Однак значна частина науковців у своїх працях акцентує увагу на конкретних джерелах інвестування національного господарства і галузі туризму й туристичних підприємств у його складі (внутрішніх інвестиціях, іноземних інвестиціях, банківських інвестиціях тощо). Питання окремих джерел інвестування, вивчення їх особливостей з метою розроблення загальних та специфічних методів, інструментів, важелів, що сприяли б залученню інвестиційних ресурсів у підприємства сільського зеленого туризму, є недостатньо вивченими та потребують подальших розробок.

Метою статті є обґрунтування джерел та обсягів фінансово-інвестиційних ресурсів розвитку підприємств сільського зеленого туризму та пріоритетних умов і напрямів їх застосування в сучасних умовах і на перспективу.

Виклад основного матеріалу дослідження. Сільський зелений туризм, сприяючи розвитку малого бізнесу та підприємництва на сільських територіях, дає можливість міським мешканцям активно та повноцінно відпочивати в приватних сільських господарствах за доступними цінами. Натомість

сільські жителі мають можливість збільшити та диверсифікувати зайнятість, поліпшити своє фінансово-економічне становище, доходи та рівень життєдіяльності [1, с. 165]. Він також забезпечує зменшення техногенного навантаження на довкілля та сприяє відтворенню природного навколишнього середовища.

Це стосується, передусім, територій деградації або депресивного розвитку, з одного боку, і територій з конкурентними перевагами туристично-рекреаційних ресурсів — з іншого. Інвестування суб'єктів господарювання сільського зеленого туризму, отже, є однією з опорних точок, на яких будується фундамент ринкової економіки сільських територій країни. Адже саме інвестиції, зокрема власні та іноземні, є важливими для розвитку економіки тих регіонів, які є слабо розвинутими або дотаційними.

У процесі формування економічних відносин у напрямі сприяння організації та розвитку підприємств сільського зеленого туризму інвестиційна стратегія їх державої підтримки та регулювання повинна передбачати використання програмно-цільового та системно-структурного підходів. Вона має диференційовано визначати форми фінансування підгалузей сільського зеленого туризму, враховуючи специфіку кожної з них та їх роль у процесах раціонального використання туристично-рекреаційних ресурсів сільських територій. Також вона має бути регіонально вираженою і відповідати міжнародним стандартам якості надання туристичних послуг та продуктів.

Зокрема, програмно-цільовий підхід у сфері фінансово-інвестиційного забезпечення використання сільських туристично-рекреаційних ресурсів дозволить виявити найбільш перспективні регіони, сільські території й туристичні об'єкти, вирішити питання про доцільність фінансово-інвестиційних вкладень при розгляді регіональних проблем регулювання розвитку підприємств сільського зеленого туризму [2, с. 135]. Системний підхід сприятиме формуванню відповідного інвестиційного середовища у сфері саме раціонального використання сільських туристичних ресурсів у контексті структурних перетворень та конкурентних відносин в економіці країни загалом.

У зв'язку з цим, на нашу думку, можна виділити пріоритетні напрями залучення інвестицій в розвиток підприємств сільського зеленого туризму:

— підтримка традиційних туристичних спеціалізованих регіонів країни, які мають видатний ресурсний потенціал і дефіцит фінансування або нестійке середовище й ризики діяльності — Запорізьке та Херсонське Приазов'я; Закарпаття, Волинське, Житомирське, Чернігівське Полісся;

- удосконалення та підвищення якості продукту, атракцій та послуг сільського зеленого туристичного бізнесу у цілому;

- підвищення освітнього рівня та фаховості зайнятих у сфері туристичної діяльності на селі;

- розробка та впровадження регіональних програм, пілотних проектів та бізнес-планів розвитку підприємств сільського зеленого туризму;

- підтримка процесів кооперації та інтеграції у галузі.

Важливе значення у створенні сприятливого інвестиційного клімату на селі для туристичної діяльності має належним чином розроблене та ефективно діюче інституційне забезпечення [3, с. 284]. Незважаючи на значні позитивні зрушення у регулюванні туристично-рекреаційної сфери, законодавство, що регулює економіко-фінансову діяльність інвесторів, є не досить ефективним. Неоднозначні і навіть взаємовиключні положення вносять елементи непрозорості, непорозуміння та ризиків у поточну інвестиційну діяльність.

Вони не дають змоги розробити системну й послідовну стратегію і тактику щодо активізації діяльності підприємств сільського зеленого туризму на перспективу. Аналіз існуючого нормативно-правового забезпечення в контексті інвестування використання туристично-рекреаційних ресурсів, отримання дозвільних документів засвідчує, що нормативно-правова база у цій сфері є мінливою. Це стосується й вибору інвестора та ризиків, пов'язаних із цим процесом [4].

Інвестування розвитку підприємств сільського зеленого туризму залежить, насамперед, від обсягів надходжень до місцевого бюджету [5, с. 187]. Однак існуюча система доходів більшості туристичних регіонів країни, як показує практика, характеризується значною їх залежністю від дотацій національного бюджету через дефіцит власних ресурсів інвестицій. Тому важливим є виявлення основних чинників невизначеності та ризиків існуючої системи формування й розподілу доходної бази регіональних та місцевих бюджетів, бюджетів сільських громад. Серед них визначено такі складові:

- недостатня децентралізація бюджетування та підтримка громадських організацій місцевими ресурсами;

- часті зміни видів податків, які зараховуються до бюджетів та нормативів відрахувань від загальнодержавних податків і зборів до бюджетів нижчих рівнів управління;

- невчасність отримання сум трансферів, що належать регіонам, їх недоотримання або отримання не в грошовому виразі;

- відсутність чіткого взаємозв'язку між обсягом податків, які збираються, і регіональними доходами, що позбавляє регіональні органи управ-

ління стимулів до збільшення державних доходів тощо;

- недостатньо розвинута мережа громадських організацій та ендаумент-фондів для підтримки сільського зеленого туризму;

- дефіцит соціальних інновацій та ініціатив для зацікавлення можливих інвесторів;

- пасивність сільських громад значної кількості сільських поселень у напрямі модернізувати свою діяльність, організувати й облаштувати сільські території на засадах екологічного менеджменту та соціальної відповідальності.

Вважаємо, що джерелами формування доходної частини місцевих бюджетів мають бути: вдосконалення її обсягів та структури у напрямі перегляду ставок оподаткування; збільшення надходжень від місцевих податків і зборів; державно-приватне партнерство з метою вирішення пріоритетних програм сталого розвитку [6, с. 69]. Досить не типовим, але важливим джерелом інвестування розвитку сільського туризму є кооперування та інтеграція. Перевагами застосування вказаних інструментів, незважаючи на різну сутність, є:

- гнучкість, тобто інтеграційні угоди або правила кооперації обслуговування є більш гнучкими та прийнятними, ніж банківські кредити. Вони надають можливість регулювати необхідну схему сплати внесків та інших платежів, об'єднувати ресурси тощо;

- підприємству простіше отримати майно у тимчасове користування на засадах кооперації, ніж позику на його придбання;

- законодавством передбачені певні податкові пільги щодо здійснення бізнесових операцій у межах державно-приватного партнерства;

- кооперативні або партнерські відносини передбачають обов'язки здійснювати ремонт і техобслуговування обладнання, спільне використання засобів розміщення, транспорту та ін.

Таким чином, переваги використання інтеграції та кооперації, державно-приватного партнерства створюють можливості розвитку туристичної інфраструктури, впровадження нових видів туристичної діяльності та створення відповідної фінансово-інвестиційної бази [7, с. 385]. Адже саме за допомогою модифікацій умов угод кооперації та інших форм співробітництва можна використати різноманітні варіанти залучення інвестиційних ресурсів.

Важливою умовою інвестування розвитку підприємств сільського зеленого туризму є застосування інструментів, тобто сукупність дій та важелів, за допомогою яких здійснюється вплив суб'єкта управління на об'єкт управління з метою досягнення поставленої мети. До основних економічних інструментів забезпечення інвестиційного розвитку, фінансової стійкості підприємств

сільського зеленого туризму відносяться податкові важелі, штрафні санкції за порушення екологічного законодавства, стимули за соціально орієнтовану діяльність [8, с. 343].

На нашу думку, при плануванні інвестиційного забезпечення розвитку підприємств сільського зеленого туризму варто враховувати, з одного боку, систему санкцій у випадку понадлімітного впливу на туристичні об'єкти, а з іншого — прийоми податкового захисту, зокрема, шляхом виключення зі складу оподатковуваної бази суми коштів, спрямованих на інвестування розвитку туризму та інших соціальних програм на селі. Необхідно також ширше використовувати засоби інтернет-ресурсів для залучення іноземних туристів для відпочинку у структурі сільського зеленого туризму. Це сприятиме збільшенню власних коштів його суб'єктів господарювання як надійного джерела інвестицій у розширення власної справи.

Пріоритетними інструментами інвестування розвитку підприємств сільського зеленого туризму, на нашу думку, виступають пільгове кредитування та оподаткування вказаних суб'єктів господарювання. Адже вони у своїй діяльності використовують сільські природні туристично-рекреаційні ресурси та сприяють збереженню навколишнього середовища, забезпечують зайнятість населення, розвиток підприємництва, формування середнього класу й відродження сільських територій загалом.

Висновки. У сучасних умовах господарювання фінансово-інвестиційне забезпечення розвитку підприємств сільського зеленого туризму знаходиться у нестійкому стані та супроводжується ризиками конкуренції, відсутності попиту, належної державної та громадської підтримки. Спостерігається невідповідність рівня інвестиційного забезпечення та потреб підприємств галузі. Додатково це супроводжується мінімальним рівнем фінансування таких заходів на місцевому та регіональному рівні з будь-яких джерел.

Вирішення проблемних питань економічного стимулювання фінансово-інвестиційної діяльності з метою сталого розвитку підприємств сільського зеленого туризму повинно здійснюватися на засадах послідовного розроблення та впровадження нових інструментів, у першу чергу, інтеграції, кооперування, державно-приватного партнерства. Це має відбуватися з урахуванням регіональних особливостей поселенської мережі сільських територій, їх туристично-рекреаційних ресурсів. Важливою метою є також заохочення суб'єктів туристичного господарювання до раціонального використання та охорони довкілля, підвищення власної доходності та фінансово-економічної стійкості, якісного надання туристичних

послуг споживачам, підвищення інвестиційної привабливості на перспективу.

Література

1. Смаль В. В. Туризм і сталий розвиток / В. В. Смаль, І. В. Смаль // Вісник ЛНУ. Серія «Географічна». — 2005. — Вип. 32. — С. 163–173.
2. Любіцева О. О. Туризмознавство: вступ до фаху : підручник / О. О. Любіцева, В. К. Бабарицька. — К. : Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет», 2008. — 335 с.
3. Мальська М. П. Міжнародний туризм і сфера послуг : підручник. Затверджено МОН / М. П. Мальська, Н. В. Антонюк. — К., 2008. — 661 с.
4. Колесник О. О. Оцінка інвестиційного забезпечення розвитку туризму в Україні / О. О. Колесник // Економіка. Управління. Інновації. — 2011. — № 2 (6).
5. Матвійчук Л. Ю. Основні напрями інвестиційного забезпечення розвитку сільського туризму в Україні / Л. Ю. Матвійчук // Наук. праці Півд. філ. нац. ун-ту біоресурсів і природокористування України «Крим. агротехнол. ун-т». — 2012. — Вип. 143. — С. 186–191.
6. Мармоль Л. О. Удосконалення управління діяльністю туристичних підприємств / Л. О. Мармоль, Л. М. Усаченко, М. П. Недюха, Т. С. Незвищук-Когут ; Кабінет Міністрів України, Нац. ун-т біоресурсів і природокористування України, Навч.-наук. ін-т післядиплом. освіти. — Херсон : Гринь Д. С., 2014. — 190 с.
7. Цегелик Г. Г. Використання економіко-математичних моделей для підтримки прийняття рішень у сфері сільського зеленого туризму [Електронний ресурс] / Г. Г. Цегелик, І. В. Петлін // Науковий вісник. Економічні науки. — 2013. — Вип. 1. — С. 384–389.
8. Ткаченко Т. І. Сталый розвиток туризму: теорія, методологія, реалії бізнесу : [монографія] / Т. І. Ткаченко — 2-ге вид., випр. та доп. — К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2009. — 463 с.
9. Arah Y. The Regeneration of Rural Communities [Electronic resource] / Y. Arah // Food & Fertilizer Technology Center: Rural Tourism in Japan. — 1998. — Available at : <http://www.ffc.agnet.org/library.php?func=view&id=20110726130209>.
10. Lane B. Sustainable Rural Tourism Strategies: A Tool for Development [Text] / B. Lane // Revista Interamericana de Ambiente y Turismo. — 2005. — Vol. 1, Issue 1. — P. 12–18.
11. Ohe Y. Evaluating the Diversifying Market for and Viability of Rural Tourism Activity in Japan [Electronic resource] / Y. Ohe // 12th Congress of the European Association of Agricultural Economists — EAAE 2008. — 2008. — P. 1–12. — Available at : <http://www.ageconsearch.umn.edu/bitstream/43647/2/014.pdf>.

References

1. Smal', V. V. & Smal', I. V. (2005), *Turyzm i stalyy rozvytok* [Tourism and sustainable development], *Visnyk LNU*, 32, 163–173 (in Ukr.).
2. Lyubitseva, O. O. & Babaryts'ka, V. K. (2008), *Turyzmознавство: vstup do fakhu* [Tourism: introduction to the course], Kiev: Vydavnycho-polihrafichnyy tsentr «Kyivs'kyj universytet», Ltd (in Ukr.).
3. Mal's'ka, M. P. & Antoniyuk, N. V. (2008), *Mizhnarodnyy turyzm i sfera posluh* [International tourism and the service sector], Kiev, Ltd (in Ukr.).
4. Kolesnyk, O. O. (2011), *Otsinka investytsijnoho zabezpechennia rozvytku turyzmu v Ukraini* [Evaluation of investment development of tourism in Ukraine], *Ekonomika. Upravlinnia. Innovatsii*, 2 (6) (in Ukr.).
5. Matvijchuk, L. Yu. (2012), *Osnovni napriamy investytsijnoho zabezpechennia rozvytku sil's'koho turyzmu v Ukraini* [Main directions of investment development of rural tourism in Ukraine], *Naук. pratsi Pivd. fil. nats. un-tu bioresursiv i pryrodokorystuvannia Ukrainy «Krym. ahrotekhnol. un-t»*, 143, 186–191 (in Ukr.).
6. Marmul', L. O. Usachenko, L. M. Nediukha, M. P. & Nezvyshchuk-Kohut, T. S. (2014), *Udoskonalennia upravlinnia diial'nistiu turystrychnykh pidpriemstv* [Improvement of management of tourism

enterprises], Kherson: Hrin' D. S., Ltd (in Ukr.).

7. Tsehelyk, H. H. & Petlin, I. V. (2013), Vykorystannia ekonomiko-matematichnykh modelej dlia pidtrymky pryjniattia rishen' u sferi sil's'koho zelenoho turizmu [Use of economic-mathematical models for decision support in the field of rural green tourism], *Naukovyy visnyk. Ekonomichni nauky*, 1, 384–389 (in Ukr.).

8. Tkachenko, T. I. (2009), *Stalij rozvytok turizmu: teoriia, metodolohiia, realii biznesu* [Sustainable development of tourism: theory, methodology, business realities], Kiev: Kyiv. nats. torh.-ekon. un-t, Ltd (in Ukr.).

9. Arah, Y. (1998), The Regeneration of Rural Communi-

ties. *Food & Fertilizer Technology Center: Rural Tourism in Japan*. Retrieved from <http://www.ffc.agnet.org/library.php?func=view&id=20110726130209>.

10. Lane, B. (2005), Sustainable Rural Tourism Strategies: A Tool for Development, *Revista Interamericana de Ambiente y Turismo*, 1, 12–18.

11. Ohe, Y. (2008), Evaluating the Diversifying Market for and Viability of Rural Tourism Activity in Japan. *12th Congress of the European Association of Agricultural Economists*, 1–12. Retrieved from <http://www.ageconsearch.umn.edu/bitstream/43647/2/014.pdf>.

УДК 336.713

Н. О. Шкви́ря

МАРКЕТИНГОВА СТРАТЕГІЯ РОЗВИТКУ КОМЕРЦІЙНИХ БАНКІВ

Анотація. Розглянуто сутність банківської маркетингової стратегії та необхідність її впровадження у банківську діяльність як інструменту підвищення конкурентоспроможності банківської установи на ринку банківських послуг. Запропоновано тимчасову ієрархію цілей комерційного банку, види маркетингових стратегій та інструменти їх реалізації.

Ключові слова: банківська маркетингова стратегія, маркетинговий план банку, маркетингове планування, цілі комерційного банку, види банківської маркетингової стратегії.

Summary. The essence of banking marketing strategy and the need for its implementation in banking as a tool for improving the competitiveness of the banking institution in the banking market is considered. A temporary hierarchy of objectives and types of commercial bank marketing strategies and tools to implement them is offered.

Key words: bank marketing strategy, marketing plan bank, marketing planning, purpose commercial bank, types of bank marketing strategy.

Постановка проблеми. Побудова взаємовідносин з кожним клієнтом залежить від маркетингової стратегії, розробленої банком. Маркетинг є інструментом, який дозволяє вирішувати багато завдань, що стоять перед банком, починаючи зі збільшення прибутку і закінчуючи пропозицією нових банківських послуг. Впровадження системи банківського маркетингу потрібно починати з формулювання маркетингової стратегії банку, яка необхідна для досягнення поставлених цілей і спрямована на його зовнішнє оточення, оскільки вона включає в себе всі складові зовнішнього середовища.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. В Україні питанням розвитку маркетингової діяльності в комерційних банках приділяють значну увагу такі вчені: О. В. Дубовик, С. М. Бойко, М. А. Вознюк, О. С. Кириченко, О. І. Лютий, Т. Г. Іванова, С. М. Подік та інші.

Мета дослідження — розглянути сутність банківської маркетингової стратегії та необхідність її впровадження у банківську діяльність як інстру-

менту підвищення конкурентоспроможності банківської установи на ринку банківських послуг, запропонувати тимчасову ієрархію цілей комерційного банку та види маркетингових стратегій, інструменти їх реалізації.

Виклад основного матеріалу дослідження. Різні економічні ситуації в країні потребують від банків проведення маркетингового планування, складання стратегічного плану, впровадження служб маркетингу для вивчення зовнішнього середовища і потреб ринку, побажань, переваг для впровадження інновацій у банківські послуги для утримання й збільшення кількості клієнтів в умовах зростання конкуренції.

Для організації банківської маркетингової діяльності банк повинен впроваджувати систему банківського соціального маркетингу, яка забезпечує функціонування чотирьох елементів маркетингової діяльності:

1) формування стратегії комплексної системи банківського соціального маркетингу;

© Н. О. Шкви́ря, 2016

Бібліографія ДСТУ:

Шкви́ря Н. О. Маркетингова стратегія розвитку комерційних банків / Н. О. Шкви́ря // Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу. — 2016. — № 2 (34). — С. 62–65.

References (APA):

Shkvirya, N. O. (2016). Marketynhova stratehiia rozvytku komertsyinykh bankiv [Marketing strategy of commercial banks]. *Visnyk Berdians'koho universytetu menedzhmentu i biznesu*, 2 (34), 62–65 (in Ukr.).

2) маркетингове планування;

3) об'єкти, на які спрямовані маркетингові дослідження: комунікація, конкуренція, банківські продукти;

4) організаційні структури маркетингових служб в банках.

Розглянувши різні визначення стратегії і банківського маркетингу, вважаємо за необхідне сформулювати авторське визначення: банківська маркетингова стратегія — це план просування банківських продуктів, вибір кращого способу досягнення довгострокових цілей банку засобами маркетингу, заснований на взаємодії банку із зовнішнім оточенням (постачальниками, споживачами, конкурентами тощо).

Процес взаємодії банку із зовнішнім оточенням відбувається за допомогою комунікації, яка являє собою взаємодію суб'єктів певної економічної системи, з урахуванням таких елементів: банк-відправник інформації; повідомлення банком інформації; канал передання повідомлення (приватне спілкування з клієнтом, реклама, пошта, телефон, Інтернет тощо); посередники, які беруть участь у передачі повідомлення; одержувач комунікації; зворотній зв'язок — обмін інформацією між суб'єктами на ринку і вплив їх один на одного; зовнішнє оточення банку [3].

Можна зробити висновок, що банк взаємодіє з різними економічними суб'єктами і об'єктами за допомогою узагальнених елементів комунікації, спрямованих на доведення інформації до адресата й отримання банком інформації через зворотній зв'язок.

Елементом комплексної системи маркетингової діяльності банку є маркетингове планування, яке являє собою процес, що включає: розробку проекту загального маркетингового плану, складання проектів планів продаж філіалів; коригування загального маркетингового плану; затвердження плану; уточнення і формування планів філіалів на основі затвердженого загального плану; контроль виконання.

Необхідність здійснення маркетингового планування на різних рівнях організації від спеціалістів (персональних менеджерів) до вищого керівництва банку викликана потребою оцінювати старі способи роботи, удосконалювати аналіз ринків, виявляти нові ніші, визначати цілі і конкретні задачі для забезпечення конкурентоспроможності банку, зміцнення завойованих ним позицій [1].

Маркетинговий план банку — це головний інструмент прийняття управлінських рішень вищим керівництвом банку, інструмент підтримки діяльності філіалів. Маркетинговий план складається на рік з поквартальною розбивкою і затверджується вищим керівництвом банку одночасно з

фінансовим планом [4]. Після затвердження план становиться базовим документом для здійснення маркетингової діяльності банку на наступний рік.

Система маркетингового планування являє собою комплекс взаємопов'язаних елементів, що взаємодоповнюють один одного, та які включають:

1) маркетинговий плану банку — основний документ, в якому на основі ситуаційного аналізу зовнішнього та внутрішнього середовища визначені пріоритетні напрямки маркетингової діяльності банку для досягнення стратегічних і фінансових цілей;

2) маркетинговий план продаж філіалів, мета створення якого — в розробці заходів для ефективної роботи з клієнтами, спрямованої на розвиток довгострокових взаємовигідних відносин, надання якісного обслуговування та допомоги клієнтам у рішенні проблем їхнього бізнесу.

Розглядаючи маркетингове планування на регіональному рівні в умовах конкуренції, можна відмітити, що воно має слабкий розвиток через відсутність знань і практичних навичок у банківських спеціалістів для виконання їх функцій. Для рішення проблеми щодо розвитку необхідно здійснити заходи з впровадження системи маркетингового планування всередині банку, розробки маркетингового плану та його структури, адаптованої до банківської системи, а також сформулювати маркетингову стратегію щодо просування продуктів і розвитку персоналу банку.

Ми вважаємо за необхідне, виокремити такі основні елементи побудови банківської маркетингової стратегії:

— цілі діяльності банківського маркетингу як основного елемента, а також формулювання стратегії;

— напрямки і засоби реалізації обраної стратегії з урахуванням можливостей банку;

— інструменти взаємодії економічних суб'єктів (реклама, PR, стимулювання збуту);

— дослідження, аналіз і контроль реалізації маркетингової стратегії.

Банки визначають свій розвиток, виходячи із кінцевих цілей, які вони ставлять перед собою, така чітка спрямованість важлива також для роз'яснення персоналу напрямків діяльності банку. Банк, який детально розробляє свої цілі, повинен розділяти їх за тимчасовою структурою (табл. 1).

У подальшому для досягнення поставлених цілей банк розробляє свою власну стратегію, яка включає:

1) визначення цілей однієї спрямованості;

2) визначення задач, необхідних для досягнення цілей;

3) визначення засобів досягнення цілей.

Таблиця 1

Тимчасова ієрархія цілей комерційного банку	
Тимчасова ієрархія	Сутність тимчасової цілі
1. Перспективні цілі	— формування комплексної соціальної маркетингової концепції; — максимальний дохід акціонерів; — максимальний прибуток; — зростання банку
2. Середньострокові цілі	— збільшення частки ринку; — зміна асортименту и випуск нових видів товарів та послуг; — зростання доходів на одну акцію; — зростання клієнтської бази банку
3. Короткострокові цілі	— орієнтація на інтереси людей; — прибутковість активів і капіталу; — підвищення кваліфікації персоналу

Банки зі складною структурою і великою мережею філіалів не можуть мати одну маркетингову стратегію, яка задовольняє всі рівні, вони створюють піраміду пов'язаних між собою стратегій і враховують їх у комплексній маркетинговій стратегії банку. Кожна наступна стратегія у піраміді доповнює попередню, остання стратегія спрямо-

вана на досягнення цілей за кожним видом послуг банку. Банк повинен правильно формулювати стратегію і проводити її аналіз для виявлення відповідностей цілей і завдань банку (табл. 2).

На підставі проведеного дослідження можна сформулювати сучасні завдання стратегії банківського маркетингу:

Таблиця 2

Види маркетингових стратегій банку та інструменти їх реалізації		
Типи і види стратегій	Напрямок стратегії	Інструменти реалізації
Засновані на визначенні іміджу і збільшенні продаж банківських продуктів		
1. Популяризації	Формування й удосконалення іміджу; просування бренду.	Реклама іміджу, PR.
2. Просування	Просування банківського продукту.	Інформація про характеристики продукту, ціни, технології; реклама продукту, особистий продаж.
3. Інтеграційна	Поєднання напрямків 1 і 2 стратегії.	Інтегрування всіх наведених елементів.
Стратегії, які впливають на споживача		
1. Презентаційна	Інформування споживачів про обслуговування в банку.	Банківська термінологія, цитування експертів.
2. Психологічна	Вплив на психологію споживача	Інструменти, які впливають на підсвідомість.
Стратегії, які залежать від інтенсивності комерційного процесу та ефекту його впливу		
1. Пасивна	Створення умов для інформування клієнтів, не має відповідної дії.	Рекламні матеріали, ілюстровані брошури.
2. Активна	Спрямованість на отримання реакції, яка є мотивом для споживача, що спонукає.	Надання додаткових послуг, діалог з клієнтом.
3. Інтерактивна	Налагодження взаємодії між споживачем і банком, стратегія діалогу.	Особистий продаж, реклама, PR.

1) визначення бажаного стану банку та його місце в економіці регіону.

2) визначення кількісних показників розвитку регіонального банку.

3) встановлення якісних характеристик: зростання ролі, зміцнення стійкості і підвищення якості послуг.

4) виявлення факторів маркетингової стратегії і проблем у розвитку банку.

Висновки. Таким чином, різні фактори впливають на вибір маркетингової стратегії з великої кількості можливих. Різні стратегії можуть бути застосовані одним банком, але не застосовані іншим. Вибір стратегії залежить від різних факторів і від інформації про зовнішнє середовище в галузі діяльності банку. Найважливіше при реалізації стратегії — це її ефективність, яка досягається при результативних комунікаціях і ринковій долі.

Банку необхідно постійно здійснювати розробку нових стратегій, які будуть задовольняти потреби споживачів, ефективно впливати на ринок і сприятимуть підвищенню конкурентоспроможності та прибутковості банків.

Будь-яка стратегія, існуюча або та, яка реалізується, приносить банку багато вигод, до яких можна віднести такі:

1) контакт різних дій в стратегії дає можливість поліпшити комунікацію і результат діяльності;

2) стратегічна спрямованість, яка полегшує інтеграцію комунікації, дозволяє відповідним чином і у потрібний момент використовувати інструменти просування банківських продуктів; створення комунікативних повідомлень чітко впливає на конкретних споживачів;

3) розроблені маркетингові стратегії в банку дозволяють розробляти на їх основі більш досконаліші, які відповідають вимогам ринку;

4) добре опрацьована стратегія дозволяє регулювати за допомогою інформації, отриманої в ході дослідження і аналізу зовнішнього середовища, дії конкурентів;

5) стратегія веде до конкурентоспроможності за рахунок правильної її реалізації, формування іміджу і доведення інформації про переваги банку до потенційних клієнтів.

Усі вигоди банку, одержані в ході реалізації маркетингової стратегії, підвищують ефективність банківського маркетингу. Також необхідно відзначити, що для підвищення ефективності в

організаційну банківську структуру необхідно впроваджувати службу маркетингу з підрозділом або окремим співробітником, який би реалізовував, розробляв і контролював маркетингові стратегії з метою виявлення відхилень від заданої програми і своєчасного їх виправлення.

Література

1. Дубовик О. В. Маркетинг у банку : навч. посібник / О. В. Дубовик, С. М. Бойко, М. А. Вознюк, Т. Д. Гірченко. — 2-ге вид. — К. : Алерта, 2007. — 275 с.
2. Кириченко О. Стратегічний менеджмент у банку / О. Кириченко // Банківська справа. — 2001. — № 5. — С. 3–7.
3. Лютий О. І. Банківський маркетинг : підручник / І. О. Лютий, О. О. Солodka. — К. : Центр учбової літератури, 2010. — 776 с.
4. Іванова Т. Г. Моделі формування та прийняття стратегічних рішень як інструмент стратегічного маркетингу в банківських установах / Т. Г. Іванова // Фінанси, облік і аудит. — 2010. — № 15. — С. 26–34.
5. Подік С. М. Бізнес-план банку : навч. посібник / С. М. Подік, А. С. Подік. — К. : ФАДА ЛТД, 2010. — 256 с.

References

1. Dubovik, O., Bojko S. & Girchenko, T. (2007). *Marketing in the bank* [Marketing in the bank]. Kiev: Alerta (in Ukr.).
2. Kyrychenko, O. (2001) *Strategichnyj menedzhment u banku* [Strategic management of the bank]. *Bankivs'ka sprava*. 5. 3–7 (in Ukr.).
3. Liutyj, I., & Solodka, O. (2010). *Bankivs'kyj marketing* [Bank marketing]. Kiev: Tsentr uchbovoi literatury, Ltd (in Ukr.).
4. Ivanova, T. (2010). *Modeli formuvannia ta pryniattia stratehichnykh rishen' iak instrument stratehichnoho marketingu v bankivs'kykh ustanovakh* [Models of formation and strategic decision-making as a tool for strategic marketing in banks]. *Finansy, oblik i audit*. 15. 26–34 (in Ukr.).
5. Podik, S. & Podik, A. (2010). *Biznes-plan banku* [The business plan of the bank]. Kiev: FADA LTD (in Ukr.).

ІНСТРУМЕНТИ КОГНІТИВНОГО АНАЛІЗУ ТА МОНІТОРИНГУ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ РЕГІОНУ

Анотація. Розглянуто сутнісний зміст когнітивного аналізу в системі управління соціально-економічною безпекою регіонів. Автором розроблено та обґрунтовано алгоритм побудови когнітивної карти аналізу ситуації соціально-економічної безпеки регіонів. Доведено доцільність та необхідність її застосування в реаліях сучасної економічної ситуації.

Ключові слова: соціально-економічна безпека регіонів України, територіальний розвиток, загрози безпеки, моніторинг безпеки.

Summary. Considered essential content of cognitive analysis in the management of socio-economic security of the region. The author developed and proved algorithm for constructing cognitive maps of situation analysis of socio-economic security regions. The expediency and the need for its use in the realities of the current economic situation.

Key words: socio-economic security of Ukraine's regions, territorial development, security threats.

Постановка проблеми. Проблема соціально-економічної безпеки (СЕБ) регіону впродовж багатьох років залишається надзвичайно важливою. Динамічна зміна умов функціонування сучасної економіки, здатність до забезпечення безпеки від дії внутрішніх і зовнішніх загроз визначає рівень конкурентоспроможності країни та динаміку соціально-економічного розвитку. У свою чергу, забезпечення інтересів країни базується на стійкому розвитку регіонів, коли реалізація цілей і завдань у сфері регіональної політики відображає формування можливостей системи цілеспрямованих дій на загрози регіонального рівня. Для вдосконалення інструментарію та самого механізму управління СЕБ регіону необхідним є створення в регіонах спеціального органу, що направляє і координує діяльність усіх суб'єктів СЕБ з метою ефективності її забезпечення.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Питанням соціально-економічної безпеки регіону присвячена достатня кількість наукових праць зарубіжних і вітчизняних авторів, а саме: З. С. Варналія, В. І. Гейця, Б. В. Губського, М. М. Єрмошенка, Я. А. Жаліла, В. Кейбла, А. К. Кінаха, А. В. Козаченка, Е. А. Олейнікова, А. М. Сундука, В. Г. Ткаченка, А. М. Федоришевої, С. Шенфілда, Є. Янча.

