

*Журнал основан в 1918 г.*

**УЧЕНЫЕ ЗАПИСКИ**  
**ТАВРИЧЕСКОГО НАЦИОНАЛЬНОГО**  
**УНИВЕРСИТЕТА имени В. И. ВЕРНАДСКОГО**

Научный журнал

**Том 25 (64). № 2**

***Экономика и управление.***

Симферополь, Таврический национальный университет им. В. И. Вернадского, 2012

**Редакционный совет журнала «Ученые записки ТНУ»:**

1. Багров Н.В. – д.г.н., проф., член-корр. НАНУ (председатель)
2. Шульгин В. Ф. – д.х.н., проф. (зам. председателя)
3. Дзедолик И.В. – д.ф.-м.н., доц. (секретарь)

**Члены Совета (редакторы серий):**

- |  |   |
|--|---|
| 4. Бержанский В. Н. – д.ф.-м.н., проф. | 11. Копачевский Н.Д. – д.ф.-м.н., проф. |
| 5. Богданович Г.Ю. – д.филол.н., проф. | 12. Подсолонко В.А. – д.э.н., проф.     |
| 6. Вахрушев Б.А. – д.г.н., проф.       | 13. Ротань В.Г. – д.ю.н., проф.         |
| 7. Гришковец В. И. – д.х.н., проф.     | 14. Темурьянц Н.А. – д.б.н., проф.      |
| 8. Казарин В.П. – д.филол.н., проф.    | 15. Шоркин А. Д. – д.филос.н., проф.    |
| 9. Климчук С.В. – д.э.н., проф.        | 16. Юрченко С. В. – д.полит.н., проф.   |

**Редколлегия серии «Экономика и управление»**

Климчук С.В. – д.э.н., проф. (редактор по разделу «Экономика»);  
Подсолонко В.А. – д.э.н., проф. (редактор по разделу «Управление»);  
Апатова Н.В. – д.п.н., проф.;  
Бузни А.Н. – д.э.н., проф.;  
Василенко В.А. – д.э.н., проф.;  
Вожжов А.П. – д.э.н., проф.;  
Крамаренко В.И. – д.э.н., проф.;  
Нагорская М.Н. – д.э.н., проф.;  
Наливайченко С.П. – д.э.н., проф.;  
Никитина М.Г. – д.геогр.н., проф.  
Цёхла С.Ю. – д.э.н., проф.

**Печатается по решению Ученого совета протокол № 9 от 27.09.2012 г.**

**"Учюниє запискі Таврічєского національного університєта імєні В. І. Вернадського"**

Науковий журнал. Том 24 (63). № 3. Серія "Економіка і управління".  
Сімферополь, Таврійський національний університет імєні В. І. Вернадського, 2012  
Журнал заснований у 1918 р.  
Адреса редакції: пр. академіка Вернадського, 4, м. Сімферополь, 95007  
Надруковано у інформаційно-видавничькому відділі Таврійського національного університету  
імєні В. І. Вернадського. пр. академіка Вернадського, 4, м. Сімферополь, 95007  
<http://science.crimea.edu/zapiski/zapis.html>

© **Таврический национальный университет, 2012 г.**

Подписано в печать 29.09.2012. Формат 70x100 <sup>1</sup>/<sub>16</sub>  
14,11 усл. п. л., 17,36 уч.-изд. л. Тираж 500. Заказ № 216-1.  
Отпечатано в информационно-издательском отделе ТНУ.  
пр. академика Вернадского, 4, г. Симферополь, 95007

УДК 657.6 (075.8)

## УДОСКОНАЛЕННЯ МЕТОДИКИ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ ОПЕРАЦІЙ З НАДХОДЖЕННЯ, ВИКОРИСТАННЯ ТА РЕГЕНЕРАЦІЇ БАЛЬНЕОГРЯЗЬОВИХ ВИРОБНИЧИХ ЗАПАСІВ

*Бурдюг Н.В.*

*Кримський економічний інститут ДВНЗ «Київський національний економічний університет  
ім. Вадима Гетьмана», м. Сімферополь, Україна  
E-mail: natashaburdyug@gmail.com*

Розкрито проблемні питання методики бухгалтерського обліку операцій з надходження бальнеогрязьових виробничих запасів, їх використання у лікувальних цілях та регенерації. Виділені основні операції, запропоновані кореспонденції рахунків з обліку регенерації бальнеогрязьових запасів, аналітичні рахунки першого та другого порядку та система аналітичних облікових регістрів.

**Ключові слова:** виробничі запаси, бальнеогрязьові виробничі запаси, регенераційний басейн, аналітичний облік, аналітичні рахунки першого порядку, аналітичні рахунки другого порядку, оборотно-сальдова відомість.

**Постановка проблеми.** Одним з основних видів послуг підприємств санаторно-курортного комплексу АР Крим є грязелікування. Бальнеогрязьові курорти АР Крим у своїй діяльності використовують багато видів специфічних виробничих запасів (лікувальні грязі, ропа, мінеральні води). У зв'язку з цим, актуальними є питання впровадження системи аналітичних рахунків з обліку бальнеогрязьових виробничих запасів, яка надає детальнішу інформацію про наявність та рух їх окремих видів, відображених у фінансовій звітності узагальнено.

Важливо зазначити, що деякі бальнеогрязьові виробничі запаси повністю споживаються при наданні лікувальних послуг (мінеральні води, ропа), а інші частково підлягають відновленню і повторному використанню (лікувальні грязі). Це обумовлює необхідність дослідження методики обліку операцій з надходження, використання та регенерації бальнеогрязьових виробничих запасів на таких підприємствах.

**Аналіз підходів щодо теми дослідження.** Проаналізувавши підходи щодо обліку виробничих запасів у сучасній вітчизняній економічній літературі, можна зробити висновок, що дана тема досить докладно висвітлена провідними вченими-економістами. Класифікація, оцінка та облік руху запасів взагалі розглянуті такими провідними науковцями, як: Коблянська О.І. [1], Кузьмінський Ю.А. [2], Должанський М.І. [3]. Вони приділяють багато уваги методиці бухгалтерського обліку операцій з надходження виробничих запасів у виробництві.

Вчені-економісти також вказують на необхідність аналітичного обліку запасів. Так, Гура Н.О. визначає, що “на практиці групування здійснюється спочатку з великим ступенем деталізації, а потім з дедалі меншим” [4, с. 49].

Маляревский Ю.Д. та Тютюнник П.С. визначають, що “целесообразнее вести аналитический учет запасов...” [5, с.159].

Проведений аналіз літературних джерел свідчить про те, що всі дослідження провідних вчених-економістів є достатньо актуальними, але методика обліку операцій саме з бальнеогрязьовими запасами, особливо з обліку їх регенерації, не розглянута та потребує подальшого дослідження.

**Метою дослідження** є розробка і обґрунтування загальної методики бухгалтерського обліку операцій з надходження, використання та регенерації бальнеогрязьових виробничих запасів.

**Основні результати дослідження.** За економічним змістом бальнеогрязьові виробничі запаси є предметами праці, вони повністю споживаються в процесі грязелікування. Як облікова категорія, бальнеогрязьові виробничі запаси є господарськими засобами і визнаються активами підприємства, якщо існує ймовірність того, що підприємство отримає в майбутньому економічні вигоди від їх використання та їх вартість може бути достовірно визначена. [2]

Облік запасів є досить складним і трудомістким процесом, організація якого залежить від їх характеристик: призначення, одиниці обліку та класифікації. [6]

Призначенням бальнеогрязьових виробничих запасів є використання їх у грязелікуванні. Слід зазначити, що такий вид бальнеогрязьових виробничих запасів, як лікувальні грязі, не повністю споживається при наданні лікувальних послуг. Наприклад, після нанесення грязьової аплікації на тіло, лікувальна грязь змивається і надходить у відстійник, а потім – у регенераційний басейн, де протягом декількох місяців вона відновлює свої фізико-хімічні та біологічні властивості і стає знову придатною до використання. Регенерація лікувальних грязей може відбуватися кілька разів. У той же час грязі, використані для внутрішніх процедур(тампони) та при лікуванні шкірних хвороб, регенерації не підлягають.

Таким чином, одні види бальнеогрязьових виробничих запасів частково повністю споживаються при наданні лікувальних послуг (мінеральні води, ропа), а інші – частково підлягають відновленню і повторному використанню (лікувальні грязі).

Одиниця обліку запасів тісно пов'язана, а вірніше, ґрунтується на їх класифікації. Одиницею обліку запасів може бути їх найменування, тип, сорт, якість, одиниця виміру [6]. Одиницею обліку бальнеогрязьових виробничих запасів є їх види (лікувальні грязі, мінеральні води, ропа) і різновиди (наприклад, лікувальні грязі – сульфідні, сапропелеві, гідротермальні; мінеральні води – вуглекислі, сірководневі, борні).

Бальнеогрязьові курорти АР Крим ведуть облік виробничих запасів на синтетичному рахунку 20 “Виробничі запаси”. На кожен одиницю бальнеогрязьових виробничих запасів відкривається аналітичний рахунок, на якому відображається характеристика об'єкту за всіма визначеними одиницями згідно принципу індивідуалізації. Санаторно-курортні підприємства облік бальнеогрязевих виробничих запасів ведуть на субрахунку 201 “Сировина і матеріали”. Тож можна запропонувати відкрити до нього аналітичні рахунки

**УДОСКОНАЛЕННЯ МЕТОДИКИ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ ОПЕРАЦІЙ З  
НАДХОДЖЕННЯ, ВИКОРИСТАННЯ ТА РЕГЕНЕРАЦІЇ БАЛЬНЕОГРЯЗЬОВИХ  
ВИРОБНИЧИХ ЗАПАСІВ**

---

(наприклад, 201.1 "Лікувальні грязі", 201.2 "Мінеральні води", 201.3 "Ропи"). Для подальшої деталізації об'єктів обліку необхідно відкрити аналітичні рахунки другого порядку (наприклад, 201.1.1 "Сульфідні грязі", 201.1.2. "Сапропелеві грязі"). Таким чином, класифікація бальнеогрязьових виробничих запасів обумовлює їх угруповання за одиницями обліку для відображення на рахунках.

Усі операції із бальнеогрязьовими виробничими запасами (їх надходження, використання та регенерація) повинні відображатися на аналітичних рахунках, що дозволяє відстежити рух та залишки кожного виду лікувальних грязей та мінеральних вод. Так, придбання лікувальних грязей (наприклад, сульфідних) у постачальника буде відображатися на рахунках бухгалтерського обліку наступним чином:

1) відображення первісної вартості бальнеогрязьових виробничих запасів:

Дт 201.1.1 "Сульфідні грязі";

Кт 631 "Розрахунки з вітчизняними постачальниками";

2) відображення права на податковий кредит з ПДВ:

Дт 641 "Розрахунки за податками";

Кт 631 "Розрахунки з вітчизняними постачальниками".

Усі виробничі витрати санаторно-курортні підприємства обліковують на рахунку 23 "Виробництво". Багато таких підприємств має також допоміжні виробництва, наприклад, регенераційні басейни, до яких надходять змиви лікувальної грязі з тіла пацієнтів. Потім у басейн добавляють ропу, встановлюють необхідну температуру у приміщенні, де він знаходиться, застосовують ультрафіолетове випромінювання. Такі умови призводять до регенерації лікувальної грязі – за декілька місяців вона повністю відновлює свої фізико-хімічні властивості та готова до подальшого використання у грязелікуванні. Щоб розмежувати витрати на надання лікувальних процедур та регенерацію грязі, пропонується застосувати субрахунки до рахунку 23 "Виробництво" - 23.1 "Лікувальне відділення" та 23.2 "Регенераційний басейн".

Оскільки змиви грязі з людини після процедури одразу не придатні до використання, доцільно для їх обліку застосовувати субрахунок 209 "Інші матеріали". Після відновлення грязю своїх властивостей, вона знову становиться матеріалом для лікувальних процедур і повинна обліковуватися на субрахунок 201 за відповідними аналітичними рахунками. Потрібно зазначити, що кількість регенерацій лікувальної грязі обмежена. Тому доцільно ввести аналітичні рахунки третього порядку до субрахунку 201 "Сировина і матеріали" (наприклад, 201.1.1.1 "Нові сульфідні грязі", 201.1.1.2 "Сульфідні грязі 1 регенерації", 201.1.1.3 "Сульфідні грязі 2 регенерації"). Коли лікувальна грязь не буде відновлювати своїх властивостей, її потрібно списати.

Отже, операції з використання лікувальних грязей та їх регенерації відображаються на рахунках бухгалтерського обліку наступним чином:

1) відпущена грязь у лікувальне відділення:

Дт 23.1 "Лікувальне відділення";

Кт 201.1.1 "Сульфідні грязі";

2) після виконання процедури грязь змивається та потрапляє у відстійник:

Дт 209 “Інші матеріали”;  
 Кт 23.1 “Лікувальне відділення”;  
 з відстійнику надходить у регенераційний басейн:

Дт 23.2 “Регенераційний басейн”;  
 Кт 209 “Інші матеріали”;

3) після регенерації грязь знову придатна до використання:

Дт 201.1.1 “Сульфідні грязі”;  
 Кт 23.2 “Регенераційний басейн”;

4) грязь знову використовується у лікувальних процедурах:

Дт 23.1 “Лікувальне відділення”;  
 Кт 201.1.1 “Сульфідні грязі”.

Слід зазначити, що після регенерації на субрахунку 201 "Сировина і матеріали" лікувальної грязі буде обліковуватися менше, ніж було спочатку, оскільки має місце природний убуток, обумовлений особливостями процедур грязелікування та транспортування грязей до регенераційного басейну.

У балансі підприємства (ф.№1) не передбачене розкриття інформації про окремі види виробничих запасів (сировина та матеріали, паливо та ін.), оскільки усі запаси вказують у рядку 100 “Виробничі запаси” узагальнено.

Таким чином, аналітичний облік додатково виконує контрольну функцію, оскільки є засобом підтвердження достовірності фінансової звітності. Тому аналітичний облік бальнеогрязьових виробничих запасів повинен бути правильно організований.

Нами запропоновано систему оборотно-сальдових відомостей, побудованих у декілька етапів за рахунками аналітичного обліку бальнеогрязьових запасів, яку розглянемо на умовному числовому прикладі.

На першому етапі необхідно сформувати оборотно-сальдові відомості за аналітичними рахунками (наприклад, Оборотно-сальдова відомість за аналітичним рахунком 201.1 “Лікувальні грязі”, Оборотно-сальдова відомість за аналітичним рахунком 201.2 “Мінеральні води”), які надають повну інформацію про рух та залишки кожного виду виробничих запасів бальнеогрязьових курортів у розрізі аналітичних рахунків другого порядку.

Так, можна запропонувати наступний вигляд оборотно-сальдової відомості за видами лікувальних грязей (табл.1).

Таблиця 1

Оборотно-сальдова відомість за аналітичним рахунком  
 201.1 “Лікувальні грязі” за вересень 2011 р., грн.

Рахунок		Сальдо на початок місяця		Обороти за місяць		Сальдо на кінець місяця	
Код	Найменування	Дебет	Кредит	Дебет	Кредит	Дебет	Кредит
201.1.1	Сульфідні грязі	5680,36		3860,41	6978,12	2562,65	
201.1.2	Сапропелеві грязі	2930,28		5410,23	4364,11	3976,40	
Всього		8610,64		9270,64	11342,23	6539,05	

**УДОСКОНАЛЕННЯ МЕТОДИКИ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ ОПЕРАЦІЙ З  
НАДХОДЖЕННЯ, ВИКОРИСТАННЯ ТА РЕГЕНЕРАЦІЇ БАЛЬНЕОГРЯЗЬОВИХ  
ВИРОБНИЧИХ ЗАПАСІВ**

У розрізі видів мінеральних вод можна запропонувати наступний вигляд оборотно-сальдової відомості (табл. 2).

Таблиця 2

Оборотно-сальдова відомість за аналітичним рахунком  
201.2 “Мінеральні води” за вересень 2011 р., грн.

Рахунок		Сальдо на початок місяця		Обороти за місяць		Сальдо на кінець місяця	
Код	Найменування	Дебет	Кредит	Дебет	Кредит	Дебет	Кредит
201.2.3.	Води сірководневі	678,23		780,56	925,10	533,69	
Всього		678,23		780,56	925,10	533,69	

На другому етапі необхідно сформувати оборотно-сальдові відомості за субрахунками. Так, оборотно-сальдова відомість за субрахунком 201“Сировина та матеріали” буде мати наступний вигляд (табл.3).

Таблиця 3

Оборотно-сальдова відомість за субрахунком  
201 “Сировина та матеріали” за вересень 2011 р., грн.

Рахунок		Сальдо на початок місяця		Обороти за місяць		Сальдо на кінець місяця	
Код	Найменування	Дебет	Кредит	Дебет	Кредит	Дебет	Кредит
201. 1	Лікувальні грязі	8610,64		9270,64	11342,23	6539,05	
201. 2	Мінеральні води	678,23		780,56	925,10	533,69	
Всього		9288,87		10051,20	12267,33	7072,74	

На третьому етапі формується оборотно-сальдова відомість за синтетичним рахунком 20 “Виробничі запаси” (табл. 4). Дані з оборотно-сальдової відомості за рахунком 20 “Виробничі запаси” заносяться спочатку до Головної книги (табл.5). Потім сальдо за рахунком 20 “Виробничі запаси” заносяться до ф. № 1 “Баланс” (табл.6).

Таблиця 4

Оборотно-сальдова відомість за рахунком 20 “Виробничі запаси”  
за вересень 2011 р., грн.

Рахунок		Сальдо на початок місяця		Обороти за місяць		Сальдо на кінець місяця	
Код	Найменування	Дебет	Кредит	Дебет	Кредит	Дебет	Кредит
201	Сировина та матеріали	9288,87		10051,20	12267,33	7072,74	
203	Паливо	5783,10		2835,10	4563,12	4055,08	
205	Будівельні матеріали	1879,10		7852,14	8112,36	1618,88	
209	Інші матеріали	-		2851,10	2851,10	-	
Всього		16951,07		23589,54	27793,91	12746,7	

Таблиця 5

Головна книга за 2011 р.рахунок 20 “Виробничі запаси”, грн.

Місяць	Обороти за дебетом			Обороти за кредитом – всього	Сальдо	
	з кредиту 631	з кредиту 23.2	Всього		Дт	Кт
.....	.....	.....	.....	.....	16951,07	.....
вересень	20738,44	2851,10	23589,54	27793,91	12746,70	
.....	.....	.....	.....	.....	.....	.....