Метою статті є розгляд інструментів когнітивного аналізу та моніторингу соціально-економічної безпеки регіону.

Виклад основного матеріалу дослідження. Створення системи моніторингу соціально-еко-

номічної безпеки регіону можливе лише на базі спеціального нормативно-методичного документа, прийнятого за скоординованої участі законодавчого органу регіону та відповідних державних інстанцій. Разом з тим, в процес моніторингу має бути обов'язково включена оцінка як поточного стану безпеки за ключовими параметрами соціально-економічного розвитку регіону, так і прогностична оцінка параметрів розвитку і можливості виникнення загроз у майбутньому.

Останнім часом при прийнятті управлінських рішень знаходять застосування діагностичні методи, які використовуються при визначенні проблем з вибору стратегій розвитку на першій стадії аналізу. Діагностика СЕБ регіону включає в себе визначення проблем (загроз) СЕБ регіону, їх ранжування, а потім і власне діагностику стану СЕБ.

Діагностика розглядається вченими як необхідний етап ідентифікації проблем, які виникають у процесі діяльності системи, і застосовується в результаті виявлення негативних тенденцій в стані системи. Сутністю цього необхідного етапу в управлінні системою є аналіз співвідношень параметрів і величин системи і середовища, а також змін цих співвідношень з метою виявлення причин і місця виникнення проблеми. У межах управлінського консультування з'явилася і розвивається управлінська діагностика, що виявляє і формулює завдання, які згодом піддаються вирішенню.

Метою діагностики є вивчення проблеми і виявлення факторів, що на неї впливають, для

© В. К. Антошкін, 2016

Бібліографія ДСТУ:

Антошкін В. К. Інструменти когнітивного аналізу та моніторингу соціально-економічної безпеки регіону / В. К. Антошкін // Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу. — 2016. — № 2 (34). — С. 66–69.

References (APA):

Marmul, L. A. & Velichko, T. G. & Rohatyna, L. P. (2016). Stratehichne upravlinnia finansovo-ekonomichnoiu bezpekoiu ahrarnykh ta kharchovykh pidpriemstv [Strategic management of financial and economic security of agricultural and food enterprises]. *Visnyk Berdians'koho universytetu menedzhmentu i biznesu*, 2 (34), 66–69 (in Ukr.).

підтримки управлінських рішень. Інша мета діагностики — вивчення аспектів взаємозв'язку проблем і цілей для розробки найбільш раціональних способів розвитку системи і визначення існуючих можливостей для таких рішень.

Для діагностики рівня СЕБ, виявлення факторів, що дестабілізують, та ідентифікації загроз, більшість дослідників, як правило, пропонують використання методу зіставлення поточних значень індикаторів СЕБ з їх пороговими значеннями. На нашу думку, цей метод може бути використаний для отримання результатів стану окремих складових СЕБ, але тільки в разі необхідності отримання попередніх даних. Для більш повного і системного аналізу стану СЕБ пропонується використовувати когнітивний підхід до діагностики факторів, що впливають на соціально-економічну безпеку регіонів.

Найбільш прийнятним математичним апаратом для дослідження таких складних систем, як СЕБ регіону уявляється когнітивне моделювання, у здійсненні якого використовується системний підхід, тобто сукупність засобів і методів, що дозволяють досліджувати структуру, властивості і функції об'єктів і процесів в цілому, подаючи їх як систему зі своїми межелементними зв'язками. Для встановлення причинно-наслідкових зв'язків у процесі кількісної та якісної оцінки СЕБ, визначення факторів дестабілізації, пошуку раціональних напрямків зниження рівня загроз пропонується використання засобів когнітивного моделювання ситуацій (наприклад, будування когнітивних карт).

Соціально-економічна безпека регіону передбачає ефективне функціонування систем життєзабезпечення (фінанси, зв'язок та ін.), безперебійне виробництво необхідних матеріальних благ, позитивні демографічні зміни, створення всіх необхідних умов життєзабезпечення населення, дбайливе ставлення до ресурсів регіону, науковий та інформаційний прогрес і т. ін. Ця сукупність — системна безліч, що вимагає такого ж системного впливу.

Когнітивний аналіз СЕБ регіону може включати такі етапи (рис. 1):

- формулювання цілей і завдань дослідження;
- вивчення СЕБ регіону з позицій конкретної мети;
- збір, аналіз, систематизацію існуючої кількісної та якісної інформації;
- виокремлення основних взаємозв'язків і ознак, визначення об'єктивних законів (економічних, соціальних, політичних) розвитку ситуації для виокремлення об'єктивних тенденцій і залежностей;
- визначення умов, вимог і обмежень ситуації;
- виокремлення соціально-економічних суб'єктів, включених в ситуацію, визначення їх

інтересів, що дозволить визначити можливі зміни в розвитку ситуації і фактори, які можуть піддаватися їхньому впливу;

— визначення механізмів і шляхів реалізації інтересів основних суб'єктів для визначення стратегії.

Прогноз функціонування, тенденцій, стабільності будь-якої суспільно-економічної системи, особливо її безпеки, має величезне значення для процесу управління. Така складна система, як регіон має бути готова до будь-яких можливих наслідків подій, що відбуваються, до оцінки правильності прийнятих рішень з управління системою, мінімізації негативних наслідків та використання позитивних тенденцій для цілей посилення безпеки. Прогноз являє собою науково обґрунтований висновок про можливий стан об'єкта в коротко- або довгостроковому періоді часу, дозволяє побачити альтернативні шляхи розвитку ситуації. Найбільш коротке сутнісне визначення прогнозу належить Е. Янчу, його зміст полягає в тому, що прогноз дає імовірне бачення майбутнього з деяким, досить високим, ступенем достовірності [1]. Наука налічує велику кількість методів прогнозування, однак «базових» методів, які являють установлені способи дослідження, набагато менше.

Необхідно відзначити, що забезпечити високий ступінь достовірності прогнозу не може жоден метод прогнозування, використовуваний сам по собі. Однак у поєднанні з іншими методами він може бути ефективним, при цьому можливі недоліки і переваги методів компенсують один одного.

Відома трирівнева класифікація методів прогнозування. Класифікаційні ознаки виглядають таким чином: повнота охоплення базових методів прогнозування; неперетинання рівнів класифікації; єдність на кожному рівні класифікаційної ознаки; відкритість, або можливість доповнення класифікаційної схеми. Класифікаційними ознаками кожного рівня можуть бути: ступінь формалізації, спосіб отримання інформації, принцип дії.

В економічному прогнозуванні застосовуються як інтуїтивні (евристичні), тобто експертні методи прогнозування, так і формалізовані, тобто фактографічні. Експертні методи ґрунтуються на узагальненні інформації і думок, що надаються фахівцями-експертами. Такі методи вимагають глибоких теоретичних і практичних знань та навичок від самих експертів, однак застосовуються досить часто. Так, на експертних методах оцінки базуються більшість світових рейтингових установ (наприклад, з більш ніж 300 показників, які служать вихідними даними для складання світового рейтингу конкурентоспроможності країн за версією Всесвітнього Економічного Форуму, 2/3 є

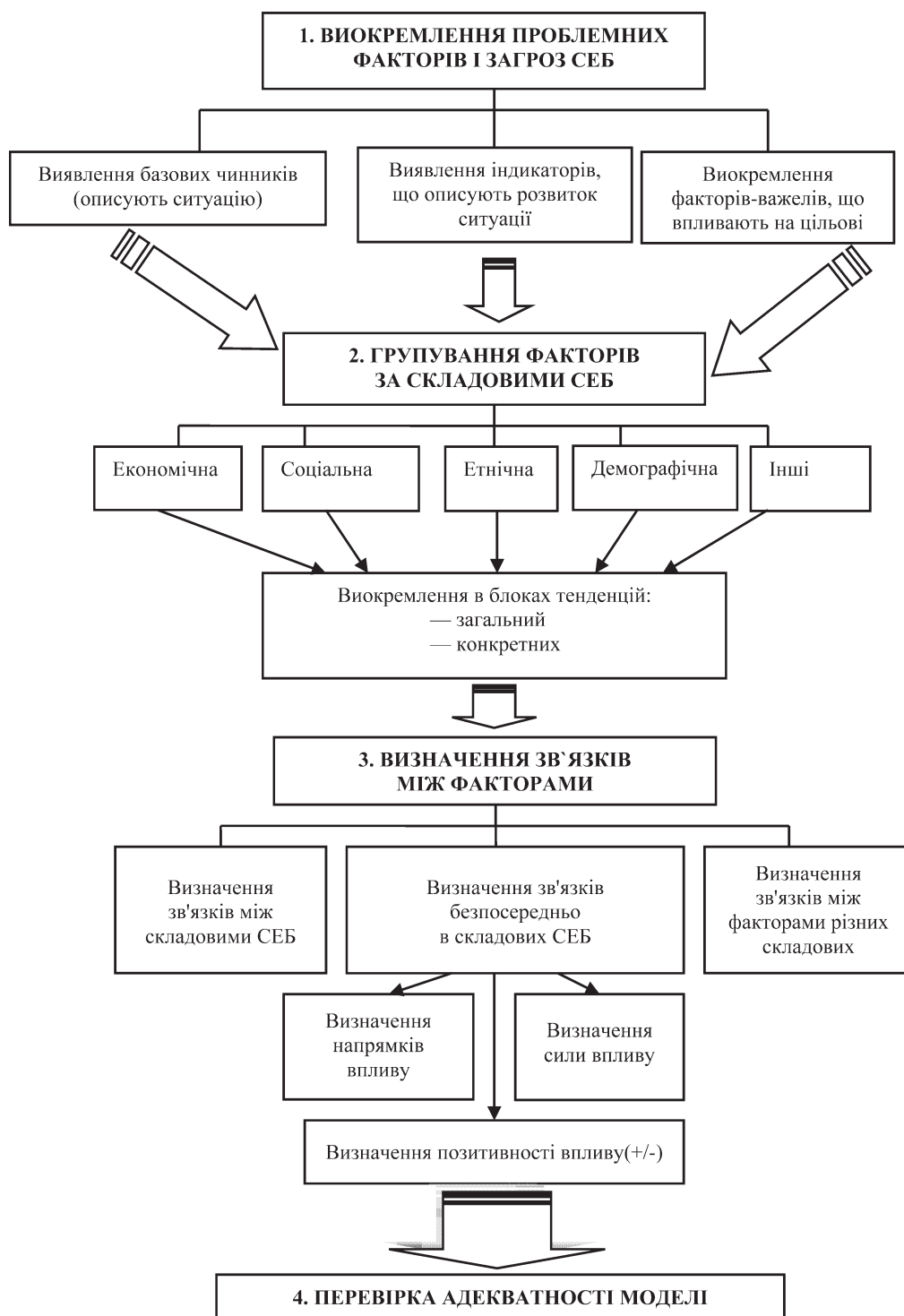


Рис. 1. Алгоритм побудови когнітивної карти ситуації СЕБ регіону

експертними). Неструктуровані знання, або інтуїція, допомагають експерту рф відсутності фактографічної бази. Такі методи використовуються, як правило, у випадках, коли об'єкт прогнозування не піддається фактографічному опису через високі складності або непередбачуваності об'єкта, невизначеності одержуваної інформації або її відсутність. Оцінки експертів можуть бути колективними або індивідуальними, в економічних дослідженнях застосовують і ті, й інші. Найбільш відомі

такі колективні методи, як метод Дельфі, «мозковий штурм», або метод колективної генерації ідей, та ін. Колективні методи базуються на тому факті, що колективне мислення забезпечує, як правило, більш високу точність результату, крім того, в процесі можуть виникати нові продуктивні ідеї. Однак такі методи відрізняються значним ступенем суб'єктивності. У випадках, коли можлива числова оцінка показників розвитку системи, а між показниками існує формалізація зв'язків,

застосовуються фактографічні (формалізовані) методи. При цьому зростає об'єктивність прогнозу, а отже, розширюється його варіабельність. У свою чергу, недоліком фактографічних методів є неможливість врахування багатьох нюансів і тенденцій розвитку системи, що збіднює кінцевий результат.

Висновок. Нами пропонується для вдосконалення інструментарію та самого механізму управління СЕБ регіону створення в регіонах спеціального органу, що направляє і координує діяльність усіх суб'єктів СЕБ з метою ефективності її забезпечення. Існує досвід низки країн, які об'єднують різні за характеристиками території утворенням рад економічної безпеки окремих територій, що успішно функціонують [2]. Відзначимо, що створення такого органу не обов'язково для всіх регіонів, оскільки території, просторово розташовані в центральній частині країни, які відрізняються найбільш сприятливими економічними параметрами, можливо, не вимагають вжиття таких заходів. Однак прикордонні території потребують більш досконалого механізму управління СЕБ.

До складу Ради СЕБ регіону повинен входити експертно-аналітичний центр, в обов'язки якого буде включено підготовку всілякої аналітичної інформації про зовнішні і внутрішні фактори і процеси, які можуть впливати на соціальну, економічну, екологічну та інші ситуації в регіоні, про

існуючі та можливі загрози СЕБ, що становитиме масив вихідних даних при розробці коротко- і довгострокових стратегій СЕБ регіону. Природно, що такі органи та їх обов'язки мають бути, як і весь спектр підвідомчих їм питань, нормативно закріплені. Уже згадувалося, що метою довгострокової стратегії СЕБ регіонів України має бути зниження ймовірності появи в будь-якому регіоні кризових явищ у соціально-економічній сфері, які при виникненні викликають негативний суспільний резонанс, а саме резонансних подій соціально-економічної природи, що вкрай негативно впливають на життєдіяльність громадян, з подальшим впровадженням ефективних державних механізмів врегулювання.

Література

1. Янч Э. Прогнозирование научно-технического прогресса / Э. Янч. — М. : Прогресс, 1974. — 187 с.
2. Ткаченко В. Г. Экономическая безопасность Украины в условиях рыночных трансформационных процессов / В. Г. Ткаченко ; под ред. В. Г. Ткаченко, В. И. Богачева. — Ровеньки ; Луганск : Наука, 2007. — 330 с.

References

1. Ianch A. *Prohnozyrovanye nauchno-tekhnycheskoho progressa* [Forecasting of scientific-technical progress] (1974). — Moscow (in Russ.).
2. Tkachenko V. H. *Ekonomicheskaya bezopasnost Ukrainyi v usloviyakh rynochnykh transformatsionnykh protsessov* [Economic security of Ukraine in conditions of market transformation processes] (2007). — Rovenki ; Lugansk (in Russ.).

УДК 351.85

В. І. Бойко

ВПЛИВ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ НА РЕГІОНАЛЬНИЙ РОЗВИТОК СФЕРИ КУЛЬТУРИ В УМОВАХ ДЕЦЕНТРАЛІЗАЦІЇ УПРАВЛІННЯ

Анотація. У статті розглянуто особливості державного регулювання соціально-культурної сфери в умовах децентралізації влади. Визначено чотири типи держав за сутністю, функціями та інструментами регулювання соціально-культурного розвитку. Обґрунтовано чинники та методи державного регулювання соціально-культурної діяльності з урахуванням регіональних особливостей. Виявлено три основні постулати регулювання (юридична самостійність, господарська самостійність установ та організацій культури, соціальне замовлення при бюджетуванні). Обстоюється необхідність створення регіональних інформаційно-маркетингових центрів для удосконалення державного регулювання розвитку культури на регіональному та національному рівнях.

Ключові слова: культура, соціально-культурна сфера, регіональний розвиток, чинники, децентралізація, влада, державне регулювання, управління.

© В. І. Бойко, 2016

Бібліографія ДСТУ:

Бойко В. І. Вплив державного регулювання на регіональний розвиток сфери культури в умовах децентралізації управління / В. І. Бойко // Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу. — 2016. — № 2 (34). — С. 69–73.

References (APA):

Boiko, V. I. (2016). Vplyv derzhavnogo rehulivannia na rehionalnyi rozvytok sfery kultury v umovakh detsentralizatsii upravlinnia [The effect of government regulation on regional development of the sphere of culture in the conditions of decentralization of management]. *Visnyk Berdians'koho universytetu menedzhmentu i biznesu*, 2 (34), 69–73 (in Ukr.).

Summary. In the article the peculiarities of state regulation of socio-cultural sphere in conditions of decentralization of power. Identified four types of States with the essence, functions and tools of regulation of socio-cultural development. The factors and methods of state regulation of socio-cultural activities with a regional perspective. The three basic tenets of regulation (legal independence, economic independence of the institutions and organizations of culture, the social order when budgeting). Advocated the need to establish a regional information and marketing centres to improve the state regulation of development of culture at regional and national levels.

Key words: culture, socio-cultural sphere, regional development, factors, decentralization, power, government regulation, management.

Постановка проблеми. Важливим чинником підвищення ролі культури у суспільному житті стає деідеологізація соціокультурних відносин та створення механізму їх державного регулювання. Питання переорієнтації колишнього командно-адміністративного управління культурно-мистецькою сферою на регулювання її розвитку в сучасних умовах є нагальним і принциповим. Без створення ефективної системи впливу держави на ці процеси неможливе запровадження новітньої державної політики і нової моделі функціонування сфери культури, система управління якою ще й сьогодні в Україні залишається занадто централізованою, орієнтованою на єдину форму власності і, як результат, недостатньо демократичною. Недостатнім у контексті загальноєвропейських тенденцій децентралізації управління можна вважати осмислення ролі регіональних органів влади в регулюванні розвитку культури. До того ж ця система управління не враховує зміни, які відбулися в культурі порівняно з минулим ХХ століттям.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Незважаючи на свою актуальність, проблема відносин держави і культури ще не отримала належного відображення в науковій літературі, що зумовлено, з одного боку, різними підходами до визначення терміна «регулювання», а з іншого — відсутністю одностайної думки науковців щодо оцінки змісту та методів регулювання як функції управління. Проте, інтерес до питань регулювання як форми управлінського впливу на розвиток різних галузей останнім часом зростає, про що свідчить збільшення кількості відповідних наукових публікацій.

Значний внесок в обґрунтування поняття державного регулювання зробили вітчизняні науковці Г. Назарова, Н. Нижник, Г. Одінцова, В. Стефанюк, Ф. Хміль та інші. Вагомий внесок у дослідження різних аспектів впливу держави на розвиток сфери культури зробили українські науковці: І. Дзюба, М. Жулинський, В. Карлова, А. Леонова, В. Леонтьєва, І. Надольний, В. Подкопаєв, О. Семашко, М. Стріха, Г. Чміль, С. Чукут та інші.

Метою статті є визначення чинників та функцій державного регулювання й управління регіональним розвитком соціально-культурної сфери в умовах децентралізації влади в Україні.

Виклад основного матеріалу дослідження. Спираючись на накопичений вітчизняний та зарубіж-

ний досвід, можна виокремити можливі чотири основні ролі держави відносно регіонального розвитку соціально-культурної сфери.

1. «Помічник» — держава всю свою увагу концентрує на підтримці та розвитку різноманітності як в некомерційній професійній, так і в аматорській творчості, досягаючи це підтримкою скоріше соціально-культурної діяльності в цілому, а не якихось окремих стилів і напрямів. Джерела фінансування в цьому випадку виявляються різноманітними, а роль уряду полягає виключно в заохоченні цього розмаїття усіма силами (насамперед — законодавчою і податковою політикою). Класичний приклад «помічника» — державна підтримка культури в США.

2. «Патрон» — держава концентрує свою увагу більше на тому, щоб забезпечити стандарти професійної творчості та соціально-культурної діяльності. Наприклад, вона заохочує художню майстерність за допомогою стипендій, грантів, виплат та більш активно бере участь у культурному житті, ніж «помічник». Типовий приклад такої ситуації — Великобританія.

3. «Архітектор» — допомога культурі та мистецтву з боку держави є частиною її соціально-економічної програми підвищення добробуту суспільства. В основі її політики лежать скоріше стандарти суспільства, ніж професійні стандарти професійного середовища сфери культури. Сама ж підтримка виражається виключно в довгостроковому прямому державному фінансуванні. Приклад «архітектора» — Франція.

4. «Інженер» — держава володіє і розпоряджається засобами здійснення соціально-культурної діяльності та художньої творчості. Наприклад, вона підтримує те мистецтво, яке відповідає її політичним цілям і стандартам. Прикладом такої державної політики є колишній СРСР.

Зрозуміло, кожна з визначених груп (типів) держав тією чи іншою мірою грає кожен із зазначених ролей. Мова може йти про акценти на конкретному наборі механізмів і процедур, який з певною мірою умовності і можна назвати «ролю». Більш того, ці акценти можуть зміщуватися залежно від економічної ситуації, політичного (зовнішнього і внутрішнього) становища, загроз державній безпеці тощо. Однак за великим рахунком у кожній країні, через традиції культурного та політичного життя, складається певний характер і

стиль державного регулювання у сфері культури, властивий даному суспільству [1, с. 147].

Як суб'єкт влади і права держава зобов'язана забезпечувати законодавчу базу підтримки та розвитку культурного життя і приймати адміністративні заходи щодо неухильного дотримання міжнародних та державних норм у сфері культури. Вона має створювати систему соціальних, економічних і правових гарантій вільної творчості і професійної діяльності у сфері культури. Важливо не допускати ігнорування права громадян користуватися своєю рідною мовою, забезпечувати мінімум культурного розвитку членам суспільства, які відчувають труднощі в реалізації одного з фундаментальних прав людини на участь у створенні, збереженні, розповсюдженні та споживанні культурних цінностей.

Необхідно підтримувати недержавні організації, прихильні до розвитку культурного життя, забезпечувати правові гарантії і створювати реальні умови (включаючи податкову політику) для розвитку доброчинності у сфері культури та соціальної інфраструктури [2, с. 67]. Державні та регіональні органи влади мають стимулювати ініціативу та участь різних груп населення у створенні, збереженні, розповсюдженні та споживанні цінностей культури, здійснювати державну політику у підготовці компетентних кадрів, здатних виконувати організаційно-управлінську, консультативну, художньо-творчу, науково-дослідну, експертну діяльність у сфері культури. На національному та місцевому рівнях доцільно сприяти встановленню міжнародних культурних контактів, зв'язків і співробітництва.

Правові рамки підтримки та розвитку сфери культури визначаються чинним законодавством. В українських умовах це, насамперед, Цивільний та Податковий кодекси, а також Закон України «Про культуру», прийнятий у 2011 р. та доповнюваний змінами у подальші роки. Ціла низка статей цього закону ліквідує монополію держави на управління культурним життям. Закон проголошує обов'язки і обумовлює відповідальність державних органів за забезпечення свобод і самостійності всіх суб'єктів культурної діяльності, доступність культурних благ для соціально-послаблених груп населення. Держава бере на себе обов'язки щодо ведення статистичного обліку, інформаційного та науково-методичного забезпечення культурної діяльності, розвитку меценатства, благодійності, спонсорства відносно культури [3].

Основними законодавчими актами в цьому плані є «Основи законодавства про культуру», закони «Про неприбуткові організації», «Про громадські організації» та інші, низка законодавчих актів, що регулюють питання авторського права,

роздержавлення майна, охорони культурно-історичної спадщини, низка указів Президента України [4].

Конкретна конфігурація державного регулювання розвитку соціально-культурної сфери економіки на регіональному рівні залежить від акценту на тих чи інших важелях та інструментах застосування, регіональних особливостей та умов. Визначення доцільної межі та форми державного регулювання регіонального розвитку соціально-культурної сфери важливо здійснювати, уникаючи ідеологічних стереотипів. Як гарант збереження і розвитку культурної спадщини держава зобов'язана розглядати в якості пріоритетного завдання збереження культурного надбання нації і забезпечувати його передання майбутнім поколінням [5, с. 7].

Характеризуючи організаційно-економічні умови розвитку соціально-культурного життя в Україні, можна констатувати, що починаючи з 1989 р. в них склалися та закріпились, поряд із законодавством і нормативними актами, три основних компоненти:

1. Юридична самостійність установ культури. В якості їх засновників можуть виступати органи державного управління, громадські організації, підприємства, трудові колективи, групи громадян — будь-які зацікавлені соціальні сили. Підставою для початку роботи є реєстрація статуту в місцевих органах виконавчої влади. Зміст, напрями та форми роботи визначаються прийнятим статутом.

2. Господарська самостійність установ культури, яка випливає з правової. Установи культури мають право приймати будь-яку модель господарювання, включаючи фінансування, матеріальне забезпечення й організацію заробітної плати та економічного стимулювання (штатні ставки, бригадний та індивідуальний підряд тощо).

3. Розвиток програмного бюджетного фінансування, перехід в державному бюджетному фінансуванні від фінансування мережі установ до фінансування діяльності установ незалежно від їх форм власності (система соціального замовлення).

Державне управління сферою культури здійснюють органи державної влади, що відповідають державному устрою суспільства. Вищою посадовою особою України, згідно з чинною Конституцією, є Президент, який обирається в Україні прямим голосуванням громадян (тобто який одержує повноваження безпосередньо від них) і наділений одночасно низкою функцій як законодавчої, так і виконавчої влади. Питання державного управління сферою культури висвітлюються в Указах Президента, його законодавчих ініціативах. Ці документи, їх аналіз та експертизи здійснюють

радники з питань культури, які працюють в апараті Адміністрації Президента.

Основними функціями законодавчої (представницької) влади є розробка та прийняття законів, затвердження державного бюджету та контроль за його виконанням, формування органів виконавчої влади. Усі ці функції так чи інакше стосуються питань культури та соціальної сфери, а в деякій своїй частині присвячені їй безпосередньо [6]. Проекти законів розробляє і приймає Верховна Рада, потім вони підлягають розгляду та набирають чинності після підписання Президентом. Для якісної підготовки та експертизи проектів законів і бюджету з культури, оцінки діяльності посадових осіб утворений депутатський Комітет з питань культури і духовності. На свої засідання і слухання Комітет запрошує за необхідності експертів і фахівців, представників громадськості, діячів культури і мистецтва.

Стосовно сфери культури, виконавчі функції здійснює Міністерство культури, яке очолює міністр культури. У структурі Міністерства культури діє низка департаментів та управлінь — за галузями культурної діяльності (департамент мистецтва та навчальних закладів, управління бібліотек, музейної справи тощо) та функціями управління (фінансово-ресурсного забезпечення, обліку та фінансової звітності, внутрішнього аудиту тощо). Крім того Міністерство культури здійснює засновницькі функції відносно державних установ культури державного значення (Софія Київська, Києво-Печерська Лавра, Національна бібліотека України ім. І. В. Вернадського тощо).

Та ж структура органів державної влади діє на рівні регіонів — адміністративних областей. У кожній з них мається вища посадова особа (голова), обласна рада та адміністрація. Вони виконують ті ж функції державного регулювання, тільки стосовно масштабів даного суб'єкта (виконують закони та бюджет, формують необхідні органи влади за галузями і функціями) — управління. При кожному органі законодавчої влади формуються комісії, що займаються питаннями сфери культури, а до складу органів виконавчої влади входять відповідні комітети, управління міністерства культури, які, крім іншого, здійснюють керівництво відповідною мережею установ культури [7, с. 168].

На місцевому рівні (район, місто) відтворюється фактично та ж схема: представницька влада (депутатський корпус) з відповідними комісіями, виконавча влада (адміністрація) з відповідними відділеннями культури. Питання підтримки та розвитку сфери культури зачіпає функції також інших органів державного управління на всіх рівнях — від місцевого до національного. Йдеться про такі державні служби, на які лягають функції

позавідомчого контролю: Держмайно, Національний банк, Генпрокуратура, Податкова адміністрація, органи охорони правопорядку, санітарного нагляду, протипожежної безпеки тощо. Заради повноти системи державного управління сферою культури слід згадати третю (відносно законодавчої та виконавчої) гілку державної влади — судову, тобто суди різного рівня, в яких також доводиться іноді вирішувати питання, що відносяться до сфери культури.

Найважливішою умовою ефективності сучасного менеджменту є інформаційне забезпечення прийнятих управлінських рішень та контролю їх реалізації, аналізу підсумків діяльності. Мова йде не просто про збір матеріалу, даних обліку та звітності, а про системний аналітичний опис стану та розвитку сфери культури (у національному та регіональному масштабах), окремих установ культури.

Особливе значення ця діяльність набуває в ринкових умовах з урахуванням принципової багатокладності сфери культури. Важливим виявляється не просто моніторинг стану справ — первинне (фактологічне) інформаційне забезпечення, а й аналіз стану конкретних ринків послуг, тенденцій їх розвитку, експертиз і оцінок, рекомендацій, тобто вторинне (аналітичне) інформаційне забезпечення. Це та інформація, підготовка і робота з якою в радянський час велася від випадку до випадку, в основному для підготовки якихось партійних рішень. У сучасних умовах це має бути постійна рутинна робота. Без такої інформації неможливе прийняття оптимальних рішень щодо державної підтримки сфери культури, розвиток спонсорства та благодійності, співпраця сфери культури та сфери туризму.

Не менш очевидним є й те, що державні органи управління цю роботу здійснювати не можуть і не повинні [8, с. 151]. Мова повинна йти про створення інформаційно-аналітичних, інформаційно-маркетингових, рекламних, інформаційно-видавничих та подібних служб (центрів, агентств). Вдалим прикладом такої служби є Інститут культурних програм, створений Департаментом культури КМДА замість Єдиного науково-методичного центру, методичного кабінету та курсів підвищення кваліфікації працівників культури. Головним його завданням стало саме інформаційне забезпечення культурних програм та проєктів, допомога в їх просуванні та реалізації.

З використанням досвіду його роботи був створений Інформаційно-маркетинговий центр Міністерства культури у Житомирській області. Зрозуміло, що на перших порах створення таких служб, що забезпечують інформаційну інфраструктуру сфери, повинні ініціювати регіональні органи державного управління — збирати первин-

ну фактологічну інформацію легше за участю органів управління та статистики. Проте подальше ведення баз даних, у тому числі тих, які поставляються тим же державним органам, інформаційні служби можуть здійснювати самостійно. Життя показує, що дуже скоро діяльність таких служб здатна прийняти самостійний і навіть — комерційний характер, при мінімальному бюджетному фінансуванні конкретних видів діяльності, важливих саме для державного регулювання.

На базі таких інформаційно-аналітичних центрів природно здійснювати підвищення кваліфікації працівників культури, проведення семінарів та конференцій, видавничу діяльність [9, с. 103]. Це забезпечує гнучке державне управління сферою культури, публісфери, формування і просування іміджу регіону, культурних проектів та програм, залучення та акумулювання коштів на їх здійснення з різних джерел, співпраця зі ЗМІ тощо.

До компетенції владних структур належить також відтворення професійного середовища — підготовки та перепідготовки фахівців і працівників сфери культури в державних освітніх установах (ВНЗ, середніх спеціальних навчальних закладах, курсах підвищення кваліфікації), а також контроль за дотриманням відповідних державних освітніх стандартів в освітніх установах та організаціях незалежно від їх форми власності і відомчої належності (ліцензування, акредитація). Це і стимулювання підвищення статусу соціально-культурної сфери — оподаткування та інші дії, які спонукають до підтримки та розвитку культури і мистецтва, інформаційне забезпечення генерації рішень, діяльності, аналізу її результатів.

Висновки. Культура кожного народу має право на участь у гуманістичному розвитку всього людства. Культурне співробітництво, діалог і взаєморозуміння народів світу є запорукою справедливості і демократії, умовою запобігання міжнародних та міжетнічних конфліктів, насильства і воєн. Тому культура володіє правом на підтримку з боку держави, яка несе юридичні та моральні зобов'язання перед минулим, сьогоденням і майбутнім за зберігання і розвиток культурної спадщини всіх народів і етносів, що проживають на території того або іншого регіону.

Література

1. Діденко Н. Г. Державне управління і соціальне партнерство: актуальні проблеми теорії і практики : монографія / Н. Г. Діденко. — Донецьк : Східний видавничий дім, 2007. — 404 с.
2. Ковальчук В. Г. Державне управління соціально-економічним розвитком регіону : монографія / В. Г. Ковальчук. — Харків : Золоті сторінки, 2013. — 296 с.

3. Про культуру : Закон України № 955-VIII від 28.01.2016 р. [Електронний ресурс] / Верховна Рада України. — Режим доступу : <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/2778-17>.

4. Про громадські об'єднання: Закон України № 835-VIII від 26.11.2015 р. [Електронний ресурс] / Верховна Рада України. — Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/4572-17>.

5. Вітченко А. Модернізація освіти в Україні: стратегія прориву чи його імітація (критичний аналіз заходів щодо реалізації державної політики в освітній галузі) / А. Вітченко // Університет. — 2010. — № 1. — С. 5–13.

6. Крупка А. Я. Державно-приватне партнерство в галузі культури і мистецтва: стан і перспективи розвитку [Електронний ресурс] / А. Я. Крупка. — Режим доступу <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=3120>.

7. Лошихін О. М. Економічна функція сучасної держави. Теоретико-правові аспекти : монографія / О. М. Лошихін. — К. : Юридична думка, 2008. — 368 с.

8. Осипова Г. М. Напрями удосконалення державного механізму управління соціально-культурною сферою / Г. М. Осипова // Соціально-гуманітарні проблеми менеджменту : матер. IV Міжнар. наук.-практ. конф., 23 жовтня 2009 р., м. Донецьк. — Донецьк : ДонДУУ, 2009. — С. 150–152.

9. Матвейчева Ю. О. Держава та культура: межі втручання та напрями взаємодії / Ю. О. Матвейчева // Вісник НАК-ККиМ. — 2011. — № 4. — С. 102–105.

References

1. Didenko, N. H. (2007), *Derzhavne upravlinnia i sotsial'ne partnerstvo: aktual'ni problemy teorii i praktyky* [Governance and social partnership: actual problems of theory and practice], Donetsk: Skhidnyj vydavnychyj dim, Ltd (in Ukr.).
2. Koval'chuk, V. H. (2013), *Derzhavne upravlinnia sotsial'no-ekonomichnym rozvytkom rehionu* [State management of socio-economic development of the region], Kharkiv: Zoloti storinky, Ltd (in Ukr.).
3. The Verkhovna Rada of Ukraine (2016). *On culture* (Law of Ukraine). Retrieved from <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/2778-17> (in Ukr.).
4. The Verkhovna Rada of Ukraine (2015). *On public associations* (Law of Ukraine). Retrieved from <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/2778-17> (in Ukr.).
5. Vitchenko, A. (2010), *Modernizatsiia osvity v Ukraini: stratehiia proryvu chy joho imitatsiia (krytychnyj analiz zakhodiv scho-do realizatsii derzhavnoi polityky v osvithnij haluzi)* [Modernization of education in Ukraine: breakthrough strategy or an imitation of it (a critical analysis of measures to implement state policy in education)], *Universytet*, 1, 5–13 (in Ukr.).
6. Krupka, A. Ya. (2014), *Derzhavno-pryvatne partnerstvo v haluzi kul'tury i mystetstva: stan i perspektivy rozvytku* [Public-private partnership in the field of culture and art: the state and prospects of development], Retrieved from <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=3120> (in Ukr.).
7. Loschykhin, O. M. (2008), *Ekonomichna funktsiia suchasnoi derzhavy. Teoretyko-pravovi aspekty* [Economic functions of a modern state. Theoretical and legal aspects], Kyiv: Yurydychna dumka, Ltd (in Ukr.).
8. Osypova, H. M. (2009, October 23), *Napriamy udoskonalennia derzhavnogo mekhanizmu upravlinnia sotsial'no-kul'turnoi sferei* [Ways of improving the state of the mechanism of socio-cultural sphere]. Mater. IV mezhdunar. Sciences.-pract. Conf. «Socio-humanitarian problems of management» (150–152). Donetsk: DonDUU, (in Ukr.).
9. Matveicheva, Yu. O. (2011), *Derzhava ta kul'tura: mezhi vtruchannia ta napriamy vzaiemodii* [Culture and the State: the limits of intervention and referral interaction], *Visnyk NAKKKiM*, 4, 102–105 (in Ukr.).

ДЕМОГРАФІЯ, ЕКОНОМІКА ПРАЦІ, СОЦІАЛЬНА ЕКОНОМІКА І ПОЛІТИКА

УДК 331.104:330.316.42

С. В. Пеньковський,

І. М. Яценко

ОРГАНІЗАЦІЯ СОЦІАЛЬНО-ТРУДОВИХ ВІДНОСИН В АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ НА ЗАСАДАХ СОЦІАЛЬНОГО ПАРТНЕРСТВА

Анотація. У статті виявлено проблеми формування соціально-трудових відносин в аграрних підприємствах. Визначено важливу роль соціального партнерства у їх забезпеченні. Обґрунтовано сутність та структуру соціального партнерства. Виявлено чинники та визначено умови впровадження. Розроблено перспективи удосконалення соціально-трудових відносин в агросфері на основі соціального партнерства.

Ключові слова: аграрні підприємства, працівники, роботодавці, соціально-трудові відносини, державне регулювання, соціальне партнерство, соціальна відповідальність.

Summary. In the article the problems of formation of socio-labour relations in the agricultural enterprises. Determined the important role of social partnership in their support. Substantiates the essence and structure of social partnership. The factors and the conditions of implementation. Developed prospects for improving social and labor relations in the agricultural sphere on the basis of social partnership.

Key words: agricultural enterprises, employees, employers, labor relations, state regulation, social partnership, social responsibility.

Постановка проблеми. У сучасних умовах розвитку аграрної економіки набувають актуальності проблеми, що виникають у її соціально-трудовій сфері, розподілі матеріальних благ, соціальній справедливості. Йдеться про забезпечення повної (продуктивної) зайнятості, збереження та розвиток трудового потенціалу, підвищення життєвого рівня сільського населення, оптимізацію відносин між працею і капіталом на принципах соціального паритету та відповідальності (соціального партнерства). Обґрунтування шляхів вирішення означених проблем є особливо актуальним для підприємств як основних суб'єктів господарювання агросфери країни. Це пов'язано з тим, що вітчизняна теорія формування і розвитку системи соціально-трудових відносин в ринкових умовах господарювання знаходиться на етапі становлення та удосконалення.

Аналіз сучасних відносин соціально-трудової сфери аграрних підприємств демонструє відсутність погодженості інтересів між великими роботодавцями та найманими працівниками, орендодавцями й орендарями земельних ділянок, агроформуваннями і сільськими громадами. Він вказує на невизначеність та недостатність ролі держави і недосконалість механізму дій названих

суб'єктів та інших інститутів щодо вирішення вищевказаних проблем. Це може призвести, на тлі зниження рівня зайнятості та життєдіяльності сільських жителів, до соціальної нестабільності населення сільських територій.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Питаннями використання трудових ресурсів потенціалу аграрних підприємств, формування соціально-трудових відносин в агросфері, соціального партнерства та соціальної відповідальності займалися такі зарубіжні та вітчизняні науковці, як В. Антошкін, О. Грішнова, М. Ігнатенко, А. Колот, Е. Лібанова, І. Романюк, О. Шкільов та інші. Проте організація соціально-трудових відносин на засадах соціального партнерства потребує подальших досліджень та розробок.

Метою статті є виявлення проблем формування соціально-трудових відносин в аграрних підприємствах, визначення важливої ролі соціального партнерства у їх забезпеченні та розробка перспектив удосконалення соціально-трудових відносин в агросфері на основі соціального партнерства.

Виклад основного матеріалу дослідження. У сучасних умовах розвитку й функціонування світової та вітчизняної аграрної сфери господарю-

© С. В. Пеньковський, І. М. Яценко, 2016

Бібліографія ДСТУ:

Пеньковський С. В. Організація соціально-трудових відносин в аграрних підприємствах на засадах соціального партнерства / С. В. Пеньковський, І. М. Яценко // Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу. — 2016. — № 2 (34). — С. 74–78.

References (APA):

Penkovsky, S. V. & Yatsenko, I. M. (2016). Orhanizatsiia sotsialno-trudovykh vidnosyn v ahrarnykh pidpriemstvakh na zasadakh sotsialnoho partnerstva [The organization of social and labor relations in the agricultural enterprises on the principles of social partnership]. *Visnyk Berdians'koho universytetu menedzhmentu i biznesu*, 2 (34), 74–78 (in Ukr.).

вання глибока і довготривала економічна криза спричинила загострення не тільки ресурсних проблем та проблем продовольчої безпеки. Спостерігається загострення й соціальних суперечностей на селі, маргіналізація значної частини сільського населення, деградація розвитку або депресивний стан сільських територій. При цьому національна модель соціального діалогу через те, що зростання соціальної нерівності та напруги в суспільстві породжує велику кількість проблем у соціально-трудовій сфері [1, с. 116], виявилася недостатньо ефективною. На це вказує високий рівень безробіття на селі, самозайнятість значних мас населення, еміграція у пошуках роботи при одночасному зростанні агрохолдингів та інших великих аграрних корпоративних структур з надприбутками та високим рівнем концентрації виробництва і капіталів, значні ризики ведення фермерських господарств та ін.

На нашу думку, дієвим засобом вирішення протиріч, що виникають у агросфері з приводу соціально-трудових відносин, є соціальне партнерство. Воно визначається як сукупність тристоронніх взаємовідносин у системі «наймани працівники й профспілки — роботодавці та їх об'єднання — державні та місцеві інститути» з метою задоволення інтересів кожного з них не на шкоду іншим на основі переговорів, примирних процедур, угод тощо. Соціальне партнерство, таким чином, демонструє можливість забезпечення балансу інтересів найманих працівників, підприємців і держави на користь усього суспільства.

Основними функціональними завданнями соціального партнерства у національному регуляторному масштабі визначені забезпечення реалізації соціально орієнтованої економічної стратегії та аграрної політики, створення ефективного механізму, методів, моделей та інструментів регулювання соціально-трудових і пов'язаних з ними економічних відносин. У прагматичній площині — це проведення колективних переговорів, взаємних консультацій, укладення колективних договорів та угод з метою досягнення принципів соціальної справедливості у розподілі матеріальних благ, запобігання колективних трудових спорів (конфліктів), страйків, демонстрацій і сприяння вирішенню соціально-трудових конфліктів. У законотворчому відношенні — це удосконалення чинного законодавства про працю, пенсійне забезпечення, у сфері соціально-трудових і пов'язаних із ними економічних відносин.

Інституційною основою соціального партнерства в Україні є національні законодавчі та нормативні акти, які регулюють соціально-трудові відносини. Це законодавство розроблялося на основі ратифікованих Україною конвенцій і рекомендацій Міжнародної організації праці (МОП).

Соціальне партнерство у вузькому розумінні, у межах окремих підприємств і організацій, — це механізм цивілізованого вирішення соціально-трудових конфліктів та усунення суперечностей між інтересами працівників і власників; суспільний договір між найманими працівниками і роботодавцями на основі реалізації прав та інтересів названих сторін [2, с. 226]. Укладання колективних договорів і угод є важливим елементом соціального партнерства на рівні аграрних підприємств.

В узагальненому розумінні предметом соціального партнерства може бути будь-яке питання соціально-економічного змісту в суспільному житті, щодо якого соціальні партнери вважають за потрібне досягти згоди [3, с. 85]. До сфери соціального партнерства входять: досягнення консенсусу з питань забезпечення зайнятості, створення додаткових робочих місць; застосування найманої праці з дотриманням техніки безпеки, вимог з охорони здоров'я працівників у процесі праці, оплати праці й забезпечення відтворювальної і стимулювальної функцій заробітної плати; забезпечення нормального режиму праці й відпочинку; забезпечення права працівників на участь в управлінні працею на підприємстві, в розподілі прибутку для забезпечення соціальної діяльності підприємства, у вирішенні колективних трудових спорів тощо. У сучасних умовах його реалізація значно ускладнилася через наявність значної кількості біженців, переміщених осіб, необхідність працевлаштування переселенців, учасників АТО, інвалідів та ін., чинники, спричинені ризиками національної безпеки.

У цих складних умовах вирішальне значення має дотримання принципів або правил здійснення соціального партнерства. До основних принципів соціального партнерства, отже, відносяться: дотримання норм законодавства; повноважність представників сторін; рівноправність сторін у свободі вибору й обговорення питань, які складають зміст колективних договорів, угод і відносин; добровільність сторін у прийнятті на себе зобов'язань оплати та умов праці, досягненні її продуктивності тощо; систематичність контролю і відповідальність за виконання зобов'язань, їх моніторинг, санкції за порушення та мотивацію дотримання.

З метою недопущення кризи соціально-трудових відносин на підприємствах агросфери доцільно постійно здійснювати моніторинг чинників, що визначають загальний стан досить рухомої та нестійкої системи соціального партнерства. Для цього доцільно використовувати низку кількісних та якісних індикаторів, рейтингів, критеріїв [4, с. 22]. Важливо мати відповідальних фахівців як на рівні окремих агропідприємств та агрофор-

мувань, так і на рівні місцевих та регіональних і національних владних структур, профспілок, громадських неурядових організацій тощо.

До кількісних показників, які можна визначити, об'єктивно відносяться: коефіцієнт сталості складу працівників, їх представництво у Раді соціального партнерства; ступінь уніфікації робіт на підприємстві; відсоток виконання індивідуальних планових завдань; середній стаж роботи та плинність кадрів, частка сезонних працівників; рівень середньої заробітної плати; якість роботи (якість продукції, відсоток незавершеного виробництва); кількість неформальних зібрань, протестів, проявів незадоволення працівників протягом звітного періоду; відсоток працівників, охоплених профспілковими організаціями; кількість конфліктних ситуацій між працівниками та роботодавцями тощо.

Якісні показники дозволяють з'ясувати існування та дотримання корпоративної культури, традицій агропідприємств, рівень самоуправління колективу, дотримання статуту підприємства та умов колективного договору, корпоративних відносин [5, с. 167]. Уся сукупність перерахованих показників дозволяє об'єктивно оцінити існуючий стан соціально-трудових відносин і перспективи розвитку соціального партнерства в умовах конкретного аграрного підприємства. Це досить важливо для стратегії його подальшого розвитку, своєчасного прийняття коригуючих управлінських рішень, а також здійснення державного контролю за діяльністю.

На сьогодні система соціального партнерства в агросфері країни не є цілком сформованою та досконалою. Традиційними причинами її низької ефективності можна вважати:

— нерозвиненість деяких елементів системи соціального партнерства (законодавчих, організаційних, соціально-економічних тощо) як на державному, так і регіональному та місцевому рівні. Так, урядовцям, науковцям та практикам потрібно розробити основні законодавчі положення формування та діяльності українських інтегрованих корпоративних структур на засадах соціальної відповідальності й порядку застосування їхнього інноваційно-інвестиційного потенціалу у розвитку трудових ресурсів агросфери [6]. Держава має приділяти велику увагу розвитку корпоративного законодавства, яке в Україні потребує реформування через загрози розширеному відтворенню сільського населення та його трудовому й інтелектуальному потенціалам;

— низьку ефективність діяльності профспілок, сільських громад, недержавних організацій як первинних ланок захисту інтересів найманих працівників. Профспілки або функціонують формально, або, у переважній більшості випадків, є залежними від власників та роботодавців на міс-

цях. Сільські громади також не мають достатньо дієвих фінансових механізмів впливу на великих землевласників, захисту своїх учасників;

— недосконалість змісту та формальність колективних угод, що не охоплюють всі важливі сторони соціально-трудових відносин. Окрім того, до процесу колективно-договірного регулювання залучається недостатня кількість найманих працівників, а саме підписання колективних угод не гарантує їх сумлінного виконання. Це подекуди пов'язано з невмінням і небажанням соціальних партнерів досягати компромісу;

— неспроможність найманих працівників активно впливати на формування соціально відповідальної поведінки роботодавців через недостатнє знання своїх прав і обов'язків, відповідальність сторін, слабкий рівень освіти, зневіру у можливості досягнення соціальної справедливості. Тому подальше вдосконалення системи соціального партнерства в Україні передбачає необхідність розробки організаційно-економічного механізму підвищення його ефективності з урахуванням визначених чинників.

Формування дієвого механізму соціального партнерства, його майбутнє у вітчизняних агроформуваннях багато в чому залежить від того, як відбудеться розмежування й становлення інтересів усіх його учасників. Для повноцінного соціального партнерства необхідно, щоб потенційні партнери мали достатньо чітко розмежовані інтереси й усвідомлювали їхню відмінність, визнавали потребу один в одному і були готовими до конструктивної співпраці та розвитку [7].

Державна політика і стратегія соціального партнерства в агросфері реалізується державними інститутами, профспілками та організаціями роботодавців переважно із використанням парламентських механізмів. Вони дозволяють діяти через окремі парламентські групи або фракції для лобіювання необхідних законів і внесення на розгляд парламенту законопроектів соціального значення в межах права законодавчої ініціативи. Можна сказати, що в Україні у профспілок та організацій роботодавців абсолютно відсутнє право законодавчої ініціативи щодо врегулювання соціально-трудових відносин. Вони можуть і мають бути ініціаторами здійснення соціально відповідального агробізнесу.

Головним чинником реформ та інших засобів регулювання як великий власник і роботодавець стосовно працівників бюджетної сфери села виступає держава, від імені якої діють органи виконавчої влади на місцях та органи місцевого самоврядування. З точки зору реалізації завдань соціального партнерства, цей діалог не може бути визнаний достатньо ефективним. Це пояснюється відсутністю, насамперед, фінансових умов для

найбільш повного задоволення інтересів рядових працівників. Необхідне винесення за його рамки конфлікту «роботодавець — працівник» і посилення відповідальності й зацікавленості роботодавців у виконанні соціальних зобов'язань [8, с. 107].

На сьогодні українська держава продовжує залишатися значним власником і роботодавцем. З іншого боку, вона неефективно використовує свої регуляторні інструменти, особливо фінансові. Це спричиняє неефективне та непослідовне виконання й фінансове забезпечення нею функцій арбітра між працівниками і роботодавцями в агросфері. У зрілих суспільних системах, де діють досить потужні профспілки й об'єднання роботодавців, де існує демократична політична культура, держава може відігравати роль спостерігача.

Вона лише як посередник втручається в процес соціально-трудових відносин за необхідності їхнього інституційного регулювання. Але це втручання, як правило, є потужним та дієвим. В умовах України держава також поступово приходить до розуміння необхідності формування демократичного механізму регулювання соціально-трудових відносин і, за рекомендаціями Міжнародної організації праці, заради налагодження ефективного соціального партнерства йде на серйозне обмеження своїх функцій. Про це свідчить курс реформ, спрямований на децентралізацію влади на місцях.

За останні роки у країні, в основному, сформовано політико-правові засади діяльності органів виконавчої влади у сфері соціально-трудових відносин підприємств агросфери. Визначено їх компетенції, механізми та напрями діяльності, створено законодавчу базу функціонування профспілок та організацій роботодавців. Однак усе це не видається достатнім, особливо в контексті комплексного розвитку аграрної сфери економіки та вирішення соціальних проблем населення сільських територій [9, с. 30]. Адже 2/3 трудових ресурсів села не зайняті у суспільному виробництві. Вони характеризуються як самозайняті, потенційні або приховані безробітні. Тому актуальним є створення профспілками, сільськими громадами насамперед та об'єднаннями роботодавців додаткових механізмів, норм і правил, які б дозволяли забезпечувати необхідну компетенцію своїх представників у системі органів соціального партнерства.

Висновки. Здійснення соціально-трудових відносин в сучасних вітчизняних аграрних підприємствах має відбуватися на засадах соціального партнерства. Воно передбачає взаємоузгодження специфічних інтересів працівників, роботодавців і держави та досягнення консенсусу в процесі результативного соціального діалогу з приво-

ду забезпечення належних умов для здійснення ефективної праці, її оплати, утримання соціальної інфраструктури на селі, підтримки сільських громад, розвитку громадянського суспільства загалом. За умови соціального партнерства підприємці можуть забезпечити собі стабільне отримання прибутків, фінансово-економічну стійкість та конкурентні переваги агробізнесу, а наймани працівники — належну та своєчасну оплату праці, якісні в соціально-екологічному сенсі умови життєдіяльності.

Отже, здійснення ефективної системи соціального партнерства є необхідною умовою формування соціально-економічної аграрної політики держави. Це запорука забезпечення економічного розвитку аграрних підприємств і соціальної стабільності сільських територій та регіонів. Подальші напрацювання й розробки у цій сфері мають бути спрямовані на розвиток теоретичних засад і обґрунтування дієвих форм і методів практичного регулювання соціально-трудових відносин в агроформуваннях.

Література

1. Соціальна відповідальність: теорія і практика розвитку : монографія / [А. М. Колот, О. А. Грішнова та ін.] ; за наук. ред. д-ра екон. наук, проф. А. М. Колота. — К. : КНЕУ, 2011. — 501 с.
2. Ястремська О. М. Здійснення соціально-трудових відносин на засадах соціального партнерства / О. М. Ястремська, А. А. Попова // Бізнес-інформ. — 2013. — № 6. — С. 225–229.
3. Ситник Ю. О. Соціальне партнерство в Україні: особливості становлення і перспективи розвитку / Ю. О. Ситник // Наукові записки Кіровоградського національного технічного університету. — 2009. — № 5. — С. 81–89.
4. Гутурак К. О. Сучасний стан соціального партнерства в Україні / К. О. Гутурак // Ефективна економіка. — 2010. — № 5. — С. 21–24.
5. Грішнова О. А. Економіка праці та соціально-трудові відносини : підручник / О. А. Грішнова. — 4-те вид., оновлене. — К. : Знання, 2009. — 390 с.
6. Івашина О. Ю. Вплив держави на становлення соціального партнерства у сфері регулювання оплати праці у країнах світу та в Україні [Електронний ресурс] / О. Ю. Івашина // Актуальні проблеми державного управління. — 2010. — № 1 (37). — Режим доступу: http://archive.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/Ardu/2010_1/doc/5/03.pdf.
7. Ігнатенко М. М. Проблеми та перспективи підвищення зайнятості сільського населення на засадах соціальної відповідальності агробізнесу [Електронний ресурс] / М. М. Ігнатенко // Ефективна економіка. — № 12. — 2015. — Режим доступу до журналу : <http://www.economy.nayka.com.ua/?n=12&y=2015>.
8. Романюк І. А. Державна соціальна політика в забезпеченні продуктивної зайнятості сільського населення / І. А. Романюк // Економіка АПК. — 2014. — № 10. — С. 105–109.
9. Антошкин В. К. Социально-экономическая оценка проблем безработицы / В. К. Антошкин // Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу. — 2012. — № 4 (20). — С. 27–34.

References

1. Kolot, A. M. & Hrishnova, O. A. (2011), *Sotsial'na vidpovidal'nist': teoriia i praktyka rozvytku* [Social responsibility: theory and practice of development], Kiev: KNEU, Ltd (in Ukr.).
2. Yastrems'ka, O. M. & Popova, A. A. (2013), *Zdysnennia sotsial'no-trudovykh vidnosyn na zasakh sotsial'noho partnerstva*

[Implementation of social and labour relations on the principles of social partnership], *Biznesinform*, 6, 225–229 (in Ukr.).

3. Sytnyk, Yu. O. (2009), *Sotsial'ne partnerstvo v Ukraini: osoblyvosti stanovlennia i perspektyvy rozvytku* [Social partnership in Ukraine: features of formation and prospects of development], *Naukovi zapysky Kirovohrads'koho natsional'nogo tekhnichnogo universytetu*, 5, 81–89 (in Ukr.).

4. Huturiak, K. O. (2010), *Suchasnyj stan sotsial'nogo partnerstva v Ukraini* [Modern state of social partnership in Ukraine], *Efektivna ekonomika*, 5, 21–24 (in Ukr.).

5. Hrishnova, O. A. (2009), *Ekonomika pratsi ta sotsial'no-trudovi vidnosyny* [Labor Economics and labor relations], Kiev: Znan-
nia, Ltd (in Ukr.).

6. Ivashyna, O. Yu. (2010), *Vplyv derzhavy na stanovlennia sotsial'nogo partnerstva u sferi rehuliuвання opłaty pratsi u krainakh svitu ta v Ukraini* [The influence of the state on the development of social partnership in the sphere of regulation of remuneration in

the countries of the world and in Ukraine], *Aktual'ni problemy derzhavnoho upravlinnia*, 1 (37). Retrieved from http://archive.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/Apdu/2010_1/doc/5/03.pdf (in Ukr.).

7. Ihnatenko, M. M. (2015), *Problemy ta perspektyvy pidvyschennia zajniatosti sil's'koho naseleennia na zasadakh sotsial'noi vidpovidal'nosti ahrobiznesu* [Problems and prospects of increasing rural employment on the principles of social responsibility agribusiness], *Efektivna ekonomika*, 12. Retrieved from <http://www.economy.nayka.com.ua/?n=12&y=2015> (in Ukr.).

8. Romaniuk, I. A. (2014), *Derzhavna sotsial'na polityka v zabezpechenni produktyvnoi zajniatosti sil's'koho naseleennia* [State social policies to provide productive employment for the rural population], *Ekonomika APK*, 10, 105–109 (in Ukr.).

9. Antoshkin, V. K. (2012), *Sotsyal'no-ekonomicheskaia otsenka problem bezrobotytsy* [Socio-economic assessment the problems of unemployment], *Visnyk Berdians'koho universytetu menedzhmentu i biznesu*, 4 (20), 27–34 (in Russ.).

УДК 336.11:369.223.23

А. А. Постол

ДЕРЖАВНО-ПРИВАТНЕ ПАРТНЕРСТВО В ЗАБЕЗПЕЧЕННІ РОЗВИТКУ СОЦІАЛЬНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ АГРОСФЕРИ

Анотація. Визначено сутність приватно-державного партнерства. Обґрунтовано його переваги у забезпеченні розвитку інфраструктури агросфери та сільських територій. Виявлено особливості його нормативного забезпечення, проблеми й тенденції впровадження. Охарактеризовано ефекти від впровадження форм державно-приватного партнерства на фінансово-інвестиційному рівні. Розроблено пропозиції щодо його розвитку.

Ключові слова: державно-приватне партнерство, розвиток, соціальна інфраструктура, агросфера, сільські території, сільське населення, соціальний захист, удосконалення.

Summary. It defines the essence of public-private partnerships. Proved its advantages in development of agricultural infrastructure and rural areas. Peculiarities of the legal framework, issues and trends introduction. Characterized the effects of the introduction of public-private partnerships in the financial and investment level. Developed proposals for its development.

Key words: public-private partnerships, development, social infrastructure, agrosfera, rural areas, rural population, social protection, improvement.

Постановка проблеми. У сучасних умовах заго-
стрення протиріч в країні, коли все більш наочно
проявляються тенденції до погіршення еконо-
мічної ситуації та поглиблення фінансової кризи,
досягнення стратегічних цілей агросфери, відро-
дження та розвитку сільських територій неможли-
во без партнерства державних органів влади з пред-
ставниками приватного бізнесу. Дефіцит бюджету,
скорочення доходів та видатків державного бю-
джету не дозволяють здійснювати масштабні стра-
тегічні проекти, що лежать в основі високої конку-
рентоспроможності аграрної економіки України.

Це потребує пошуку додаткового позабю-
джетного фінансування. За таких умов набуває
актуальності питання дослідження сутності дер-
жавно-приватного партнерства (ДПП) як ін-
струменту фінансування й інвестування об'єктів
соціальної інфраструктури сільських територій
та агросфери зокрема, визначення форм і спосо-
бів реалізації ДПП відповідно до сучасних умов.
Це дозволить покращити рівень її фінансування
й функціонування, сприятиме забезпеченню за-
йнятості сільського населення та підвищення рів-
ня його життєдіяльності.

© А. А. Постол, 2016

Бібліографія ДСТУ:

Постол А. А. Державно-приватне партнерство в забезпеченні розвитку соціальної інфраструктури агросфери / А. А. Постол // Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу. — 2016. — № 2 (34). — С. 78–82.

References (APA):

Postol, A. A. (2016). Derzhavno-pryvatne partnerstvo v zabezpechenni rozvytku sotsialnoi infrastruktury ahrosfery [Public-private partnership in providing social infrastructure development agrosphere]. *Visnyk Berdians'koho universytetu menedzhmentu i biznesu*, 2 (34), 78–82 (in Ukr.).

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Велику увагу проблемам і перспективам становлення державно-приватного партнерства у сфері розвитку соціальної інфраструктури сільських територій приділяли вітчизняні вчені-економісти О. І. Амоша, В. К. Антошкін, О. М. Вінник, В. М. Геєць, М. М. Ігнатенко, Л. О. Мармуть, К. В. Павлюк, І. А. Романюк, Н. В. Рунчева та інші науковці.

Метою статті є дослідження сутності і ролі державно-приватного партнерства, виявлення сучасних проблем, що перешкоджають його впровадженню, обґрунтування та систематизація основних заходів щодо сприяння ДПП у фінансово-інвестиційному забезпеченні відродження й розвитку соціальної інфраструктури агросфери.

Виклад основного матеріалу дослідження. Однією з передумов розвитку соціальної інфраструктури, формування її оптимальної територіальної організації, високої якості надання соціальних послуг виступає виважене інституційне забезпечення, що полягає, як мінімум, в синхронізації дій та узгодженості рішень на кожному рівні управління. Неефективна система інституційного забезпечення призводить до нездатності об'єктів соціальної інфраструктури повною мірою задовольнити соціальні потреби сільського населення, формує їх нераціональну територіальну організацію, що призводить до порушення соціальної безпеки регіонів країни [1, с. 247].

Формування виваженої системи управління розвитком соціальної інфраструктури агросфери повинно здійснюватися шляхом реалізації таких завдань, виконання яких забезпечить ефективну функціональну організацію виконавчої влади на центральному і регіональному та місцевому рівнях, де владна ієрархічна вертикаль зобов'язана підпорядковуватися оптимальному алгоритму управління розвитком соціальної інфраструктури між центральними і регіональними органами влади. У зв'язку із цим побудова системи ДПП у сфері розвитку соціальної інфраструктури на селі має певні особливості.

Держава повинна залишити за собою ключову роль зі збереження державної форми власності об'єктів соціальної інфраструктури та контролю за станом соціального захисту сільського населення, соціальної безпеки, цілісності майнового комплексу та стратегічної значимості соціальних об'єктів сільських територій (установ охорони здоров'я, освітніх закладів, у т. ч. професійно-технічних, об'єктів соціальної інфраструктури, ін.). В умовах обмеження державних фінансових ресурсів розвиток соціальної інфраструктури може бути забезпечений на основі ДПП.

Як доведено світовою практикою, ДПП є найбільш передовим з усіх сучасних методів регу-

лювання в галузях соціальної сфери в умовах формування громадянського суспільства, оскільки в його основу покладено базовий принцип узгодження інтересів різних сторін. Воно дозволяє поєднувати інтереси і технології бізнесу і держави. Це проявляється не тільки в організації компаній такого типу, але і при реалізації бізнесом соціально відповідальної діяльності [2, с. 75]. Крім того, ДПП — ефективний механізм для розвитку соціальної сфери, тому що воно пов'язано з роботою проектів громадського значення.

В Україні протягом тривалого часу формуються правові засади для розвитку окремих форм ДПП. Нині законодавчу базу розвитку ДПП становлять: Конституція України, Цивільний кодекс України, Господарський кодекс України, законодавчі акти України, серед яких: Закон України «Про державно-приватне партнерство», Закон України «Про концесії», Закон України «Про концесії на будівництво і експлуатацію автомобільних доріг», Закон України «Про особливості передачі в оренду чи концесію об'єктів централізованого водо-, теплопостачання і водовідведення, що перебувають у комунальній власності» та ін. Крім законів, окремі питання розвитку ДПП регулюються постановами та розпорядженнями Кабінету Міністрів України, положеннями та наказами центральних органів виконавчої влади, рішеннями місцевих органів виконавчої влади та органів місцевого самоврядування.