Таблиця 6

Баланс підприємства, тис. грн.

Актив	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
II. Оборотні активи			
Запаси:			
виробничі запаси	100	.....	12,7

Після цього для контролю можна відстежити залишки виробничих запасів на початок та на кінець кожного періоду у розрізі їх видів зворотним шляхом – від балансу до оборотних відомостей – спочатку за рахунком 20, потім – за субрахунками 201, 202 і т. ін., потім – за аналітичними рахунками першого та другого порядку. Це надає інформацію про залишки конкретних видів виробничих запасів та їх зміни за звітний період.

Слід зазначити, що використання даної системи аналітичних рахунків ускладнює бухгалтерський облік бальнеогрязьових виробничих запасів, робить його трудомістким. Але автоматизація обліку за допомогою універсальних програмних продуктів вирішує цю проблему. Застосування комп’ютерних програм (наприклад, “1С: Підприємство”), дозволяє на всіх етапах введення, обробки, збереження і надання інформації використовувати аналітичні рахунки. Це дає можливість формувати оборотно-сальдові відомості за аналітичними рахунками, які надають повну інформацію про рух та залишки кожного виду виробничих запасів бальнеогрязьових курортів.

**Висновки.** Запропоновані у статті заходи спрямовані на створення якісної системи аналітичного обліку бальнеогрязьових виробничих запасів та удосконалення методики обліку їх регенерації.

Застосування системи аналітичних рахунків першого та другого порядку дозволить надавати менеджерам різних рівнів оперативну інформацію про рух та залишки окремих видів бальнеогрязьових виробничих запасів, що дозволяє планувати їх залишки та терміни постачання або регенерації. Ця інформація дуже корисна для управління підприємством.

Запропоновані субрахунки 23.1 “Лікувальне відділення” та 23.2 “Регенераційний басейн” надають повну інформацію про витрати на лікування та регенерацію грязі, а субрахунок 209 “Інші матеріали” показує, що змиви грязі після процедур є, по суті, зворотними відходами.



## **УДОСКОНАЛЕННЯ МЕТОДИКИ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ ОПЕРАЦІЙ З НАДХОДЖЕННЯ, ВИКОРИСТАННЯ ТА РЕГЕНЕРАЦІЇ БАЛЬНЕОГРЯЗЬОВИХ ВИРОБНИЧИХ ЗАПАСІВ**

Запропонована система оборотно-сальдових відомостей за аналітичними рахунками, субрахунками та рахунком з обліку бальнеогрязьових виробничих запасів дозволяє відстежити їх рух та залишки у розрізі окремих видів, а також порівняти дані аналітичного обліку з синтетичним обліком та підтвердити достовірність фінансової звітності.

Таким чином, актуальність розглянутої теми, її наукова новизна та практична значимість наданих пропозицій визначають наукову та практичну цінність статті.

Окремі питання статті, особливо стосовно природного убутку лікувальної грязі в процесі змиву та регенерації, способів його розрахунку, потребують подальшого дослідження.

### **Список літератури**

1. Коблянська О.І. Фінансовий облік / О.І. Коблянська – К: Знання, 2004.– 473с.
2. Бухгалтерський облік для економістів та правознавців : навч. посіб. / [ наук. ред. Кузьмінський Ю.А.] – К : КНЕУ, 2007. – 648 с.
3. Должанський М.І. Бухгалтерський облік в Україні з використанням Положень (стандартів) бухгалтерського обліку / М.І.Должанський, А.М. Должанський – Л: Львівський банківський інститут НБУ, 2003. – 494с.
4. Гура Н.О. Облік видів економічної діяльності / Н.О. Гура – К: Знання, 2004. – 541 с.
5. Маляревский Ю.Д. Финансовый учет / Ю.Д. Маляревский, П.С. Тютюнник – Харьков: ИД “ИНЖЭК”, 2003. – 286 с.
6. Сопко В.В. Бухгалтерський облік в управлінні підприємством : навч. посіб. / В.В. Сопко – К : КНЕУ, 2006. – 526 с.
7. Давидов Г.М. Аудит /Давидов Г.М.-Кондаренко Н.О., Понікаров В.Д., Попова С.М.-К К. : Знання, 2001. - 363 с.

*Поступила в редакцію 01.06.2012 г.*

***Бурдюг Н.В. Совершенствование методики бухгалтерского учета операций по поступлению, использованию и регенерации бальнеогрязевых производственных запасов / Н.В. Бурдюг // Ученые записки ТНУ. Серия: Экономика и управление. – 2012. – Т. 25 (64), № 2. – С. 3-9.***

Раскрыты проблемные вопросы методики бухгалтерского учета операций по поступлению бальнеогрязевых производственных запасов, их использования в лечебных целях и регенерации. Выделены основные операции, предложены корреспонденции счетов по учету регенерации бальнеогрязевых запасов, аналитические счета первого и второго порядка, система аналитических учетных регистров.

***Ключевые слова:*** производственные запасы, бальнеогрязевые производственные запасы, регенерационный бассейн, аналитический учет, аналитические счета первого порядка, аналитические счета второго порядка, оборотно-сальдовая ведомость.

***Burdyug N.V. Improvement the methods of accounting operations for receipt, use and regeneration of mud-bath of inventories / Burdyug N.V. // Uchenye zapiski TNU. Series: Economy and management. – 2012. – Vol. 25 (64), № 2. – P. 3-9.***

Revealed the problematic issues of accounting techniques to transactions entering the mud inventories and their use for medicinal purposes and regeneration.

The basic operations offered correspondence accounts of mud-bath of regeneration of stocks, analytical accounts of first-and second-order system of analytical accounting registers.

***Keywords:*** inventories, mud-bath inventories, regeneration pool, analytical accounting, analytical accounts of the first order, second-order analytical accounts, turnover balance sheet.

УДК 334.012.64.009.12:338.482

## РЕАЛИЗАЦИЯ СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ СФЕРЫ УСЛУГ НА ОСНОВЕ КЛАСТЕРА

*Василенко В.А.*

*Таврический национальный университет имени В.И. Вернадского, г. Симферополь, Украина  
E-mail: valentin-vasilenko@yandex.ru*

Рассматриваются вопросы эффективности реализации решений по развитию предприятий сферы услуг туристско-рекреационного сектора (ТРС) Крыма в соответствии с принятой «Стратегией экономического и социального развития Автономной Республики Крым на 2011-2020 годы», оценка и критический анализ которых выявил невозможность ее выполнения имеющимися темпами и методами. Даются некоторые предложения по комплексному подходу разрешения проблемы сферы и ее результативности

**Ключевые слова:** ТРС, оценка, комплексный подход, кластер, развитие.

**Постановка проблемы.** В структуре валовой добавленной стоимости в АРК доля услуг составляет больше половины – 65,9%, что на 9,5% выше, чем в среднем по Украине (56,4%) [1]. Будучи популярным курортно-туристским центром Украины и, пожалуй, СНГ, Крым занимает одно из ведущих мест в туристском бизнесе страны по количеству обслуженных экскурсантов и туристов. Занимая около 4,5% площади Украины, Крымский полуостров, концентрирует 29,6% объема всех рекреационных ресурсов, 10% емкости гостиничного фонда, 40% емкости здравниц, более 30% потока иностранных туристов [2]. Однако вовлечение в рекреационную деятельность имеющегося ресурсного потенциала незначительно. В систему экскурсионного обслуживания Автономной Республики Крым включено лишь 50% указанных объектов. В 2010 году ТРС Автономной Республики Крым насчитывал 656 объектов размещения, в т. ч. 245 – круглогодичного функционирования и 411 – сезонного (62,6%). Основным средством размещения традиционно являются санаторно-курортные учреждения – 553 объекта долговременного проживания, рассчитанные на 119,5 тыс. мест. Основная емкость санаториев сосредоточена в районе Большой Ялты и Сакско-Евпаторийской группы курортов. Пансионаты получили распространение в гг. Алушта, Ялта, Судак, Феодосия, на побережье Симферопольского и Бахчисарайского районов [1].

Туристско-рекреационная деятельность носит разнообразный характер и является сложным социально-экономическим явлением, которое вызывает значительный интерес представителей многих наук. Развитие ТРС и ее социально-экономическая значимость, является важной народнохозяйственной проблемой, успешное решение которой невозможно без участия специалистов экономического профиля. Поэтому рассмотрение любых аспектов социально-экономического развития Крыма не обходится без анализа места и роли этой сферы как в стратегических решениях, так и в текущей деятельности. Особую значимость в развитии ТРС играют проблемы централизации и децентрализации управления, их рационального соотношения дебаланс которых отрицательно

сказываются как на процессах управления, так и результативности развития сферы.

**Анализ последних исследований и публикаций** Кабушкина Н, Кифяка В., Квартальнова В., Ткаченко Т [3-6], показывает, что авторы, рассматривая различные аспекты затронутой проблемы, посвятили свои исследования вопросам закономерностей развития туризма и критериям устойчивого функционирования рынка туристических услуг. При этом авторами не ставилась задача значительной интенсификации туристских потоков и объемов их увеличения в несколько раз за весьма короткий промежуток времени (10 лет), как это предусмотрено «Стратегией экономического и социального развития Автономной Республики Крым на 2011-2020 годы» (далее – Стратегия). Отсюда вытекает, что **нерешенными аспектами** затронутой проблемы являются задачи поиска организационно-экономических и управленческих инструментов по значительному росту объемов туристских потоков в Крыму

Поэтому **главной целью работы** является уточнение основных условий и организационно-экономических рычагов повышения мощности и интенсивности туристских потоков в Крыму.

**Основные результаты исследования.** Сегодня становится очевидным экономико-комерческое сращивание категорий туризма и рекреации в теории и практике. Учитывая специфику направленности данного исследования, а также то немаловажное обстоятельство, что в правовом поле Украины («Закон о туризме» [7]) и мире разного рода путешествия, связанные с изменением места постоянного жительства на период более 24 часов, относят к туризму (с разными целями и видами его деятельности), будем считать рекреационную, туристско-рекреационную и туристскую деятельность в данном исследовании синонимами. Такой подход существенно упростит задачу и одновременно расширит возможности проводимого исследования. При этом мы хорошо понимаем, что в других случаях, при других исследованиях, такой подход может оказаться неправомерным.

Стратегия обосновывает приоритеты социально-экономического развития полуострова на основе анализа современных тенденций, выявления проблем и угроз развитию Автономной Республики Крым на перспективу; определяет цели, задачи, этапы и инструменты их реализации. Она учитывает внутривнутрирегиональную специализацию территорий полуострова и направлена на преодоление неравномерности экономического развития отдельных территорий АРК путем активизации точек роста в менее развитых регионах, формирования интегрированных экономических структур на кластерной основе. Вследствие реализации Стратегии к 2020 году ожидается увеличение валового регионального продукта республики в 1,8 раза по сравнению с 2010 годом, производительности труда – в 1,8 раза, заработной платы наемных работников – в 2,4 раза, инвестиций в основной капитал – в 3,8 раза [2, разд.1].

Примечательно, что, если к 2020 году ожидается увеличение валового регионального продукта республики по сравнению с 2010 годом почти в два раза (1,8 раза), то центральные власти Украины желают видеть увеличение туристских

потоков Крыму в четыре раза! Количество туристов к 2020 году, по словам вице премьер-министра Колесникова Б. (идея президента В. Януковича), должно увеличиться более чем в три раза с доведением численности отдыхающих до 20 млн. человек в год [8].

Более реальным выглядит мнение профессора ТНУ Яковенко И., изложенное в Проекте [9], разработанном до принятия упомянутой Стратегии развития, где на основе тщательного SWOT-анализа имеющихся условий и видов туризма указывается цифра в 10 млн. чел. Крым хотя и остается ведущим рекреационным регионом Украины, но в условиях открытости границ и свободы выбора курортов и сервиса, в значительной мере, утратил статус «всесоюзной здравницы» советского периода, в конце которого общее число отдыхающих доходило почти до 10 млн. человек. Причем, подавляющее их количество относилось к категории организованных отдыхающих лиц, как правило, по льготным путевкам или целевому лечению и оздоровлению, осуществляемых бесплатно. Однако после распада СССР число рекреантов в Крыму резко сократилось (до 2,5 – 3 млн. отдыхающих в 90-х гг.). И только с 2000 года по настоящий период их численность относительно стабилизировалась и колеблется в пределах 4,5 – 5,5 млн. человек в год. При этом число организованных рекреантов резко сократилось и колеблется в пределах одного миллиона, из которых около 30 % составляют зарубежные туристы, в основном россияне (около 80%) [1]. Аналогичным образом колеблются и темпы экспорта основных услуг в ТРС по годам (рис. 1) [10].



Рис. 1. Колебание темпов роста экспорта основных услуг ТРС

Наибольший спад в туристской сфере Крыма наблюдался в 2009 году (см. рис.1) в связи с обострением мирового экономического кризиса. Однако обращает на себя внимание, что очень важно, волнообразность (синусоидальность) характера диаграммы, что может свидетельствовать о неустойчивости рекреационной деятельности и наличии системных проблем в данной сфере

экономики. Причем статистические данные за 2011 год и ожидаемые показатели текущего года, указывают на сохранение такой же тенденции, хотя и склонной к некоторому уменьшению амплитуды колебаний, т.е. к их «затуханию», что вовсе не говорит о стабилизации процесса и прогрессивности развития системы. Больше того, лианеризация исходного порядка отклонений показывает скорее не подъем, а замедление темпов экспорта туристических услуг и общих объемов притока туристов в целом по Крыму.

Решение проблемы роста туристского потока в Крым и доведения его мощности до 10 млн. чел к 2020 году авторы вышеупомянутого Проекта считают возможным, главным образом, путем диверсификации туристских продуктов за счет внедрения и популяризации новых видов туризма, повышения качества услуг, чего, на наш взгляд, вполне логично, но явно недостаточно.

Второй путь решения проблемы не исключает первый, существенно его расширяет и обогащает, но заключается в решении сложной и многоаспектной проблемы, отраженной в Стратегии [2]. Такой путь требует, естественно *больших* затрат и требует вмешательства органов власти всех уровней АРК. «Неорганизованность и тенизация СКТК (*санаторно-курортного и туристического комплекса*), которые приводят к неудовлетворительному качеству туристических, сопутствующих услуг и нерациональному использованию рекреационного потенциала республики, низкому уровню развития рекреационной инфраструктуры и транспортного обслуживания рекреантов, неудовлетворительное эколого-санитарное состояние курортов, нерациональное и неэффективное использование земель рекреационного назначения и природных лечебных ресурсов региона угрожают снижением статуса полуострова как современного, высокоэффективного, конкурентоспособного рекреационного комплекса общегосударственного и международного значения. Конкурентные позиции Крыма, по сравнению с ближайшими зарубежными курортными зонами, дополнительно ухудшает нерациональное соотношение между качеством предоставляемых туристско-рекреационных услуг и агрессивной ценовой политикой (ориентированной исключительно на рост цен), со стороны их представителей» [2, разд. 2]. Такой путь решения данной проблемы наиболее результативен и требует, в первую очередь, построения специального организационно-управленческого и экономического механизма его реализации на всех уровнях руководства АРК с привлечением буквально всех административных, хозяйственных, научных, правовых и других ресурсов, а также общественности. Ключевым исполнителем, а возможно и координатором, реализуемых действий должно стать, очевидно, Министерство курортов и туризма Крыма, от грамотной экономической политики, компетенции и напористости которого будет зависеть результативность предпринимаемых действий.

Надо отметить, что напористости у Минкурортов АРК достаточно, что продемонстрировало министерство в преддверии и в разгар высокого сезона 2012 года. Это крымские и зарубежные ярмарки, выставки и другие мероприятия, связанные с популяризацией отдыха на полуострове; снос пляжных ограждений с

участием самого министра. Однако, многие вопросы желательно решать более цивилизованными и рациональными путями, решая существующие и новые проблемы на основе целевых программ реализации принятой стратегии с привлечением к их разработке целого ряда ученых ведущих вузов Крыма и специалистов на основе большого числа уже имеющихся мнений и предложений, но почему-то неизвестных министерству. Можно с уверенностью говорить о большой вероятности появления многих новых идей и предложений при планомерных действиях министерства и его подразделений. При этом совсем необязательно привлекать к участию ученых на платной основе. Тем не менее, в Крыму имеется достаточное количество вполне квалифицированных специалистов и ученых разного профиля, предпринимателей-энтузиастов своего дела в каждом регионе, способных креативно мыслить и приносить пользу Крыму, ради его благополучия. Проведение «круглых столов» и конференций с заранее (а не за неделю или три дня, как обычно практикуется) намеченными темами, проблемами, целями, а, возможно и организация «мозговых штурмов» по ряду проблем рекреационного характера, наверняка подсказали бы многое работникам министерства: *Что делать? Как делать? С кем делать? Каким образом это делать?*

Создается впечатление, что изучение предложений излагаемых во многих диссертационных работах, монографиях и публикациях по развитию туризма и рекреации – одной из приоритетных сфер Крыма, остаются за пределами внимания чиновников министерства как с теоретической, так и с практической (организационно-управленческой) стороны.

Мы много слышим и часто видим (с помощью СМИ) министра Лиева А.в разных местах (в том числе и за пределами Крыма), читаем его выступления и комментарии в системе «Интернет» и формируется мнение о его дееспособности и возможности поднять рекреационную индустрию республики. И многое действительно делается. Судя по всему, общее число рекреантов в этом году приблизится к отметке в шесть миллионов человек, но каждый пятый отдыхающий другой раз сюда уже не приедет (по словам самого министра Лиева А. – из-за неудовлетворительного отдыха) [11]. Действительно, далеко не всякий турист может выдержать то «гостеприимство», с которым встречаешься в различных точках Крыма.

Возникает вопрос: интересовались ли чиновники Минкурортов, почему санаторно-курортные и оздоровительные предприятия Крыма некоммерческие по своей сути стали коммерческими? Почему основной целью существования санаторий и пансионатов является получение прибыли в социально-ориентированном государстве, в котором более 60% населения не могут себе позволить ежегодное и регулярное оздоровление? Почему от 5 млн. туристов побывавших в АРК (на 01.09.12) фактическая прибыль составила намного меньше ожидаемой выгоды? Как подсчитывается число отдыхающих и эта прибыль? Каков мультипликативный эффект дают указанные 5 млн. человек? Как устанавливаются цены на экскурсии или прогулки на теплоходах и ржавеющих от отсутствия спроса катамаранах? Почему цены на пляжах и вблизи них на

продукты питания в два раза выше, чем в курортном местечке? Какова должна быть стоимость винограда, слив, яблок, арбузов, минеральной воды, пива и т.п. в этих местах. Почему в Парк-Отеле «Марат» качественный обед со шведским столом стоит 70 грн., а в соседнем пансионате однообразное и без выбора питание стоит от 80 грн. Почему? И подобных вопросов «Почему?» и «Как?» – сотни!

Почему стандартные номера на два человека (с туалетом, душем и кондиционером) стоят в одних отелях 250, а рядом (в таком же) – 600 грн. в сутки? Сколько человек по санитарным нормам может находиться на том или ином пляже? Сколько должно быть на пляже функционирующих единиц душа (с пресной водой) на 100 чел.? Сколько раздевалок, фонтанчиков с питьевой водой и туалетов, даже не европейского класса, а в соответствии с элементарными санитарно-гигиеническими нормами должно быть на принятом к эксплуатации пляже? Почему практически отсутствуют не замусоренные пляжи. Может тогда каждый пятый отдыхающий (как сегодня) не будет отказываться от повторной поездки в Крым! Почему, например, от пансионата Донбасс проезд в такси (хотя и устаревшей) модели «Мерседес» до трассы стоит 20 грн., а «сверху» (Массандра-Дружба) к тому же пансионату другими «извозчиками» запрашивается сумма в 100 грн. за пять минут езды на «Жигулях» шестой потрепанной модели? Когда же перевозчик узнает, что пассажир крымский, то цена падает до 40 грн. (но... «За меньшую сумму не поеду»). Тогда как, буквально напротив, ходит маршрутка №34, проходящая мимо пансионата «Донбасс» за две грн., с официальной остановкой у центрального входа известного массандровского пансионата, но неизвестного маршрута для гостей Ялты. Почему в том же «Донбассе», где только отдыхающих более тысячи человек, а вместе с постояльцами мини гостиниц в массандровском парке и жителями пос. Нижняя Массандра людей гораздо больше, нет ни аптечного киоска, ни почтового отделения, ни терминала для осуществления элементарных финансовых операций? Почему Крым и даже Севастополь – город-Герой (хотя он формально не входит в состав АРК, но является частью Крымского полуострова) стали самыми криминогенными местами в Украине, которая сама по себе, является далеко не самым безопасным государством на Земле по уровню преступности?

Дальнейшее описание вопрошающих формулировок с символом «Почему?» можно продолжать долго. Это и очереди на различных вокзалах, станциях и аэропортах; утомительное ожидание отправления поездов; жулики с плакатами и рекламами отдыха и назойливые водители-зазывалы на перронах: «Дешево в любую точку Крыма» (фактически по двойной тройной цене); пробки на трассах и в городах, дороговизна всего и вся, что не может приветствоваться и местным населением.

Конечно, не все приведенные примеры и проблемные ситуации, в состоянии разрешить Минкурортов самостоятельно, многие вопросы требуют вмешательства других органов управления АРК. Но именно это министерство должно ставить проблемные вопросы и указывать пути их успешного разрешения

перед Советом Министров и Верховной Радой АРК, а, возможно и перед центральными органами власти Украины. От действий Минкурортов зависит успех или неудача в развитии ТРС Крыма, хотя всем понятно, что развитие ТРС задача комплексная. Для ее разрешения должны подключаться ученые, правоохранительные органы и МЧС, транспорт и связь, медицина и торговля, финансовые учреждения и органы защиты прав потребителей, местные органы власти, другие властные и общественные организации.

Теория и практика современного менеджмента указывает на то, что одной стратегии (направление, общий план достижения главной цели), даже очень качественной, недостаточно. На ее основе требуется разработка стратегических планов комплексного характера и проведение необходимых системных стратегических изменений организационно-экономического, структурно-управленческого, социально-экологического, технологического и коммуникативно-этического направлений на основе маркетинга и индустрии гостеприимства, без которых самая прекрасная стратегия обречена на провал.

Естественно, что успешное развитие ТРС в Крыму невозможно, по определению, без наличия уникальных природных и антропологических ресурсов и соответствующего потенциала территории (дестинации). Имеющийся потенциал необходимо заставить работать (заботясь о его сохранении и преумножении) на благо общества. Допустим, что все задуманное организационно-экономического и технического плана успешно реализовалось в виде прекрасных зданий и сооружений курортного типа с необходимой внутренней и внешней инфраструктурой мирового образца курортных и туристических дестинациях Крыма. Однако сегодня достаточно сложно представить наличие адекватного сервиса с успешной реализацией системы индустрии гостеприимства в Крыму не то, что мирового, но хотя бы приемлемого уровня, такого, какой имеется, например, у наших ближайших соседей – Болгарии и Турции. Это обстоятельство также подтверждает необходимость тотальных изменений стратегического характера в области кадровой и социальной политики всех уровней предприятий ТРС, местных органов власти, этического и культурного роста работников, обучения и переобучения персонала не только здравниц, но и торговли, таможенных и правоохранительных органов – всей системы услуг, с которыми связан отдых и лечение.

Наверное, будет правильным организовать высококачественное сервисное бронирование или приобретение путевок с доставкой в заказанное время желающему отдохнуть в нужное лечебное или оздоровительное учреждение. Въезжая в Крым, путешествующий должен видеть приветливые и доброжелательные лица таможенников, пограничников, инспекторов ГАИ. Работник ГАИ, к примеру, должен приветствовать каждого въезжающего в Крым как желанного гостя, вручая гостевую карту-памятку Крыма, с указанием реквизитов организаций, удовлетворяющих первостепенные потребности отдыхающих, а не искать повода подзаработать на иногороднем гражданине или том же россияnine. При этом попутно объяснить сложности, а также особенности крымских дорог и пожелать счастливого пути и отдыха. И так должно быть от



«Ворот Крыма» (будь-то аэропорт, любой вокзал или пост ГАИ) до непосредственного места отдыха (без негатива и очередей). Возможные пункты пересадки должны быть оборудованы необходимыми указателями (в том числе и на латинице) с вариантами достижения конечных пунктов и ценовыми показателями. Создание комфортных условий для рекреантов, от прибытия на территорию Крыма до его убытия за пределы полуострова, должно стать правилом для всех сфер, с услугами, которых сталкивается гость, тогда люди охотно будут ехать к нам вновь и в последующие годы.

В ТРС не может быть мелочей, работники сферы должны знать хорошо свое дело и уметь предугадывать желания туристов. Весь наш полуостров это большая здравница, и каждый таксист, работник прилавка, все жители городов и сел, все мы – работники мега курортного комплекса под названием Крым. Правильно говорят опытные люди: «В отношениях с туристами нужно уходить от тактики клеща, пытаясь высосать из него все до копейки». Необходимо избавиться от набившего оскомину выражения: «Понаехали, тут», т.е. взгляда на туриста как на человека, который мешает нам жить, но деньги нам обязан. Каждый рекреант должен чувствовать, что в Крыму ждали именно его и, что мы очень сожалеем о его отъезде. Приветливость и радушие скрасит многие недостатки, которые могут проявиться. Мы считаем, что практическая реализация данного аспекта, как одного из элементов индустрии гостеприимства, является важнейшей приоритетной задачей нашего региона.

Построить необходимое количество объектов как основного, так и вспомогательного назначения, включая необходимую и развитую инфраструктуру на Западе Крыма («Анталия-2» – по Колесникову Б.) стоимостью 9 млрд. грн, на наш взгляд, проще (даже при существующих наших небогатых финансовых возможностях), нежели сформировать и запустить в работу необходимый механизм обслуживания курортников на высоком уровне и создать должный имидж дестинации, привлекающих отдыхающих.

Существует немалый риск недоиспользования будущих мощностей и, как следствие, реалистичность достижения цели, направленной на увеличение объемов потока туристов с доведением их численности до 20 млн. чел., чего невозможно осуществить существующей системой организации производства с имеющейся тенденцией его проблемного функционирования (см. рис. 1). Необходима разработка и обеспечение эффективного, в первую очередь организационно-структурного развития не только непосредственных участников рынка ТРС всех уровней, но и их компетенций как императивов реализации Стратегии в достижении международного уровня конкурентоспособности Крымского курорта в условиях глобализации. Достичь этого возможно только путем глубокой модернизации ТРС на основе создания кластеров, {предусматривается Стратегией [2, с.1] (и предлагалось нами неоднократно)}, мировой опыт которых доказал свою эффективность и позволяют: ставить «**1.2. Основные проблемы, требующие решения**»; следовать: «**1.3. Стратегическим приоритетам**»; и практически решать «**задачи по их реализации**» (I – VIII), изложенные в Стратегии (Раздел V. Глава 1).

Кластеризация вовсе не исключает, а способствуют развитию новых видов туризма и рекреационных услуг, предлагаемых проф. Яковенко И. в своем Проекте. Больше того, новые виды туризма, в значительной степени, способны повысить мощность ТРС и его услуг. Но и здесь необходимы креативные неординарные решения и определенные затраты, риск. Взять, к примеру, событийный туризм и его конкретный вид – спортивно-событийный («ЕВРО-2012») с его значительными затратами, но создавший определенный имидж страны, несмотря на развернутую до, и во время проведения «ЧЕ-12» по футболу информационную войну против Украины. Статистика показывает, что после подобно вида соревнований растет численность туристов в городах, принимавших такого рода соревнования, что косвенно привлечет путешественников и в Крым.

Или другой пример. В Сакском районе из-за недостатка финансирования прекращено строительство мототрека «Crimea Grand Prix», а также дороги, которая должна была обеспечить подъезд к спортивному комплексу. Ожидается, что на мототреке будут проводиться авто- и мотосоревнования престижных мировых версий, таких как Superbike, MotoGP, WTCC, GT, Formula-3, Formula-1. Гоночный комплекс будет включать самый длинный среди мототрасс Европы скоростной участок длиной 900 м. Протяженность гоночной трассы составит 4,6 км. Кроме того, будет создана развитая инфраструктура: бизнес-центр, магазины, гостиница, ресторан, вертолетная площадка т.д.

В замороженном состоянии находится и строительство нового велотрека в Симферополе. Бывший велотрек – старейший (после тульского) и один из лучших треков в Советском Союзе, являлся настоящей кузницей спортсменов мирового класса, воспитавшей чемпионов мира, Европы и олимпийских игр. На нем в 60-70х годах прошлого столетия проводились всесоюзные и международные соревнования, который посещали зрители со всех городов Крыма и других мест СССР, а также зарубежных стран, число которых во время соревнований превышало численность болельщиков футбола многотысячного стадиона. Возрождение велоспорта на треке не только престиж международного уровня, но и честь города с былой велосипедной славой, которое также внесет определенный вклад в развитие туризма Крыма. Однако успешное решение трековых проблем и развитие новых (даже безрисковых видов туризма) кардинально не изменят ситуацию. А вместе с изменением организационных форм предприятий ТРС (кластеризация) и сервиса с одновременным ростом рекреационного антропогенного потенциала (за счет структуры «Анталия-2» Б. Колесникова) можно уверенно говорить о реальности успешной реализации Стратегии и идеи интенсификации потока туристов до 20 млн. чел. к 2020 г.

Возвращаясь к кластеризации, заметим, что подробно говорить о ее преимуществах, очевидно, не стоит – они достаточно известны специалистам и излагаются в большинстве имеющихся работ. Отметим лишь главное – они позволяют решить поставленные проблемы и весьма эффективны (эффект масштаба; эффект синергии с одновременным ростом эффекта мультипликатора), что особенно важно буквально для всех отраслей региона, больших и малых

предприятий с разной формой собственности. Тем не менее, отметим практическую сложность построения и непосредственной организации кластерных систем.

Мировой и, уже имеющийся опыт в Украине, показал, что формирование кластеров это сложный многоаспектный и многоуровневый процесс, требующий времени и компетенций. Он не решается в один миг по чьей-то прихоти или указанию «сверху». Инициация процесса, конечно, может исходить, например, от руководства министерства или местных органов власти (МОВ). Но главное – желание самих участников будущего интеграционного объединения, в первую очередь производителей услуг ТРС и их компаньонов по бизнесу. Преодолеть консервативность и увидеть новые и реальные блага реорганизационных новаций непросто. Для этого необходимо большая и кропотливая работа специалистов Минкурортов, МОВ и ученых, направленная на разъяснения и специальное обучение основных претендентов, обращая внимание на наиболее сложные проблемы, кластеризации и тех выгодах, которые они получают в случае совместной партнерской работы. Только тогда, когда непосредственные участники рынка перестанут сомневаться в целесообразности объединения на кластерной основе с сохранением своей юридической самостоятельности, возможна организация дееспособного кластера. А крымский кластер должен быть дееспособен, иначе подобную организационную форму (в случае провала) в ближайшей перспективе создать не удастся.

В Украине сегодня известны негативные примеры, в том числе и в Крыму, псевдокластеризации (кластер «Аура» в г. Севастополь), пиарного, а в итоге провального характера, после чего, естественно, эти предприятия в объединение под названием «кластер» уже ни чем не заманишь. Вызывает также глубокую озабоченность поступающие сведения из Евпатории об организации так называемого «Кластера «Евпатория-Курорт», искажающего научно-практическую сущность кластеризации, как организационно-экономического явления и ведущего, по сути, к его дискредитации. Но попытка горизонтального объединения 23 предприятий санаторно-курортного назначения в г. Евпатория уже сделана и представляет собой (в соответствии с имеющимися правовыми организационными формами предприятий), скорее ассоциацию, нежели кластер. И очень жаль, что это объединение получило название кластер, не отвечающего его сути, и способного поставить в тупик или разочаровать руководителей других предприятий ТРС в сущностной форме такого прогрессивного явления, чем является кластер.

Некоторые проблемные возражения противников кластера и рутинеров известны априори. Основные из них кроются в экономической и психологической составляющей руководителей первичных звеньев ТРС, базирующейся на традиционной боязни новизны и косности. Одни противники объединения боятся потерять свою независимость, не понимая того, что независимость человек уже давно потерял, став членом некоторого сообщества, в том числе и организации независимо от занимаемого им поста. Другие, особенно частные предприятия

любой организационной формы, бояться выхода «из тени», т.к. кластеризация предприятий делает их деятельность более прозрачной.

Кластеризация ведет к расширению курортной сети и эффективности развития курортов, повышает заинтересованность местных органов власти, предприятий, организаций, населения и персонала здравниц в результатах труда и создании новых рабочих мест. Другой, не менее важной ее чертой, является максимальное удовлетворение потребностей населения в комплексе услуг по отдыху и лечению.

При этом кластеризация способствуют решению следующих задач:

- диверсификация и удовлетворение потребностей возрастающей доли граждан Украины и зарубежных гостей в релаксации, лечении и отдыхе в соответствии с их интересами и материальным достатком;

- рост способности к индивидуализации услуг путем маневрирования ресурсами предприятий кластера:

- гибкая организация услуг по оздоровлению отдыху и лечению в соответствии с меняющимися материальными, социальными и духовными потребностями отдыхающих;

- рост качества всех видов услуг по восстановлению сил, отдыху и лечению;

- обеспечение максимального использования имеющихся производственных мощностей каждого участника и их капитальных вложений;

- организация рационального и эффективного использования дорогостоящего специального оборудования и трудовых ресурсов;

- обеспечение капитальных вложений в восстановление потенциала курортной дестинации и ее комплексного гармоничного развития;

- увеличение возможностей по обеспечению социальной защиты работников предприятий ТРС.

**Выводы.** Проблема роста туристских потоков в Крыму в свете необходимости успешной реализации «Стратегии экономического и социального развития Автономной Республики Крым на 2011-2020 годы» в настоящее время выходит на первый план. Сегодня невозможно добиться интенсивного прироста отдыхающих только за счет уникальности природного, климатического и антропогенного потенциала Крыма. Необходимы комплексные меры разнонаправленного характера с учетом набирающего силу процесса мировой глобализации. Концентрация усилий на традиционных природно-географических преимуществах региона и недоучет новых мировых тенденций в формировании потребительского спроса не способствуют созданию позитивного имиджа Крыма на мировом рынке туристско-рекреационных услуг. Кроме мероприятий по прекращению разрушающий рекреационный потенциал региона деятельности отраслей хозяйствования, важным для региона является обеспечение эффективного качественного развития организаций и учреждений разного уровня всей сферы услуг независимо от ведомственной подчиненности.

Сезонный характер работы подавляющего числа здравниц, необоснованное ценообразование и ограниченный ассортимент услуг, их качества и неудовлетворительный повсеместный сервис дополняется значительной

изношенностью основных фондов предприятий ТРС и отсталой инфраструктурой региона. Такая ситуация не привлекает многих не только иностранных, но и отечественных туристов, предпочитающих отдыхать на известных мировых курортах, что свидетельствуют о потерях потенциальных клиентов и неконкурентоспособности Крыма на мировом рынке услуг ТРС.

Далеко не каждый отважится, особенно люди преклонного возраста, больные и родители с малыми детьми, ехать в Крым за сотни, а то и тысячи километров, до «Ворот Крыма». Затем через очереди и нервные потрясения (с опаской за целостность карманов и вещей), еще два часа, а то больше, трястись к месту назначения, преодолевая до ста и более километров в не очень комфортных условиях, гадая, что ожидает путешественника по прибытию в конечный пункт. Такую ситуацию можно разрешить реконструкцией железнодорожного вокзала (строительством второго, например, рядом со станцией «Симферополь-Грузовой» с дорогой на аэропорт, Евпаторию, Ялту и Феодосию), реконструкцией Центрального аэропорта, строительством новой, ранее задекларированной автомагистрали на Ялту, завершением объездной дороги на Севастополь и т.п.

Важнейшим организационно-экономическим аспектом развития самих предприятий ТРС, естественно, является апробированная в мире их кластеризация, а также разработка ряда нормативов, стандартов и методик для результативного функционирования системы ТРС Крыма, для чего необходимо:

1. Разработать методики:
  - подсчета общей численности туристов, прибывающих в Крым;
  - расчета общей эффективности региона от пребывания туристов;
  - оценки уровня развития деятельности предприятий ТРС и качества курортного обслуживания отдыхающих во всех смежных сферах;
  - единого подхода к расчету адекватности цены на путевки с учетом уровня развития деятельности и курортного обслуживания;
  - определения коммерческого дохода предприятий ТРС, с учетом обязательных платежей и отчислений в фонд восстановления привлекательности дестинаций.
2. Разработать региональные (ведомственные) стандарты обслуживания клиентов ТРС.
3. Разработать нормативы и параметры функционирования всех участников рекреационного процесса, в первую очередь развития курортных дестинаций, здравниц и других предприятий ТРС.