Так, у Законі України «Про державно-приватне партнерство» державно-приватне партнерство визначено як співробітництво між державою України, Автономною Республікою Крим, територіальними громадами в особі відповідних органів державної влади та органів місцевого самоврядування (державними партнерами) і юридичними особами, крім державних та комунальних підприємств, або фізичними особами-підприємцями (приватними партнерами), що здійснюється на основі договору [3].

Слід зазначити, що після прийняття закону про ДПП органи влади на регіональному та місцевому рівнях активізували роботу щодо формування організаційних засад розвитку ДПП: розробляються та приймаються місцеві програми розвитку ДПП, формуються бази інвестиційних проектів. Отже, розвиток ДПП в Україні має бути спрямований переважно на вирішення проблем соціально-економічного розвитку регіонів. Однією із найгостріших серед них є відновлення соціальної інфраструктури села, що включає в себе сукупність підприємств і установ виробничої та невиробничої сфери, які створюють умови для організації основних видів діяльності сільського населення, житлового будівництва, вирішення екологічних проблем, сприяють його продуктивній зайнятості [4, с. 147]

За значенням у житті суспільства у системі інфраструктури виокремлюють дві групи підприємств і установ. Перша задовольняє духовні та фізичні потреби населення й охоплює освіту, культуру, охорону здоров'я та фізичну культуру, туризм і відпочинок. До другої групи підприємств і установ відносять житлово-комунальне господарство, побутове обслуговування, пасажирський транспорт, зв'язок, торгівлю і громадське харчування, управління, кредитування та страхування, які покликані забезпечувати матеріальні умови життя населення [5, с. 247]. До основних функцій галузевого складу елементів соціальної інфраструктури належать:

- розподіл та обмін (мережа підприємств оптової та роздрібною торгівлі, підприємств громадського харчування, заклади кредитування та страхування);

- надання споживчих послуг (житлово-комунальне господарство, підприємства побутового обслуговування, пасажирський транспорт, зв'язок, громадське харчування);

- охорона здоров'я (зклади медичного, санаторно-курортного обслуговування, фізкультури і спорту, соціального забезпечення населення);

- формування громадської свідомості та наукового світогляду (мережа культурно-освітніх закладів, мистецтва і релігії);

- управління та охорона громадського порядку (органи державного управління, громадські організації, органи громадського порядку, сільські громади).

Система ДПП повинна передбачати наявність та дотримання філософії та етики бізнесу, ставлення держави до підприємництва у сфері розвитку соціальної інфраструктури, в економічних та політичних умовах, які держава створює для бізнесу та громадськості, ступінь довіри громадськості до держави, суспільства в цілому [6, с. 78]. Партнерство держави та бізнесу повинне охоплювати інфраструктурні проекти щодо будівництва доріг, залізниць, житлово-комунального господарства, охорони здоров'я, освіти, культурних заходів тощо.

Водночас держава повинна визначити перелік тих соціальних послуг, які вона надаватиме особисто та їх контролюватиме, а також буде координувати ті соціальні послуги, які будуть у розпорядженні приватного бізнесу. Держава фінансуватиме лише ті соціальні послуги та соціальні програми, які визначені на законодавчому рівні і закріплені у відповідних нормативно-правових актах. Регіональні та місцеві органи влади, сільські громади повинні забезпечити і створити максимально сприятливі умови для розвитку соціальної інфраструктури агросфери.

Таким чином, основні напрями партнерства між державою, бізнесом та громадськістю спрямовані на:

- угоди про партнерство між бізнесом та державою (владою);

- підтримку розвитку соціальної інфраструктури сільських територій з боку держави;

- спільні конкурси соціальних проектів;

- реструктуризацію об'єктів соціальної інфраструктури (приведення в порядок об'єктів соціальної інфраструктури, комерціалізацію соціальних об'єктів);

- реалізацію корпоративних соціальних програм (навчання кадрів, допомога в розв'язанні житлових проблем, оздоровлення тощо).

В основі ДПП лежить також ефективний розподіл фінансово-інвестиційних ризиків між сторонами. Так, держава зацікавлена передати приватному сектору ті ризики, якими він більш ефективно зможе управляти. За собою держава має залишити ризики, якими вона зможе управляти сама [7, с. 14]. Таким чином, держава мінімізує власні ризики, перекладаючи їх на бізнесові структури.

Отже, під спільною діяльністю держави та бізнесу розуміється часткове передання об'єкта соціальної інфраструктури у приватну власність. Така модель передбачає спільну діяльність щодо проекту. У цих проектах обидві сторони мають здійснювати інвестиції, але повний контроль щодо управління залишається за приватною стороною. Участь держави у таких проектах може мати різні форми, наприклад, надання пільгових кредитів, субсидій, передання активів тощо. Головні вимоги до спільної діяльності такі: приватна сторона має бути обрана на конкурсних засадах; контроль залишається за приватною стороною; частка держави має бути чітко визначена; витрати повинні компенсуватися безпосередньо через стягнення плати зі споживачів послуг; розподіл ризиків та прибутків має бути чітко визначений та узгоджений заздалегідь [8, с. 37].

Також необхідно обрати інструменти інституційного забезпечення розвитку соціальної інфраструктури сільських територій. Під інструментами інституційного забезпечення розвитку соціальної інфраструктури будемо розуміти сукупність засобів впливу на об'єкти соціальної інфраструктури, ефективність яких визначає якість наданих соціальних послуг населенню. Інституційні інструменти, в залежності від поставленої мети (трансформація чи корекція інститутів, ліквідація інститутів, введення нових інститутів), забезпечують впровадження інституційного механізму діяльності засобами адміністративних, економічних, інформаційних та громадських важелів управління. В якості таких інструментів виступатимуть ціноутворення, бюджетна підтримка, кредитування, реструктуризація, персоніфікація відповідальних осіб за розвиток соціальної інфраструктури на селі. Важливим є укладення до-

говорів співпраці на різних етапах ДПП у сфері розвитку соціальної інфраструктури, створення венчурних фондів, податкові «канікули» в перші роки функціонування інфраструктурних об'єктів, громадський моніторинг, експертиза виконання програм її розвитку тощо [9, с. 8].

Мотивацію бізнесу до участі у ДПП у розвитку соціальної інфраструктури села слід розглядати в кількох аспектах. Серед них:

- економічна мотивація — частковість використання бізнес-структурами переданих державою для виконання соціальних функцій ресурсів у підприємницьких цілях;

- опосередковано-економічна мотивація — підвищення прибутку компаній через досягнення більшої популярності, використання ДПП в цілях public relations, позитивний вплив на імідж, можливо, на бренд, можливість готувати і/або підбирати для себе кадри тощо;

- соціальна — підвищення соціального статусу власників і топ-менеджерів шляхом «наближення до влади», вирішення державно значущих завдань соціального захисту сільського населення;

- політична — для власників, які прагнуть зробити політичну кар'єру (наприклад, висунути свою кандидатуру на виборах), або з метою лобіювання своїх інтересів у тих чи інших владних рішеннях;

- ідеологічна — впливає з усвідомлення боргу бізнесу перед суспільством та усвідомлення ним соціальної відповідальності.

Отже, можна визначити цілі держави і бізнесу при створенні ДПП у розвитку соціальної інфраструктури села. Держава має недостатньо ресурсів і не може ефективно використовувати наявні засоби для вирішення своїх найважливіших завдань — підвищення і підтримання якості життя населення, забезпечення реалізації прав громадян, відтворення соціальних відносин. Потенціал бізнесу може бути задіяний як для розширення ресурсної бази, створюваної державою для вирішення соціальних завдань агросфери, так і для ефективного використання цієї ресурсної бази.

Таким чином, соціальна мета держави при організації ДПП полягає в поліпшенні умов для підвищення якості життя сільського населення. Ця соціальна мета узгоджена з економічною метою — досягненням максимально ефективного поєднання капіталу, праці та природних ресурсів для отримання продукту, що має корисність для споживача [10, с. 15]. Якщо ця корисність проявляється в одному з аспектів якості життя сільських жителів, то бізнес стає партнером держави у вирішенні соціальних завдань.

Поряд з економічною метою створення ДПП держава переслідує фінансово-інвестиційну мету. Якщо економіка вирішує завдання ефективного

поєднання ресурсів, то фінансово-інвестиційна сфера вирішує завдання їх залучення і створення фондів для подальшого використання. З позиції бізнесу цілі його вступу в партнерство з державою для реалізації соціальних завдань полягають у такому:

- фінансова мета — збільшення ресурсної бази бізнесу — залучення державних ресурсів для збільшення прибутку шляхом їх часткового використання у підприємницькій діяльності;

- економічна мета — підвищення ефективності використання у підприємницькій діяльності власних ресурсів на основі синергійного ефекту від поєднання їх з державними ресурсами.

Таким чином, обидві сторони ДПП ставлять і досягають його створенням власних цілей, не замінюючи їх цілями партнера [11, с. 67]. Доцільно говорити про соціальну відповідальність бізнесу та агробізнесу зокрема. ДПП дозволяє досягти консенсусу, вигідного для обох сторін, в результаті поєднання ресурсів на користь розвитку агросфери, забезпечення сільського населення, відродження сільських територій. Тому для цього необхідна відповідним чином організована взаємодія сторін.

Висновки. Отже, державно-приватне партнерство є ефективною формою взаємодії держави і приватного сектору у забезпеченні необхідного рівня розвитку соціальної інфраструктури агросфери та сільських територій загалом. В основу його функціонування покладено принцип збалансованості інтересів, прав і зобов'язань сторін у процесі її реалізації. Виконання проектів розвитку та вдосконалення соціальної інфраструктури із застосуванням механізмів державно-приватного партнерства сприятиме економічному зростанню країни в цілому, підвищенню інвестиційної привабливості агросфери, створенню нових місць працевлаштування на селі. Розвиток державно-приватного партнерства потребує подальших розробок щодо створення нових форм співпраці влади та бізнесу, вдосконалення існуючої нормативної бази, методики, механізмів та інструментів реалізації концепції державно-приватного партнерства.

Література

1. Державні цільові програми та упорядкування програмного процесу в бюджетній сфері / В. М. Геєць, О. І. Амоша, Т. І. Приходько ; Ін-т економіки та прогнозування НАН України. — К. : Наукова думка, 2008. — 384 с.
2. Ігнатенко М. М. Здійснення соціальної відповідальності суб'єктів господарювання аграрної сфери економіки на основі державно-приватного партнерства / М. М. Ігнатенко // Економіка та держава : наук. жур. — № 9. — 2015. — С. 74–76.
3. Про державно-приватне партнерство : Закон України № 2404-VI від 01.07.2010 р. [Електронний ресурс] / Верховна Рада України. — Режим доступу : zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi.
4. Мармуть Л. О. Ринок праці та зайнятість населення сільських територій: теорія і практика регулювання : моногра-

фія / Л. О. Мармоль, І. А. Романюк. — Херсон : Айлант, 2015. — 266 с.

5. Управління людським та соціальним розвитком у регіонах України : монографія / О. Ф. Новікова, О. І. Амоша, Л. В. Шаульська та ін. — Донецьк : Ін-т економіки пром-сті НАН України, 2010. — 488 с.

6. Вінник О. М. Корпоративна форма державно-приватного партнерства: проблеми правового забезпечення на тлі зарубіжного досвіду : монографія / О. М. Вінник. — Суми : МакДен, 2012. — 203 с.

7. Павлюк К. В. Сутність і роль державно-приватного партнерства в соціально-економічному розвитку держави / К. В. Павлюк, С. М. Павлюк // Наукові праці Кіровоградського національного технічного університету. Економічні науки. — 2010. — Вип. 17. — С. 10–19.

8. Рунчева Н. В. Участь корпоративних агроформувань у вирішенні соціальних проблем села / Н. В. Рунчева // Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу. — 2015. — № 1 (29). — С. 36–38.

9. Мельник А. Державно-приватне партнерство в системі інституційного забезпечення економічних процесів / А. Мельник, С. Підгаєць // Вісник ТНЕУ. — 2011. — Вип. 1. — С. 7–9.

10. Павлюк К. В. Сутність і роль державно-приватного партнерства в соціально-економічному розвитку держави / К. В. Павлюк, С. М. Павлюк // Наукові праці КНТУ. Економічні науки. — 2010. — Вип. 17. — С. 13–17.

11. Антошкін В. К. Рівень соціально-економічної безпеки регіонів України / В. К. Антошкін // Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу. — 2015. — № 2 (30). — С. 65–70.

References

1. Heiets', V. M. Amosha, O. I. & Prykhod'ko, T. I. (2008), *Derzhavni tsil'ovi prohramy ta uporiadkuvannya proqramnoho protsesu v biudzhethnij sferi* [The state target program and compile the software process in the public sector], Kyiv: Naukova dumka, Ltd (in Ukr.).

2. Ihnatenko, M. M. (2015), *Zdijsnennia sotsial'noi vidpovidal'nosti sub'ektiv hospodariuvannia ahrarnoi sfery ekonomiky na osnovi derzhavno-pryvatnoho partnerstva* [Implementation of social responsibility of economic entities of the agrarian sector of economy on the basis of public-private partnerships], *Ekonomika ta derzhava*, № 9, 74–76 (in Ukr.).

3. The Verkhovna Rada of Ukraine (2010). *About Public-private Partnership* (Law of Ukraine). Retrieved from zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi (in Ukr.).

4. Marmul', L. O. & Romaniuk, I. A. (2015), *Rynok pratsi ta zajniatist' naselennia sil's'kykh terytorij: teoriia i praktyka rehuliuвання* [Labor market and employment of rural territories: theory and practice of regulation], Kherson: Ajlant, Ltd (in Ukr.).

5. Novikova, O. F. Amosha, O. I. & Shaul's'ka, L. V. (2010), *Upravlinnia liuds'kym ta sotsial'nym rozvytkom u rehionakh Ukrainy* [Management of human and social development in the regions of Ukraine], Donetsk: In-t ekonomiky prom-sti NAN Ukrainy, Ltd (in Ukr.).

6. Vinnyk, O. M. (2012), *Korporatyvna forma derzhavno-pryvatnoho partnerstva: problemy pravovoho zabezpechennia na tli zarubizhnogo dosvidu* [Corporate form of public-private partnerships: problems of legal support on the background of international experience], Sumy: MakDen, Ltd (in Ukr.).

7. Pavliuk, K. V. & Pavliuk, S. M. (2010), *Sutnist' i rol' derzhavno-pryvatnoho partnerstva v sotsial'no-ekonomichnomu rozvytku derzhavy* [Nature and role of public-private partnerships in socio-economic development of the state], *Naukovi pratsi Kirovohrads'koho natsional'noho tekhnichnoho universytetu. Ekonomichni nauky*, 17, 10–19 (in Ukr.).

8. Runcheva, N. V. (2015), *Uchast' korporatyvnykh ahroformuvan' u vyrishenni sotsial'nykh problem sela* [Part of corporate agricultural enterprises in solving social problems of the village], *Visnyk Berdians'koho universytetu menedzhmentu i biznesu*, 1 (29), 36–38 (in Ukr.).

9. Mel'nyk, A. & Pidhaiets', S. (2011), *Derzhavno-pryvatne partnerstvo v systemi instytutsijnoho zabezpechennia ekonomichnykh protsesiv* [Public-private partnership in the system of institutional support for economic processes], *Visnyk TNEU*, 1, 7–9 (in Ukr.).

10. Pavliuk, K. V. & Pavliuk, S. M. (2010), *Sutnist' i rol' derzhavno-pryvatnoho partnerstva v sotsial'no-ekonomichnomu rozvytku derzhavy* [Nature and role of public-private partnerships in socio-economic development of the state], *Naukovi pratsi KNTU. Ekonomichni nauky*, 17, 13–17 (in Ukr.).

11. Antoshkin, V. K. (2015), *Riven' sotsial'no-ekonomichnoi bezpeky rehioniv Ukrainy* [Socio-economic security of regions of Ukraine], *Visnyk Berdians'koho universytetu menedzhmentu i biznesu*, № 2 (30), 65–70 (in Ukr.).

РОЗВИТОК МОДЕЛІ БЛЕКА-ШОУЛЗА ПРИ ОЦІНЦІ РИНКОВОЇ ВАРТОСТІ КОМЕРЦІЙНОГО БАНКУ У ВІТЧИЗНЯНИХ УМОВАХ

Анотація. У статті на основі моделі Блека-Шоулза обґрунтовано застосування опціонного методу для оцінки вартості комерційних банків, оскільки саме в цьому секторі активи і зобов'язання бізнесу близькі за своїм значенням. Розкрито порядок застосування у моделі Блека-Шоулза дисперсії відносної зміни чистої процентної маржі у якості оцінки волатильності базового активу, що дозволяє уникнути необґрунтованого завищення вартості комерційного банку.

Ключові слова: ринкова вартість, модель Блека-Шоулза, принципи оцінки, оціночні процедури, підхід до оцінки, оцінка реальних опціонів, безризикова ставка, забезпечення.

Summary. On the basis of the Black-Scholes model Application of option valuation method for commercial banks, since this sector of business assets and liabilities are close in meaning. Reveals also the order of application of the model of Black-Scholes dispersion relative change in net interest margin as the assessment of the volatility of the underlying asset, thus avoiding unwarranted overpricing commercial bank.

Key words: market value, Black-Scholes model, valuation principles, evaluation procedures, an approach to evaluation, Real Options valuation, risk-free rate.

Постановка проблеми. В Україні діє нормативно-правове забезпечення оцінки майна та майнових прав, а також існують науково-прикладні основи фінансової оцінки бізнесу [1–3]. Але при цьому використання традиційних підходів (доходного, витратного і порівняльного) до оцінки вартості комерційних банків мають певні обмеження. Для поєднання в собі переваг кожного із зазначених підходів доцільно більш активно використовувати метод реальних опціонів, який займає як би проміжне положення між традиційними підходами та враховує динаміку розвитку компанії й очікування інвесторів.

Найважливіша особливість методу полягає в його здатності оцінювати доцільність обраних менеджментом стратегій і всіх можливостей комерційного банку в швидко мінливих економічних умовах, що сприяє отриманню більш об'єктивних результатів оцінки бізнесу.

Згідно з опціонною моделлю вартість бізнесу уявляється як вартість колл-опціону, складеного з активів і зобов'язань компанії. Динамічна модель Блека-Шоулза особливо актуальна для оцінки вартості компаній, величини активів і зобов'язань яких можна порівняти і постійно змінюються протягом часу. У зв'язку з цим опціонний метод на основі моделі Блека-Шоулза може

бути використаний для оцінки вартості комерційних банків, оскільки саме в цьому секторі активи і зобов'язання бізнесу близькі за своїм значенням через силу особливості ведення бізнесу, в основному за рахунок залучених коштів.

Опціонний метод, на відміну від традиційних, не вимагає великих витрат часу для збору і обробки аналітичної бази, що дозволяє застосовувати метод опціонів як інструментарій при експрес-аналізі діяльності банку (наприклад, у разі зміни кон'юнктури фінансового ринку) при прийнятті управлінських рішень. Очевидно, що про результати ефективності управлінських рішень можна судити через динаміку зміни вартості банку.

В умовах фінансової кризи ринкова вартість комерційного банку, розрахована за результатами оцінки реальних опціонів, слугуватиме надійним індикатором, який дозволить приймати більш обґрунтовані рішення щодо підтримання ефективного функціонування кредитної організації з боку власників, менеджерів та інвесторів при прийнятті рішень про злиття і поглинання, ліквідацію та проведення оздоровчих процедур, підтриманні адекватного ринковим умовам фінансового становища, прогнозуванні її подальшого розвитку та поведінки на ринку, більш точної оцінки ризиків взаємодії контрагентів з кредитною організацією.

© Д. М. Артеменко, 2016

Бібліографія ДСТУ:

Артеменко Д. М. Розвиток моделі Блека-Шоулза при оцінці ринкової вартості комерційного банку у вітчизняних умовах / Д. М. Артеменко // Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу. — 2016. — № 2 (34). — С. 83–90.

References (APA):

Artemenko, D. M. (2016). Rozvytok modeli Bleka-Shoulza pry otsyntsi rynkovoi vartosti komertsiiinoho banku u vitchyznianskykh umovakh [Development of a model Black-Scholes when assessing the market value of commercial bank in national conditions]. *Visnyk Berdians'koho universytetu menedzhmentu i biznesu*, 2 (34), 83–90 (in Ukr.).

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Фінансовій оцінці вартості фінансових і нефінансових установ присвятили наукові праці такі вітчизняні вчені та практики: Т. Момот, І. Галкін, О. Драпиковський, Ю. Дехтяренко, Н. Жиленко, І. Іванова, В. Ларцев, Н. Лебідь, Я. Маркус, О. Мендрул, С. Сівець, С. Скринько, О. Пузенко, Ф. Пузій, А. Чіркін, а також зарубіжні — Ф. Блек, М. Шоулз, Р. Мертон, С. Майерс, П. Самуельсон, А. Дамодаран, В. Шарп, Т. Харрісон, В. Рутгайзер, В. Терехова, М. Федотова, В. Царьова, В. Грибовський, А. Грязнова, А. Грегорі, Ф. Еванс, Ю. Козир, В. Михайлець, О. Стоянова.

Враховуючи значний їх внесок у формування методичного забезпечення фінансової оцінки фінансових і нефінансових установ, варто зауважити недостатність розкриття питання застосування моделі Блека-Шоулза при фінансовій оцінці ринкової вартості комерційного банку у вітчизняних умовах.

Метою статті є обґрунтування алгоритму застосування моделі Блека-Шоулза при фінансовій оцінці ринкової вартості комерційного банку у вітчизняних умовах.

Виклад основного матеріалу. В умовах кризи у банківському секторі традиційні підходи до оцінки вартості бізнесу мають певні обмеження. При використанні майнового підходу вартість активів банку розраховується як різниця між вартістю відновлення активів та зобов'язань на бухгалтерському балансі. У результаті вартість, яка отримана шляхом використання цього підходу, не враховує вартості, що припадає на гудвіл та інші нематеріальні активи (які не відображаються на балансі банку), а також вартість позабалансових активів та зобов'язань. Застосування цього підходу також не враховує потенційне зростання активів. Порівняльний підхід до оцінки акцій комерційного банку використовує мультиплікатори по банкам, що здійснюють торги на фондових біржах, але вони є обмеженими, оскільки частота й обсяг торгів (менше 0,2 % від ринкової вартості капіталу, за період із жовтня 2014 по вересень 2015 р.) не дають змоги встановити, чи ціна продажу є ринковою.

Крім того, мультиплікатори по більшості українських банків мають значний діапазон значень, потенційно відображаючи індивідуальну ситуацію кожного банку (включаючи рівень ризику портфелю банку, рівень ліквідності банку тощо), яка не може бути коректно відображена в аналізі. Так, за 2014–2015 рр. мультиплікатор Р/Е по банкам, що проводили торговельні операції на біржі ПФТС, коливався від 17 до 104.

Застосування мультиплікаторів по банкам іноземних країн також має низку обмежень, зокрема, очікувані темпи росту по таких банках зна-

чно відрізняються від очікуваних темпів росту по українських банках (у тому числі через складну економічну ситуацію в Україні та у банківському секторі зокрема).

Методам доходного підходу властива недооцінка вартості компаній, що функціонують в умовах невизначеності. Високий рівень ризику, що є характерним для українського ринку, призводить до підвищення ставки дисконтування грошових потоків і відповідного зниження оцінки вартості. Тобто при оцінюванні не враховуються опціони, закладені в реальних активах.

Таким чином, зростає необхідність запровадження нових методів оцінки вартості бізнесу, що враховують динаміку розвитку компанії й очікування інвесторів. До числа таких методів відноситься метод реальних опціонів (ROV-метод від англ. — Real Options Valuation). Термін «реальний опціон» був введений американським економістом С. Майерсом [6] після публікації Ф. Блека і М. Шоулза [5] щодо ціноутворення фінансових опціонів. Згідно з трактуванням Майерса акціонери володіють кол-опціоном на право володіння фірмою і вони відмовляться від фірми, якщо цінність її недостатня, передавши права володіння кредиторам.

Серед математичних моделей, які дають змогу оцінювати кол-опціони, слід відмітити: модель Блека-Шоулза, біноміальну модель, модель Кокса-Рубінштейна, модель Гармана-Кольхагена [7]. Найбільш поширеними є модель Блека-Шоулза і біноміальна модель. Модель Блека-Шоулза вважається більш складною, але використання інформаційних технологій робить її застосування на практиці порівняно легким.

Опціонний метод на основі моделі Блека-Шоулза може бути використаний для оцінки вартості комерційних банків, оскільки саме в цьому секторі активи і зобов'язання бізнесу близькі за своїм значенням через особливості ведення бізнесу, в основному за рахунок залучених коштів.

Ринкова вартість комерційного банку з використанням моделі Блека-Шоулза розраховується за формулою [7]:

$$C = S \cdot N(d_1) - E \cdot N(d_2) \cdot e^{-t-k}, \quad (1)$$

де C — ринкова вартість акціонерного капіталу;
 S — величина активів;
 E — величина зобов'язань;
 t — дюрація боргу (середньозважений термін погашення боргу за всіма зобов'язаннями комерційного банку або середньозважений період оборотності заборгованості банку за залученими коштами);
 k — безризикова ставка доходності;

e^{-rk} — безризикова ставка дисконту, що нараховується безперервно;

$$d_1 = \frac{\ln\left(\frac{S}{E}\right) + \left(k + \frac{1}{2} \cdot \sigma^2\right) \cdot t}{\sqrt{\sigma^2 \cdot t}};$$

$$d_2 = d_1 - \sqrt{\sigma^2 \cdot t}; \quad (1a)$$

$N(d)$ — значення кумулятивної функції розподілу для випадкової величини, розподіленої за нормальним законом (вірогідність того, що випадкова змінна, яка відповідає стандартному нормальному розподіленню, буде менша або дорівнюватиме d);

σ — середньоквадратичне відхилення прибутковості активів на організованому ринку, σ^2 — дисперсія.

Варто зазначити, що вартість опціону в рамках моделі Блека-Шоулза зменшується зі збільшенням параметра E і зростає зі збільшенням інших параметрів.

Розглянемо деякі припущення в моделі Блека-Шоулза.

1. Протягом терміну дії опціону дивіденди за акціями не виплачуються. Найбільш простий спосіб скоригувати модель в цьому випадку — відняти дисконтовану величину майбутніх дивідендів із ціни базових акцій. Але враховуючи той факт, що під час кризи у банківській системі комерційні банки майже не виплачують дивідендів, то це припущення можна вважати несуттєвим.

2. Ринки є ефективними. Це припущення передбачає, що люди не можуть постійно передбачати напрямок руху всього ринку або окремої акції. Вважається, що рух фондового ринку залежить тільки від результатів попередніх спостережень.

Випадковий рух ціни акції — одне з основних припущень моделі Блека-Шоулза. Вона будується на теорії ефективного ринку, в якій визначено, що цінові коливання повністю відображають знання й очікування інвесторів, тому трендових або інерційних акцій не існує (trending stock or momentum stock — акції, які володіють сильними інерційними якостями).

З цього припущення можна зробити висновок: якщо ринкова ціна опціону є об'єктивною і справедливою, то вона може бути зафіксована у формулі Блека-Шоулза, тоді як волатильність стає невідомою змінною. Тому багато інвесторів, які займаються опціонами, часто приймають рішення на основі передбачуваної «ринкової волатильності» (implied volatility), тобто купують опціони з низьким ступенем коливань і продають опціони, що відрізняються високою ціною нестабільності, а не на основі прогнозів щодо руху ринкової вартості акцій.

3. Не існує комісій та інших трансакційних витрат. Зазвичай при покупці і продажу акцій з ринкових учасників стягуються комісійні. Навіть трейдери в залі біржі сплачують свого роду комісію, правда, дуже низьку. Винагороди, що сплачуються індивідуальними інвесторами, більш значні і навіть можуть призвести до спотворення результату застосування моделі.

4. Рівень процентних ставок залишається незмінним і відомий заздалегідь.

Модель Блека-Шоулза використовує в якості цієї незмінної і відомої процентної ставки ставку за безризиковим активом. У реальності такої постійної ставки за безризиковими активами не існує.

5. Модель ґрунтується на логнормальному розподілі цін акцій. Хоча функція нормального розподілу є складовою частиною моделі, використання експоненти робить розподіл логнормальним. Проблема при використанні нормального розподілу полягає в тому, що він передбачає можливість для ціни акцій негативних значень. Тому в разі ціни акцій найчастіше використовується логнормальний розподіл, що припускає, що ціни на акції можуть приймати значення в інтервалі від нуля до нескінченності.

Розглянемо більш ретельно методичні підходи до оцінки вартості комерційного банку із застосуванням опціонного методу.

1. Безризикова ставка — це ставка за інвестиціями з мінімальним рівнем ризику (наприклад, казначейські векселі, державні облігації). Для розрахунку реальної безризикової ставки варто використовувати інформацію щодо доходності суверенних облігацій країн з розвиненими економіками. При цьому найпоширеніші в практиці оцінки — ставки за 10-річними казначейськими облігаціями США. Тобто реальна безризикова ставка дорівнюватиме сумі ставки за 10-річними казначейськими облігаціями США та премії за суверенний ризик, скоригованої на рівень інфляції за долларом США.

При цьому премія за суверенний ризик розраховується за формулою:

$$R_{UA} = R_{SD} \cdot \frac{\sigma_F}{\sigma_S}, \quad (2),$$

де R_{UA} — премія за суверенний ризик; σ_F , σ_S — середньоквадратичні відхилення фондового індексу та суверенних облігацій України; R_{SD} — суверенний спред дефолту, який дорівнює різниці між номінальною ставкою доходності облігацій України і ставкою за казначейськими облігаціями США та складає 6,8 %. Середньоквадратичне відхилення фондового індексу України складає 18,76 %. Середньоквадратичне відхилення суверенних облігацій складає 8,5 %. Таким чином, премія за суве-

ренний ризик України складе 15,00 %, а реальна безризикова ставка — 16,4 %.

2. Показник σ^2 (волатильність) є одним з найважливіших елементів моделі і розраховується як стандартне відхилення вартості акцій на організованому ринку, але подібна методика може бути застосована для одиничних банків, які працюють на вітчизняному ринку. Оскільки, по-перше, акції не всіх комерційних банків обертаються на фондовому ринку, а по-друге, переважна кількість біржових

угод з акціями комерційних банків мають «технічний» характер. На «технічність» цих угод вказують багато факторів: переважна більшість пакетів акцій мають розмір менше одного відсотка від статутного фонду (сумнівна корисність — при нерегулярній виплаті дивідендів та відсутності можливості управління компанією); ціни пакетів акцій одного комерційного банку близькі до номіналу (при значних змінах кон'юнктури ринку) та можуть залишатись незмінними роками (рис. 1).