#### **Список литературы**

1. Статистичний щорічник Автономної Республіки Крим за 2010 рік [за редакцією О.І. Пітюренко]. – Симферополь: Головне управління статистики в автономній республіці Крим, 2011. – 560 с.
2. Стратегия экономического и социального развития Автономной Республики Крым на 2011-2020 годы / Совет министров АРК, Национальный институт стратегических исследований. Утвержд. ВР АРК №121-6/10 от.22.12.10.
3. Кабушкин Н.И. Основы менеджмента / Н.И. Кабушкин. – Мн.: Новое знание, 2002. – 356 с.
4. Квартальнов В.А. Международный туризм / В.А. Квартальнов – М.: Финансы и статистика, 2002. – 320 с.
5. Кифяк В. Організація туристичної діяльності в Україні / В.Ф. Кифяк. – Чернівці: Книги-XXI,

2003. – 300 с.
6. Ткаченко Т.І. Сталий розвиток туризму: теорія, методологія, реалії бізнесу: [монографія] / Т.І. Ткаченко. – [2-ге вид., випр. та доповн.]. – К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2009. – 463 с.
  7. Закон України "Про туризм" від 15 вересня 1995 року № 324/95-ВР зміни та доповнення Законом України від 29 травня 2001 р. № 2470-III.
  8. Концепция Государственной целевой программы по развитию территории Западного региона Крыма на 2012-2020 годы [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.minzhkh.crimea-portal.gov.ua/index.php/ministerstvo/regionalnoe-razvitie>
  9. Стратегия развития туристско-рекреационного комплекса Крыма – 2020 (проект) /Ассоциация предпринимателей сферы гостеприимства Крыма, Немецкое товарищество технического сотрудничества (GTZ), Министерство курортов и туризма АР Крым: [Научный руководитель проекта – проф. И.М. Яковенко]. – Симферополь, 2011. – 73 с.
  10. Санаторно-курортне лікування, організований відпочинок та туризм в АР Крим у 2009/2010 р. / За редакцією Елькан Т.Г. – Симферополь: Головне управління статистики в Автономній Республіці Крим, 2010 – 147 с.
  11. Каждый пятый турист в Крым больше не приедет [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.trust.ua/news/67543-kazhdyj-pyatyj-turist-v-krum-bolshe-ne-priedet.html>
  12. Крупнейший инвестпроект Крыма заморожен [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://ikrim.net/2012/0914/144714.html>.

*Поступила в редакцию 01.06.2012 г.*

**Василенко В.О. Реалізація стратегії розвитку підприємств сфери послуг на сонові кластеру /** В.О. Василенко // Ученьні записки ТНУ. Серія: «Економіка та управління». – 2012. – Т. 25 (64). – № 2. – С. 10-22.

Розглядаються питання ефективності реалізації рішень по розвитку підприємств сфери послуг туристсько-рекреаційного сектора (ТРС) Криму відповідно до прийнятої «Стратегії економічного і соціального розвитку Автономної Республіки Крим на 2011-2020 роки», оцінка і критичний аналіз яких виявив неможливість її виконання наявними темпами і методами. Даються деякі пропозиції щодо використання комплексного підходу у вирішенні проблеми і її результативності.

**Ключові слова:** туристсько-рекреаційна сектор, оцінка, комплексний підхід, розвиток.

**Vasilenko V.A. Realization of strategy of development of the enterprises of sphere of services on a basis klaster /** V.A. Vasilenko // Uchenye zapiski TNU. Series: Economy and management, 2012. – Vol. 25 (64). – № 2. – P. 10-22.

The questions of efficiency realization decisions are examined on development in sphere of services enterprises of tourist and recreational sector (TRS) of Crimea in accordance with the accepted «Strategy of economic and social development of Autonomous Republic Crimea on 2011-2020», estimation and the walkthrough of which exposed impossibility of its implementation present rates and methods. Some suggestions are given on complex approach of permission of the problem in TRS and its effectiveness

**Keywords:** tourist and recreational sector, estimation, complex approach, development

УДК 657.6:338.3

## ВИЗНАЧЕННЯ МЕТОДИКИ ПРОВЕДЕННЯ АУДИТУ ВИРОБНИЧИХ ВИТРАТ

*Горбачьов В.О.*

*Кримський економічний інститут ДВНЗ «Київський національний економічний університет ім. Вадима Гетьмана», м. Сімферополь, Україна  
E-mail: vladimir12gor@gmail.com*

Розкрито проблемні питання визначення методики проведення аудиту виробничих витрат на промисловому підприємстві. Виділені основні погляди з визначення методики аудиту та проведено обґрунтування методики аудиту виробничих витрат.

**Ключові слова:** аудит, методика аудиту, виробничі витрати.

**Постановка проблеми.** З розвитком економічних відносин все більш актуальними є питання проведення аудиту. Ефективність аудиторського контролю, значної мірою, залежить від правильності визначення методики аудиту. Останнім часом, у спеціалізованій літературі та на практиці питанням методики аудиту приділяється значна увага, проте методика аудиту виробничих витрат на сьогодні залишається недостатньо розробленою. Хоча розробка і впровадження в аудиторську практику нових, більш досконалих методик аудиту є основним питанням удосконалення процесу проведення аудиту. Від повноти і наукової обґрунтованості методики залежить практичне застосування, обґрунтування висновків аудиту, терміни проведення аудиту і в цілому ефективність аудиту.

Пріоритетне місце в наукових працях з аудиту відведено методиці аудиту об'єктів бухгалтерського обліку, однак питання загальної методики аудиту виробничих витрат висвітлено недостатньо.

**Аналіз підходів щодо теми дослідження.** Загальні питання методики аудиту досить ґрунтовно висвітлені у працях вітчизняних та зарубіжних вчених-економістів. Значне місце займають дослідження методики аудиту таких вітчизняних та зарубіжних науковців як: Гончарук Я. [1], Кулаковська Л. [2], Сопко В. [3], Усач Б. [4], Фролова Т. [5], Шкіря Н. [6], Янчева Л. [7] та інші.

Всі дослідження вітчизняних та зарубіжних авторів є актуальними і у різних частинах доповнюють один одного.

Проведений аналіз літературних джерел свідчить про те, що проблеми удосконалення аудиту виробничих витрат розглядають в своїх роботах вітчизняні і зарубіжні вчені, але відсутність комплексного підходу з визначення методики аудиту виробничих витрат потребує подальшого вивчення і обґрунтування.

**Метою дослідження** є виявлення підходів щодо побудови методики аудиту та розробка пропозицій щодо удосконалення методики аудиту виробничих витрат на промисловому підприємстві.

**Основні результати дослідження.** Аудиторська перевірка – це складний і тривалий процес. Аудитори постійно працюють над тим, щоб максимально скоротити час перевірок, не занижуючи при цьому їх якості і не збільшуючи аудиторського підприємницького ризику. Вирішення даної проблеми можливе лише за умови формування чіткої методики аудиту, під якою мають на увазі

послідовність і порядок застосування окремих методів аудиторської перевірки та її організації з метою встановлення об'єктивної істини щодо аудиторської інформації і доведення цієї істини через аудиторський висновок до користувачів фінансової звітності й аудиту.

Метою аудиторських перевірок є сприяння раціональному використанню засобів і предметів праці, а також самої праці для зниження витрат виробництва і одержання підприємством стабільного прибутку. Метою аудиту витрат є встановлення вірогідності даних первинних документів щодо визначення витрат, повноти та своєчасності їх відображення в облікових реєстрах, відповідності методики обліку витрат чинним нормативним актам.

Аналізуючи сучасні підходи до розробки методики аудиту можна стверджувати, що не існує загальноприйнятої практики її розробки.

В сучасних наукових розробках можна виділити 4 основних підходи до створення методики аудиту: 1) бухгалтерський; 2) юридичний; 3) спеціальний; 4) галузевий.

Бухгалтерський підхід є традиційним. Він ґрунтується на розробці методик перевірки за різними розділами бухгалтерського обліку, наприклад, аудит касових операцій, аудит розрахунків з персоналом по оплаті праці й т.д. Методики аудиторської перевірки за рахунками бухгалтерського обліку виступають складовими частинами кожної аудиторської перевірки. У стандартах аудиторської діяльності вони називаються методиками перевірки оборотів і сальдо по рахунках бухгалтерського обліку.

Юридичний підхід передбачає розробку методик перевірки різних питань з юридичної точки зору. У деяких аспектах такі методики перетинаються з бухгалтерськими, але мають на увазі більше глибоке вивчення правової сторони відображення господарської діяльності підприємства в обліку. До таких методик можна віднести методику аудиту статутного капіталу, що включає експертизу правильності й повноти формування статутного капіталу, а також порядок перевірки правильності відображення в обліку розрахунків із засновниками.

Спеціальний підхід містить у собі розробку методик перевірки груп підприємств, що володіють загальними спеціальними ознаками (структурою керування, структурою капіталу, чисельністю працівників, податковим режимом, організаційно-правовою формою). Наприклад, методики аудиту підприємств з іноземними інвестиціями, підприємств, що працюють в умовах спеціальних податкових режимів (по спрощеній системі оподаткування).

Галузевий підхід передбачає розробку методики аудиту підприємств залежно від виду їхньої діяльності й галузевої приналежності. До таких методик відносяться методики аудиту: виробничих підприємств, підприємств торгівлі, сільськогосподарських підприємств, будівельних організацій, банків, страхових організацій, інвестиційних інститутів. У цих методиках враховані особливості перевірки складу витрат, організації управлінського обліку.

Виділяють основні положення, які є складовими частинами методики:

1. Нормативне забезпечення для проведення аудиту (зовнішнє, внутрішнє).
2. Предметна область проведення перевірок.
3. Методика перевірки розділів обліку.
4. Особливості проведення аудиту в умовах комп'ютерної обробки даних.

Необхідно підкреслити вимоги до оформлення методики детальної



перевірки. Незважаючи на те, що розробка методики є внутрішнім питанням фірми, воно повинна бути оформлена як відповідний документ нормативно-довідкового характеру.

При різних методиках використовують сучасні методи та методичні прийоми, серед яких: фактична перевірка, документальна перевірка (аналітична, формальна, арифметична, по суті, та інші), опитування, тестування.

Розглядаючи ці підходи до побудови методики аудиту необхідно зазначити, що для забезпечення підвищення ефективності аудиторського контролю на підприємстві у сучасних умовах господарювання необхідно використання методик аудиту побудованих на основі врахування різних традиційних підходів.

На думку автора найбільш прийнятним для вітчизняної аудиторської практики є методика аудиту розроблена з урахуванням традиційного бухгалтерського підходу та більш нового та менш розробленого галузевого підходу, що дасть змогу відійти від шаблонів під час розроблення методики аудиту та підвищити ефективність аудиту за рахунок урахування галузевих особливостей підприємств на яких проводиться аудит.

Грунтуючись на використанні особливостей двох традиційних підходів до побудови методики аудиту при розробці методики аудиту виробничих витрат промислового підприємства, можна сформулювати послідовність проведення такого аудиту у вигляді єдиної (типовий) схеми, що включає:

1) аудиторську оцінку нормативних документів, які регулюють організацію та методику обліку виробничих витрат підприємства;

2) розробку аудитором опису альтернативних облікових рішень, вибір яких наданий підприємству діючими нормативними документами;

3) аудиторську оцінку діючої на підприємстві облікової політики в частині організації та методики обліку виробничих витрат;

4) визначення аудитором переліку типових порушень;

5) розробка аудитором класифікатора можливих порушень;

6) визначення аудитором переліку питань для проведення типових опитувань на етапі планування аудиторської перевірки;

7) визначення аудитором переліку аудиторських процедур, які застосовуються при перевірці оборотів і залишків по рахункам обліку виробничих витрат;

8) визначення аудитором послідовності виконання аудиторських процедур;

9) визначення та врахування впливу на результати аудиту особливостей проведення аудиту в умовах використання ПК (ЕОМ);

10) аудит відображення виробничих витрат в регістрах аналітичного обліку;

12) аудит відображення виробничих витрат в регістри синтетичного обліку;

12) аудит показників форм бухгалтерської звітності, у яких відображається інформація пов'язана з виробничими витратами.

13) застосування аудитором методів економічного аналізу для розробки пропозицій з підвищення ефективності управління виробничими витратами на підприємстві;

14) формування аудиторського висновку по результатам проведеного аудиту виробничих витрат.

Проведення аудиторських перевірок обліку витрат на виробництво є одним із основних питань аналізу діяльності виробничих підприємств. Визначення

собівартості готової продукції (робіт, послуг) є однією з основних задач підприємства.

Собівартість одиниці продукції є основою для прийняття більшості управлінських рішень. Успіх підприємства залежить від своєчасної та достовірної інформації про формування собівартості, тому що: витрати на виробництво є базою для встановлення ціни продажу; інформація про собівартість знаходиться в основі прогнозування та управління виробництвом та використовується для вирішення великої кількості поточних оперативних завдань управління.

Формуючи методику аудиту виробничих витрат аудитор повинен чітко розуміти мету такого аудиту.

Мета аудиту виробничих витрат – сформувану обґрунтовану думку щодо вірогідності та повноти інформації про собівартість продукції (робіт, послуг), відображених у формах бухгалтерської (фінансової) звітності підприємства, що перевіряється, і приміток до неї.

У процесі перевірки витрат на виробництво продукції вирішуються наступні завдання аудиту:

- оцінка обґрунтованості застосовуваного методу обліку витрат, варіанту зведеного обліку витрат, методів розподілу загальновиробничих витрат;
- підтвердження первісної оцінки систем бухгалтерського обліку та внутрішнього контролю виробничих витрат;
- підтвердження вірогідності оформлення та відображення в обліку прямих і накладних (непрямих) витрат;
- оцінка якості інвентаризації незавершеного виробництва;
- арифметичний контроль показників собівартості по даним зведеного обліку витрат на виробництво.

До початку документальної перевірки аудиторіві необхідно вивчити організаційні та технологічні особливості підприємства, спеціалізацію, масштаби та структуру кожного виду його виробничої діяльності. На основі аналізу облікової політики та особливостей виробництва аудитор з'ясовує обґрунтованість застосовуваного на практиці методу обліку виробничих витрат і варіанта зведеного обліку витрат.

Якщо в процесі перевірки встановлено, що в обліковій політиці обґрунтований метод обліку витрат, що відповідає вимогам технологічного процесу, а фактично елементи цього методу не використовуються, то аудитор повинен зафіксувати дане відхилення в робочих документах і визначити його вплив на формування собівартості продукції. Якщо описаний в обліковій політиці метод обліку витрат не відповідає особливостям технологічного процесу, то аудитор може порекомендувати клієнтові ряд змін, які дозволять організувати виробничий облік відповідно до вимог нормативних документів.

Важливою особливістю аудиту витрат є оцінка правильності обчислення собівартості продукції, що виконується шляхом арифметичного контролю дані відомості (виробничого звіту) зведеного обліку витрат. При цьому собівартість випуску продукції в умовах застосування «позамовного» і «попередільного» методу обліку витрат формується як алгебраїчна сума витрат за період і змін величини незавершеного виробництва, а в умовах нормативного методу – як алгебраїчна сума нормативної собівартості випуску продукції, змін норм і

відхилень від норм.

Виявлені в ході перевірки відхилення фіксуються в робочих документах аудитора, визначається їхній кількісний вплив на показники звітності.

Розробляючи методику аудиту виробничих витрат аудитор повинен враховувати, що вона є невід'ємною частиною методики аудиту витрат на підприємстві.

Найбільш поширений бухгалтерський підхід до формування методики аудиту виробничих витрат використовує наступну послідовність аудиту, яка складається з етапів аудиторського дослідження.

Перевіряючи правильність формування собівартості продукції (робіт, послуг,) аудитору необхідно дослідити:

- облікову політику з метою визначення обґрунтованості вибору методу обліку витрат і калькулювання, варіанту зведеного обліку, порядку відображення на рахунках витрат та методів розподілу загальновиробничих витрат;
- організацію аналітичного обліку витрат на виробництво;
- відповідність групування витрат за місцями їх виникнення (виробництво, цех, дільниця, робоче місце);
- правильність оцінки незавершеного виробництва, розподілу витрат між готовою продукцією та незавершеним виробництвом;
- ведення синтетичного та аналітичного обліку витрат на виробництво;
- арифметичний контроль показників собівартості за даними зведеного обліку;
- ведення обліку витрат допоміжного виробництва;
- складання бухгалтерських записів з обліку витрат на виробництво;
- відповідність записів аналітичного і синтетичного обліку по рахунках витрат записам в облікових регістрах, Головній книзі, звітності.

Перевіряючи правильність накопичення, розподілу та списання загальновиробничих витрат аудитор, передусім, повинен перевірити правомірність віднесення витрат до загальновиробничих.

Досліджуючи операції з обліку загальновиробничих витрат необхідно перевірити правильність і достовірність їх розподілу. При цьому за все, перевіряється дотримання П(С)БО 16, щодо порядку розподілу загальновиробничих витрат. Після перевірки правильності проведення розподілу загальновиробничих витрат, перевіряють відповідне відображення в бухгалтерському обліку результатів розподілу. Аудитору необхідно пам'ятати, що всі розподілені змінні та постійні загальновиробничі витрати є елементами собівартості готової продукції та незавершеного виробництва.

Нерозподілені постійні загальновиробничі витрати включаються до складу собівартості реалізованої продукції в період їх виникнення. При цьому загальна сума розподілених і нерозподілених постійних загальновиробничих витрат не може перевищувати їх фактичної величини.

Вище описаний підхід менш трудомісткий, але не достатньо зручний при поточному аудиті. Аудит витрат на виробництво за наведеною методикою забезпечує отримання інформації про витрати по закінченню випуску, а тому вона може бути вже невчасною для цілей контролю та оперативного втручання у виробничі процеси. Тому більш доцільним є використання поряд з вище наведеним підходом й іншого, що базується на основі співставлення нормативу

витрат на одиницю продукції з фактичними витратами на цю одиницю. При цьому слід виконати наступні дії:

- визначити нормативні витрати на одиницю виробу по кожному технологічному процесу;
- визначити фактичні витрати на одиницю виробу по кожному технологічному процесу (по кожній операції);
- порівняти нормативні та фактичні витрати на одиницю продукції і встановити відхилення між ними;
- здійснити аналіз відхилень, на підставі цього встановити їх причини та винуватців;
- виконати заходи по усуненню причини відхилень або переглянути норми за потребою.

Під час розробки методики аудиту виробничих витрат на промисловому підприємстві аудитор повинен особливу увагу приділити наступним основним показникам:

- наявність віднесення на зменшення або збільшення собівартості продукції (робіт, послуг) сум, які не мають прямого відношення до собівартості;
- правильність віднесення витрат майбутніх періодів на собівартість продукції;
- збір і віднесення на собівартість поза виробничих витрат.

На промислових підприємствах технологічним процесом передбачено виникнення побічної продукції та відходів, які можуть реалізовуватись самостійно, тому дуже важливими є питання, які виникають у ході проведення аудиту щодо вивчення існуючої на підприємстві системи оцінки та обліку і побічної продукції, виявлення її недоліків та визначення шляхів щодо її вдосконалення.

Також при розробці методики аудиту виробничих витрат необхідно враховувати необхідність приділяти значну увагу обліку відходів виробництва, які у багатьох сучасних технологічних процесах можуть бути використані як вторинна сировина (наприклад, на підприємствах з виробництва пластмасової продукції).

Відповідно, для проведення аудиту витрат промислових підприємств можна запропонувати використання при розробці методики аудиту інформації про технологічні особливості виробничої діяльності промислового підприємства на наступних етапах аудиту:

- 1) під час оцінки нормативних документів, що регулюють організацію та методику обліку виробничих витрат на підприємстві;
- 2) під час аудиторської оцінки діючої на підприємстві облікової політики в частині організації та методики обліку виробничих витрат;
- 3) під час розробки аудитором класифікатора можливих порушень обліку виробничих витрат на підприємстві.

Практика показує, що проведення аудиту собівартості сприяє функціонуванню вискоєфективної системи бухгалтерського обліку; запобігає виникненню порушень; сприяє мінімізації витрат виробничих запасів, грошових коштів; надає керівництву інформацію про фінансово-господарську діяльність для ефективного управління витратами.

**Висновки.** Запропоновані у статті рекомендації дозволять за рахунок

забезпечення використання найбільш дієвої методики аудиту виробничих витрат провести всебічне аудиторське дослідження організації та методики обліку виробничих витрат на підприємствах, своєчасно виявити порушення, а також розробити рекомендації з внесення необхідних змін в облікову політику підприємства у частині організації та методики обліку виробничих витрат.

Питання, які розглянуті автором у статті потребують подальшого вивчення в частині визначення найбільш ефективних прийомів проведення аудиту виробничих витрат, рекомендацій стосовно організації та техніки проведення аудиту виробничих витрат на промисловому підприємстві.

#### **Список літератури**

1. Гончарук Я.А., Рудницький В.С. Аудит / Я. А. Гончарук, В. С. Рудницький: Навч. посібник. - 3-є вид., перероб. і доп. - К.: Знання, 2008. – 364 с.
2. Кулаковська Л.П. Організація і методика аудиту: Навч. посіб. / Л. П. Кулаковська, Ю.В. Піча – К.: Каравела, 2004. – 568 с.
3. Сопко В. В., Шило В. П., Верхоглядова Н. І. Організація і методика проведення аудиту: Навч.-практ. посіб. – 2-е видання, доп. і перероб. / В. В. Сопко, В. П. Шило – К.: ВД «Професіонал», 2006. – 576 с.
4. Усач Б.Ф. Аудит: Навч. посіб. – 4-е видання, доп. і перероб. / Б.Ф. Усач – К.: Знання, 2007. – 231 с.
5. Фролова Т.А. Аудит: конспект лекцій / Т.А. Фролова. – Таганрог: ТТИ ЮФУ, 2009. –432 с
6. Шкіря Н.Л. Аудит: Навчальний посібник / Н.Л. Шкіря, Т.Г. Нікульнікова, Н.В. Залізник. – Львів: «Магнолія 2006», 2007. – 348 с.
7. Янчева Л.М. Аудит: навч. Посіб. / Л.М. Янчева, З.О. Макеева, А.О. Баранова та ін. – К.: Знання, 2009. – 335 с.

*Поступила в редакцію 01.06.2012 г.*

**Горбачев В. А. Определение методики аудита производственных затрат / В.А. Горбачёв // Ученые записки ТНУ. Серия: Экономика и управление. – 2012. – Т. 25 (64), № 2. – С. 23-29.**

Раскрыты проблемные вопросы формирования методики аудита производственных затрат. Выделены основные подходы к формированию методики аудита и предложены подходы к разработке методики аудита производственных затрат на промышленных предприятиях.

**Ключевые слова:** аудит, методика аудита, производственные затраты.

**Gorbachov V.A. Definition of methods of audit of production costs / V.A. Gorbachev // Uchenye zapiski TNU. Series: Economy and management. – 2012. – Vol. 25 (64), № 2. – P. 23-29.**

Disclosed problem questions of formation methods of audit of production costs. Dedicated to the main approaches to the formation of the audit methodology and offer approach to the development of a methodology for audit of production costs at industrial enterprises.

**Keywords:** audit, audit methods, the costs of production.

**УДК 332.69.003:658**

## **ОБОСНОВАНИЕ НАПРАВЛЕНИЙ ФИНАНСОВОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ РЕГИОНОВ**

*Добровольская О.П.*

*Таврический национальный университет имени В.И. Вернадского, г. Симферополь, Украина  
E-mail: opgrets@mail.ru*

В работе проанализированы составляющие модели инновационного развития региона. Обоснованы перспективные финансовые механизмы реализации региональной инновационной политики.

**Ключевые слова:** регион, инновационное развитие, региональная политика, финансовое обеспечение.

### **Постановка проблемы.**

Стержневым блоком экономической стратегии всех развитых государств является инновационная политика, воплощающая в себе формы и методы государственного стимулирования научно-технической деятельности, широкого внедрения научных разработок в конечный производственный результат – новые конкурентоспособные виды продукции, технологические процессы, организационные решения.

В виду этого, стратегической целью региональной политики выступает создание благоприятного инновационного пространства, которое обеспечивало бы превращение научных идей и разработок в рыночные продукты международного уровня, а также внедрение этих продуктов в важнейшие сферы экономики.

Стратегия инновационного развития региона формируется в соответствии с научно-производственной базой и потенциалом производственных возможностей, с ориентацией на существующие ресурсы и рыночные потребности и предусматривает интеграцию усилий региональной власти и руководства предприятий, направленную на обеспечение широкомасштабной реализации организационно-экономических мероприятий инновационного характера в регионе. Однако обеспечение инновационного развития региона невозможно без мощной концентрации производственно-финансовых ресурсов, которая достигается только при условии согласованного сотрудничества всех участников инновационного процесса. Решение этой проблемы особенно актуально в условиях финансово-экономического кризиса, способного не только снизить интенсивность инновационных процессов, но и эффективность формирования инновационной модели регионального развития.

Проблемы реформирования экономики Украины, затянувшийся период перехода и трансформационные процессы в структуре хозяйства усложнили ситуацию в национальной экономике в целом и в каждом из ее регионов. Процессы, происходящие в украинской экономике в последние годы, крайне сложны и неоднозначны. Наблюдается сокращение валового внутреннего продукта, повышение темпов инфляции, сохранение дефицита бюджета, необеспеченность налоговых поступлений в бюджет, снижение платежной

дисциплины хозяйствующих субъектов, а также падение реальных доходов населения. Анализ статистических показателей социально-экономического состояния регионов Украины свидетельствует о неустойчивости промышленного производства, росте кредиторской задолженности, связанной с низкой платежеспособностью предприятий, увеличении доли убыточных предприятий, уменьшении валового регионального продукта, а также численности экономически активного населения. Переходные процессы охарактеризовались также снижением управляемости экономического комплекса, в ряде случаев непоследовательной национальной экономической политикой. Указанные тенденции свидетельствуют о том, что реализация намеченных стратегических приоритетов в экономике Украины и ее регионов сопровождается острой нехваткой финансовых средств, без которых осуществление инновационных преобразований, выглядит весьма призрачно.

Изменение существующих тенденций возможно на основе активизации инвестиционной деятельности, увеличения капитальных вложений и их вложения в производство. Весьма актуальным становится поиск оптимальных методов управления стратегическим развитием регионов государства с учетом комплекса эколого-социально-экономических критериев сбалансированного развития.

В связи с этим **целью** настоящего исследования выступает анализ эффективности существующих источников финансирования инновационных процессов в регионе и обоснование необходимости использования потенциальных финансовых ресурсов для реализации региональной инновационной политики.

#### **Основные результаты исследования.**

Инновационная политика региона, как и государства в целом, представляет собой сложную систему мероприятий и, адекватных им, отношений, возникающих на основе научно-технических преобразований, главное функциональное назначение которых заключается в продуцировании нового знания, разработке научной идеи и внедрении ее в процессе общественного развития [3,4]. Современные условия функционирования регионов Украины ориентированы на формирование моделей инновационных преобразований на всех уровнях регионального управления, согласованных со стратегическими приоритетами регионального развития.

В современном мире следует выделить две, наиболее известные и оправдавшие себя, модели региональной инновационной политики [5,6]: американскую, которая базируется на максимальной автономии предпринимательства, принципе свободной конкуренции и регулировании рынка инноваций крупными международными корпорациями и японскую, предполагающую обеспечение государством технологических приоритетов путем стимулирования не отдельных отраслей, а конкретных технологий.

Формирование модели инновационного развития региона осуществляется путем становления региональных центров инновационной деятельности и создания региональной научно-технологической системы, включающей широкий

круг участников инновационного процесса, среди которых: ведущие НИИ, производственные организации, субъекты хозяйствования специализирующиеся в сфере консалтинга, информационного, финансового обеспечения и других видов услуг, а также одного или нескольких авторитетных банков, способных кредитовать инновационные проекты на основе гарантий возвратности денежных средств.

В структурном отношении эта модель должна включать: создание базы данных прикладных научных разработок инновационной направленности научных и высших учебных заведений региона, создание инновационной инфраструктуры (технопарки, агропарки, информационно-консультационные центры по передаче инноваций, региональный фонд поддержки инноваций), создание системы повышения квалификации управленцев и предпринимателей в сфере менеджмента инновационной деятельности, механизм финансирования инноваций путем привлечения средств государственных и коммерческих финансовых институтов, создание системы стимулирования инвестиционного процесса с помощью ускоренной амортизации, налоговых преференций в сфере инновационной деятельности, и быть ориентированной на создание научно-исследовательского комплекса региона в соответствии с мировыми стандартами [11].

Высшая форма регуляторной деятельности заключается в реализации государственной инновационной политики, обеспеченной действующим правовым полем, а также мер, необходимых для стимулирования инновационной активности хозяйствующих субъектов.

Правовой основой государственного регулирования инновационной деятельности в Украине на всех уровнях является Закон Украины "Об инновационной деятельности", в соответствии с которым закреплена необходимость государственной поддержки инновационного развития экономики, а также определены правовые, экономические и организационные принципы государственного регулирования данной сферы, эффективного использования рыночных механизмов поддержки предпринимательства в научно-технической сфере, развития инновационной инфраструктуры. Кроме того, для инновационно активных предприятий законом предусмотрено предоставление льгот для реализации инновационных проектов путем полного беспроцентного кредитования, частичного беспроцентного кредитования, полной или частичной компенсации (за счет бюджетных средств) процентов, выплачиваемых субъектами инновационной деятельности коммерческим банкам и другим финансово-кредитным учреждениям за использование кредитных средств [7].

Принятый в 2001 году Закон Украины «О приоритетных направлениях развития науки и техники» определил правовые и финансовые основы формирования и реализации приоритетных направлений развития науки и техники на период до 2013 года [8], среди которых – разработка современных биотехнологий, новых компьютерных средств и технологий информатизации общества, а также новых ресурсосберегающих технологий, актуальных для всех подразделений экономической системы. Реализация вышеуказанных направлений



## **ОБОСНОВАНИЕ НАПРАВЛЕНИЙ ФИНАНСОВОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ РЕГИОНОВ**

---

должна способствовать концентрации ресурсов в ведущих отраслях научно-технического прогресса, обеспечению внутреннего рынка наукоемкой продукцией и выходу на мировой рынок. Именно эти направления определили стратегию формирования нового технологического базиса социально-экономического развития Украины и ее регионов.

Важнейшей функцией государственного регулирования инновационного развития регионов является определение и поддержка направлений инновационной деятельности, а также ресурсное и финансовое обеспечение соответствующих научных разработок, которые закладываются в процессе формирования стратегий регионального развития для каждого региона Украины. Поэтому чрезвычайно актуальным является учет финансовой составляющей реализации стратегических направлений регионального развития еще на стадии планирования и обоснования приоритетов, выборе того или иного типа стратегии регионального развития.

С позиции системного анализа решение задачи изыскания дополнительных финансовых ресурсов для реализации инновационных приоритетов регионального развития заключается в определении приоритетности и целевого распределения ресурсов, которыми располагает администрация, чтобы экономический эффект от их использования имел максимальные значения и способствовал улучшению социально-экономического состояния региона. На наш взгляд эта задача должна решаться как многокритериальная оптимизационная.

Регион рассматривается как открытая система, взаимодействующая с внешней средой. Это взаимодействие представлено в виде системы целевых функций и ограничений, которые описывают состояние системы.

Основными показателями, отражающими тенденции развития региональной системы, следует считать:

- объем валового регионального продукта (ВРП) –  $R_{RP}$ ;
- валовой региональный доход (ВРД) –  $D_{RP}$ .

С позиции математического моделирования процесс выбора инновационной стратегии управления ресурсами региона предполагает в качестве целевых функций использовать величину суммарной прибыли от деятельности хозяйствующих субъектов или суммарный объем выпуска продукции, а в качестве ограничений – спрос на производимые виды продукции (услуг). При этом стратегия управления должна обеспечить максимизацию валового регионального дохода и объема производства валового регионального продукта.

Для формализации задачи введем следующие обозначения.

Пусть  $i$  - индекс отрасли (комплекса),  $i = 1 \dots n$ , например, для АР Крым,  $i = 1, \dots, 8$ :

1 – топливно-энергетический комплекс, 2 – машиностроение, 3 – химическая промышленность, 4 – пищевая промышленность, 5 – производство строительных материалов, 6 – производство потребительских товаров, 7 – легкая промышленность, 8 – рекреационная отрасль;

$i$  – индекс отрасли;

$j$  – индекс составляющих компонент отрасли (подотрасли),  $j = 1, \dots, ki$ ;

$l$  – индекс хозяйствующего субъекта,  $l = 1 \dots k_{ij}$ .

Под хозяйствующим субъектом следует рассматривать предприятие, производящее продукцию (услугу)  $j$ .

Обозначим через  $V_{ijl}$  – объем производства товаров и услуг хозяйствующего субъекта  $l$  в подотрасли  $j$  отрасли  $i$  хозяйства региона;

$P_{ijl}$  – доходность хозяйствующего субъекта  $l$  подотрасли  $j$  отрасли  $i$ .

Задача управления состоит в выборе оптимальной инновационной стратегии, обеспечивающей достижение максимального значения величин  $R_{RP}$  и  $D_{RP}$ , с учетом действия случайных факторов внешней среды.

Очевидна иерархическая структура задачи, предполагающая распределение ресурсов (инвестиций) сначала между отраслями, затем – между подотраслями и, наконец, между хозяйствующими объектами. На каждом уровне распределение ресурсов может иметь общее методологическое обоснование.

В связи с тем, что для управления регионом характерно большое число случайных факторов и частые изменения как внутренних, так и внешних условий, влияющих на предпочтительность (целесообразность решений) инвестиций, задачу распределения ресурсов на региональном уровне между отраслями, подотраслями и хозяйствующими субъектами целесообразно решать как задачу многокритериального ранжирования путем экспертного оценивания ситуаций и формирования системы предпочтений с применением метода рангов.

При использовании этого метода лицу, принимающему решение (ЛПР), или экспертам, занимающимся обоснованием проектов управленческих решений, необходимо сформировать варианты (сценарии) и оценить их по избранной системе критериев на основе формирования системы предпочтений (приоритетов) с применением процедуры экспертного сравнения критериев и определения их относительной важности  $\beta_m$ . Определить комплексный ранг каждого из  $R^{*ком}$ , где символом “\*” обозначает выбор одного из вариантов  $\{if; jf; lf\}$ .

На первом этапе решения экспертам необходимо составить матрицы сравнения вариантов по каждому из критериев, на втором – построить квадратную матрицу смежности, используя различные методы шкалирования.

На следующем этапе решения последовательно находят абсолютные приоритеты  $P_{ij}^{abc}$  вариантов по критерию  $m$ , а затем – относительные  $P_{ij}^{omn}$ .

Для расчета  $P_{ij}^{abc}$  каждая строка умножается на вектор-столбец с суммарными оценками.

Для расчета  $P_{ij}^{omn}$  все значения  $P_{ij}^{abc}$  суммируются и вычисляются относительные приоритеты:

$$P_{ij}^{omn} = P_{ij}^{abc} / \sum P_{ij}^{abc} \quad (1)$$

Очевидно, что при решении задачи ранжирования может использоваться множество критериев оценки вариантов:  $M = \{m_1, m_2, m_3, m_n\}$ . Введем следующие обозначения:

$O_{*}^i$  – относительный приоритет вариантов  $i, j, l$  по критерию  $S$ ;

$\beta_S$  – относительный приоритет (значимость) критерия  $S$ .

**ОБОСНОВАНИЕ НАПРАВЛЕНИЙ ФИНАНСОВОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ  
ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ РЕГИОНОВ**

---

Тогда комплексный ранг, отражающий предпочтительность варианта по совокупности выбранных критериев, можно определить по формуле, а распределение ресурсов можно осуществить пропорционально значению комплексного ранга  $R_{ijl}$ .

$$R_{*}^{*ком} = O' * \beta'_1 + \dots + O' * \beta'_s + O' * \beta'_n \quad (2)$$

При этом в различных комбинациях могут объединяться следующие критерии:

$$m_1 = P_i / \sum R_{i=1}, \quad (3)$$

где:  $P_i$  - относительная доля суммарного дохода отрасли в региональном доходе;

$$m_2 = V_i / \sum P_{i=1}, \quad (4)$$

где:  $V_i$  - относительная доля суммарного объема выпуска продукции (услуг) отрасли в общерегиональном объеме;

$m_3 = C_i^{вн}$  - критерий, учитывающий внутренний региональный спрос на продукцию отрасли  $i$  в регионе;

$m_4 = C_i^{вн}$  - критерий, учитывающий внешний спрос на аналогичную продукцию.