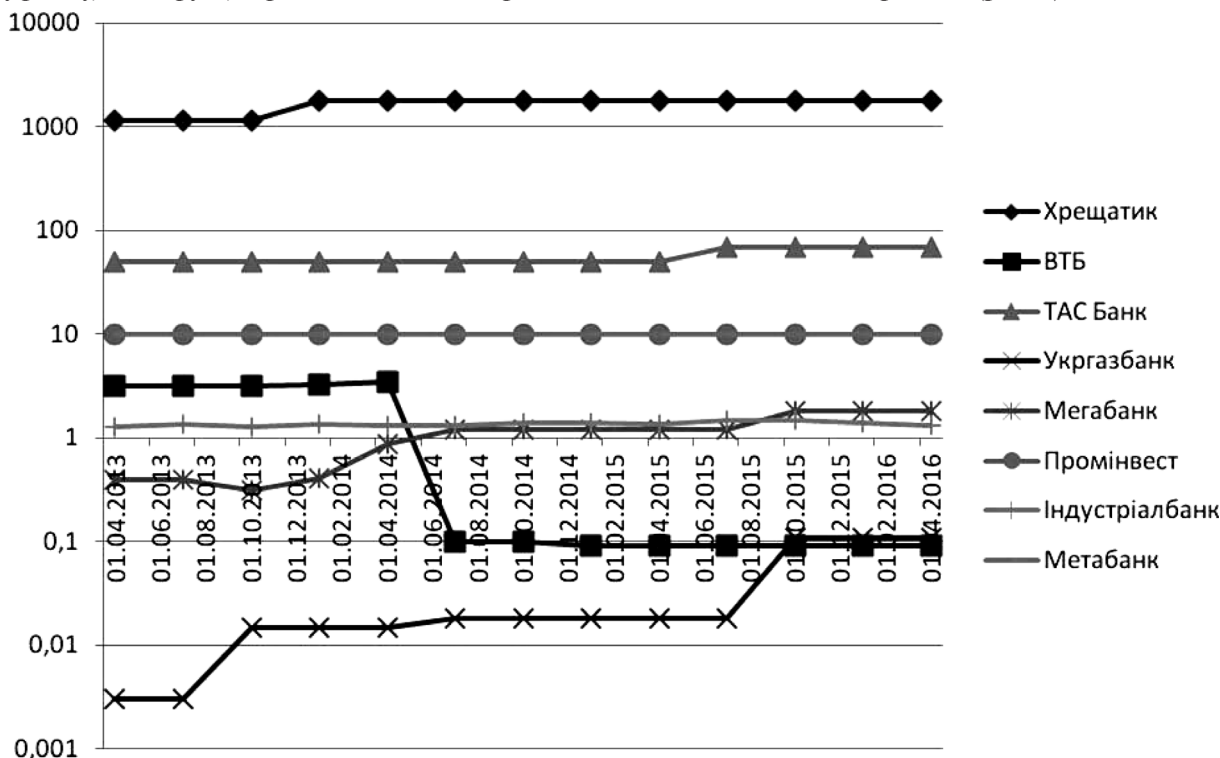


Рис. 1. Динаміка біржового курсу акцій комерційних банків України (для зручності на логарифмічній шкалі) (<http://smida.gov.ua>)

Ступеневі переходи вартості акцій на рис. 1 зумовлені збільшенням статутного капіталу та відповідним збільшенням номінальної вартості акцій.

Необхідно також зауважити що прийняття відносно низького значення стандартного відхилення краще, ніж завищення показника, яке засноване на необ'єктивних трендах і призведе до необґрунтованого завищення вартості комерційного банку. Таким чином, виникає необхідність для розрахунку волатильності проаналізувати інші показники діяльності комерційного банку.

Т. В. Момот пропонує розраховувати σ^2 як волатильність відносної зміни рентабельності активів (σ_{ROA}) [7]. З метою уникнення завищення ринкової вартості комерційного банку в кризових умовах порівнюємо цю дисперсію з дисперсіями відносних змін чистого спреду ($\sigma_{\text{чпм}}$) та чистої процентної маржі ($\sigma_{\text{чпм}}$) десяти великих комерційних банків України за чотири останні роки та оберемо показник з мінімальною волатильністю (табл. 1–3).

Порівняння середніх значень дисперсії відповідних показників дозволяє констатувати, що застосування у моделі Блека-Шоулза дисперсії відносної зміни чистої процентної маржі дозволяє уникнути необґрунтованого завищення вартості комерційного банку. Водночас чиста процентна маржа характеризує можливість банку отримувати доход, а саме диференціальний процентний доход, у відсотках до чистих активів. Тобто він одночасно є індикатором ефективності структури активів конкретного комерційного банку, макроекономічних тенденцій, поточного стану та розвитку банківського сектору в цілому.

3. Дюрація боргу t являє собою показник, який значною мірою впливає на визначення ринкової вартості комерційного банку.

Можливі три варіанти визначення показника дюрації: розрахувати дюрацію як оборотність заборгованості в днях; розрахувати дюрацію як середньозважену величину в залежності від термінів погашення зобов'язань та їх частки в су-

Таблиця 1

**Волатильність відносної зміни рентабельності активів (σ_{ROA}) комерційних банків України
(розраховано автором)**

№ з/п	Назва банку	Вид показника	Рентабельність активів на звітну дату:				Дисперсія відносної зміни рентабельності активів
			01.01.2013	01.01.2014	01.01.2015	01.01.2016	
1	ПУМБ	Абсолют. значення	0,65	1,32	−4,66	−0,36	7,95946
		Відносні зміни	—	1,0308	−4,5303	−0,9227	
2	АЛЬФА—БАНК	Абсолют. значення	0,08	0,3	−6,03	−6,07	170,30622
		Відносні зміни	—	2,75	−21,1	0,0066	
3	ОЩАДБАНК	Абсолют. значення	0,66	0,23	−8,64	−7,46	485,74518
		Відносні зміни	—	−0,6515	−38,5652	−0,1366	
4	ОТП БАНК	Абсолют. значення	1,17	1,63	−16,28	−13,46	41,13318
		Відносні зміни	—	0,39	−10,99	−0,17	
5	РАЙФФАЙЗЕН БАНК АВАЛЬ	Абсолют. значення	0,62	2,16	−8,97	−3,42	14,75056
		Відносні зміни	—	2,48	−5,15	−0,62	
6	КРЕДІ АГРИКОЛЬ БАНК	Абсолют. значення	2,03	2,91	0,73	1,90	1,38276
		Відносні зміни	—	0,43	−0,75	1,60	
7	СБЕРБАНК РОСІЇ	Абсолют. значення	1,55	1,63	−0,88	−12,22	62,56385
		Відносні зміни	—	0,05	−1,54	12,89	
8	МЕГАБАНК	Абсолют. значення	0,04	0,44	0,13	0,46	30,12956
		Відносні зміни	—	10,00	−0,70	2,54	
9	УКРСИББАНК	Абсолют. значення	0,51	0,06	−3,83	0,05	1360,45877
		Відносні зміни	—	−0,88	−64,83	−1,01	
10	УКРЕКСИМБАНК	Абсолют. значення	0,16	0,30	−9,11	−9,95	338,3004
		Відносні зміни	—	0,88	−31,37	0,09	
Середнє значення дисперсії відносної зміни рентабельності активів за за всією групою банків							251,27299

Таблиця 2

**Волатильність відносної зміни чистого спреду ($\sigma_{\text{чс}}$) комерційних банків України
(розраховано автором)**

№ з/п	Назва банку	Вид показника	Чистий спред на звітну дату:				Дисперсія відносної зміни чистого спреду
			01.01.2013	01.01.2014	01.01.2015	01.01.2016	
1	ПУМБ	Абсолют. значення	9,14	9,77	7,53	8,72	0,04114
		Відносні зміни		0,0689	−0,2293	0,158	
2	АЛЬФА-БАНК	Абсолют. значення	7,33	4,74	2,34	3,03	0,18092
		Відносні зміни		−0,3533	−0,5063	0,2949	
3	ОЩАДБАНК	Абсолют. значення	7,32	9,20	4,59	14,83	1,98922
		Відносні зміни		0,26	−0,50	2,23	
4	ОТП БАНК	Абсолют. значення	6,42	9,15	14,46	15,56	0,06669
		Відносні зміни		0,43	0,58	0,08	
5	РАЙФФАЙЗЕН БАНК АВАЛЬ	Абсолют. значення	11,50	10,23	12,62	18,62	0,08666
		Відносні зміни		−0,11	0,23	0,48	
6	КРЕДІ АГРИКОЛЬ БАНК	Абсолют. значення	8,21	6,99	10,18	16,29	0,1579
		Відносні зміни		−0,15	0,46	0,60	
7	СБЕРБАНК РОСІЇ	Абсолют. значення	2,45	3,17	0,09	−4,34	796,92767
		Відносні зміни		0,29	−0,97	−49,22	
8	МЕГАБАНК	Абсолют. значення	1,35	1,87	−0,46	−0,55	0,79587
		Відносні зміни		0,39	−1,25	0,20	
9	УКРСИББАНК	Абсолют. значення	9,24	8,47	10,67	14,58	0,05521
		Відносні зміни		−0,08	0,26	0,37	
10	УКРЕКСИМБАНК	Абсолют. значення	9,61	9,40	5,43	6,73	0,11107
		Відносні зміни		−0,0219	−0,4223	0,2394	
Середнє значення дисперсії чистого спреду за всією групою банків							80,04124

Таблиця 3

Волатильність відносної зміни чистої процентної маржі ($\sigma_{\text{чпм}}$) комерційних банків України (розраховано автором)

№ з/п	Назва банку	Вид показника	Чиста процентна маржа на звітну дату:				Дисперсія від- носної зміни чистої процентної маржі
			01.01.2013	01.01.2014	01.01.2015	01.01.2016	
1	ПУМБ	Абсолют. значення	5,36	5,71	6,26	5,70	0,00991
		Відносні зміни		0,07	0,10	−0,09	
2	АЛЬФА-БАНК	Абсолют. значення	6,45	5,34	4,66	2,84	0,01985
		Відносні зміни		−0,17	−0,13	−0,39	
3	ОЩАДБАНК	Абсолют. значення	6,34	5,39	4,26	3,70	0,00167
		Відносні зміни		−0,15	−0,21	−0,13	
4	ОТП БАНК	Абсолют. значення	7,92	9,82	10,92	8,04	0,06852
		Відносні зміни		0,24	0,11	−0,26	
5	РАЙФФАЙЗЕН БАНК АВАЛЬ	Абсолют. значення	7,00	7,42	8,81	7,66	0,02558
		Відносні зміни		0,06	0,19	−0,13	
6	КРЕДІ АГРИКОЛЬ БАНК	Абсолют. значення	5,85	6,06	6,46	8,73	0,03032
		Відносні зміни		0,04	0,07	0,35	
7	СБЕРБАНК РОСІЇ	Абсолют. значення	4,54	4,57	6,42	5,67	0,07431
		Відносні зміни		0,01	0,40	−0,12	
8	МЕГАБАНК	Абсолют. значення	3,22	2,95	2,45	1,63	0,01625
		Відносні зміни		−0,08	−0,17	−0,33	
9	УКРСИББАНК	Абсолют. значення	4,89	4,59	5,20	5,59	0,00994
		Відносні зміни		−0,06	0,13	0,08	
10	УКРЕКСИМБАНК	Абсолют. значення	3,97	4,12	2,17	1,69	0,06531
		Відносні зміни		0,0378	−0,4733	−0,2212	
Середнє значення дисперсії відносної зміни чистої процентної маржі за всією групою банків							0,03217

купному обсязі зобов'язань; прийняти дюрацію рівною одиниці. Використання останнього варіанта можливо тільки у випадку, коли важко розрахувати значення дюрації, оскільки при $t = 1$ всі зобов'язання повинні розглядатися як короткострокові, у той час як частина з них може мати і довгостроковий характер. У нашому прикладі дюрація боргу t розрахована як середньозважена величина термінів погашення зобов'язань та їх частки в сукупному обсязі зобов'язань (табл. 4).

4. Вартість активів S для банку розраховується, виходячи з даних, отриманих в рамках оцінки методом чистих активів без будь-яких змін.

5. Показник E можна застосовувати за балансовою оцінкою, оскільки зобов'язання вже

підлягають дисконтуванню шляхом приведення до теперішнього моменту часу за допомогою безризикової ставки. Разом з тим розрахунок ринкової (справедливої) вартості зобов'язань рекомендується для використання щодо великих універсальних банків. У деяких випадках можливо також застосовувати усереднений дисконт до балансової вартості зобов'язань, щоб отримати їх ринкову (справедливу) вартість.

Слід враховувати ту обставину, що банк, як фінансовий посередник, має можливість залучати ресурси за ставками, нижчими від ринкових. Оцінку депозитного портфеля можна проводити за аналогією з оцінкою кредитного портфеля з використанням доходного підходу.

Таблиця 4

Розрахунок дюрації боргу ПАТ «ТАСКОМБАНК» (t) (розраховано автором)

Рік	Тип показника	0 міс.	2 міс.	7,5 міс.	3 роки	5 років	Дюрація (t)
2015 р.	Грошові кошти, тис. грн.	1292853	541157	1045152	692903	399374	1,21
	Частка у загальній сумі зобов'язань	0,3255	0,1363	0,2632	0,1745	0,1006	
2014 р.	Грошові кошти, тис. грн.	1097955	543437	662823	246431	60326	0,59
	Частка у загальній сумі зобов'язань	0,4205	0,2081	0,2539	0,0944	0,0231	
2013 р.	Грошові кошти, тис. грн.	637259	380958	798064	385726	140240	1,03
	Частка у загальній сумі зобов'язань	0,2721	0,1626	0,3407	0,1647	0,0599	
2012 р.	Грошові кошти, тис. грн.	696951	231055	643585	300163	110198	0,99
	Частка у загальній сумі зобов'язань	0,3516	0,1166	0,3247	0,1514	0,0556	
Середнє значення:							0,96

При оцінці зобов'язань весь депозитний портфель слід розбити за групами клієнтів, за рахунками клієнтів, за сумами і умовами платності, визначити терміновість і вартість кожної групи рахунків. Далі, на основі розрахованих показників, визначається майбутня вартість боргу, з урахуванням тер-

міновості і вартості ресурсів. На заключному етапі отримана майбутня вартість зобов'язань дисконтується і розраховується їх поточна вартість.

Алгоритм оцінки вартості комерційного банку з використанням опціонної моделі Блека-Шоулза наведений в табл. 5.

Таблиця 5

Розрахунок вартості ПАТ «ТАСКОМБАНК» з використанням моделі Блека-Шоулза (розраховано автором)

Параметри		Значення
$\sigma^2_{\text{шм}}$	Дисперсія відносної зміни чистої процентної маржі	0,03217
t	Дюрація боргу, роки	0,96
S	Вартість активів комерційного банку, тис. грн.	3813671
E	Вартість зобов'язань комерційного банку, тис. грн.	3467589
r	Безризикова ставка	0,164
d_1	$d_1 = \frac{\ln\left(\frac{S}{E}\right) + \left(k + \frac{1}{2} \cdot \sigma^2\right) \cdot t}{\sqrt{\sigma^2 \cdot t}}$	1,5251
d_2	$d_2 = d_1 - \sqrt{\sigma^2 \cdot t}$	1,3494
Nd_1	Функція нормального розподілення	1,00
Nd_2	Функція нормального розподілення	1,00
Вартість комерційного банку (100 % акцій), тис. грн.		851 212

Висновки. Традиційні підходи (доходний, витратний і порівняльний) до оцінки вартості комерційних банків мають певні обмеження. Для поєднання в собі переваг кожного із зазначених підходів доцільно більш активно використовувати метод реальних опціонів, який займає як би проміжне положення між традиційними підходами та враховує динаміку розвитку компанії й очікування інвесторів.

Найважливіша особливість методу полягає в його здатності оцінювати доцільність обраних менеджментом стратегій і всіх можливостей комерційного банку в швидко мінливих економічних умовах, що сприяє отриманню більш об'єктивних результатів оцінки бізнесу.

Згідно з опціонною моделлю вартість бізнесу уявляється як вартість колл-опціону, складеного з активів і зобов'язань компанії. Опціонний метод на основі моделі може бути використаний для оцінки комерційних банків, оскільки саме в цьому секторі активи і зобов'язання бізнесу близькі за своїм значенням через особливості ведення бізнесу, в основному за рахунок залучених коштів.

На підставі проведеного дослідження можна зробити висновок про те, що опціонний метод, на відміну від традиційних, не вимагає великих витрат часу для збору і обробки аналітичної бази, що дозволяє застосовувати метод опціонів як інструментарій при експрес-аналізі діяльності банку, наприклад, у разі зміни кон'юнктури фінансового

ринку, при прийнятті управлінських рішень. Очевидно, що про результати ефективності управлінських рішень можна судити через динаміку зміни вартості банку.

Завищені результати розрахунків за моделлю Блека-Шоулза порівняно з оцінками за іншими підходами обумовлені тим, що традиційні підходи до оцінки не враховують гнучкість бізнесу і можливість прийняття різних управлінських рішень у відповідь на зміни зовнішнього середовища. Варто зазначити, що, на відміну від методу дисконтування грошових потоків, підвищення ризику веде до збільшення ринкової вартості, що оцінюється опціонним методом, у зв'язку з цим отриманий результат необхідно порівнювати з величиною вартості, визначеної в рамках традиційних підходів.

Література

1. Закон України «Про оцінку майна, майнових прав та професійну оціночну діяльність в Україні» № 2658-III від 12.07.2001 р. : станом на 1 січня 2016 р. [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/2658-14>.
2. Постанова КМ України «Про затвердження Національного стандарту № 1 “Загальні засади оцінки майна і майнових прав»» № 1440 від 10.09.2003 г. : станом на 1 січня. 2016 р. [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/1440-2003-%D0%BF>.
3. Постанова КМ України «Про затвердження Національного стандарту № 3 “Оцінка цілісних майнових комплексів”» № 1655 від 29.11.2006 р. : станом на 1 січня. 2016 р. [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/1655-2006-%D0%BF>.

4. Фінансова оцінка бізнесу: теорія, практика та інноваційні підходи : монографія / Р. І. Заворотній — К. : КНЕУ, 2012. — 295 с.

5. Black F. and Scholes M. The Pricing of Option and Corporate Liabilities // Journal of Political Economy. — 1973. — Vol. 81. — 1631 p.

6. Myers St. 1997. Determinants of corporate borrowing. Journal of Financial Economics 5: 147–175.

7. Момот Т. В. Вартісно-орієнтоване корпоративне управління: від теорії до практичного впровадження : монографія | Т. В. Момот. — Харків : ХНАМГ, 2006. — 380 с.

References

1. Zakon Ukrainy «Pro ocinku majna, majnovykh prav ta profesijnu ocinochnu dijalnistj v Ukraini» N 2658-III vid 12.07.2001 r. : stanom na 1 sichnja 2016 r. [Elektronnyj resurs]. — Rezhym dostupu : <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/2658-14> (in Ukr.).

2. Postanova KM Ukrainy «Pro zatverdzhennja Nacionaljnogho standartu N 1 “Zaghalni zasady ocinky majna i

majnovykh prav”» N 1440 vid 10.09.2003 gh. : stanom na 1 sichnja. 2016 r. [Elektronnyj resurs]. — Rezhym dostupu : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/1440-2003-%D0%BF> (in Ukr.).

3. Postanova KM Ukrainy «Pro zatverdzhennja Nacionaljnogho standartu N 3 “Ocinka cilisnykh majnovykh kompleksiv”» N 1655 vid 29.11.2006 r. : stanom na 1 sichnja. 2016 r. [Elektronnyj resurs]. — Rezhym dostupu : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/1655-2006-%D0%BF> (in Ukr.).

4. Finansova ocinka biznesu: teorija, praktyka ta innovacijni pidkhody : monohrafija / R. I. Zavorotnij — K. : KNEU, 2012. — 295 s. (in Ukr.).

5. Black F. and Scholes M. The Pricing of Option and Corporate Liabilities // Journal of Political Economy. — 1973. — Vol. 81. — 1631 p.

6. Myers St. 1997. Determinants of corporate borrowing. Journal of Financial Economics 5: 147–175.

7. Momot T. V. Vartisno-orijentovane korporativne upravlinnja: vid teoriji do praktychnogho vprovadzhennja : monohrafija / T. V. Momot. — Kharkiv : KhNAMGh, 2006. — 380 s. (in Ukr.).

УДК 336.51

Ю. А. Бучакчийська

АНАЛІЗ СТРУКТУРИ ВИДАТКІВ МІСЦЕВИХ БЮДЖЕТІВ НА ПРИКЛАДІ ЗАПОРІЗЬКОЇ ОБЛАСТІ

Анотація. Розглянуто теоретичні основи видатків місцевих бюджетів України. Досліджено структуру видатків Запорізької області. Проаналізовано напрями використання бюджетних ресурсів органами місцевого самоврядування.

Ключові слова: видатки, децентралізація, місцеві бюджети, трансферти, субвенції.

Summary. Examines the theoretical foundations of expenditures of local budgets of Ukraine. Investigated the cost structure of the Zaporizhia region. Analyses directions of use of budgetary resources by local governments.

Key words: costs, decentralization, local budgets, transfers, subsidies.

Постановка проблеми. У сучасних умовах, коли виникає потреба в забезпеченні достатнього рівня фінансової децентралізації на місцевому рівні, дуже важливими є заходи держави стосовно зміцнення фінансової бази місцевих органів влади шляхом підвищення ефективності процесу формування видатків місцевих бюджетів. Для досягнення цієї мети необхідно розмежовувати видатки на виконання власних і делегованих державою повноважень органів місцевого самоврядування, уточнення повноважень місцевих бюджетів стосовно видатків у галузях бюджетної сфери та їх перерозподіл між державним і місцевим бюджетами.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Нині питання видатків місцевих бюджетів у контексті

розвитку бюджетної децентралізації перебувають у центрі уваги таких українських вчених, як О. Василик, О. Кириленко, В. Кравченко, І. Луніна, І. Лютий, В. Опарін, К. Павлюк, С. Юрій та ін. До невирішених частин загальної проблеми належить питання оптимізації видатків місцевих бюджетів у системі місцевого самоврядування в умовах фінансової децентралізації.

Метою статті є аналіз сутності видатків місцевих бюджетів, їх структури та питомої ваги окремих їх видів у сукупному обсязі видаткової частини місцевих бюджетів на прикладі обласного бюджету Запорізької області.

Виклад основного матеріалу. Видатки місцевих бюджетів відіграють дуже важливу роль у стиму-

© Ю. А. Бучакчийська, 2016

Бібліографія ДСТУ:

Бучакчийська Ю. А. Аналіз структури видатків місцевих бюджетів на прикладі Запорізької області / Ю. А. Бучакчийська // Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу. — 2016. — № 2 (34). — С. 90–95.

References (APA):

Buchakchiyskaia, Yu. A. (2016). Analiz struktury vydatkiv mistsevykh biudzhetyv na prykladi Zaporizkoï oblasti [Analysis of the structure of expenditures of local budgets on the example of Zaporizhia region]. *Visnyk Berdians'koho universytetu menedzhmentu i biznesu*, 2 (34), 90–95 (in Ukr.).

люванні та регулюванні розвитку різноманітних сфер економіки на місцевому рівні та з позицій задоволення потреб різних соціальних груп населення. Видатки місцевих бюджетів відображають сутність місцевих бюджетів у функціонуванні місцевого господарства, проведенні інвестиційної політики, утриманні об'єктів соціально-культурного призначення, охороні навколишнього природного середовища, здійсненні соціального захисту населення. У сучасній економічній літературі існують різні наукові погляди щодо визначення сутності видатків місцевих бюджетів. Наприклад, на думку групи авторів (М. Гапонюк, В. Яцюта, А. Буряченко, А. Славкова), «це економічні відносини, які виникають у зв'язку з розподілом централізованих коштів, що перебувають у розпорядженні відповідних органів влади, та децентралізованих коштів, які є власністю місцевих органів влади» [1, с. 116].

О. Василик, К. Павлюк вважають, що «видатки місцевих бюджетів безпосередньо пов'язані з інтересами широких верств населення й суттєво впливають на загальні соціальні процеси в державі й, насамперед, на рівень добробуту населення, освіченості, забезпеченості медичними послугами, а також послугами в галузі культури, спорту, соціальної захищеності на випадок непередбачуваних обставин» [2, с. 103].

На думку С. Ковальчук, І. Форкун, «видатки місцевих бюджетів — це економічні відносини, які виникають у зв'язку з розподілом централізованих коштів, що перебувають у розпорядженні відповідних органів влади, та децентралізованих коштів, які є власністю місцевих органів влади» [3, с. 308]. Н. Шевчук вважає, що «видатки місцевих бюджетів — це економічні відносини, які виникають між суб'єктами господарювання з приводу розподілу та використання грошових фондів місцевого самоврядування за цільовим і територіальним призначенням з метою розвитку адміністративно-територіальної одиниці та задоволення суспільних потреб» [4, с. 203]. Вважаємо, що це визначення досить точніше відображає значення поняття видатків місцевих бюджетів та їх роль у розвитку територіальної одиниці.

На нашу думку, видатки місцевих бюджетів — це економічні відносини, що виникають між органами місцевої влади та суб'єктами господарювання, що спрямовуються на задоволення потреб відповідної громади та забезпечення розвитку адміністративно-територіальної одиниці через розподіл і використання грошових фондів місцевого самоврядування за цільовим призначенням.

Оптимізація видатків місцевих бюджетів полягає у фінансуванні на місцевому рівні, спрямованому на забезпечення ефективності використання бюджетних коштів. Відповідно до ст. 2

Бюджетного кодексу України видатки бюджету — це кошти, спрямовані на здійснення програм та заходів, передбачених відповідним бюджетом [5].

Видатки бюджету класифікуються: за бюджетними програмами (програмна класифікація); за ознакою головного розпорядника бюджетних коштів (відомча); за функціями, з виконанням яких пов'язані видатки бюджету (функціональна). За економічною характеристикою операцій, що здійснюються, видатки поділяються на поточні та капітальні (економічна класифікація) (ст. 10). Крім того, визначають видатки: на забезпечення конституційного ладу, державної цілісності та суверенітету, незалежного судочинства, а також інші (що не можуть бути передані на виконання повноважень); визначені функціями держави (можуть бути передані на виконання повноважень); на реалізацію прав та обов'язків АР Крим та місцевого самоврядування, що мають місцевий характер і визначені законами України (ст. 82 Бюджетного кодексу України). Передані державою видатки на виконання власних повноважень місцевих органів влади та на реалізацію прав і обов'язків АР Крим та місцевого самоврядування здійснюються за рахунок коштів місцевих бюджетів, у тому числі трансфертів з Державного бюджету України. Згідно зі ст. 64 Закону України «Про місцеве самоврядування в Україні» видатки місцевого бюджету формуються відповідно до розмежування видатків між бюджетами, визначеного Бюджетним кодексом України, для виконання повноважень органів місцевого самоврядування [6]. Вони здійснюються із загального та спеціального фондів місцевого бюджету відповідно до вимог зазначеного Кодексу та Закону про Державний бюджет України. У складі витрат спеціального фонду місцевого бюджету виокремлюються витрати бюджету розвитку. Кошти бюджету розвитку спрямовуються на реалізацію програм соціально-економічного розвитку відповідної території, пов'язаних зі здійсненням інвестиційної діяльності, інших заходів, пов'язаних із розширенням відтворення, а також на погашення місцевого боргу. Видатки, здійснювані органами місцевого самоврядування на потреби територіальних громад, їхні розмір і цільове спрямування визначаються відповідними рішеннями про місцевий бюджет.

Аналізуючи структуру видатків місцевих бюджетів України, можна відстежити соціальну спрямованість бюджетної політики. Майже 3/4 усіх коштів місцевих бюджетів спрямовується на соціальні цілі, а саме: соціальний захист і соціальне забезпечення населення, утримання закладів і об'єктів, що належать до соціально-культурної сфери. На місцеві бюджети лягає достатньо відчутний тягар соціальних видатків, спрямованих

на вирішення в складних умовах перехідного періоду соціальних конфліктів і проблем, що виникають внаслідок різкого розширення суспільства, зростання кількості безробітних, необхідності захисту найбільш вразливих верств населення — дітей, одиноких матерів, пенсіонерів, малозабезпечених громадян тощо.

Місцеві бюджети в сучасних умовах значною мірою зумовлюють рівень суспільного добробуту, є одним із основних джерел задоволення життєвих потреб громадян. За рахунок їх коштів здійснюється оплата праці працівникам бюджетної сфери, проводяться додаткові виплати населенню на покриття витрат з оплати житлово-комунальних послуг, допомоги і пільг ветеранам війни та праці, сім'ям з дітьми, малозабезпеченим верствам населення, одиноким перестарілим громадянам, які потребують догляду, та ін. За допомогою місцевих бюджетів забезпечується надання суспільних послуг населенню, гарантованих Конституцією України: освіта, охорона здоров'я, медична допомога, соціальний захист тощо. З коштів місцевих бюджетів утримуються заклади культури, фізичної культури і спорту, фінансуються молодіжні програми.

Запорізька область займає вигідне економіко-географічне положення. Вона розташована у південно-східній частині України і межує з Херсонською, Дніпропетровською, Донецькою областями. Південні кордони області омиваються водами Азовського моря, берегова лінія якого в межах області перевищує 300 км. Територія області займає 27,2 тис. км², що становить 4,5 % території України. В області налічується 5 міст обласного значення, 9 міст районного значення, 20 районів, 22 селищ міського типу, 914 сільських населених пунктів. За інформацією Запорізької обласної державної адміністрації, індекс обсягу промислового виробництва за 2015 рік становив 95,3 % (12 місце, за 2014 рік — 96,8 %) [7].

Розглянемо детально склад та структуру видатків обласного бюджету Запорізької області. Видатки загального фонду Запорізького обласного бюджету за 2015 рік склали 4 892,9 млн. грн., що становить 97,3 % до плану, у тому числі за рахунок субвенцій з державного бюджету — 4 173,6 млн. грн., або 97,5 % до плану.

У табл. 1 наведена структура та динаміка видатків загального фонду бюджету Запорізької області за галузевою ознакою.

Таблиця 1

Структура та динаміка видатків загального фонду бюджету Запорізької області за галузевою ознакою, млн. грн. [8]

Галузь	2013 р.	Питома вага	2014 р.	Питома вага	2015 р.	Питома вага	% росту 2014 р. до 2013 р.	% росту 2015 р. до 2014 р.
Разом видатків	1 831,8	100	1 876,9	100	2 249,5	100	2,5	19,9
Органи місцевого самоврядування	11,4	0,6	12,4	0,6	17,1	0,8	8,8	37,9
Освіта	642,4	34,18	660,2	35,2	843,1	37,5	2,8	27,7
Охорона здоров'я	722	39,4	830,7	44,3	951,6	42,3	15,1	14,6
Соціальний захист та соціальне забезпечення	181,4	9,9	178,7	9,5	218,8	9,7	-1,5	22,4
Культура і мистецтво	62	3,4	64,5	3,4	73,4	3,3	4,0	13,8
Фізична культура і спорт	21,7	1,2	23,7	1,3	29,4	1,3	9,2	24,1
Організація та регулювання діяльності ветеринарних лікарень та ветеринарних лабораторій	—	—	—	—	32,8	1,5	—	—
Трансферти територіям (інша субвенція)	1,5	0,1	8,1	0,4	6,8	0,3	в 5,4 рази	-16,0

Як показують дані табл. 1 та рис. 1, найбільшу питому вагу у видатковій частині загального фонду зведеного бюджету Запорізької області за 2013–2015 рр. займають соціальні видатки, зокрема, видатки на охорону здоров'я — від 39,4 % до 42,3 %, освіти — від 34,1 % до 37,5 %, соціальний захист і соціальне забезпечення —

від 9,9 % до 9,7 % фізичну культуру і спорт — 29,4 млн. грн. (1,3 %), органи місцевого самоврядування — від 0,6 % до 0,8 %, організацію та регулювання діяльності ветеринарних лікарень та ветеринарних лабораторій — 33,5 млн. грн. (1,5 %) усіх коштів місцевих бюджетів Запорізької області.