Кроме перечисленных критериев могут учитываться и другие, например:

$m_5$  - социальная значимость предприятия или его продукции;

$m_6$  - количество рабочих мест (показатель, который отражает остроту проблемы безработицы).

Общую стратегию инновационного развития региона можно сформулировать как оптимизационную задачу.

Критериями оптимизации могут быть:  $\sum P_{ijl} > \max \sum V_{ijl}$ , при ограничениях:  $C_{ijl}^{вн} \leq V_{ijl} \leq C_{ijl}^{вн}$ .

Использование двух критериев отражает то, что некоторые отрасли могут оцениваться по доходности, в то время как другие, например транспорт, связь и другие услуги - по объемным показателям. Решением данной задачи является совокупность стратегий (значение  $S_{ik}$  - стратегия управления в период  $k$ ).

Реализация инновационной стратегии в дальнейшем осуществляется путем разработки соответствующих мероприятий инновационного характера, а также применения системы адекватных инструментов и средств финансового характера, путем прямой финансовой поддержки, стимулирования производства инновационной продукции, образования венчурных инновационных фондов, пользующихся значительными налоговыми льготами.

Для осуществления финансовой поддержки инновационных проектов на региональном уровне органам местного самоуправления разрешено создание коммунальных специализированных небанковских инновационных финансово-кредитных учреждений, действующих на основе уставов.

Финансовое обеспечение реализации стратегических приоритетов инновационной направленности предусматривает оптимальное сочетание и

использование всей совокупности финансовых и кредитных инструментов рынка капитала в отношении поиска, мобилизации и использования средств [12].

Среди существующих источников финансирования инновационной деятельности в регионах, следует выделить:

- собственные ресурсы – прибыль, амортизационные отчисления, средства от продажи активов;

- привлекаемые средства – выпуск корпоративных ценных бумаг и долговых обязательств;

- заемные средства – кредиты, внутренние и иностранные инвестиции.

Однако анализ современных тенденций развития инновационной деятельности в Украине на региональном уровне свидетельствуют о том, что действующая система управления инновационной деятельностью требует совершенствования, закрепления новых и перераспределения существующих функций между субъектами управления. Так, например, региональная программа социально-экономического развития экономики АР Крым, утвержденная в 2008 году, нацелена на формирование отдельных элементов инновационной политики региона (изучение опыта научных учреждений с целью внедрения их в производство, проведение различного рода совещаний) и не затрагивает общегосударственных приоритетов.

В настоящее время, когда государство полностью устранилось от активного участия в жизни субъектов хозяйствования, актуальным является использование собственных источников финансирования. При этом небольшой размер собственного капитала, недостаточность прибыли, использование амортизационного фонда на текущие нужды, а также внешних факторов – инфляции, снижение курса национальной валюты по отношению к доллару США и Евро, рост стоимости энергетических ресурсов – являются основными причинами низкой инновационной активности субъектов хозяйствования в регионе. Только незначительная часть стабильно работающих субъектов хозяйствования с коротким производственным циклом в состоянии направлять часть собственных средств на внедрение инноваций. Поэтому, в условиях недостаточности собственных накоплений и прибыли, с целью модернизации и расширения производства, внедрения достижений научно-технического прогресса инновационно активные предприятия стремятся привлечь долгосрочные инвестиции, сотрудничая с разнообразными финансово-кредитными институтами.

Традиционным источником финансирования инновационной деятельности является кредитование. Именно кредитование, раскрывая свою теоретическую сущность – удовлетворение временных потребностей в финансовых ресурсах, – обеспечивает непрерывность всех стадий осуществления инновационного процесса: стадии научно-исследовательских разработок, производственного процесса и завоевания рынка.

Кредитование предоставляет возможность преодоления недостатка инвестиционных средств, за счет привлечения излишков из других производств. Однако для использования кредитных механизмов финансового обеспечения

инновационной деятельности необходимо формирование системы долгосрочных ресурсов финансирования, обеспечение прозрачного механизма регулирования споров и взыскания задолженности, снижение уровня процентных ставок по кредитам, а также возрождение интереса коммерческих банков к кредитованию субъектов хозяйствования.

Основным конкурентом банковской системы в отношении финансового обеспечения инновационной деятельности могут стать кредитные союзы, которые занимают промежуточное звено между домашними хозяйствами и субъектами хозяйственной деятельности, аккумулируют свободные средства одних членов союза для последующего кредитования других членов кредитного союза. Реализация данного механизма возможна, но требует существенной информационной поддержки.

Следует отметить, что в условиях финансово-экономического кризиса, доступ к свободным кредитным ресурсам практически невозможен, к тому же, банки требуют залог, а ставки кредита, как правило, значительно превышают окупаемость инновационных мероприятий. Очевидно, что использование этого источника возможно лишь путем компенсации значительной части процентной ставки со стороны государства, что и происходило на протяжении последних 8-10 лет. Поэтому, указанные традиционные источники не могут в полной мере обеспечить не только инновационную деятельность, но и обычную хозяйственную деятельность.

К нетрадиционным источникам финансирования следует отнести возможности биржевого рынка, особенно фондового и товарного ее сегментов. Фондовый рынок имеет значительные возможности в привлечении капитала для финансирования инновационной деятельности, так как это наиболее мощный и доступный рыночный механизм мобилизации и перераспределения свободных денежных средств, который охватывает все слои инвесторов, начиная от домашних хозяйств и заканчивая государством. Однако следует отметить, что данный механизм может быть использован лишь для акционерных предприятий. К тому же, опыт ведущих государств мира и, прежде всего, США, свидетельствует о том, что за счет первичной эмиссии акций финансируется только около 7,5% капиталовложений. В Европе этот показатель не превышает 5% всех инвестиций [1, 2].

Роль инвестиционного аккумулятора может играть и вторичный рынок, формирующий большинство инвестиционных ресурсов за счет повторного выпуска в обращение ценных бумаг и финансовых спекуляций. Таким образом, вторичный рынок ценных бумаг в состоянии обеспечить перераспределение капитала в перспективные наукоемкие отрасли с более высокой нормой прибыльности и позитивные структурные изменения в экономике региона.

Анализ тенденций функционирования фондового рынка Украины в 2008-2010 гг. свидетельствует о том, что привлекаемые таким образом средства направляются, как правило, на покрытие сложившегося дефицита, и то лишь немногими акционерными обществами [9, 11]. На наш взгляд, этот источник финансирования может быть использован при наличии существенной

государственной поддержки. Поэтому выбор формы организации финансирования имеет немаловажное значение для реализации инновационной политики регионов.

Помимо этого, важной проблемой финансового обеспечения инновационного развития региона является отсутствие на национальном фондовом рынке такого инструмента как корпоративные облигации, которые считаются одним из наиболее распространенных источников финансирования. В Украине этот инструмент финансовой поддержки в результате высоких темпов инфляции, которая превышает облигационный доход, правовой незащищенности субъектов хозяйствования, высоких налогов, лимитирующих выпуск облигаций, не получил должного использования. Поэтому создание благоприятного финансово-экономического климата следует рассматривать в качестве важнейшего направления финансового обеспечения инновационных процессов.

Перспективным источником финансирования инноваций выступает заключение договоров на поставку в перспективе готовой продукции. При этом часть авансированных поступлений может быть направлена на инновационные мероприятия. Для того чтобы этот механизм заработал необходимо создание благоприятного климата по обеспечению развития биржевой торговли, а также механизма защиты прав кредитора – покупателя продукции. Покупателем этой продукции может выступать и государство, осуществляя закупки в государственный резерв, стабилизационный фонд, на текущие нужды государственных предприятий. Как только этот процесс будет начат по группе товаров первой необходимости, можно будет вести речь о реальном использовании данного источника замещения оборотных средств и переориентации высвободившихся собственных средств на инновационное развитие не только промышленных предприятий, но и субъектов хозяйствования.

Кроме того, источником финансирования инновационной деятельности следует считать внешние инвестиции в рамках международных кредитных линий при поддержке НБУ. Ранее эти направления уже поддерживались Европейским банком реконструкции и развития (ЕБРР), немецким кредитным учреждением (KfW), Мировым Банком [5, 10, 12]. В соответствии с принципами кредитной политики ведущих мировых финансово-кредитных институтов финансовые ресурсы предоставляются для осуществления капитальных инвестиций, закупки машин и оборудования, а также новых технологий. Реализация инновационных проектов посредством данного механизма необходима, особенно в условиях мирового финансового кризиса, так как посредством интеграции взаимных интересов можно быстрее добиться получения кредитов на реализацию целевых программ под обязательство приобретения определенных инновационных технологий и оборудования. Существенную помощь в этом отношении могут оказать органы государственной и региональной власти, а также местного самоуправления, наделенные необходимыми полномочиями. Однако в настоящее время, когда существенно снижаются международные кредитные рейтинги банков Украины, использовать международные займы будет достаточно сложно. Поэтому следует обратить самое пристальное внимание на привлечение средств

населения, которые можно направить как на обеспечение текущей деятельности, так и для целей инновационного развития. В связи с этим, необходимо разработать адекватный механизм реализации соответствующих проектов с обязательным страхованием рисков. Об эффективности применения данного инструмента финансового обеспечения инновационной деятельности в регионе свидетельствует мировой опыт, согласно которому четверть национальных сбережений, формируемых за счет домашних хозяйств, с одной стороны, используются предприятиями, а с другой стороны, – выступают дополнительным источником финансирования инновационного развития субъектов хозяйствования.

Решить проблему инновационного развития особенно в условиях дефицита финансовых средств может, в определенной степени, лизинг инновационной продукции, экономическими преимуществами которого, следует считать доступность приобретения эффективного, производительного, а соответственно дорогого оборудования без первоначальных капитальных вложений. Реализация лизинговых схем в процессе приобретения дорогого оборудования требует высокой эффективности производства и отлаженной системы сбыта продукции. Важным источником формирования ресурсов для осуществления лизинговых операций было бы внедрение повышенных коэффициентов к нормам амортизации, которые начисляются с целью налогообложения на основные средства отечественного производства, которые приобретены на условиях финансового лизинга.

**Выводы.**

В условиях дефицита ресурсных и, прежде всего бюджетных средств в экономике Украины, задачу стратегического управления инновационным развитием региона целесообразно решать за счет поиска дополнительных финансовых источников ресурсов, обоснования приоритетности и целенаправленности распределения ресурсов, чтобы экономический эффект их использования способствовал оптимизации социально-экономического состояния региона

Решение проблемы привлечения средств финансирования инноваций имеет многогранный характер и может как на стадии стратегического планирования с учетом ресурсного подхода, так и на стадии реализации стратегических приоритетов регионального развития на основе проведения мероприятий инновационного характера с применением системы средств и инструментов финансового обеспечения стратегических целей. Причем избранная стратегия управления инновационным развитием региона должна обладать устойчивостью и, вместе с тем, возможностью адаптации к прогнозируемым изменениям внешней среды.

Вышеизложенная постановка задачи стратегического планирования регионального инновационного развития требует совершенствования системы сбора и отражения статистических учетных показателей, используемых при анализе социально-экономического состояния региона, включения и отслеживание показателей изменения доходности и спроса на соответствующие виды продукции (услуг). В этом случае процедура принятия решений при обосновании

стратегии управления регионом может базироваться на анализе динамики их изменения.

Реализация инновационной политики в регионе требует создания условий для существования и постоянного расширения инновационной деятельности путем прямой финансовой поддержки, стимулирования производства инновационной продукции.

Для развития кредитной деятельности в инновационной сфере необходимо решить ряд задач, среди которых: обеспечение возможности оформления банками залога; обеспечение формирования банковской системой долгосрочных ресурсов, так как именно они необходимы для финансирования инновационной деятельности субъектов хозяйствования; обеспечение прозрачного механизма регулирования споров и взыскания задолженности. Решение этих задач позволит снизить уровень процентных ставок по кредитам, а также возродит интерес коммерческих банков к кредитованию инновационных проектов субъектов хозяйствования.

Финансирование региональных инновационных программ должно осуществляться за счет средств региональных бюджетов посредством функционирования региональных отделений государственных или коммунальных инновационных финансово-кредитных учреждений. В связи с этим, было бы целесообразно создание единого органа управления, способного решать вопросы эффективного использования бюджетных средств, разработки и контроля реализации инновационной политики, привлечения коммерческого финансирования, использования наиболее эффективных научных разработок в производстве. В свою очередь, механизм реализации инновационной политики в регионе должен включать порядок использования инноваций, их государственную регистрацию и оформление авторских прав, экспертизу, договорно-правовую базу.

Кроме того, для создания действующего правового механизма реализации государственной научно-технической и инновационной политики необходимо разработать ряд законов и нормативных актов, отсутствие которых делает невозможным эффективное использование научно-технического потенциала и его соответствие международным стандартам. Для привлечения средств целесообразно законодательное закрепление мероприятий, направленных на гармонизацию инновационной деятельности в регионе в соответствии с изменением условий хозяйствования.

#### **Список литературы**

1. Алексеев В.М. Оптимальное управление / В.М. Алексеев, В.М. Тихомиров, С.В. Фомин. – М.: Наука, 1979. – 264 с.
2. Андрощук Г.А. Стимулирование инновационной деятельности в Украине: финансово-кредитный механизм / Г.А. Андрощук // Проблемы науки. – 2005. – № 3. – С. 22-27.
3. Василик О.Д. Фінансовий механізм інноваційного розвитку / О.Д. Василик // Финансы Украины. – 2002. – № 6. – С.147-149.
4. Высоцкий Д. Концептуальные экономико-правовые аспекты инноваций / Д. Высоцкий // Підприємництво, господарство і право. – 2002. – № 10. – С. 118-122.



**ОБОСНОВАНИЕ НАПРАВЛЕНИЙ ФИНАНСОВОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ  
ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ РЕГИОНОВ**

---

5. Гольдштейн Г.Я. Организационные структуры инновационной деятельности / Г.Я. Гольдштейн. – Таганрог: ТРТУ. – 2000. – 345 с.
6. Добровольская О.П. Региональная экономика / О.П. Добровольская. – Симферополь: СПД Барановская О.И., 2007. – 268 с.
7. Закон України «Про інноваційну діяльність» від 04.06.2002р. №40-IV // Відомості Верховної Ради України. – 2002. – №36. – ст. 266.
8. Закон України «Про пріоритетні напрямки інноваційної діяльності в Україні» від 16.01.2003р. №433-VI // Офіційний вісник України. – 2003. – №7. – ст. 271.
9. Колоколов В.А. Инновационные механизмы функционирования предпринимательских структур / В.А. Колоколов // Менеджмент в России и за рубежом. – 2002. – № 1. – С. 95-104.
10. Концепція науково-технологічного та інноваційного розвитку України від 13.07.1999р. №916-XIV // Офіційний вісник України. – 1999. – №29. – Ст. 1465.
11. Оніщук І.М. Формування організаційно-інвестиційного механізму реалізації інноваційних проєктів і програм / І.М. Оніщук // Регіональна економіка – 2004. – С. 73-81.
12. Федоренко В.Г. Структури фінансового забезпечення інновацій для підприємств / В.Г. Федоренко // Економіка і держава. – 2004. – №8. – С.12-34.

*Поступила в редакцію 01.06.2012 г.*

**Добровольська О.П. Обґрунтування напрямів фінансового забезпечення інноваційного розвитку регіонів** / О.П. Добровольська // Ученьні записки ТНУ. Серія: «Економіка та управління». – 2012. – Т. 25 (64). – № 2. – С. 30-41.

У роботі здійснено аналіз складових моделі інноваційного розвитку регіону. Обґрунтовані перспективні фінансові механізми реалізації регіональної інноваційної політики.

**Ключові слова:** регіон, інноваційний розвиток, регіональна політика, фінансове забезпечення.

**Dobrovolskaya O.P. Substantiation of directions of financial maintenance of innovative development of regions** / O.P. Dobrovolskaya // Uchenye zapiski TNU. Series: Economy and management. – 2012. – Vol. 25 (64), № 2. – P. 30-41.

This work analyses composing models of innovational development of a region. It grounds the most perspective financial tools of a regional innovating policy.

**Keywords:** region, innovational development, regional policy, financial procurement.

**УДК 338.242**

## **ФОРМУВАННЯ КОНЦЕПЦІЇ УПРАВЛІННЯ ІНВЕСТИЦІЙНИМИ ПРОЦЕСАМИ РЕГІОНУ НА ОСНОВІ СИСТЕМНОГО ПІДХОДУ**

**Зінченко О.А.**

*Донецький інститут залізничного транспорту, м. Донецьк, Україна  
E-mail: ol-zinchenko@mail.ru*

Обґрунтовані концептуальні засади управління інвестиційними процесами регіону, на основі системного підходу визначені та проаналізовані основні компоненти механізми управління, досліджено умови практичної реалізації запропонованої концепції.

**Ключові слова:** інвестиційні процеси, регіональне управління, концепція, механізм управління, системний підхід, інвестиційний потенціал.

### **Постановка проблеми.**

Основою розвитку економіки будь-якого регіону є інвестиційна діяльність та інвестиційні процеси. Вони виступають найважливішим засобом забезпечення умов виходу країни із стану економічної кризи, здійснення структурних зрушень в регіональному розвитку, упровадження сучасних досягнень науки і техніки, поліпшення кількісних та якісних показників господарської діяльності. Інвестиційна діяльність – це стрижень всього процесу розширеного відтворення, який обумовлює ліквідацію багатьох диспропорцій в регіональному розвитку.