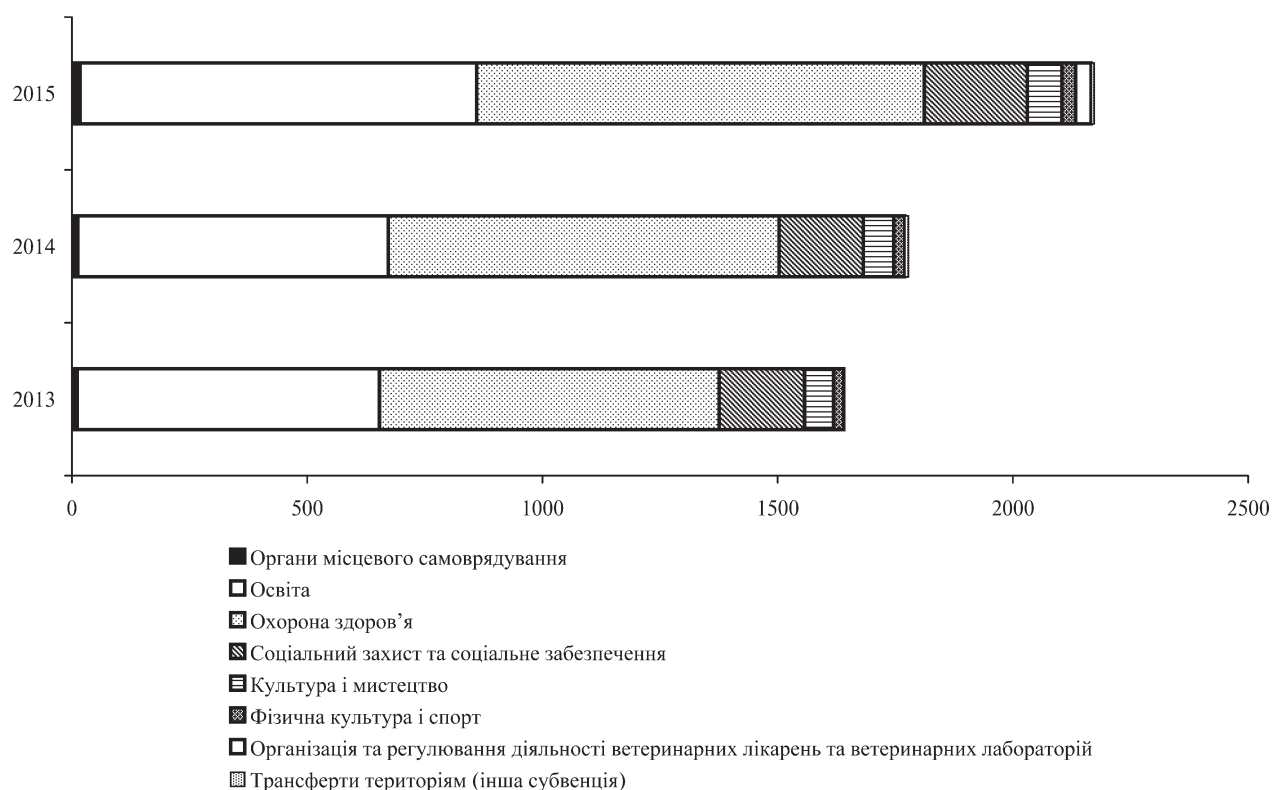


Рис. 1. Структура видатків Запорізької області за функціональною класифікацією видатків за 2013–2015 роки (складено автором за даними табл. 1)

Структуру видатків загального фонду Запорізького обласного бюджету за галузевою ознакою в 2015 році наведено на рис. 2.

Аналіз структури та динаміки видатків загального фонду обласного бюджету за економічною ознакою за 2013–2015 роки наведено в табл. 2. Значна частина коштів місцевих бюджетів витрачається на поточні видатки, тобто на фінансування споживацьких потреб. У частині поточних видатків найбільша питома вага видатків на

оплату праці з нарахуваннями становить від 57,6 до 58,7 %, на розрахунки за спожиті бюджетними установами енергоносії — від 6,8 до 8,6 %, медикаменти та перев'язувальні матеріали — від 5,3 до 5,6 %, харчування — від 5,5 до 5,4 %, поточні трансферти — від 13,3 до 6,2 %, інші видатки — від 11,7 до 9,7 % відповідно (рис. 3).

Видатки спеціального фонду обласного бюджету за 2015 рік склали 507 млн. грн., або 104,9 % до плану, з них за рахунок передання коштів із

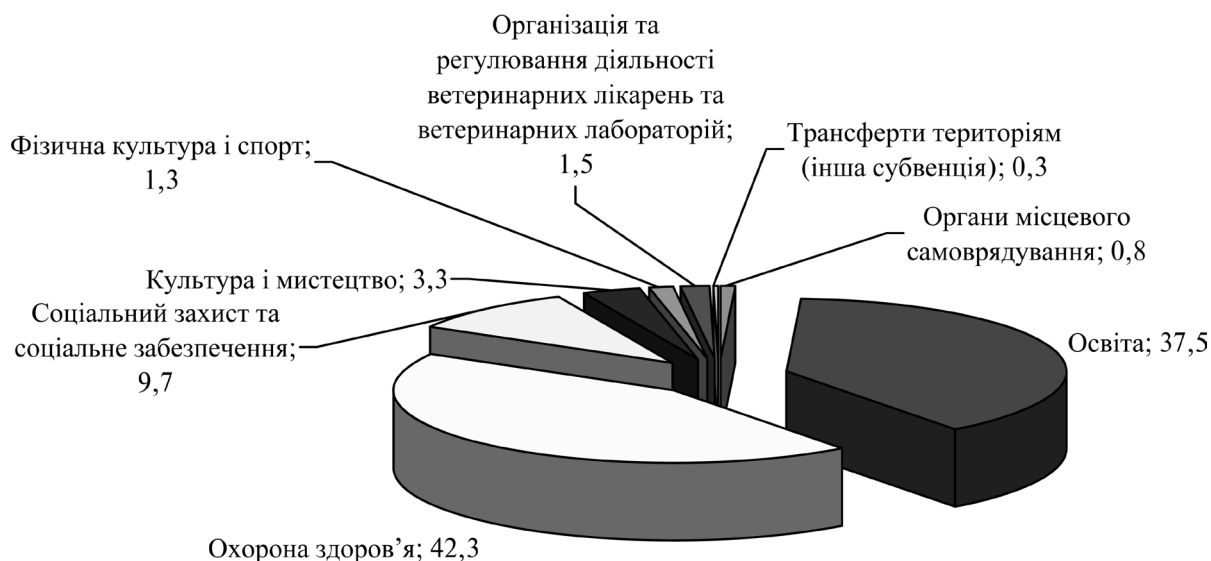


Рис. 2. Структура видатків загального фонду обласного бюджету у 2015 році за галузевою ознакою (складено автором за даними табл. 1)

Таблиця 2

Структура та динаміка видатків загального фонду обласного бюджету за економічною ознакою, млн. грн. [8]

Найменування	2013 р.	Питома вага	2014 р.	Питома вага	2015 р.	Питома вага	% росту 2014 р. до 2013 р.	% росту 2015 р. до 2014 р.
Оплата праці з нарахуваннями	1 055,2	57,6	1 173	62,4	1 319,7	58,7	11,2	12,5
Медикаменти та перев'язувальні матеріали	97,9	5,3	89,4	4,7	126,4	5,6	-8,7	41,4
Продукти харчування	100,3	5,5	96,9	5,2	122,5	5,4	-3,4	26,4
Оплата спожитих енергоносіїв	126,3	6,8	127,3	6,8	193,5	8,6	0,8	52,0
Поточні трансферти (підприємствам, установам, організаціям)	243,9	13,3	159,4	8,5	63,0	6,2	-34,6	-60,5
Інші видатки	208,2	11,4	230,9	12,3	424,4	9,7	10,9	83,8
Разом видатків (без урахування цільових субвенцій, отриманих з державного бюджету та перерахованих територіям області)	1 831,8	100	1 876,9	100	2 249,5	100	2,5	19,9

загального фонду до бюджету розвитку (спеціального фонду) — 201,3 млн. грн. Видатки спеціального фонду обласного бюджету за 2015 рік, без урахування цільових субвенцій, отриманих з державного бюджету та перерахованих територіям області, склали 478,9 млн. грн., або 105,2 % до плану, з них на проведення робіт, пов'язаних із будівництвом, реконструкцією, ремонтом та

утриманням автомобільних доріг — 3,1 млн. грн., або 38,3 % до плану, охорону і раціональне використання природних ресурсів та утилізацію відходів — 25,7 млн. грн., або 71,1 % до плану, капітальні видатки по галузі «Будівництво» — 47,6 млн. грн., або 66,9 % до плану [8].

Реформування місцевих бюджетів, в рамках розмежування видаткових повноважень органів

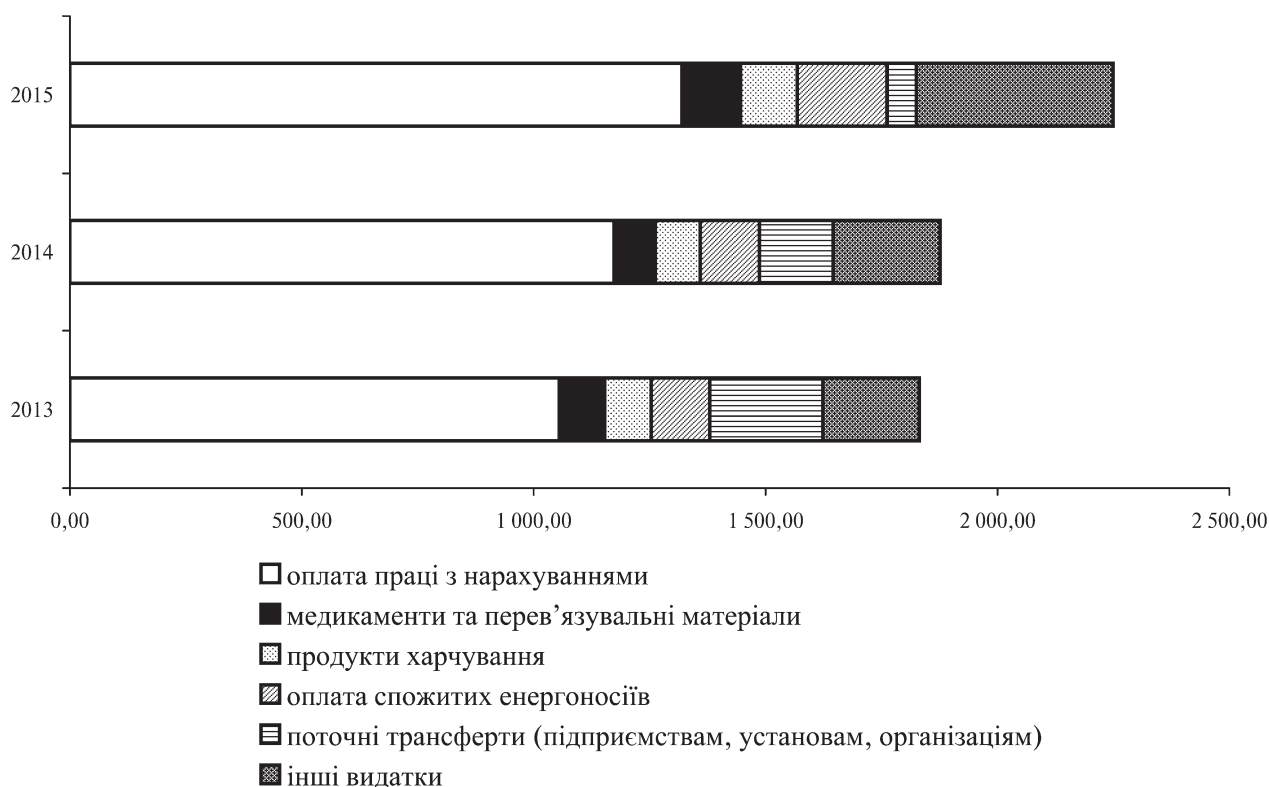


Рис. 3. Структура видатків загального фонду обласного бюджету за економічною ознакою, млн. грн. (складено автором за даними табл. 2)

місцевого самоврядування, має відбуватися поетапно з урахуванням економічних та суспільно-політичних умов зі збереженням збалансованості бюджетної системи в цілому і у взаємозв'язку з проведенням реформ в галузях бюджетної сфери та інших сферах діяльності.

Органам місцевого самоврядування слід формувати розвиток відповідної території через установа стратегічних цілей із капітальним фінансуванням видатків. Тоді зникне потреба щороку витрачати величезні кошти на вирішення поточних питань і з'являться необхідні ресурси для фінансування потреб громадян, адже суть видатків місцевих бюджетів полягає в задоволенні населення адміністративно-територіальної одиниці через фінансування низки послуг, а будь-яка послуга може надаватися органами місцевого самоврядування. Саме органи місцевого самоврядування об'єктивно можуть оцінити попит і здійснювати контроль за наданням тієї чи іншої послуги. Крім того, місцева влада може узгоджувати вид та обсяг послуги з потребами громади. Оскільки місцевому самоврядуванню (як у зарубіжних країнах, так і в Україні) не вистачає необхідних ресурсів, і насамперед фінансових, для реалізації цих завдань, у більшості країн має місце добровільний або примусовий розподіл повноважень між центральним урядом (державним органом влади) і місцевим самоврядуванням щодо відповідальності за надання послуг, відображених у відповідних видатках [9, с. 38].

Висновки. Отже, для розв'язання проблем у цій сфері потрібно реформувати бюджетну сферу в цілому, тому що проблеми видатків місцевих бюджетів з'являються не тільки в процесі розподілу, але і в процесі формування місцевих бюджетів. Важливим напрямом є децентралізація видатків за окремими бюджетними програмами у сфері охорони здоров'я, освіти, житлово-комунального господарства та енергоефективності шляхом зміни нормативно-правових актів, які встановлюють нормативи обсягів.

Література

1. Місцеві фінанси : навч.-метод. посіб. для самост. вивчення дисципліни [Електронний ресурс] / М. А. Гапонюк, В. П. Яцюта, А. Є. Буряченко, А. А. Славкова. — К. : КНЕУ, 2002. — 184 с. — Режим доступу : <http://ukrkniga.org.ua>.
2. Василюк О. Д. Державні фінанси України : підручник / О. Д. Василюк, К. В. Павлюк. — К. : Центр навч. літ.,

2003. — 608 с.

3. . Ковальчук С. В. Фінанси : навчальний посібник / С. В. Ковальчук, І. Ф. Форкун. — Л. : Новий світ-2000, 2005. — 568 с.
4. . Шевчук Н. Ю. Структура видатків місцевих бюджетів України / Н. Ю. Шевчук // Актуальні проблеми економіки. — 2008. — № 5. — С. 202–207.
5. Бюджетний кодекс України : № 2456-VI від 8 лип. 2010 р. / Верховна Рада України. — Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua>.
6. Про місцеве самоврядування: Закон України № 280/97-ВР від 21 трав. 1997 р. — Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/280/97-%D0%B2%D1%80>.
7. Про підсумки соціально-економічного розвитку Запорізької області за 2015 рік [Електронний ресурс] / Сайт Запорізької обласної державної адміністрації — Режим доступу : <http://www.zoda.gov.ua/news/30264/pro-pidsumki-sotsialno-ekonomichnogo-rozvitku-zaporizkoji-oblasti-za-2015-rik.html>.
8. Аналіз виконання місцевих бюджетів Запорізької області за 2015 рік [Електронний ресурс] / Сайт Запорізької обласної державної адміністрації — Режим доступу : <http://www.zoda.gov.ua/news/30767/analiz-vikonannya-mistsevih-bjuzhetiv-zaporizkoji-oblasti-za-2015-rik.html>.
9. Мельник А. Ф. Муніципальний менеджмент / А. Ф. Мельник. — К. : Знання, 2006. — 420 с.

References

1. Gaponyuk M. A., Yatsiuta V. P., Buriachenko A. A. (2002) *Miscevi finansy* [Local Finance]. Kyiv: KNEU (in Ukr.).
2. Vasylyk O. D. & Pavliuk. K. V (2003) *Derzhavni finansy Ukrainy* [Public Finance of Ukraine]. Kyiv: Tsentr navch. lit. (in Ukr.).
3. Kovalchuk S. V. & Forkun I. F. (2005) *Finansy* [Finance]. Lviv: Novyi svit-2000, (in Ukr.).
4. Shevchuk N. Yu. (2008). Struktura vydatkiv mistsevykh biudzhetyv Ukrainy [The structure of expenditures of local budgets of Ukraine], *Aktualni problemy ekonomiky (Actual problems of economics)*, 5, 202–207, (in Ukr.).
5. Verkhovna Rada Ukrainy (2010, July 8, № 2456-VI). *Biudzhetyni kodeks Ukrainy* [Budget code of Ukraine]. Retrieved from <http://zakon4.rada.gov.ua> (in Ukr.).
6. Verkhovna Rada Ukrainy (1997, May21, № 280/97-VR). *Pro mistseve samovriaduvannya* [On local self-government] (The Law Of Ukraine). Retrieved from <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/280/97-%D0%B2%D1%80> (in Ukr.).
7. Zaporizka oblasna derzhavna administratsiia (2015). *Public performance for 2015: Pro pidsumky sotsialno-ekonomichnoho rozvytku Zaporizkoji oblasti za 2015 rik* [On the results of socio-economic development of the Zaporozhye region in 2015] (Public performance). Retrieved from <http://www.zoda.gov.ua/news/30264/pro-pidsumki-sotsialno-ekonomichnogo-rozvitku-zaporizkoji-oblasti-za-2015-rik.html> (in Ukr.).
8. Zaporizka oblasna derzhavna administratsiia (2015). *Public performance for 2015: Analiz vykonannya mistsevykh biudzhetyv Zaporizkoji oblasti za 2015 rik* [Analysis of execution of local budgets of the Zaporozhye region in 2015] (Public performance). Retrieved from <http://www.zoda.gov.ua/news/30767/analiz-vikonannya-mistsevih-bjuzhetiv-zaporizkoji-oblasti-za-2015-rik.html> (in Ukr.).
9. Melnyk A. F. (2006) *Munitsypalniy menedzhment* [Municipal management]. Kyiv: Znannia (in Ukr.).

БЕНЧМАРКІНГ ЯК ІННОВАЦІЙНИЙ ІНСТРУМЕНТ МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ КОМЕРЦІЙНИХ БАНКІВ

Анотація. Обґрунтовується необхідність підвищення конкурентоспроможності банківських послуг на засадах бенчмаркінгу. Проведено порівняльний аналіз трьох популярних банків України. Запропоновано застосування методу ієрархії з метою визначення еталона банківської послуги. Визначено пріоритет економічних і споживчих характеристик банківської послуги для клієнтів банків.

Ключові слова: маркетинг, комерційний банк, бенчмаркінг, конкурентоспроможність, метод аналізу ієрархії.

Summary. Necessity to raise competitiveness of bank services basing on benchmarking is substantiated. Comparative analysis of three popular banks of Ukraine is carried. It is proposed to use the method of analytic hierarchy process in order to define bank service etalon. Priority of economic and consumption features of bank services is determined.

Key words: marketing, commercial banks, benchmarking, competitiveness, method of analytic hierarchy process.

Постанова проблеми. Економічна та фінансова криза останніх років змушує комерційні банки переоцінити надійність чинної системи і визначити перспективні завдання з урахуванням змін в економіці. Актуальними напрямками підвищення ефективності маркетингової діяльності банку сьогодні є оптимізація внутрішніх бізнес-процесів, інноваційний розвиток, розробка послуг, що максимально задовольняють потреби клієнтів. Ці напрями визначають необхідність пошуку вітчизняними банками найбільш ефективних методів удосконалення своєї діяльності в умовах посилення банківської конкуренції. На наш погляд, одним із таких інноваційних інструментів нової маркетингової стратегії банку має стати бенчмаркінг.

Аналіз останніх публікацій. Проблеми маркетингу, в тому числі банківського, у ринкових умовах розглядаються на теоретичному і методичному рівні такими вітчизняними і зарубіжними вченими, як Г. Багієв, І. Діденко, Є. Жуков, М. Кизим, Г. Коробова, В. Коршунов, Ф. Котлер, О. Лаврушин, І. Лютий, Н. Перепечай, Л. Романенко, О. Солодка, К. Тагірбеков, Е. Уткін, В. Хруцький та ін. У роботах цих авторів аналізуються загальні принципи, методи та прийоми маркетингу послуг, що застосовуються в ринкових умовах господарювання, принципи узгодження маркетингу з банківською діяльністю.

Теоретико-методологічні питання бенчмаркінгу знайшли своє відображення у роботах І. Аренкова, Л. Балабанової, А. Гончарук, І. Дани-

лова, В. Градобоева, Г. Клейменової, В. Старикова, Л. Т. Хасанової та багатьох інших.

У сучасній науковій літературі з різним ступенем розробленості висвітлюються окремі питання вдосконалення маркетингової діяльності на ринку банківських послуг. Проте багато питань банківського маркетингу ще не досліджені належною мірою. Зокрема, дослідження стосовно аспектів проведення бенчмаркінгу комерційними банками і формування конкурентоспроможності банківських послуг носять неповний характер.

Мета дослідження — обґрунтувати рекомендації щодо підвищення конкурентоспроможності банківських послуг на засадах бенчмаркінгу.

Виклад основного матеріалу. Для оцінки рівня конкурентоспроможності банківських послуг вітчизняних комерційних банків нами пропонується застосувати метод аналізу ієрархії, розроблений американським ученим Т. Сааті [1], що передбачає декомпозицію проблеми на більш прості складові та обробку суджень осіб, які приймають рішення. У результаті визначається відносна значимість досліджуваних альтернатив для всіх критеріїв ієрархії. Відносна значимість виражається кількісно у вигляді векторів пріоритетів, на базі яких відбувається оцінка конкурентних переваг і визначається позиція банківської послуги для різних банків.

Розглянемо таку популярну банківську послугу для фізичних осіб, як депозит. Першим кроком оцінки конкурентоспроможності даної банківської послуги є побудова багаторівневої ієрархії, яка включає кілька рівнів:

© М. Ю. Веселова, 2016

Бібліографія ДСТУ:

Веселова М. Ю. Бенчмаркінг як інноваційний інструмент маркетингової стратегії комерційних банків / М. Ю. Веселова // Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу. — 2016. — № 2 (34). — С. 96–100.

References (APA):

Veselova, M. Yu. (2016). Benchmarking as innovatsiyniy instrument marketynhovoї stratehii komertsiiynykh bankiv [Benchmarking as an innovation tool of marketing strategy for commercial banks]. *Visnyk Berdians'koho universytetu menedzhmentu i biznesu*, 2 (34), 96–100 (in Ukr.).

Перший рівень (це фокус ієрархії), на якому формується ціль проведення дослідження — вибір комерційного банку з кращою конкурентною позицією для розміщення грошових коштів фізичною особою.

Другий рівень складають групи факторів (критерії), які безпосередньо впливають на прийняття рішення. Рівень конкурентоспроможності зазначеної послуги визначається економічними та споживчими властивостями банківської послуги.

Третій рівень — характеристики груп показників, що визначають групи факторів другого рівня. Для такої послуги, як депозит, — це розмір процентної ставки за вкладом, активи банку, ліквідність, якість консультування, репутація банку тощо.

Четвертий рівень — це альтернативи. У нашому випадку — різні комерційні банки, що пропонують таку послугу (рис. 1).

Після побудови ієрархії необхідно встановити пріоритети показників і оцінити альтернативи

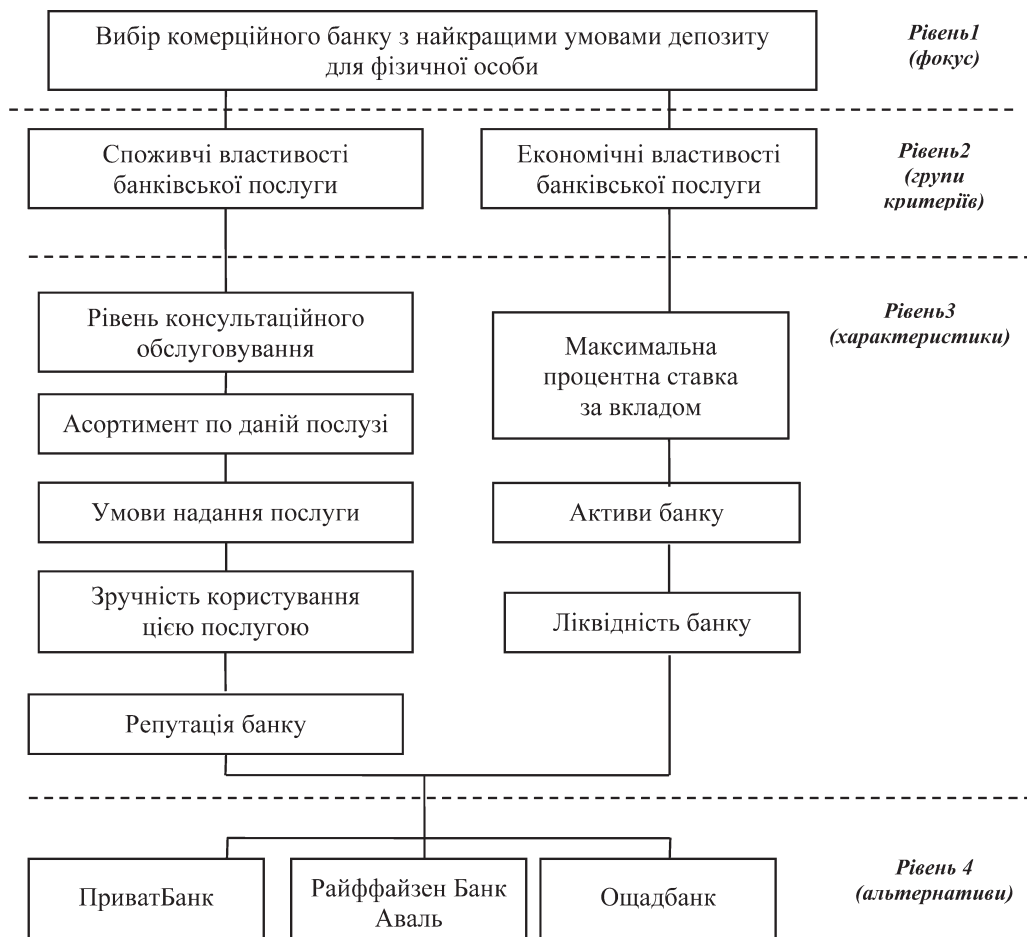


Рис. 1. Ієрархічне представлення задачі вибору комерційного банку з найкращою конкурентною позицією для розміщення грошових коштів фізичною особою (побудовано автором за [3])

за наданими характеристиками. Перш за все, побудуємо матрицю попарних порівнянь для другого рівня ієрархії. З цією метою використаємо результати проведеного нами опитування клієнтів комерційних банків, які відповідали на запитання «Яка з груп показників має більший вплив на

прийняття рішення щодо відкриття банківського депозиту».

На базі шкали важливості отримаємо матрицю попарних порівнянь (табл. 1).

Наступний крок — розрахунок вектора пріоритету за даною матрицею. Для цього перемно-

Таблиця 1

Матриця попарних порівнянь для другого рівня ієрархії (розраховано автором на базі [1–2])

Група показників	Споживчі властивості банківської послуги	Економічні властивості банківської послуги
Споживчі властивості банківської послуги	1	1/3
Економічні властивості банківської послуги	3	1

жимо n елементів кожного рядку і візьмемо n -й корінь. У нашому випадку отримаємо:

$$B_1 = \sqrt[3]{1 \times 1/3} = 0,58,$$

$$B_2 = \sqrt[3]{1 \times 3} = 1,73.$$

Після розрахунку компонентів нормалізуємо отримані числа:

$$B_1^* = 0,58 / (0,58 + 1,73) = 0,25$$

і

$$B_2^* = 1,73 / (0,58 + 1,73) = 0,75.$$

Отже, вектор пріоритету для елементів матриці другого рівня ієрархії має вид (0,25; 0,75).

Далі визначаємо найбільше власне значення матриці:

$$L_{\max} = 0,25 \times (1+3) + 0,75 \times (1+1/3) = 2.$$

Після цього знаходимо індекс узгодженості (IU). У нашому випадку $IU = (2-2)/(2-1) = 0$. Використовуючи середнє значення індексу однорідності залежно від порядку матриці, наведеної у роботі [1], розрахуємо відношення узгодження (BU). У даному випадку відношення узгодження дорівнює 0, що менше 0,1, тобто є прийнятним.

Після аналізу оцінок переваг клієнтів відносно перерахованих показників щодо банківських послуг заповнюємо матриці попарних порівнянь для третього рівня (табл. 2–3).

Таблиця 2

Матриця попарних порівнянь і вектор пріоритетів для матриці третього рівня споживчих властивостей банківської послуги (побудовано автором)

Показники	Рівень консультаційного обслуговування	Асортимент за даною послугою	Умови надання послуги	Зручність користування цією послугою	Репутація банку	B_i^*
Рівень консультаційного обслуговування	1	0,2	0,25	1	0,2	0,06
Асортимент за даною послугою	5	1	0,33	0,33	0,2	0,09
Умови надання послуги	4	3	1	2	0,2	0,2
Зручність користування цією послугою	1	3	0,5	1	0,2	0,12
Репутація банку	5	5	5	5	1	0,53
$L_{\max} = 5,46335; IU = 0,1158; BU = 0,1$						

Таблиця 3

Матриця попарних порівнянь і вектор пріоритетів для матриці третього рівня економічних характеристик банківської послуги (розраховано автором)

Показники	Максимальна процентна ставка за вкладом	Активи банку	Ліквідність банку	B_i^*
Максимальна процентна ставка за вкладом	1	3	0,25	0,23
Активи банку	0,33	1	0,25	0,11
Ліквідність банку	4	4	1	0,65
$L_{\max} = 3,0809; IU = 0,04045; BU = 0,069$				

Таким чином, найбільшим значимими для клієнта зі споживчих характеристик банківської послуги є «репутація банку», «зручність користування послугою» і «умови надання послуги», оскільки мають найвищі показники вектора пріоритетів. Найменший вплив на прийняття рішення щодо розміщення грошових коштів фізичних осіб мають такі чинники, як «рівень консультаційного обслуговування» і «асортимент за даною послугою в даному банку».

З економічної позиції найбільшу значимість при виборі банку для розміщення грошових коштів мають такі показники, як «ліквідність банку»

і «максимальна процентна ставка». Показники вектору пріоритетів для даних чинників дорівнюють 0,65 і 0,23 відповідно.

Далі проведемо попарне експертне оцінювання трьох банків: ПриватБанк, Райффайзен Банк Аваль і Ощадбанк — відносно споживчих і економічних характеристик послуги «депозит для фізичних осіб».

При проведенні попарних порівнянь альтернатив (банків) використовувалися дані річних звітів банків та результати опитування клієнтів банків. Результати проведеного аналізу наведені у табл. 4–5.

Таблиця 4

**Матриця попарних порівнянь альтернатив відносно споживчих властивостей банківської послуги
(розраховано автором)**

Банківська послуга у банку	ПриватБанк	Аваль	Ощадбанк	Вектор пріоритетів
Рівень консультаційного обслуговування				
ПриватБанк	1	1	3	0,44
Аваль	1	1	2	0,38
Ощадбанк	0,33	0,5	1	0,17
$L_{\max} = 3; IU = 0,0; BU = 0,0$				
Асортимент за даною послугою				
ПриватБанк	1	1,5	3	0,5
Аваль	0,67	1	2	0,33
Ощадбанк	0,33	0,5	1	0,17
$L_{\max} = 3,01; IU = 0,05; BU = 0,086$				
Умови надання послуги				
ПриватБанк	1	1,5	1,5	0,42
Аваль	0,67	1	1	0,28
Ощадбанк	0,67	1	1	0,28
$L_{\max} = 3; IU = 0,0; BU = 0,0$				
Зручність користування цією послугою				
ПриватБанк	1	2	3	0,6
Аваль	0,5	1	1,5	0,21
Ощадбанк	0,33	0,67	1	0,2
$L_{\max} = 3; IU = 0,0; BU = 0,0$				
Репутація банку				
Приват банк	1	5	4	0,69
Аваль	0,2	1	0,67	0,13
Ощадбанк	0,25	1,5	1	0,18
$L_{\max} = 3; IU = 0,0; BU = 0,0$				

Таблиця 5

**Матриця попарних порівнянь альтернатив відносно економічних властивостей банківської послуги
(розраховано автором)**

Банківська послуга у банку	ПриватБанк	Аваль	Ощадбанк	Вектор пріоритетів
Максимальна процентна ставка за вкладом				
ПриватБанк	1	1	1,5	0,37
Аваль	1	1	1,5	0,37
Ощадбанк	0,67	0,67	1	0,25
$L_{\max} = 3; IU = 0,0; BU = 0,0$				
Активи банку				
ПриватБанк	1	9	8	0,79
Аваль	0,11	1	0,33	0,06
Ощадбанк	0,125	3	1	0,14
$L_{\max} = 3,06; IU = 0,03; BU = 0,05$				
Ліквідність банку				
ПриватБанк	1	5	5	0,71
Аваль	0,2	1	0,5	0,11
Ощадбанк	0,2	2	1	0,18
$L_{\max} = 3,044; IU = 0,022; BU = 0,04$				

Виходячи з отриманих даних, маємо вектор пріоритетів банків відносно споживчих власти-

востей банківської послуги. Для цього знайдемо матричний добуток:

$$\begin{pmatrix} 0,44 & 0,50 & 0,42 & 0,60 & 0,69 \\ 0,38 & 0,33 & 0,28 & 0,21 & 0,13 \\ 0,17 & 0,17 & 0,28 & 0,20 & 0,18 \end{pmatrix} * \begin{pmatrix} 0,06 \\ 0,09 \\ 0,02 \\ 0,012 \\ 0,53 \end{pmatrix} = \begin{pmatrix} 0,45 \\ 0,13 \\ 0,13 \end{pmatrix}.$$

Для вектора пріоритетів банків відносно економічного фактора маємо:

$$\begin{pmatrix} 0,37 & 0,79 & 0,71 \\ 0,37 & 0,06 & 0,11 \\ 0,25 & 0,14 & 0,18 \end{pmatrix} * \begin{pmatrix} 0,23 \\ 0,11 \\ 0,65 \end{pmatrix} = \begin{pmatrix} 0,63 \\ 0,16 \\ 0,19 \end{pmatrix}.$$

Далі розрахуємо загальну оцінку кожного банку за даною послугою:

$$\begin{pmatrix} 0,45 & 0,63 \\ 0,13 & 0,16 \\ 0,13 & 0,19 \end{pmatrix} * \begin{pmatrix} 0,25 \\ 0,75 \end{pmatrix} = \begin{pmatrix} 0,585 \\ 0,153 \\ 0,175 \end{pmatrix}.$$

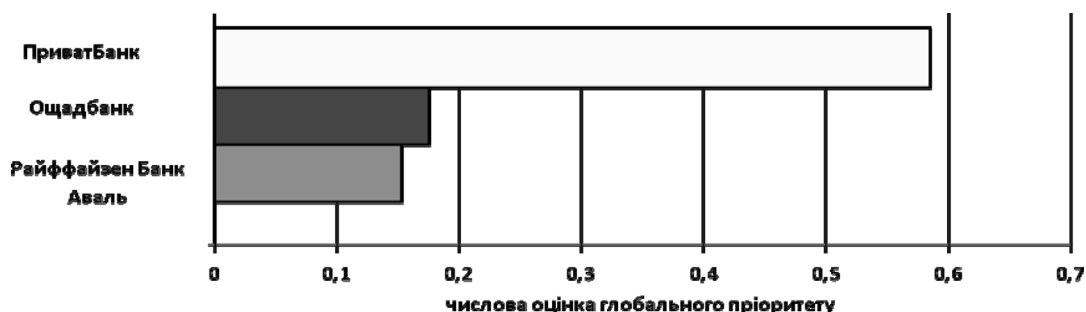


Рис. 2. Пріоритети банківської послуги «депозит для фізичних осіб» комерційних банків, отриманих методом аналізу ієрархії (власні дослідження автора)

банківська послуга має конкурентні переваги і є найбільш привабливою для споживачів. Банківська послуга-аутсайдер — найбільш неприваблива банківська послуга даного банку для споживачів порівняно з іншими банками. Даній послугі відповідає низький рівень конкурентоспроможності порівняно із банками-конкурентами. Банківська послуга-еталон — це послуга, що є орієнтиром для оцінювання банківської послуги, з якою здійснюють порівняння. У результаті синтезу інформації про найкращі бізнес-процеси формується гіпотетична банківська послуга-ідеал для даної банківської послуги конкретного комерційного банку, відповідно до якої необхідно будувати політику надання послуг комерційним банком [3].

У нашому випадку Ощадбанк і Райффайзен Банк Аваль значно програють ПриватБанку, який є однозначно лідером за послугою «депозит для фізичної особи». Тому його характеристики можуть слугувати орієнтиром при розробці маркетингової стратегії для інших банків.

Висновки. Таким чином, успішний розвиток банківського сектору України сьогодні вимагає нових маркетингових стратегій. Бенчмаркінг як

Таким чином, найбільший пріоритет банківської послуги «депозит для фізичної особи» має ПриватБанк. Його числова оцінка, отримана за допомогою методу аналізу ієрархій, дорівнює 0,585. Отже, цей банк за вказаною послугою є найбільш конкурентоспроможним. Далі йде Ощадбанк з оцінкою 0,175. І на третьому місці — Райффайзен Банк Аваль. За результатами проведеного дослідження він отримав оцінку даної послуги на рівні 0,153 (рис. 2).

У результаті аналізу для кожної послуги комерційного банку можна встановити її конкурентні переваги і позицію відносно аналогічної послуги інших комерційних банків. Можна знайти банківську послугу-лідер, аутсайдер, еталон та ідеал. Банківська послуга-лідер комерційного банку — це найбільш конкурентоспроможна банківська послуга даного банку відносно інших банків. Така

Література

1. Saaty T. L. The analytic hierarchy process. — N.-Y. : McGraw Hill, 1980. — 288 p.
2. Андрейчиков А. В. Анализ, синтез, планирование решений в экономике / А. В. Андрейчиков, О. Н. Андрейчикова. — М. : Финансы и статистика, 2000. — 368 с.
3. Абаева Н. П. Конкурентоспособность банковских услуг / Н. П. Абаева, Л. Т. Хасанова ; под ред. Н. П. Абаевой. — Ульяновск : УлГТУ, 2012. — 118 с.

References

1. Saaty T. L. The analytic hierarchy process. — N.-Y. : McGraw Hill, 1980. — 288 p.
2. Andreichikov A. & Andreichikov O. *Analiz, sintez, planirovanie resheniy v ekonomike* [Analysis, synthesis, planning of decisions in an economy]. — Moskva : Finansy i statistika, 2000. — 368 p. (in Russ.).
3. Abaeva N. & Khasanova L. *Konkurentosposobnost bankovskikh uslug* [Competitiveness of bank services]. — Ulianovsk : UIGTU, 2012 — 118 p. (in Russ.).

СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ ТА НАПРЯМИ РОЗВИТКУ РИНКУ БАНКІВСЬКИХ ПРОДУКТІВ В УКРАЇНІ

Анотація. У статті проаналізовано сучасний стан вітчизняного ринку банківських продуктів. Виявлено основні проблеми розвитку даного ринку та причини їх виникнення. Вивчено зарубіжний досвід удосконалення взаємовідносин між банком і клієнтами. Обґрунтовано шляхи удосконалення банківської системи України, зокрема на основі бенчмаркінгу зарубіжного досвіду.

Ключові слова: ринок, банківські продукти, комерційні банки, зарубіжний досвід.

Summary. The current state of the domestic market of bank products is analyzed in the article. The basic problems of this market and reasons of their appearance are revealed. Foreign experience of improvement of relationships between a bank and its clients is studied. The ways of improvement of the banking system of Ukraine are substantiated, in particular basing on benchmarking of foreign experience.

Key words: market, bank products, commercial banks, foreign experience.

Постанова проблеми. Сьогодні в Україні існує об'єктивна необхідність розвитку ринку банківських продуктів, що дозволило б виконати властиві банкам функції з акумуляції і розподілу капіталу, сприяючи розвитку промислових і виробничих галузей економіки. Водночас вітчизняний ринок банківських продуктів переживає зараз важкі часи. Тому виникла нагальна потреба виявити чинники впливу на сучасний стан ринку банківських продуктів України, окреслити основні проблеми банків та обґрунтувати напрями удосконалення їх ринкової діяльності.

Аналіз останніх публікацій. У сучасних наукових дослідженнях чимало уваги приділяється проблемам розвитку банків та банківської системи в Україні. Частково проблеми функціонування банківського сектору знайшли відображення в останніх працях вітчизняних учених, таких як З. Васильченко [1], О. Дзюблюк [2], Т. Савченко [3] та інших. Водночас слід зазначити, що розробки цих авторів дещо втрачають свою актуальність і потребують певної модернізації в результаті прискорених темпів розвитку глобалізаційних процесів, постійних змін в попиті на банківські послуги та в банківському секторі економіки загалом.

Мета дослідження — висвітлення сучасного стану ринку банківських послуг в Україні, виявлення основних чинників впливу на даний ринок та визначення перспективних напрямів його розвитку.

Виклад основного матеріалу. Скорочення вкладів, збільшення простроченої заборгованості, незапотребованість посередницьких послуг —

основні, але далеко не єдині проблеми, з якими стикаються банки на ринку банківських продуктів.

Сьогодні спостерігається значне скорочення кількості банків на території України. Так, якщо на початок 2009 року було зареєстровано 184 банки, то на початок 2016 року кількість банків скоротилась до 117 банків (рис. 1).

Залучені кошти банку є головним джерелом для кредитних, фінансових і інвестиційних продуктів, тому проблема залучення банками довгострокових вкладів (депозитів), мінімізації ризиків дострокового закриття вкладів (депозитів) є основними проблемами.

Нині важливою проблемою вітчизняної банківської системи є нестача ресурсів для кредитування реального сектору економіки, для фінансування ефективних інвестиційних проектів. Залучення вільних грошових коштів населення на довгостроковий період є одним із шляхів вирішення цієї проблеми. Проте банківська система України не відрізняється стабільністю, а тому й не викликає довіри у вкладників, тим більше в довгостроковій перспективі. Цей аргумент часто наводиться як головний чинник незацікавленості населення в довгострокових вкладах (депозитах), проте слід зауважити, що введення обов'язкового страхування вкладів населення не вирішило цю проблему. Варто розглянути й інші чинники, що впливають на збільшення термінів вкладів (депозитів).

Сьогодні однією з головних причин недовіри клієнтів до банківської системи є зростання випадків втрати ліцензій відомими банками. Так, у

© Ю. З. Драчук, 2016,

Бібліографія ДСТУ:

Драчук Ю. З. Сучасні проблеми та напрями розвитку банківських продуктів в Україні / Ю. З. Драчук // Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу. — 2016. — № 2 (34). — С. 101–103.

References (APA):

Drachuk, Y. Z. (2016). Suchasni problemy ta napriamy rozvytku bankivskykh produktiv v Ukraini [Current problems and directions of development of a bank products market in Ukraine]. *Visnyk Berdians'koho universytetu menedzhmentu i biznesu*, 2 (34), 101–103 (in Ukr.).

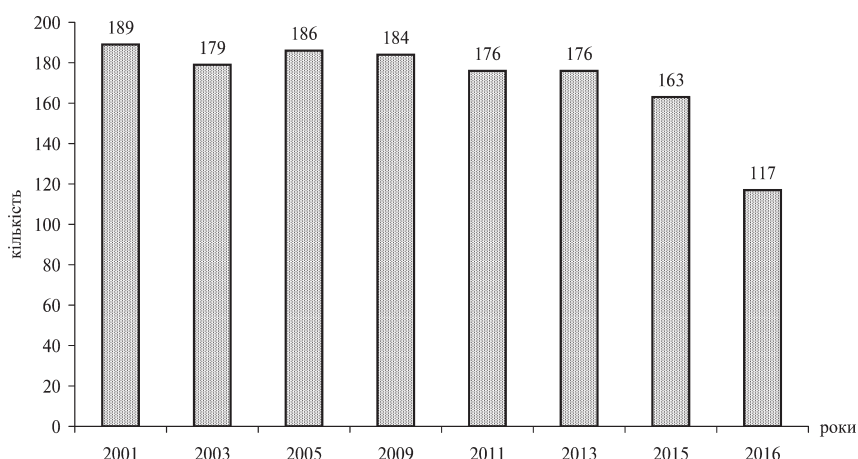


Рис. 1. Динаміка кількості банків України (на початок періоду)
(розраховано автором за даними НБУ [4])

2014 році було ліквідовано Український промисловий банк, у 2016 році — Банк «Столиця». Більше 70 банків зараз знаходяться на стадії ліквідації, серед яких банк «Фінанси і Кредити», банк «Надра» і банк «Хрещатик».

Скорочення кількості банків, безумовно, позначилося на рівні недовіри клієнтів до банківської системи, проте можна назвати й інші причини падіння обсягів вкладів, зокрема, збій в системі видачі сум вкладникам за системою страхування вкладів. Як свідчать дані статистичних звітів, резервів Фонду гарантування вкладів фізичних осіб недостатньо для виплат вкладникам. Таким чином, спрямована на оздоровлення банківської системи політика скорочення банків виявила проблеми системи страхування вкладів та її нездатність одночасно обслуговувати велику кількість вкладників. Як відмічають фахівці, жоден банк не застрахований від втрати ліцензії. Це призводить до відтоку вкладників і порушення конкуренції на ринку, оскільки населення і домогосподарства вважають за краще користуватися послугами банків з державною участю.

Для зацікавленості населення в тривалому зберіганні коштів найбільше значення має гарантованість їх збереження. У цьому плані необхідно забезпечити державні гарантії за цільовими вкладами населення, призначеними для виробничого інвестування у рамках проектів, що відповідають національним пріоритетам. Державні органи повинні встановити основні правила в такій системі (держгарантії, спеціальний режим регулювання і резервування для банків). Наприклад, держава стимулює населення у виді 40–50-процентної гарантії до цільових інвестиційних вкладів у комерційні банки для модернізації виробничих підприємств у складі визначених урядом пріоритетних галузей і виробничих комплексів. Додатково до цього уряд надає гарантійну підтримку у розмірі 20–30 % за вкладами населення в комерційних банках на термін понад три роки.

Звичайно, при залученні коштів населення на тривалі терміни у банки залишається проблема вартості інвестиційних кредитів. Проте серед інвестиційних проектів, розроблених у рамках національних пріоритетів, знайдуться дуже ефективні і високорентабельні зі швидкою окупністю. У міру зниження вартості ресурсів і, відповідно, кредитних ставок можна буде переходити до менш ефективних проектів.

Іншою важливою проблемою у банківській системі є мінімізація ризиків дострокового розриву вкладів (депозитів). Багато банків, встановлюючи високі комісії за дострокове розірвання договору вкладу (депозиту), прагнуть частково компенсувати за рахунок цієї комісії свої втрати. Проте зазначимо, що багатьох клієнтів насторожує відсутність можливості достроково забрати свої грошові кошти без втрат. Банки у свою чергу, прагнучи не втратити клієнта, пропонують вклади на терміни, встановлені клієнтом, тобто клієнт сам вибирає певне число днів, на яке хоче відкрити вклад. Тим самим банки знижують ризики і встановлюють обмеження щодо вилучення притягнених ними коштів.

У галузі кредитних продуктів слід зазначити кілька проблем сучасної вітчизняної банківської системи:

1. Спрощення порядку надання кредитів населенню підвищує ризик неправильної оцінки кредитоспроможності позичальника і тим самим спричиняє за собою довгострокові прострочення або зовсім невиклату кредиту.

2. Прагнення банків до скорочення кількості документів, необхідних для оформлення кредиту, підвищує ризик неправильної оцінки кредитоспроможності позичальника і ризик недостовірності наданих документів.

3. Фінансова неграмотність населення є однією із проблем банківської системи. На жаль, більшість клієнтів банків мають вузьке уявлення про кредит, внаслідок чого клієнт банку дістає відмо-

ву за кредитною заявкою. Багато банків активно фінансують програми підвищення фінансової грамотності серед населення, вважаючи ці заходи ефективними як для розвитку населення — потенційного користувача банківськими послугами, так і для самого банку.

Проте ці проблеми далеко не єдині. Однією з головних проблем економіки нашої країни вважається недоступне житло для населення, і житлове кредитування не здатне надати доступні умови. В умовах, коли прибутки країни в цілому і кожного громадянина зокрема скорочуються у зв'язку із хвилями економічної кризи та нестабільною політичною ситуацією, укладення тривалих договорів являє значні ризики, які кредитні організації вимушені компенсувати високими процентними ставками.

Усе вищезазначене обумовлює необхідність негайного застосування заходів, спрямованих на удосконалення банківської системи, що сприяло б її стабільному розвитку. Одним із яскравих прикладів спрямованості банківської системи на стійкий розвиток може послужити досвід такої країни, як Великобританія. Більшість британських банків вважає за краще відмовлятися від потенційно небезпечних активів, включаючи деривати і високоризиковий продукт — іпотеку. Ця обставина пояснюється тим, що впродовж кризи велика кількість фінансових інститутів продемонструвала негативні фінансові результати, обумовлені активними високодоходними і ризиковими операціями на іпотечному ринку і ринку похідних фінансових інструментів. Модифікуючи банківські продукти, банки Великобританії прагнуть мінімізувати свої ризики за рахунок вдосконалення процедури взаємодії з клієнтами на основі принципу розподілу ризиків з клієнтом. Наприклад, банк може запропонувати власний план з придбання клієнтом нерухомості за схемою «купівля-оренда». План заснований на спільному володінні і здачі в оренду: банк і клієнт спільно купують нерухомість, у міру погашення щомісячних платежів частка клієнта в об'єкті росте, при цьому він продовжує платити банку орендну плату за частку, що належить банку, поки поступово не виплатить усю вартість об'єкта і не стане єдиним його власником. Багато аналітиків зазначають зацікавленість банкірів Сполученого Королівства в розвитку альтернативних видів банківських послуг разом з традиційними. У свою чергу це сприяє залученню нових клієнтів.

Також варто відмітити вид банківських послуг, що набирає популярності у багатьох країнах, заснований на формуванні партнерських стосунків між банком і клієнтом. Банк і клієнт обумов-

люють спільну участь в реалізації якого-небудь бізнес-плану (інвестиційного проекту) і спільне фінансування цього плану. Прибуток (чи збиток) ділиться в обумовлених заздалегідь пропорціях, що відповідають часткам участі партнерів.

Висновки. Таким чином, проведений аналіз дозволив виявити основні напрями розвитку вітчизняного ринку банківських продуктів, а саме:

1. З метою залучення банками довгострокових вкладів (депозитів) фізичних осіб потрібно створювати позитивну репутацію банку, впроваджувати нову послугу, основу якої складає спільне фінансування банком і вкладником певного інвестиційного проекту.

2. Для мінімізації ризиків дострокового припинення дії депозитного договору пропонується формування і розвиток партнерських відносин з клієнтами, за якого клієнт сам буде визначати строк (кількість днів), на який він хоче відкрити депозит.

3. У сфері вдосконалення кредитних продуктів пропонується розвивати спільну участь банку та клієнта в придбанні нерухомості при поступовому зменшенні частки банку за рахунок викупу клієнтом частки банку до повного виходу банку з числа власників.

4. Для підвищення фінансової грамотності населення необхідно організовувати семінари і тренінги, на яких потенційні клієнти банку зможуть детально узнати про механізм кредитування та інші послуги для населення.

Література

1. Васильченко З. Методологічні аспекти дослідження банківських установ як фінансових посередників / З. Васильченко // Банківська справа. — 2008. — № 4. — С. 11–23
2. Дзюблюк О. Ринок банківських послуг: теоретичні аспекти організації і стратегія розвитку в Україні / О. Дзюблюк // Банківська справа. — 2006. — № 5–6. — С. 23–25.
3. Савченко Т. Теоретичні аспекти ринку банківських послуг України / Т. Савченко // Економіка України. — 2007. — № 8. — С. 27–32.
4. Статистичний вісник НБУ [Електронний ресурс] / Офіційний сайт статистичного вісника НБУ. — Режим доступу : <http://www.bank.gov.ua>.

References

1. Vasylchenko, Z. (2008). Metodolohichni aspekty doslidzhennia bankivskykh ustanov yak finansovykh poserednykiv / Bankivska sprava. — № 4. — P. 11–23 (in Ukr.).
2. Dziubliuk, O. (2006). Rynok bankivskykh posluh: teoretichni aspekty orhanizatsii i stratehiia rozvytku v Ukraini / Bankivska sprava. — № 5–6. — P. 23–25 (in Ukr.).
3. Savchenko, T. (2007). Teoretichni aspekty rynku bankivskykh posluh Ukrainy // Ekonomika Ukrainy. — № 8. — P. 27–32 (in Ukr.).
4. Statystychnyi visnyk NBU [Elektronnyi resurs] / Ofitsiyni sait statystychnoho visnyka NBU. — <http://www.bank.gov.ua> (in Ukr.).

ОБЛІКОВО-АНАЛІТИЧНА ІНФОРМАЦІЯ В ПРИЙНЯТТІ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ У ДІЯЛЬНОСТІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ

Анотація. У статті розкрито теоретичний підхід до формування інформаційної бази в прийнятті управлінських рішень на основі обліково-аналітичних даних сільськогосподарських підприємств. Визначено напрям запровадження інструментарію економічного аналізу з ціллю виявлення впливу зовнішніх та внутрішніх чинників на результативність прийняття рішень в діяльності сільськогосподарських підприємств.

Ключові слова: собівартість виробництва, діяльність, змінні та постійні витрати, маржинальний облік, економічний аналіз, інформаційний потік, управлінські рішення.

Summary. In the article the theoretical approach to building an information base management decisions on the basis of accounting and analytical data farms. The ways of implementation tools of economic analysis for the purpose of identifying the impact of external and internal factors on the effectiveness of decision-making farm.

Key words: cost of production, operation, variable and fixed costs, margin accounting, economic analysis, and information flow management solutions.

Постановка проблеми. Прийняття управлінських рішень про господарсько-фінансову діяльність сільськогосподарських підприємств переважним чином залежить від достовірної і своєчасно отриманої обліково-аналітичної інформації. Проте діюча система національного обліку повною мірою не передбачає які-небудь нормативні положення і критерії формування управлінської інформації. Більш того, керівництво сільгоспвиробника потребує інформаційного потоку, який пов'язує витратний механізм його діяльності зі швидкоплинними умовами і процесами ринкового способу господарювання. Ускладненням є і отримання оперативної оцінки результатів агробізнесу як в цілому, так і за окремими виробничими процесами, що знижує інформаційний рівень щодо стану конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств.

На цьому фоні виникає нагальна потреба формування взаємопов'язаної системи отримання економічної інформації засобами уніфікації облікової складової, і в першу чергу методики постатейної класифікації витрат із формування собівартості сільськогосподарської продукції за її видами, що у поєднанні з проведенням всебічного аналізу економічного середовища товаро-

робника (стан, ринкова ніша, платоспроможність тощо) буде сприяти укріпленню його ринкових позицій та зниженню ризику банкрутства.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженню організаційних принципів побудови вітчизняного облікового процесу й отримання аналітичної інформації в управлінні аграрними підприємствами приділено значну увагу науковців, таких як: П. Й. Атамас, М. Я. Дем'яненко, М. Й. Малік, П. Т. Саблук, Г. В. Уманців, В. В. Палій, П. Л. Сук та багато інших. Дослідженню підлягали обліково-аналітичні механізми створення і функціонування економічних суб'єктів, становлення методології в отриманні оперативної інформації для потреб управління. Але сучасні умови господарювання вимагають дослідження питань з уніфікації або приведення під спільне підґрунтя організаційної та нормативно-правової бази облікової складової й отримання на цій основі аналітичної інформації в управлінні виробничими процесами агробізнесу.

Метою статті є встановлення взаємозв'язку із формування внутрішньої обліково-аналітичної інформації і зовнішніх чинників впливу на діяльність сільськогосподарського підприємства інструментарієм економічного аналізу.

© О. О. Олійник, Т. І. Олійник, 2016

Бібліографія ДСТУ:

Олійник О. О. Обліково-аналітична інформація в прийнятті управлінських рішень діяльності сільськогосподарських підприємств / О. О. Олійник, Т. І. Олійник // Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу. — 2016. — № 2 (34). — С. 104–108.

References (APA):

Oleinik, O. O. & Oleinik, T. I. (2016). Oblikovo-analitychna informatsiia v priyniatii upravlinskykh rishen diialnosti silskohospodarskykh pidpriemstv [Accounting and analytical information in management decisions of agricultural enterprises]. *Visnyk Berdians'koho universytetu menedzhmentu i biznesu*, 2 (34), 104–108 (in Ukr.).

Виклад основного матеріалу. Результатом сільськогосподарського виробництва є створення готового продукту для задоволення потреб споживачів. Це передбачає окреслення певного контуру управління діяльністю сільськогосподарського підприємства з організації виробництва, забезпечення збалансованих стадій отримання продукції, розпорошеної часовим (сезонним) лагом її надходження, створення механізму інвестування агротехнічного розвитку, досягнень узгодженості інтересів держави і власників господарств щодо використання ресурсної складової, ефективного використання основного та оборотного капіталу. Кожен із контурних елементів управління потребує постійного аналізу і прийняття рішень: чи продовжувати роботу в заданому напрямі, чи вносити зміни? У процесі управління ніщо не є закінченим, і всі попередні дії коригуються залежно від трансформаційних умов ринкової економіки або появи нових можливостей, здатних поліпшити процес управління, який перебуває в постійному русі. Зміни обставин як усередині сільськогосподарського підприємства, так і поза ним, або все разом, потребують відповідних коригувань стратегії управлінської складової.

У даному разі необхідно всебічно вивчити процес отримання інформації щодо виробничих процесів — це першочергова стадія прийняття управлінських рішень [1, с. 267]. Тобто пов'язати бізнес-рішення з конкурентоспроможними діями, виходячи з інформаційних даних діяльності товаровиробника. У цій єдності дій та підходів і полягає стратегія управління діяльністю. А саме, сільськогосподарське виробництво являє собою процес використання робочої сили і засобів праці у поєднанні з природними чинниками та матеріальними ресурсами для виготовлення необхідної продукції, де праця, капітал та матеріальні ресурси — фактори виробничого процесу, готова продукція — продукт процесу виробництва. Звідси процес виробництва являє собою форму виробничого капіталу, пов'язану зі стадіями кругообігу двох інших його форм — грошової та товарної [2, с. 347]. Але першоосновою такого перетворення залишається виробництво, в процесі якого відбувається самозростання вартості капіталу сільськогосподарського підприємства в цілому.

Важливою передумовою управління кругообігом капіталу є отримання обліково-аналітичної інформації щодо витрат та собівартості виробляємої продукції рослинництва і тваринництва. Аналіз собівартості продукції дає змогу виявити збиткові її види, з'ясувати причини таких збитків і прийняти відповідні рішення, наприклад провести диверсифікацію виробництва чи виробничого процесу, як повну, так і часткову. Аналітична інформація за витратами сільськогосподарського

підприємства ґрунтується на порівнянні реальних витрат з прогнозними або нормативними за такими статтями, як матеріали, витрати на оплату праці, накладні витрати та ін.

Суть витрат, їх облік, собівартість виробництва продукції зводиться до управління активами товаровиробника і класифікується за змінними та постійними витратами. Змінні, або прямі, витрати пов'язані з конкретним сегментом свого контролю (часом і місцем виникнення витрат), постійні — зі звітним періодом. Змінними витратами можна управляти (коректувати) в процесі поточної діяльності, тоді як постійні витрати, або витрати періоду, не пов'язані з конкретними сегментами господарської діяльності і не можуть контролюватися. А оскільки останнім часом посилюється дисбаланс між рівнем рентабельності на різні види продукції: один вид продукції реалізується зі значним обсягом прибутку, інший — з мінімальним, а іноді й збитковим, через коливання цін на різних ринках збуту (всередині і за межами країни), то з метою посилення контролю за витратами доцільно їх планувати (нормувати), обліковувати і аналізувати за кожним продуктом виробництва на рівні структурних одиниць господарства, використовуючи засоби маржинального обліку, який «...дає змогу контролювати витрати і формувати звітність за сегментами підприємства, оцінювати діяльність кожного сегменту» [3, с. 109], це дозволить отримувати інформацію про виробничі процеси за стадіями отримання і реалізації сільськогосподарської продукції у розрізі її видів.

Використання інформації маржинального обліку як метод розподілу витрат та формування звітності щодо асортименту і кількості реалізованої продукції дозволить підвищити рівень управління виробничим процесом на основі ретельного вивчення ситуації за кожною виробничою структурою та оперативним здійсненням контролю в подоланні несвоєчасного надходження і використання матеріальних ресурсів. Щомісячна звітність забезпечить чіткість і докладність про проведені господарські операції, відобразить внесок кожного сегменту діяльності товаровиробника в одержанні прибутку за звітний період.

Виходячи з того, що маржинальний метод обліку витрат передбачає визначати собівартість за змінними витратами, які є частиною витрат виробленої продукції, то до початку формування калькуляційних статей необхідно розмежувати витрати на постійні та змінні. Кожний вид змінних витрат надає керівництву сільськогосподарського підприємства більш об'єктивну інформацію про їх формування і тим самим спонукає запроваджувати заходи у нарощенні прибутковості окремо взятого продукту. Аналіз собівар-

тості за змінними витратами може сприяти удосконаленню програми керівництва з одержання прибутку і поліпшити загальний економічний стан сільгоспвиробника.

Таким чином, маржинальний метод обліку та контроль витрат виробництва створюють умови для сегментної оцінки у загальній діяльності сільськогосподарського підприємства і надають інформацію про внесок кожного сегменту при формуванні прибутку. Цьому сприяє і побудова самої системи бухгалтерського обліку активів, капіталу, зобов'язань і господарських операцій підприємств із чіткою класифікацією витрат на змінні та постійні, визначених П(С)БО 16 «Витрати» [4, с. 248], де методологічні засади зазначеного положення забезпечують умови для планування і сегментного обліку витрат відповідно до

стратегії управління будь-яким підприємством, що дає можливість проаналізувати їх вплив і на сільськогосподарську діяльність. Але інформація маржинального обліку відноситься до внутрішнього економічного середовища господарства і залежить від зовнішніх її чинників. Тому постає питання у формуванні інформаційної бази прийняття управлінських рішень як постійно діючої управлінської системи, ґрунтуючись на збиранні, класифікації, аналізі та оцінці економічної інформації, необхідної для управління сільськогосподарським підприємством.

Джерелом такої інформації є загальне економічне середовище сільськогосподарського підприємства; за ступенем зв'язків розрізняють складові його частини: макрооточення, безпосереднє оточення, внутрішнє середовище (рис. 1).



Рис. 1. Економічне середовище сільськогосподарського підприємства та його елементи (авторська розробка)

Макрооточення і безпосереднє оточення разом складають зовнішнє економічне середовище сільськогосподарського підприємства. При цьому інформаційні об'єкти розміщуються у трьох його частинах: макрооточенні, безпосередньому оточенні і всередині підприємства. Вони мають різний вплив на стратегію діяльності товаровиробника і залежать від кількості та якості елементного складу їхнього інформаційної бази. Це означає, що до початку формування економічної інформації необхідно визначити межі її отримання.

На визначення цих обмежень впливають такі основні чинники, як кількість і характер найважливіших елементів економічного середовища та обмеження аналізу економічного середовища рамками часу. Так, у короткостроковому періоді сільськогосподарське підприємство в багатьох випадках може зосередитися тільки на тих елементах, які в основному впливають на його поточне функціонування. Для довгострокового періоду доцільно досліджувати загальний характер зовнішнього економічного середовища за найбільш значущими його факторами, які вплинуть на подальше функціонування сільськогосподарського підприємства.

Формування інформаційної бази в цілях управління починається зі збирання інформації щодо критичних елементів економічного середовища в такому напрямі:

- сканування середовища — пошук вже сформованої економічної інформації, яка існує у ретроспективі;
- моніторинг середовища — відстеження поточної та нової економічної інформації;
- прогнозування — спроба надати інформацію про майбутній стан економічного середовища товаровиробника.

Для потреб аналізу інформації необхідно створити спеціальну систему оцінки зовнішнього середовища, яка передбачає проведення спеціальних спостережень, пов'язаних із особливими подіями, і регулярних спостережень за станом важливих для товаровиробника зовнішніх чинників, що може проводитись у різний спосіб. Найбільш розповсюдженими серед них є: аналіз матеріалів, опублікованих у періодичних виданнях; участь у професійних конференціях; вивчення думок співробітників господарства; аналіз досвіду діяльності самого господарства. Тобто вивчення

компонентів макрооточення не повинно обмежуватись тільки констатацією того, у якому стані вони знаходилися раніше або знаходяться нині. Необхідно виявити тенденції, характерні для зміни стану окремих важливих факторів, і спробувати передбачити тренд розвитку цих факторів, щоб визначити, що загрожує товаровиробнику та які можливості можуть відкритися перед ним у перспективі. Такий підхід дає певний ефект, якщо він «...підтримується керівництвом підприємства і забезпечує його інформацією, тісно пов'язаною із системою планування» [5, с. 321]. При цьому слід дотримуватись загальних правил: інформація повинна містити не більше, ніж необхідно для з'ясування повної картини теперішнього часу господарювання, де серед отриманих даних виділяють важливі чинники змін, які мають істотне значення для розвитку самого сільськогосподарського підприємства.