### **Аналіз публікацій за темою дослідження.**

Питанням регіонального розвитку на основі активізації інвестиційних процесів присвячено багато наукових публікацій, серед яких можна виділити роботи: Бережної І.Б., Глазкової І.Ю. [1], Оніщенко В.А. [2], Поколюдного В.В. [3], Семенової Ф.З. [4], Фінагіної О.В. [5], Чуба Б.А. [6] та ін. Систематизуючи основні проблеми інвестиційних процесів регіону, проаналізованих у зазначених роботах, можна виділити наступні:

- наявність значних міжрегіональних диспропорцій розвитку економіки регіонів, низький рівень кооперації і взаємодії;
- відсутність планомірної системи державної регіональної політики щодо програм інвестиційної діяльності;
- низький рівень розвитку соціальної, транспортної, виробничої, ринкової інфраструктури, що погіршує інвестиційну привабливість;
- моногалузевий розвиток регіонів (низький рівень технологічної переробки сировини);
- обмеженість експортних можливостей підприємств регіонів і обмеженість фінансових можливостей органів місцевого самоврядування у сфері інвестиційної діяльності;
- непрогнозованість і непередбачуваність державної політики щодо спеціальних режимів інвестиційної діяльності, територій пріоритетного розвитку і вільних економічних зон;

## **ФОРМУВАННЯ КОНЦЕПЦІЇ УПРАВЛІННЯ ІНВЕСТИЦІЙНИМИ ПРОЦЕСАМИ РЕГІОНУ НА ОСНОВІ СИСТЕМНОГО ПІДХОДУ**

---

– недосконалість законодавчої бази у галузі інвестицій, що уповільнює впровадження реальних проєктів.

Сучасна специфіка регіональних інвестиційних процесів обґрунтовує необхідність розробки заходів з ефективного їх регулювання. У даних умовах актуальним є формування загальної концепції управління інвестиційними процесами на регіональному рівні. Необхідно відзначити, що при беззастережному визнанні необхідності державного регулювання інвестиційних процесів, в сучасних літературних джерелах з даної проблематики практично не надається увага комплексним заходом, які зможуть звести воедино зусилля всіх учасників регіональних інвестиційних процесів у розв'язанні найактуальніших проблем.

В означених умовах представляється доцільним формування основоположного механізму управління інвестиційною діяльністю в регіоні, розробка його основних компонентів і умов функціонування.

Саме тому **метою дослідження** є обґрунтування механізму управління інвестиційною діяльністю в регіоні, його основних компонентів і умов функціонування.

### **Виклад основних результатів дослідження.**

Формування механізму управління регіональними інвестиційними процесами повинно ґрунтуватися на застосуванні системного підходу щодо дослідження економічних об'єктів, це обумовлене наступними специфічними особливостями регіональної економіки.

Економіка регіону є складною динамічною системою. З одного боку, це відносно цілісна система з властивими їй відтворювальними циклами. Регіональні відтворювальні цикли є інтеграцією регіонального відтворювального процесу з одиничними процесами відтворення підприємств, тим самим забезпечуючи умови для комплексного розвитку. Тобто, регіональну економіку можна розглядати як окрему систему зі всією сукупністю відтворювальних відносин. З іншого боку, економіка регіону є лише частиною економічної системи країни, і, отже, її розвиток відбувається під впливом зовнішніх чинників [2].

Таким чином, розробка ефективного державного механізму регулювання інвестиційних процесів в регіоні повинна бути заснована на цілісному уявленні об'єкту управління з урахуванням закономірностей розвитку складних систем, що і зумовлює використання системного підходу.

З позицій системності регіональний інвестиційний процес можна розглянути як певну цілісність в рамках економічних систем [1, 3]. Сутність даного процесу в загальному вигляді відображає рисунок 1.

Системний підхід до визначення сутності регіональних інвестиційних процесів передбачає аналіз взаємообумовлюючих чинників, які, з одного боку, забезпечують механізм реалізації інтересів суб'єктів, що мають в своєму розпорядженні інвестиційні ресурси, а з іншого – механізм їх залучення.

Дослідження економіки регіону як складної динамічної системи дозволяє уявити процес її функціонування не тільки як поєднання і використання окремих чинників (елементів продуктивних сил) на даній території, але і як

процес розширеного відтворення. При цьому забезпечення ефективності суспільного виробництва досягається за допомогою раціонального використання природних ресурсів, засобів виробництва, робочої сили, фінансових ресурсів тощо.

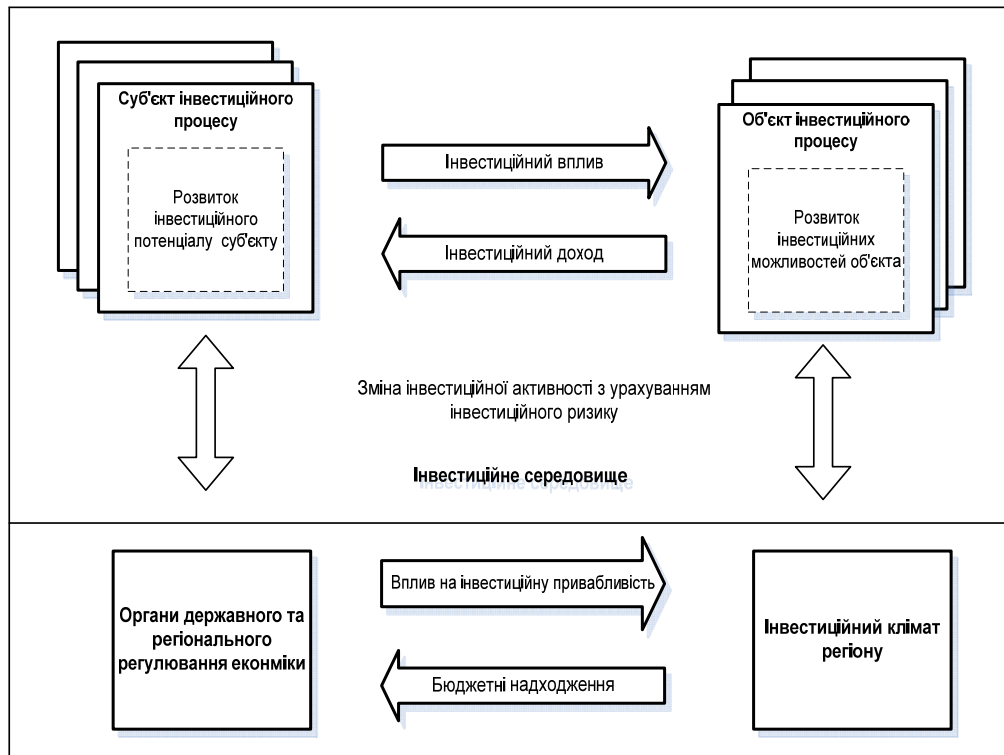


Рис. 1 Сутність регіонального інвестиційного процесу з позиції системного підходу

У цьому контексті розв'язання науково-прикладної задачі підвищення ефективності регулювання інвестиційних процесів на регіональному рівні засноване на створенні і вдосконаленні організаційного механізму управління інвестиціями.

Під механізмом управління інвестиційними процесами регіону розумітимемо сукупність принципів, інструментів і методів, а також організаційних структур, що координують інвестиційні процеси, і відповідних правових норм, які враховують специфіку регіону [3]. Даний механізм є певною системою, яка складається з економічних, організаційних, нормативно-правових та інформаційних складових (рисунок 2).

Основу економічної складової комплексного механізму управління інвестиційними процесами регіону складають способи забезпечення відтворення основних засобів і методи залучення інвестицій для цих цілей. Відтворення

**ФОРМУВАННЯ КОНЦЕПЦІЇ УПРАВЛІННЯ ІНВЕСТИЦІЙНИМИ ПРОЦЕСАМИ  
РЕГІОНУ НА ОСНОВІ СИСТЕМНОГО ПІДХОДУ**

основних засобів передбачає їх надходження у виробничий процес в обсягах, які забезпечують збільшення виробничого потенціалу регіону.

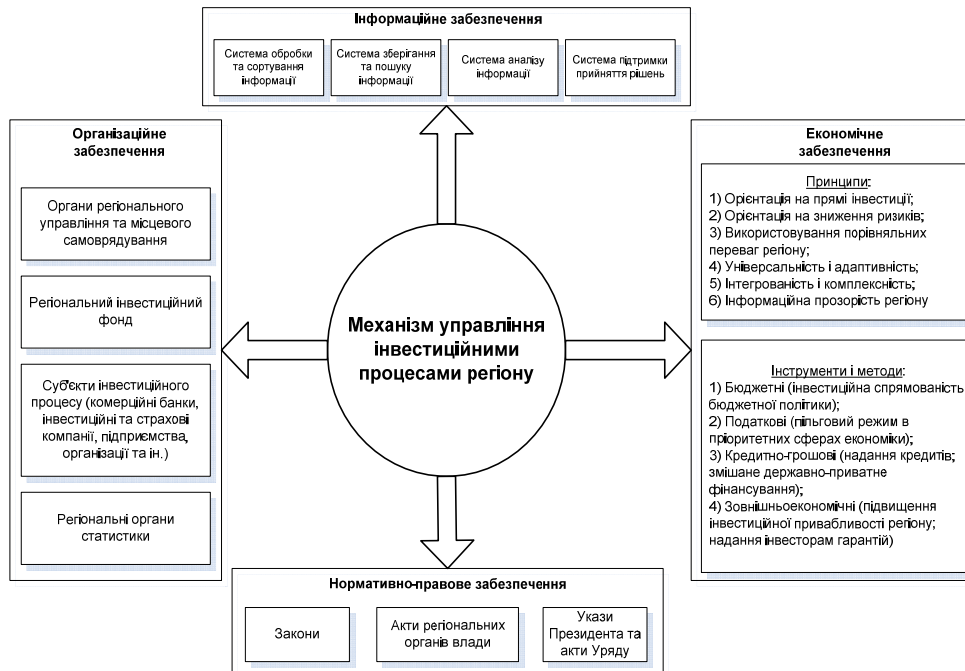


Рис. 2. Концептуальна схема механізму управління інвестиційними процесами регіону

Організаційна складова покликана забезпечувати системну взаємодію учасників інвестиційних процесів в регіоні. Основними її елементами виступають органи управління інвестиційною діяльністю, інвестиційний фонд розвитку регіону, суб'єкти інвестиційних процесів (комерційні банки, інвестиційні компанії, страхові фонди, венчурні фірми, підприємства, установи і організації, розташовані як в даному регіоні, так і поза його межами).

Нормативно-правова складова механізму спрямована на регулювання правовідносин між учасниками інвестиційної діяльності, встановлення правил взаємодії суб'єктів господарювання і процесів їх організації. Ініціаторами формування правового механізму управління інвестиційними процесами в регіоні можуть виступати як органи управління (як з боку держави, так і з боку місцевого самоврядування), так і будь-яка юридична або фізична особа. Головне, щоб запропоновані норми правовідносин адекватно сприймалися іншими учасниками інвестиційної діяльності в регіоні.

Інформаційна складова механізму є системою обробки інформації, що складається з наступних частин: підсистема збору і сортування інформації, підсистема зберігання інформації, підсистема пошуку, підсистема аналізу

інформації. Система обробки інформації є базисом для створення інформаційного механізму регіону і дозволяє оперативно реагувати на зміни в нормативних основах і фіскальному середовищі, прогнозувати економічні перспективи ринків і коректувати основні складові механізму.

**Висновки.**

Комплексний механізм управління інвестиційною діяльністю в регіоні повинен визначати принципи, методи і порядок планування інвестиційної діяльності, а також структуру і повноваження органів, що координують регіональні інвестиційні процеси.

Задача створення ефективного механізму управління регіональними інвестиційними процесами формується таким чином: розробляється математична модель інвестиційних процесів у вигляді диференціальних рівнянь, і задаються обмеження, умови, рівняння, що описують параметри спостереження. Для вирішення подібних задач використовуються сучасні спеціальні методи, зокрема стохастичний принцип максимуму, метод динамічного програмування та ін. Можна виділити наступні особливості запропонованої концепції:

- основною математичною моделлю є імітаційна модель динаміки інвестиційних процесів регіону;
- як метод управління використовується метод динамічного програмування;
- програмна реалізація методу управління складає теоретичну основу системи управління регіональними інвестиційними процесами.

Основними умовами практичної реалізації концепції є виконання наступних дій:

- 1) розробка математичної моделі інвестиційних процесів;
- 2) визначення достатньої для управління регіоном множини параметрів;
- 3) задавання раціональної множини параметрів моніторингу.

Реалізація концепції забезпечує ефективне управління інвестиційними процесами на основі комплексу динамічних математичних моделей, що дозволяє підвищити точність і оперативність ухвалення стратегічних і оперативних управлінських рішень. При цьому здійснюється розв'язання проблеми формування і забезпечення ефективності інвестиційної політики в довгостроковому періоді.

Таким чином, механізм управління інвестиційними процесами регіону є складною динамічною системою, що включає адміністративні та економічні інструменти і методи, які повинні враховувати принципи функціонування регіональних економічних систем. При цьому, перспективним науковим завданням є обґрунтування умов ефективного функціонування механізму, здатного забезпечити підвищення результативності регіонального управління, шляхом координації інвестиційних процесів регіону.

**Список літератури**

1. Глазкова И.Ю., Брежнева И.Б. Применение аналитических и имитационных моделей в инвестиционном проектировании/ И.Ю Глазкова, И.Б Брежнева // Математические модели и информационные технологии в экономике: Сборник научных трудов всероссийского симпозиума. Том 1. – Кисловодск, 2007. – С. 24-26.

**ФОРМУВАННЯ КОНЦЕПЦІЇ УПРАВЛІННЯ ІНВЕСТИЦІЙНИМИ ПРОЦЕСАМИ  
РЕГІОНУ НА ОСНОВІ СИСТЕМНОГО ПІДХОДУ**

---

2. Онищенко В.А. Инвестиционная политика региона / В.А. Онищенко; ИЭПИ НАН Украины. – Донецк: ИЭПИ НАН Украины, 2001. – 259 с.
3. Поколотный В.В. Механизм оптимизации управления инвестиционными процессами в регионе / В.В. Поколотный // Вісн. Харк. нац. ун-ту ім. В.Н.Каразіна – Х. : ВЦ РізоХНУ, 2000. – №575. – С. 158-162.
4. Семенова Ф.З. Управление инвестиционными процессами в регионе / Ф.З. Семенова // Аудит и финансовый анализ. – 2008. – №6.
5. Фінагіна О.В. Ринкова трансформація в регіоні: особливості розвитку та діагностування: [монографія] / О.В. Фінагіна. – Донецьк: ТОВ «Юго-Восток, ЛТД», 2005. – 228 с.
6. Чуб Б.А. Управление инвестиционными процессами в регионе: [монография] / Б.А. Чуб. – М.: БУКВИЦА, 1999. – 186 с.

*Поступила в редакцию 01.06.2012 г.*

**Зинченко О.А. Формирование концепции управления инвестиционными процессами региона на основе системного подхода / О.А. Зинченко // Ученые записки ТНУ. Серия: Экономика и управление. – 2012. – Т. 25 (64), № 2. – С. 42-47.**

Сформулированы концептуальные принципы управления инвестиционными процессами региона, на основе системного подхода определены и проанализированы основные компоненты механизма управления, исследованы условия практической реализации предложенной концепции.

**Ключевые слова:** инвестиционные процессы, региональное управление, концепция, механизм управления, системный подход, инвестиционный потенциал

**Zinchenko O. A. The formation of the concept of regional investment processes based on a systematic approach / O.A. Zinchenko // Uchenye zapiski TNU. Series: Economy and management. – 2012. – Vol. 25 (64), № 2. – P. 42-47.**

The article is devoted to the analysis of conceptual principles of regional investment process management, on the basis of systems approach it reveals the basic components of mechanism of the regional management and concentrates on the terms of the offered conception practical realization.

**Keywords:** investment processes, regional management, conception, management mechanism, systems approach, investment potential

УДК 332.14:338.47

## ФОРМУВАННЯ ЗАСАД КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ РЕГІОНІВ

### З УРАХУВАННЯМ МОЖЛИВОСТЕЙ ІНФОРМАТИЗАЦІЇ

#### ЗАЛІЗНИЧНОЇ ГАЛУЗІ

*Козлов В.С., Ярмоленко Н.В.*

*Донецький інститут залізничного транспорту, м. Донецьк, Україна  
E-mail: e651-11@mail.ru*

У статті розглянуто проблеми інформатизації залізничного транспорту та питання інтеграції з іноземними транспортними інформаційними системами. Виявлено шляхи підвищення ефективності інформатизації сегментів транспортного потенціалу.

**Ключові слова:** інформатизація, інформація, транспортний потенціал регіону, інфраструктура, ІТС, регулювання руху потягів, інтелектуальний залізничний транспорт, безпека руху, конкурентоспроможність.

#### **Постановка проблеми.**

Для забезпечення конкурентоспроможності українських залізниць в умовах безперервного прогресу та необхідності реформування транспортного ринку в світі, інтеграції країни до Європейського Союзу актуальними є розроблення і впровадження ресурсозберігаючих технологій в усі ланки перевізного процесу, тому що транспортна система є одним із основних споживачів паливно-енергетичних ресурсів на теренах усіх регіонів країни. Саме тому, сьогодні одним із найголовніших чинників енерго-та ресурсозбереження є інформатизація технологічних процесів залізничного транспорту.

#### **Аналіз останніх досліджень.**

Аналіз робіт сучасних українських та закордонних вчених з даного питання дає можливість стверджувати, що проблеми інформатизації залізничної галузі як сегменту транспортного потенціалу регіону є недостатньо дослідженими. У цілому вивченням розвитку інформатизації сегментів транспортного потенціалу займалися відомі вітчизняні та зарубіжні вчені, серед яких: Данько М.І. [2], Ходаківський О.М. [2], Серебринська Т.А. [2], Фінагіна О.В., Молдовян А.А., Латушкин О.А. [3], Корнійчук М.П. [4], Гапанович В.А. [7], Розенберг І.Н., Ягодзінський С.М., Власенко Ф.С., Скалацький В.М. та інші.

**Мета статті** – формування засад конкурентоспроможності регіонів з урахуванням можливостей інформатизації залізничної галузі. Дослідити особливості підвищення ефективності процесу інформатизації сегментів транспортного потенціалу для підвищення конкурентоспроможності регіонів та держави.