У даному разі інформація повинна бути достатньою для прийняття управлінських рішень, а фінансові звіти — своєчасними і надавати можливість оперативно коригувати господарську діяльність за відображеними відхиленнями від запланованих показників. Звичайно, фінансова інформація характеризує склад, розміщення і призначення коштів сільськогосподарського підприємства на визначену дату в залежності від їх функціональної ролі. Дослідження групування економічно однорідних її показників та їх взаємозв'язок із джерелами утворення — у цьому полягає основна ціль інформаційного забезпечення при розкритті внутрішнього зв'язку і взаємозалежності виробничо-фінансових процесів господарської діяльності товаровиробника. Це досягається в результаті розв'язання взаємопов'язаного набору аналітичних задач, в яких конкретизується певна мета економічного аналізу тієї чи іншої сторони фінансово-господарської діяльності сільгосппідприємства — об'єкта економічного аналізу, причому робиться це з урахуванням наявних інформаційних, методичних та технічних можливостей проведення аналізу.

Багатоетапність класифікації аналітичних задач пояснюється тим, що фінансово-господарська діяльність сільськогосподарського підприємства — дуже багатогранний об'єкт аналізу, вона залежить від безлічі процесів і явищ, чим нівелює можливість водночас згрупувати задачі аналізу в їх класифікаційні групи із віддзеркалення усіх, або принаймні більшості класифікаційних ознак. Найсуттєвішим значенням в організації економічного аналізу діяльності товаровиробника є класифікація усіх аналітичних задач за ознаками забезпечення ефективної та стабільної фінансово-господарської діяльності із конкретизацією об'єктів управління цією діяльністю.

Відповідно до змісту і завдань економічного аналізу щодо формування інформаційного потоку є передбачення, вивчення і пошук резервів з підвищення результативності господарської діяльності на основі встановлення об'єктивної оцінки стану ліквідності та платоспроможності господарства. Лише оптимальне поєднання двох цільових установок діяльності сільськогосподарського підприємства (прибутковість і ліквідність) реально забезпечує ефективне його функціонування в ринковій економіці. І очевидно, що навіть найрентабельніше підприємство може стати банкрутом, якщо нехтуються вимоги й умови ліквідності та платоспроможності. Тобто абсолютна ліквідність підприємства не може служити гарантією його високої прибутковості. Тому вирішення будь-якої аналітичної задачі в цілях управління фінансово-господарською діяльністю сільгоспвиробника певною мірою є вирішенням проблеми його прибутковості і стану ліквідності.

Отже, формування інформаційного обліково-аналітичного потоку для прийняття управлінських рішень в діяльності сільськогосподарського підприємства надає можливість всебічного дослідження реалізації заходів підвищення ефективності існуючого виробничого потенціалу, його примноження, вдосконалення структури. У цьому відношенні вихідною позицією є досягнення беззбитковості сільськогосподарського виробництва, високої платоспроможності і мобільності капіталу, фінансової стабілізації. За умови фінансової стабілізації сільськогосподарського товаровиробника можливий вектор розвитку його виробництва, оскільки фінансова стабільність зумовлює належну ритмічність виробничих процесів, забезпеченість його ресурсами, своєчасність взаєморозрахунків з партнерами, зростання прибутку.

Висновки. Концептуальні засади економічного аналізу проявляються за своєю сутністю, змістовністю завдань та сферою його застосування. Економічна стратегія як сукупність господарських дій, спрямованих на ефективну виробничу, збутову, фінансову та інші види сільськогосподарської діяльності, ґрунтується на аналітичних методах дослідження із розробкою та оцінкою багатоваріантних прогнозів відповідно до стратегії розвитку товаровиробника. Інформаційна база економічного аналізу, умови та фактори її отримання надають можливість поєднувати макро- і мікросередовище сільськогосподарського підприємства, в яких здійснюється його господарська діяльність. При цьому отримання обліково-аналітичної інформації в цілях прийняття управлінських рішень являє собою процес, побудований на вивченні поточних даних про господарську діяльність сільгоспвиробника і резуль-

татів його діяльності в минулому з метою оцінки майбутніх умов результативного господарювання.

Література

1. Ефремов В. С. Стратегия бизнеса: концепция и методы планирования : учеб. пособ. [для студ. высш. уч. зав.] / В. С. Ефремов. — М. : Динпресс, 1998. — 356 с.
2. Бланк И. А. Управление формированием капитала / И. А. Бланк. — К. : Ника-Центр; Эльга, 2000. — 512 с. — (Серия «Библиотека финансового менеджера». Вып. 6).
3. Юдина Л. Н. Бухгалтерская отчетность организации как источник информации для финансового анализа / Л. Н. Юдина // Бухгалтерский учет и аудит. — 2005. — № 3. — С. 104–112.
4. Положення (Стандарт) Бухгалтерського Обліку 16 «Витрати». Затверджено Наказом Міністерства фінансів України № 290 від 29 листопада 1999 р. / Бюлетень законодавства і юридичної практики України. — К. : Юрінком Інтер, 2004. — С. 246–250.

5. Уткина Э. А. Стратегическое планирование : учеб. пособ [для студ. высш. уч.] / Э. А. Уткина. — М. : ЭКМОС, 1998. — 440 с.

References

1. Efremov, V. S. (1998). *Strategija biznesa: koncepcija i metody planirovanija* [Business strategy: the concept and planning methods]. Moskva: Dinpress (in Russ.).
2. Blank, I. A. (2000). *Upravlenie formirovaniem kapitala* [Capital formation management]. Kiev: Nika-Centr (in Ukr.).
3. Judina, L. N. (2005). *Buhgalterskaja otchetnost' organizacii kak istochnik informacii dlja finansovogo analiza* [Financial statements of the organization as a source of information for financial analysis]. *Buhgalterskij uchet i audit*, 3, 104–112 (in Ukr.).
4. *Polozhennia (Standart) Bukhhalters'koho Obliku 16 «Vytraty»*, (2004). [Provision (Standard) 16 «Expenses»]. *Biuletен' zakonodavstva i iurydychnoi praktyky Ukrainy*. Kiev: Yurinkom Inter, 246–250 (in Ukr.).
5. Utkina, Je. A. (1998). *Strategicheskoe planirovanie* [Strategic planning]. Moskva: JeKMOS (in Russ.).

АННОТАЦИИ

Антошкина Л. И. Индекс развития человеческого потенциала: теория и практическая политика. — С. 9.

Аннотация. Изложена авторская концепция теории расчета индекса развития человеческого потенциала (ИРЧП). Систематизированы взгляды на практическую политику стран мира относительно эффективного управления развитием человеческого потенциала.

Ключевые слова: качество человеческой жизни, состояние населения, экономика, параметры человеческого потенциала, интеллектуальный потенциал, обратные связи, методы вычисления, мировая статистика, национальный опыт, ранги стран с ИРЧП.

Незвещук-Когут Т. С., Черный Б. С. Стратегии управления качеством услуг и продуктов в области туризма на основе внедрения модели качества, подготовки персонала и корпоративной культуры предприятий. — С. 20.

Аннотация. В статье выявлены проблемы стратегического управления развитием отрасли туризма на основе определения и стратегии обеспечения качества туристского продукта и услуг. Отмечено, что при этом можно использовать две модели достижения качества, которые распространены в передовых странах мира, — американско-европейскую и японскую. Обоснованы их общие черты и различия. Указано на возможности и недостатки внедрения. Определена роль персонала туристических предприятий в обеспечении качества услуг и требования к нему. Обосновано ведущее значение корпоративной культуры туристических предприятий в стратегии управления качеством туристических услуг на их уровне и в отрасли в целом.

Ключевые слова: управление, отрасль туризма, туристические предприятия, туристский продукт, услуги, модели, качество, совершенствование, персонал, корпоративная культура, социальная ответственность.

Романюк И. А. Стратегическое управление развитием области туризма на принципах формирования корпоративной культуры туристических компаний. — С. 24.

Аннотация. В статье определены возможности совершенствования стратегического управления развитием отрасли туризма на основе корпоратизации. Обоснованы сущность, основные категории корпоративной культуры, ее составля-

ющие. Определены внешние и внутренние стороны, факторы развития. Выявлены проблемы формирования корпоративной культуры в отечественных туристических предприятиях. Разработаны перспективные направления и возможности развития в условиях динамики отечественного и международных туристических рынков.

Ключевые слова: корпоративная культура, отрасль туризма, туристический рынок, туристические предприятия, миссия, стратегическое управление, совершенствование, кросс-культурный менеджмент.

Рунчева Н. В., Бритвенко А. С. Эффективность корпоратизации производства подсолнечника и масложировой продукции в Украине. — С. 28.

Аннотация. В статье сделан сравнительный анализ эффективности производства и урожайности подсолнечника в агрохолдингах и независимых предприятиях, а также представлены компании-экспортеры украинского подсолнечного масла и аграрные компании-производители подсолнечника. Проведен анализ динамики изменений площади сельхозугодий и производства валовой сельскохозяйственной продукции.

Ключевые слова: агрохолдинг, корпоратизация, сельскохозяйственные предприятия.

Соловьев Д. И. Теоретические основы инвестиционного обеспечения государственного регулирования туристической сферы. — С. 32.

Аннотация. В статье на основе теоретического анализа рассмотрены основы регулирования инвестиционной поддержки системы государственного регулирования туристической сферы, проанализирована модель государственного регулирования сферы туризма, выделены основные инструменты инвестиционной поддержки туристической сферы.

Ключевые слова: туризм, туристическая сфера, государственное регулирование туристической сферы, инвестиции.

Уманская В. В. Методологические основы ценообразования в отрасли рисоводства и на рынке риса. — С. 37.

Аннотация. В статье определены особенности и факторы ценообразования в отрасли рисоводства и на рынке риса. Обоснованы его принципы и методологические подходы. Определены составляющие цены на уровне товаропроизводителей, а также отрасли. Обоснованы цены на

готовую продукцию на потребительском рынке. Определено, что именно цены на рис являются важным фактором его внутреннего производства и оптимизации структуры рынка.

Ключевые слова: отрасль рисоводства, ценообразование, продукция, рынок, факторы, принципы, подходы, себестоимость, оптимизация.

Яровой В. Ф. Глобальные факторы организации и синергетические стратегии управления развитием отрасли туризма. — С. 40.

Аннотация. В статье выявлены проблемы и тенденции организации и развития отрасли туризма, которые формируются под влиянием глобальных факторов. Обоснована синергетическая стратегия управления этими процессами на основе объединения, приобретения, слияния туристических предприятий, совместного использования ресурсов и капиталов, освоения рынков, рекламы туристических брендов и услуг. Осуществлено определение эффекта синергии в туристической деятельности, показаны его примеры в отечественной туристической отрасли. Выявлены конкурентные преимущества глобальных туристических организаций. Определены формы и методы объединения туристических предприятий в процессе осуществления синергетической стратегии, показаны их проблемы и недостатки и перспективы внедрения.

Ключевые слова: туристическая отрасль, организация, развитие, синергия, стратегия, механизм, объединение, приобретение, ресурсы, капитал, рынки, маркетинг, управление.

Лесковец С. В., Белоусов Е. Ю. Использование зарубежного опыта внедрения системы контроллинга в отечественных органических предприятиях агросферы. — С. 44.

Аннотация. В статье выявлены проблемы функционирования отечественных аграрных, в т. ч. органических, предприятий и управления ими. Обоснована роль системы контроллинга в повышении эффективности органической деятельности. Определены его сущность, составляющие и структура. Охарактеризованы преимущества внедрения на примере стран Европы и мира. Разработан алгоритм применения контроллинга на уровне центров ответственности в органических аграрных предприятиях Украины.

Ключевые слова: органические предприятия, агросфера, управление, совершенствование, система контроллинга, зарубежный опыт, внедрение, центры ответственности, развитие.

Мармуль Л. А., Величко Т. Г., Рогатина Л. П. Стратегическое управление финансово-экономической безопасностью аграрных и пищевых предприятий. — С. 47.

Аннотация. В статье рассмотрены особенности формирования финансово-экономической безопасности аграрных и пищевых предприятий. Определены ее риски и факторы обеспечения. Обоснованы типы стратегий достижения и подходы к их обеспечению. Определены критерии и индикаторы оценки эффективности. Разработана система планирования финансово-экономической безопасности.

Ключевые слова: финансово-экономическая безопасность, стратегическое управление, аграрные и пищевые предприятия, стратегическое планирование, эффективность.

Новак Н. П. Особенности ценообразования на органическую продукцию и средства его усовершенствования и использования в управлении производством. — С. 51.

Аннотация. В статье выявлены особенности ценообразования на органическую продукцию. Определены факторы ценообразования и ценовые модели управления органическим производством. Осуществлен анализ ценовой ситуации на рынке органической продукции в Украине и в мире. Выявлены проблемы установления высоких цен. Обоснованы инструменты и средства уменьшения цен на перспективу.

Ключевые слова: ценообразование, органическая продукция, сертификация, стоимость, платежеспособный спрос, бюджетная поддержка, товаропроизводители, управление.

Педан В. И. Актуальность исследования вопросов противодействия законной хозяйственной деятельности. — С. 55.

Аннотация. В статье автор пытается доказать актуальность исследования вопросов противодействия законной хозяйственной деятельности в плоскости проблематики противодействия рейдерству в нашей стране.

Ключевые слова: экономика, интересы, преступление, противодействие, исследования, рейдерство, бизнес, коррупция, предприятие.

Пеньковский В. С. Формирование финансово-инвестиционных ресурсов развития предприятий сельского зеленого туризма в Украине. — С. 58.

Аннотация. В статье определено значение предприятий сельского зеленого туризма для развития сельских территорий Украины. Выявлены их проблемы и предложено их решение на основе финансово-экономического обеспечения. Обоснованы источники, формы, инструменты и механизм привлечения финансово-инвестиционных ресурсов в сельские туристические предприятия. Определены приоритетные направления финансирования и инвестирования. Разработаны приоритетные направления внедрения инвестиций в развитие предприятий сельского зеленого туризма.

Ключевые слова: сельский зеленый туризм, предприятия, финансово-инвестиционные ресурсы, механизм формирования, источники, управление, развитие.

Шквыря Н. А. Маркетинговая стратегия развития коммерческих банков. — С. 62.

Аннотация. Рассмотрены сущность банковской маркетинговой стратегии и необходимость ее внедрения в банковскую деятельность как инструмента повышения конкурентоспособности банковского учреждения на рынке банковских услуг. Предложены временная иерархия целей коммерческого банка, виды маркетинговых стратегий и инструменты их реализации.

Ключевые слова: банковская маркетинговая стратегия, маркетинговый план банка, маркетинговое планирование, цели коммерческого банка, виды банковской маркетинговой стратегии.

Антошкин В. К. Инструменты когнитивного анализа и мониторинга социально-экономической безопасности региона. — С. 66.

Аннотация. Рассмотрено сущностное содержание когнитивного анализа в системе управления социально-экономической безопасностью регионов. Автором разработан и обоснован алгоритм построения когнитивной карты анализа ситуации социально-экономической безопасности регионов. Доказана целесообразность и необходимость ее применения в реалиях современной экономической ситуации.

Ключевые слова: социально-экономическая безопасность регионов Украины, территориальное развитие, угрозы безопасности, мониторинг безопасности.

Бойко В. И. Влияние государственного регулирования на региональное развитие сферы культуры в условиях децентрализации управления. — С. 69.

Аннотация. В статье рассмотрены особенности государственного регулирования социально-культурной сферы в условиях децентрализации власти. Определены четыре типа государств по сущности, функциям и инструментам регулирования социально-культурного развития. Обоснованы факторы и методы государственного регулирования социально-культурной деятельности с учетом региональных особенностей. Выявлены три основных постулата регулирования (юридическая самостоятельность, хозяйственная самостоятельность учреждений и организаций культуры, социальный заказ при бюджетировании). Отстаивается необходимость создания региональных информационно-маркетинговых центров для совершенствования государственного регулирования развития культуры на региональном и национальном уровнях.

Ключевые слова: культура, социально-культурная сфера, региональное развитие, факторы,

децентрализация, власть, государственное регулирование, управление.

Пеньковский С. В., Яценко И. М. Организация социально-трудовых отношений в аграрных предприятиях на принципах социального партнерства. — С. 74.

Аннотация. В статье выявлены проблемы формирования социально-трудовых отношений в аграрных предприятиях. Определена важная роль социального партнерства в их обеспечении. Обоснована сущность и структура социального партнерства. Выявлены факторы и определены условия внедрения. Разработаны перспективы совершенствования социально-трудовых отношений в агросфере на основе социального партнерства.

Ключевые слова: аграрные предприятия, работники, работодатели, социально-трудовые отношения, государственное регулирование, социальное партнерство, социальная ответственность.

Постол А. А. Государственно-частное партнерство в обеспечении развития социальной инфраструктуры агросферы. — С. 78.

Аннотация. Определена сущность частно-государственного партнерства. Обоснованы его преимущества в обеспечении развития инфраструктуры агросферы и сельских территорий. Выявлены особенности его нормативного обеспечения, проблемы и тенденции внедрения. Охарактеризованы эффекты от внедрения форм государственно-частного партнерства на финансово-инвестиционном уровне. Разработаны предложения относительно его развития.

Ключевые слова: государственно-частное партнерство, развитие, социальная инфраструктура, агросфера, сельские территории, сельское население, социальная защита, совершенствование.

Артеменко Д. М. Развитие модели Блэка-Шоулза при оценке рыночной стоимости коммерческого банка в отечественных условиях. — С. 83.

Аннотация. В статье на основе модели Блэка-Шоулза обосновано применение опционного метода для оценки стоимости коммерческих банков, поскольку именно в этом секторе активы и обязательства бизнеса близки по своему значению. Раскрыт порядок применения в модели Блэка-Шоулза дисперсии относительного изменения чистой процентной маржи в качестве оценки волатильности базового актива, что позволяет избежать необоснованного завышения стоимости коммерческого банка.

Ключевые слова: рыночная стоимость, модель Блэка-Шоулза, принципы оценки, оценочные процедуры, подход к оценке, оценка реальных опционов, безрисковая ставка, обеспечение.

Бучакчийская Ю. А. Анализ структуры расходов местных бюджетов на примере Запорожской области. — С. 90.

Аннотация. Рассмотрены теоретические основы расходов местных бюджетов Украины. Исследована структура расходов Запорожской области. Проанализированы направления использования бюджетных ресурсов органами местного самоуправления.

Ключевые слова: расходы, децентрализация, местные бюджеты, трансферты, субвенции.

Веселова М. Ю. Бенчмаркинг как инновационный инструмент маркетинговой стратегии коммерческих банков. — С. 96.

Аннотация. Обосновывается необходимость повышения конкурентоспособности банковских услуг на основе бенчмаркинга. Проведен сравнительный анализ трех популярных банков Украины. Предложено использование метода иерархий с целью определения эталона банковской услуги. Определен приоритет экономических и потребительских характеристик банковской услуги для клиентов банков.

Ключевые слова: маркетинг, коммерческие банки, бенчмаркинг, конкурентоспособность, метод анализа иерархий.

Драчук Ю. З. Современные проблемы и направления развития рынка банковских продуктов в Украине. — С. 101.

Аннотация. В статье проанализировано современное состояние отечественного рынка банковских продуктов. Выявлены основные проблемы развития данного рынка и причины их возникновения. Изучен зарубежный опыт усовершенствования взаимоотношений между банком и клиентами. Обоснованы пути усовершенствования банковской системы Украины, в частности на основе бенчмаркинга зарубежного опыта.

Ключевые слова: рынок, банковские продукты, коммерческие банки, зарубежный опыт.

Олейник О. А., Олейник Т. И. Учетно-аналитическая информация в принятии управленческих решений в деятельности сельскохозяйственных предприятий. — С. 104.

Аннотация. В статье раскрыт теоретический подход к формированию информационной базы в принятии управленческих решений на основе учетно-аналитических данных сельскохозяйственных предприятий. Определено направление введения инструментария экономического анализа с целью выявления влияния внешних и внутренних факторов на результативность принятия решений в деятельности сельскохозяйственных предприятий.

Ключевые слова: себестоимость производства, деятельность, переменные и постоянные затраты, маржинальный учет, экономический анализ, информационный поток, управленческие решения.

ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРІВ

Антошкіна Лідія Іванівна, ректор Бердянського університету менеджменту і бізнесу, доктор економічних наук, професор

71118, Запорізька обл., м. Бердянськ, вул. Свободи, 117-А.

Наукові інтереси: економіка вищої освіти, стратегічне управління підприємством.

Антошкін Вадим Костянтинович, доцент кафедри обліку і фінансів Бердянського університету менеджменту і бізнесу, кандидат економічних наук, доцент.

71118, Запорізька обл., м. Бердянськ, вул. Свободи, 117-А.

Наукові інтереси: проблеми тіньової економіки, структурування капіталу, фінансових операцій з його вивезення за кордон.

Незвещук-Когут Тетяна Сергіївна, доцент кафедри менеджменту і туризму Чернівецького торговельно-економічного інституту Київського національного торговельно-економічного університету, кандидат економічних наук, доцент.

58002, м. Чернівці, Центральна площа, 7.

Наукові інтереси: проблеми стратегічного управління розвитком галузі туризму.

Чорний Богдан Сергійович, аспірант Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв.

01015, м. Київ, вул. Лаврська, 9, корп. 15.

Наукові інтереси: формування та розвиток малих форм господарювання у сільському зелену туризмі.

Романюк Ірина Анатоліївна, асистент кафедри економіки та маркетингу Харківського національного технічного університету сільського господарства ім. П. Василенка, кандидат економічних наук.

61002, м. Харків, вул. Алчевських, 44.

Наукові інтереси: сільське господарство, інтенсивний розвиток, туристичний ринок.

Соловійов Денис Ігорович, доцент кафедри менеджменту і туризму Бердянського університету менеджменту і бізнесу, кандидат економічних наук.

71118, Запорізька обл., м. Бердянськ, вул. Свободи, 117-А.

Наукові інтереси: державне регулювання курортно-туристичної діяльності.

Уманська Валентина Валеріївна, здобувач ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет».

73006, м. Херсон, вул. Рози Люксембург, 23.

Наукові інтереси: галузь рисівництва, проблеми використання виробничо-ресурсного потенціалу рисівництва та його конкурентоспроможності.

Яровий Вадим Федорович, доцент кафедри туризму Херсонського державного університету, кандидат економічних наук, доцент.

73000, м. Херсон, вул. 40 років Жовтня, 27.

Наукові інтереси: туристична галузь, національна економіка, формування вітчизняного ринку туристичних послуг.

Білоусов Євген Юрійович, аспірант Полтавської державної аграрної академії.

36003, м. Полтава, вул. Сковороди, 1/3.

Наукові інтереси: розвиток та підвищення ефективності органічного землеробства у сільськогосподарських підприємствах.

Лісковець Сергій Валерійович, аспірант Полтавської державної аграрної академії.

36003, м. Полтава, вул. Сковороди, 1/3.

Наукові інтереси: формування системи корпоративного управління аграрних підприємств.

Мармуть Лариса Олександрівна, завідувач кафедри економічної теорії та фінансово-економічної безпеки Одеської національної академії харчових технологій, доктор економічних наук, професор, Заслужений працівник освіти України.

65039, м. Одеса, вул. Канатна, 112.

Наукові інтереси: особливості формування фінансово-економічної безпеки аграрних та харчових підприємств.

Рогатіна Лідія Петрівна, доцент кафедри економічної теорії та фінансово-економічної безпеки Одеської національної академії харчових технологій, кандидат економічних наук, доцент.

65039, м. Одеса, вул. Канатна, 112.

Наукові інтереси: система планування фінансово-економічної безпеки.

Величко Тетяна Григорівна, доцент кафедри менеджменту організацій Одеського регіонального інституту державного управління Національної академії державного управління при Президентові України, кандидат економічних наук, доцент.

65039, м. Одеса, вул. Канатна, 112.

Наукові інтереси: фінансово-економічна безпека в процедурі стратегічного планування та стратегії її забезпечення.

Новак Наталія Петрівна, докторант ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет», кандидат економічних наук.

73006, м. Херсон, вул. Рози Люксембург, 23.

Наукові інтереси: стратегії розвитку органічних аграрних підприємств, інституційні регуляторні органічної діяльності аграрних підприємств.

Педан Віктор Іванович, старший викладач кафедри галузевих юридичних дисциплін Бердянського університету менеджменту і бізнесу.

71118, Запорізька обл., м. Бердянськ, вул. Свободи, 117-А.

Наукові інтереси: проблеми кримінальної відповідальності за протидію законній господарській діяльності.

Пеньковський Валентин Сергійович, аспірант Полтавської державної аграрної академії.

36003, м. Полтава, вул. Сковороди, 1/3.

Наукові інтереси: особливості формування малих підприємств та напрями здійснення підприємницької діяльності у сільському зеленому туризмі.

Шквиря Наталя Олександрівна, доцент кафедри маркетингу Таврійського агротехнологічного університету, кандидат економічних наук, доцент.

72313, Запорізька область, м. Мелітополь, вул. Пушкіна, 15.

Наукові інтереси: стратегічний маркетинг, банківський маркетинг.

Бойко В'ячеслав Іванович, завідувач кафедрою публічного управління та гуманітарних наук Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв, кандидат філософських наук, доцент.

01015, м. Київ, вул. Лаврська, 9, корп. 15.

Наукові інтереси: соціокультурний потенціал, соціально-економічні засади і методи стратегічного управління соціокультурною сферою регіону.

Пеньковський Сергій Валентинович, аспірант Полтавської державної аграрної академії.

36003, м. Полтава, вул. Сковороди, 1/3.

Наукові інтереси: соціальне партнерство та його ефективність на рівні аграрних підприємств,

методи оцінки ефективності соціально-трудових відносин.

Яценко Ігор Миколайович, аспірант Полтавської державної аграрної академії.

36003, м. Полтава, вул. Сковороди, 1/3.

Наукові інтереси: економічна ефективність реалізації соціальної відповідальності на рівні агробізнесових структур.

Постол Анатолій Анатолійович, докторант ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет», кандидат економічних наук.

73006, м. Херсон, вул. Рози Люксембург, 23.

Наукові інтереси: розвиток державно-приватного партнерства у вирішенні соціальних проблем села.

Артеменко Дмитро Михайлович, незалежний оцінювач ТОВ «Інвестиційно-правова група».

03150, м. Київ, вул. Велика Васильківська, б. 145/1, кв. 166.

Наукові інтереси: вартісна оцінка майна та майнових прав.

Бучакчийська Юлія Анатоліївна, асистент кафедри обліку і фінансів Бердянського університету менеджменту і бізнесу.

71118, Запорізька обл., м. Бердянськ, вул. Свободи, 117-А.

Наукові інтереси: місцеві фінанси, бюджетна система, фінансове планування.

Веселова Марина Юрійвна, аспірант кафедри економіки підприємства та менеджменту Академії праці, соціальних відносин і туризму (АПСВТ).

03187, Київ, вул. Кільцева, 3.

Наукові інтереси: банківський маркетинг.

Драчук Юрій Захарович, професор кафедри бізнес-адміністрування і корпоративної безпеки Міжнародного гуманітарного університету м. Одеса, доктор економічних наук, професор.

03027, м. Київ, Нова Пошта, відділення № 29, вул. Васильківська, 34 (корпус В).

Наукові інтереси: соціальні відносини, інноваційно-інвестиційні фактори розвитку промисловості, менеджмент, освітні питання.

Олійник Олег Олександрович, доцент кафедри обліку і фінансів Бердянського університету менеджменту і бізнесу, кандидат економічних наук, доцент.

71118, м. Бердянськ, вул. Свободи, 117-А.

Наукові інтереси: управління діяльністю аграрних підприємств.

Олійник Тетяна Іванівна, доцент кафедри обліку і фінансів Бердянського університету ме-

менеджменту і бізнесу, кандидат економічних наук, доцент.

71118, м. Бердянськ, вул. Свободи, 117-А.

Наукові інтереси: управління діяльністю аграрних підприємств.

Рунчева Наталя Вікторівна, завідувач кафедри обліку і фінансів Бердянського університету менеджменту і бізнесу, кандидат економічних наук, доцент.

71118, Запорізька обл., м. Бердянськ, вул. Свободи, 117-А.

Наукові інтереси: корпоративне управління економіки сільського господарства на регіональному рівні.

Бритвєнко Анастасія Сергіївна, доцент кафедри обліку і фінансів Бердянського університету менеджменту і бізнесу, кандидат економічних наук, доцент.

71118, Запорізька обл., м. Бердянськ, вул. Свободи, 117-А.

Наукові інтереси: економіка та управління аграрних і переробних підприємств.

БЕРДЯНСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ МЕНЕДЖМЕНТУ І БІЗНЕСУ

Наукове видання

**ВІСНИК
БЕРДЯНСЬКОГО УНІВЕРСИТЕТУ
МЕНЕДЖМЕНТУ І БІЗНЕСУ**

Випуск 2(34)'2016

Науковий економічний журнал

Українською, російською та англійською мовами

Технічний редактор *Д. В. Акіндєєв*

Підписано до друку 06.06.2016 р.
Формат 60х84/8. Папір офсетний.
Гарнітура «Newton С». Друк — лазерний.
Ум. друк. арк. 13,60. Обл.-вид. арк. 13,44.
Наклад 150 прим. Зам. № 008.

Оригінал-макет виготовлено у ТОВ «Юго-Восток Лтд».
884205, м. Дружківка, вул. Ломоносова 33
Тел.: (050) 328-63-77

E-mail: dakindeev@yandex.ru

Свідоцтво про держреєстрацію: серія ДК № 1224 від 10.02.2003 р.

Аспірантура

У Бердянському університеті менеджменту і бізнесу відкрито аспірантуру за спеціальностями:

08.00.03 — Економіка та управління національним господарством;

08.00.04 — Економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності);

08.00.05 — Розвиток продуктивних сил і регіональна економіка;

08.00.07 — Демографія, економіка праці, соціальна економіка і політика;

08.00.08 — Гроші, фінанси і кредит;

08.00.09 — Бухгалтерський облік, аналіз і аудит;

08.00.11 — Економіко-математичне моделювання

з відривом та без відриву від виробництва.

До аспірантури приймаються особи, що мають вищу освіту і кваліфікацію спеціаліста або магістра.

Вступники до аспірантури подають на ім'я ректора наступні документи:

- заяву,
- особовий листок з обліку кадрів з фотокарткою,
- автобіографію,
- копію диплома про вищу освіту,
- медичну довідку про стан здоров'я за формою № 086-О,
- посвідчення про складені кандидатські іспити,
- список опублікованих наукових праць і винаходів або реферат з обраної наукової спеціальності та складають конкурсні вступні іспити: за спеціальністю, із філософії та іноземної мови.

Паспорт, диплом про вищу освіту подаються вступниками особисто.

Прийом документів до 15 вересня.

Документи подавати або надсилати за адресою:

- Запорізька обл., м. Бердянськ, вул. Свободи, буд. 117-А, к. 309, відділ аспірантури.
- Довідки за телефоном **(06153) 6-48-57**.
- Додаткову інформацію можна отримати на сайті: <http://bumib.edu.ua/>.

Спеціалізована вчена рада

У Бердянському університеті менеджменту і бізнесу функціонує спеціалізована вчена рада К 18.143.01, яка має право приймати до розгляду та проводити захисти дисертацій на присвоєння наукового ступеня кандидата економічних наук за спеціальностями:

08.00.03 — «Економіка та управління національним господарством»,

08.00.04 — «Економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності)».

- Довідки за телефоном: **(06153) 6-48-57**.
- Додаткову інформацію можна отримати на сайті: <http://bumib.edu.ua/>.