**Основні результати дослідження.** Розвиток та впровадження нових інформаційних технологій є одним із пріоритетних завдань у процесі реформування залізничного транспорту. Для якісної інформатизації залізниці України необхідно брати до уваги наступні особливості транспортної галузі та її систем: масштабність галузі, складність управління та оптимізації діяльності; особливу значущість та безпеку, включаючи інформаційну, з урахуванням



географічного чинника країни; використання засобів і систем, відмова або збій функціонування яких негайно і прямо загрожують життю людей; використання інформаційних та технічних засобів і систем, відмова або збій функціонування яких, можуть завдати шкоди діяльності значного числа людей та організацій; надання послуг, у тому числі з використанням інформаційно-комунікаційних технологій (ІКТ), практично всьому населенню держави; обробку з використанням ІКТ персональних даних більшості населення країни; надання послуг великому числу іноземних громадян та обробка їхніх персональних даних; наявність великої кількості різних за класом і призначенням інформаційних систем; необхідність і неминучість використання глобальних і локальних телекомунікацій; необхідність високих темпів відновлення техніки і програмного забезпечення, впровадження новітніх ІКТ для успішного розвитку галузі [1].

Головною метою впровадження сучасних інформаційних технологій на залізницях є створення умов для забезпечення рентабельності роботи транспорту в умовах ринкової трансформації економіки шляхом підвищення соціальних стандартів у залізничному сегменті транспортного потенціалу [2].

Інформатизація залізниць України має відбуватися у чотирьох напрямках управління інфраструктурою, персоналом і соціальною сферою, перевезеннями, маркетингом, економікою і фінансами.

Існує ціла низка проблем, які гальмують розвиток інформатизації галузі, а саме:

- відсутність необхідної нормативно-правової бази (нормативи та ДСТУ відстають від світових стандартів);
- розроблені у різний час автоматизовані та інформаційні системи погано взаємодіють між собою;
- практика багаторазового введення первинної інформації знижує оперативне розв'язання завдань;
- використання в інформаційних системах нестандартних інтерфейсів;
- нові потужні ЕОМ завантажуються морально застарілими програмним забезпеченням;
- існуючі інформаційні системи орієнтовані, в основному, на інтенсифікацію використання перевізних ресурсів і не націлені на збільшення прибутковості галузі і зниження експлуатаційних витрат. Пріоритетними завданнями у прискоренні процесу розробки і затвердження концепції інформатизації залізничного транспорту як одного із сегментів транспортного потенціалу мають стати:
  - підвищення рівня сервісного обслуговування вантажовідправників (вантажоодержувачів) і пасажирів;
  - забезпечення фінансової прозорості всіх видів господарської діяльності галузі;
  - забезпечення інформаційного супроводу перевезень міжнародними транспортними коридорами;
  - забезпечення функціонування логістичних центрів та електронізація документообігу.

Це дозволить підвищити ефективність залізничних послуг, зробити їх більш прозорими, скоротити витрати на управління, досягти конкурентних переваг у транспортній системі Європи.

Другим головним завданням інформатизації залізничного транспорту має стати орієнтованість на забезпечення інтеграції з іноземними транспортними інформаційними системами [3;4].

Проблема інформатизації стає все більш актуальною в умовах, коли міжнародна торгівля і супроводжуючі її транспортні процеси набувають глобального характеру. Зокрема, у зв'язку з розширенням інтер- і мультимодальних перевезень найважливішим напрямом розвитку транспортної галузі є впровадження логістичних принципів в управління транспортним комплексом.

Сьогодні окремі види транспорту об'єднуються під єдиним управлінням. Найважливішим напрямом розвитку транспортної галузі є розвиток міжнародних транспортних коридорів. У великих транспортних вузлах створюються незалежні транспортні логістичні центри у завдання яких входять координуючі функції з управління технологічними процесами. За цих умов гостро постають питання підвищення ефективності роботи транспорту за рахунок вдосконалення комерційних та експлуатаційних процедур перевізного процесу на базі безпаперових технологій, збільшення вантажообігу, підвищення безпеки руху, зниження витрат, зменшення вартості перевезень, дотримання термінів доставки вантажів і забезпечення їх охорони.

Провідними транспортними компаніями сьогодні впроваджується у життя парадигма «загального співробітництва» у галузі інформаційного забезпечення транспортних коридорів, що сприяє активізації інтеграційних процесів.

На сьогодні проблема інтеграції інформаційних ресурсів партнерів по бізнесу набуває особливої актуальності. Пріоритетним вектором при її розв'язанні є створення єдиного інформаційного простору для взаємодії органів управління (у тому числі логістичних центрів) транспортним комплексом і користувачів ринку транспортних послуг. Також необхідно провести впровадження єдиної інтегрованої інформаційної системи управління фінансами та ресурсами; здійснити внутрішні організаційно-економічні заходи з впровадження адекватної автоматизованої системи бюджетування на основі системи збалансованих показників (Balanced Scorecard), що дозволить знизити непродуктивні витрати Укрзалізниці [5;6].

Побудова автоматизованих систем управління (АСУ), здатних інтегруватися в єдиний корпоративний інформаційний простір, по суті, є розв'язанням проблеми оптимізації управління не тільки на транспорті, а й у будь-якій організаційній системі.

Інтегровані АСУ сприяють виконанню найважливішого завдання з підвищення продуктивності праці, виключення втрат часу, трудових і матеріальних ресурсів (зокрема, простоїв потягів, вагонів і локомотивів), підвищення пропускної спроможності шляхом своєчасного та ефективного маневрування резервами технічних засобів, рухомого складу при швидкій зміні

ситуацій в експлуатаційній обстановці, високої організації перевезень та якості перевізного процесу. Без комплексної інтегрованої АСУ неможливо ефективно керувати експлуатаційною діяльністю, виконувати оптимізацію планування й оперативного управління роботою виробничих ланок, ефективно використовувати основні фонди, матеріальні і трудові ресурси, освоювати зростаючий обсяг перевезень.

Інформаційні технології нового покоління пропонують універсальні рішення для створення єдиного інформаційного простору, і технічних перешкод для цього, по суті, немає. Проте для розв'язання завдань на новому рівні потрібно реалізувати великий комплекс заходів із модернізації всієї інфраструктури інформатизації, які вимагають значного інтелектуального внеску і фінансових інвестицій [6].

За останні десятиліття активно розроблюються і використовуються формальні методи роботи з невизначеними даними, накопиченими знаннями. У зв'язку з цим важливим напрямом є розробка експертних систем і підсистем, що базуються на ідеології інтелектуального аналізу даних (технології Data Mining і OLAP). Загальнодержавна транспортна політика багатьох розвинених країн у даний час базується на створенні інтелектуальних транспортних систем [7], що спираються більшою мірою на принципи ІТ підтримки прийняття рішень та ІТ експертних систем. Особливостями позначених ІТ є: рішення слабо- й неформалізованих завдань, генерація можливих варіантів рішень та їх оцінка, прийняття рішень, оперування даними не тільки кількісного, але й якісного характеру, використання логіко-лінгвістичних моделей і процедур логічного висновку.

До теперішнього часу відсутнє єдине уявлення про те, що таке інтелектуальні транспортні системи (ІТС). У багатьох публікаціях вони, тією чи іншою мірою, ототожнюються із звичайними автоматизованими транспортними системами. Важливою особливістю ІТС, що дозволяє виділити такі системи в окремий клас і навіть в окремий напрям досліджень у залізничній науці, є формальний логіко-математичний інструментарій, який використовується для розв'язання завдань з позицій загальносистемного підходу до аналізу та управління всіма системами і процесами на залізничному транспорті.

В останні роки на залізницях європейських держав активно створюються і впроваджуються в експлуатацію елементи ІТС засновані на застосуванні технології супутникової навігації для позиціонування залізничного рухомого складу, мікропроцесорних пристроїв сигналізації та інтервального регулювання руху поїздів, а також інтелектуальних систем управління перевезеннями вантажів і пасажирів.

Базовими складовими залізничних ІТС є засоби телематики і сучасна система управління перевізним процесом, що дозволяє скоротити вплив стикових втрат при перевезенні вантажів і пасажирів у мережі залізниць, а також негативний вплив «людського фактора» на безпеку руху [8].

Удосконалення технології перевізного процесу - головне у діяльності вчених та фахівців цієї сфери. Кінцевою метою розробок є підвищення

конкурентоспроможності залізничного транспорту. Спеціалістами ведуться роботи зі створення сучасних систем управління рухом поїздів, компонентів, що включають в себе засоби сигналізації, автоматизації, блокування, сполучення з елементами системи централізації на станціях і контролю передачі наказів, досягнення руху потягів.

Останні розробки, виконані вченими і фахівцями, забезпечують поетапне спрощення роботи машиністів (автоматизація управління), серед яких: перенесення показань колійних сигналів у кабіну машиніста, індикація інформації на бортовому дисплеї, забезпечення безперервного автоматичного управління, коли увага машиніста концентрується на виконанні основних завдань із безпечного ведення потяга. Також ведеться розробка системи мобільного зв'язку для оперативного складу працівників залізниць, телекомунікаційна компонента якої включає в себе мережу голосового зв'язку між бригадами і диспетчерами. Розробляються системи, що дозволяють оптимізувати рух потягів шляхом «інтелектуальної» інтерпретації графіків руху на основі фактичної інформації про рух передбачають оптимізацію управління рухом і планування маршруту в режимі реального часу, раціональне використання пропускну здатності залізничних вузлів, інформування споживачів транспортних послуг та експлуатаційного персоналу [9; 10].

Цілями створення залізничних ІТС є зниження транспортних втрат населення та витрат у сфері економіки, бізнесу та послуг, інтенсифікація економічних і соціальних процесів, підвищення безпеки руху, поліпшення екологічної ситуації, зниження негативного впливу людського фактору на якість обслуговування та управління, збільшення привабливості залізничного транспорту для пасажирів і вантажовласників. Досягнення цієї мети зачіпає велику кількість завдань, до яких відносяться:

- підвищення ефективності використання існуючої мережі залізниць шляхом більш рівномірного розподілу залізничного рухомого складу у часі і просторі;
- підвищення технологічної, інформаційної та соціальної складових безпеки руху;
- надання керівникам усіх рівнів необхідної інформації для прийняття оперативних і стратегічних рішень на основі моделювання й оцінки впливу на транспортну систему нових і модернізованих транспортних об'єктів;
- формування схеми оперативного реагування транспортних служб, що дозволяє швидко вживати заходів при виникненні аварійних ситуацій, несприятливих погодних умовах і т.п.;
- створення систем моніторингу транспортної інфраструктури та умов руху, що дозволяють в реальному часі оцінювати стан транспортної системи і прогнозувати її зміну.

Пріоритетні напрямку розвитку інтелектуального залізничного транспорту передбачають створення інтелектуальних: потягів, локомотивів, вантажних станцій, системи диспетчерського управління рухом поїздів. Реалізація зазначеного здійснюється в контексті зі створенням найважливіших

**ФОРМУВАННЯ ЗАСАД КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ РЕГІОНІВ З  
УРАХУВАННЯМ МОЖЛИВОСТЕЙ ІНФОРМАТИЗАЦІЇ ЗАЛІЗНИЧНОЇ ГАЛУЗІ**

---

інфраструктурних компонентів інтелектуального залізничного транспорту, до яких відносяться:

- єдиний інформаційний простір залізничного транспорту з обов'язковою наявністю єдиної високоточної координатної системи та цифрової геоїдоснови, побудованих із використанням глобальних супутникових навігаційних систем ГЛОНАСС / GPS і забезпеченням інформаційного захисту;

- системи цифрового радіозв'язку з усіма об'єктами рухомого складу та залізничної транспортної інфраструктури;

- системи контролю розташування вагонів, локомотивів та експлуатаційного персоналу з їх автоматичною ідентифікацією, побудовані на принципах комплексування наземних систем RFID (Radio-frequency identification - радіочастотна ідентифікація) і супутникового позиціонування на основі ГЛОНАСС (Росія) / GPS;

- системи діагностики і прогнозуючого контролю стану вагонів і локомотивів на ходу потяга;

- системи ситуаційного контролю та прогнозування критичних ситуацій у складі ситуаційних центрів Укрзалізниці;

- інтелектуальні системи управління експлуатаційною роботою.

Потяг з інтелектуальною системою управління – це потяг з вбудованою системою автоведення і самодіагностики, створення якого нерозривно пов'язане з розвитком автоматизованих центрів управління і розширенням функцій диспетчерської централізації для ліній швидкісного і високошвидкісного руху.

Для становлення системи інформатизації залізничних перевезень на сучасному світовому рівні необхідно також впроваджувати: комп'ютерні системи управління на станціях в ув'язці з цифровим радіоканалом; системи інтервального регулювання руху потягів із застосуванням супутникової навігації і цифрового радіоканалу; комплексні пристрої діагностики на кордонах маршрутів. Необхідно також забезпечити відповідність систем управління та безпеки міжнародним стандартам.

**Висновки.**

За результатами дослідження особливості інформатизації одного із сегментів транспортного потенціалу встановлено що подальший розвиток автоматизації технологічних процесів залізничного транспорту, певною мірою, залежить від поширення взаємного інтегрування різних видів АСУ.

Важливим чинником ефективного розвитку існуючих автоматизованих систем залізничного транспорту визначено єдність методологічних позицій створення, впровадження і розвитку сучасних автоматизованих систем різних держав.

Також слід зазначити, що сучасні тенденції розвитку ІТ у сфері інформаційно-керуючих і аналітичних систем у подальшому можуть бути застосовані для інших сегментів транспортного потенціалу з метою його удосконалення, виходу на новий рівень та для підвищення конкурентоспроможності країни.

Вплив транспортного потенціалу на розвиток регіону дуже вагомий. В залежності від напрямку розвитку самого регіону, при виборі сегменту цього бізнесу для залучення інвестицій, істотно впливає його інформаційно-аналітична оснащеність. Транспортний потенціал завжди задіяний у діяльності регіону, у всіх його видах. Саме тому, розвиток його сегментів створить можливість для подальшого якісного розвитку самого регіону, а позитивна динаміка та наявність прогресивних змін у якісних характеристиках транспортного потенціалу регіону, забезпечить розвиток насамперед його економічного потенціалу.

#### Список літератури

1. Молдовян А.А. Проблемы информатизации и вопросы информационной безопасности транспортной отрасли / А.А. Молдовян // Транспортная безопасность и технологии. – 2010. – №3. – 245с.
2. Данько М.І. Дослідження особливостей інформатизації залізничного транспорту/ М.І. Данько О.М Ходаківський., Т.А Серебринська [та ін.] // Зб. наук. праць УкрДАЗТ. – 2010. Вип. 112. – С.1-7.
3. Латушкин О.А. Программа информатизации железных дорог России/ О.А Латушкин // Транспорт Российской Федерации. – 2005. – № 1. – С.49-51.
4. Корнійчук М.П. Технологія галузі і технічні засоби залізничного транспорту: [підруч.] / М.П. Корнійчук, Н.В. Липовець, Д.О. Шамрай. – Ч. 2 – К.: Видавництво Дельта, 2007. – 424 с.
5. Коментарі та роз'яснення щодо застосування положень правил технічної експлуатації залізниць України. – К.: Мін-во транспорту України, 2004. – 407 с.
6. Концепція та програма реструктуризації на залізничному транспорті України. – К.: Мін-во транспорту України, 1998. – 232 с.
7. Гапанович В.А. Основные направления развития интеллектуального железнодорожного транспорта / В.А. Гапанович, И.Н. Розенберг // Железнодорожный транспорт. – 2011. – №4. – С. 5-11.
8. Єдиний технологічний процес експлуатації АСК ПП Укрзалізниці 21.03.08 за №182-Ц.
9. 33735567.184154.002.ТЗ. Єдина автоматизована система керування пасажирськими перевезеннями (АСК ПП УЗ). Технічне завдання.
10. Поддавашкин Э.С. Информатизация на железнодорожном транспорте. История и современность. / Э.С. Поддавашкин // Железнодорожный транспорт. – 2010. – №6. – С.68-72.

*Поступила в редакцію 01.06.2012 г.*

**Козлов В.С. Формирование принципов конкурентоспособности регионов с учетом возможностей информатизации железнодорожной отрасли / В.С. Козлов, Н.В. Ярмоленко // Ученые записки ТНУ. Серия: Экономика и управление. – 2012. – Т. 25 (64), № 2. – С. 48-54.**

В статье рассмотрены проблемы информатизации железнодорожного транспорта и вопросы интеграции с иностранными транспортными информационными системами. Выявлены пути повышения эффективности информатизации сегментов транспортного потенциала региона.

**Ключевые слова:** информатизация, информация, транспортный потенциал региона, инфраструктура, ИТС, регулирование движения поездов, интеллектуальный железнодорожный транспорт, спутниковая навигация, безопасность движения, конкурентоспособность.

**Kozlov V.S. Increase of competitiveness of the regions by strengthening the Informatization of railway industry // V.S. Kozlov, N.V. Yarmolenko // Uchenye zapiski TNU. Series: Economy and management. – 2012. – Vol. 25 (64), № 2. – P. 48-54.**

The article considers the problems of Informatization of railway transport and integration with foreign transport information systems. Identified ways to improve the efficiency of Informatization segments of the transport potential.

**Key words:** Informatization, information, transport potential of the region, infrastructure, systems, traffic control, intelligent railway transportation, satellite navigation, traffic safety, competitiveness.

УДК 338.486

## МЕТОДОЛОГІЯ РОЗБУДОВИ ОРГАНІЗАЦІЙНОГО МЕХАНІЗМУ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНО-РЕКРЕАЦІЙНИХ ПІДПРИМСТВ

*Куніцин С.В.*

*Таврійський національний університет імені В.І. Вернадського, м. Сімферополь, Україна  
E-mail: crch@mail.ru*

В статті розглянуто особливості побудови теоретико-методологічного базису управління розвитком туристично-рекреаційної діяльності через соорганізацію професійних учасників туристичного ринку, які можуть функціонувати автономно. Сутність авторської гіпотези зводиться до необхідності формування в межах кластеру мереж діяльності зі створення туристичного продукту та організації управління конфігурацією таких мереж. Практичним втіленням пропонованого теоретико-методологічного базису є формування відповідного організаційного механізму, для якого в статті визначено логіку побудови та принципи використання.

**Ключові слова:** туристично-рекреаційна діяльність підприємств, організаційний механізм, кластер, управління розвитком

**Постановка проблеми.** В останні роки досить багато дослідників-науковців та фахівців-практиків говорить про доречність формування промислової політики держави та стратегії розвитку національної економіки на підґрунті кластерного підходу. Існує значна кількість емпіричних підтверджень вірності таких тверджень по відношенню до різних галузей економіки та регіонів світу. Доречність кластерних ініціатив підтверджується хоча б наявністю станом на 2002 рік 167 кластерів у Великобританії, 152 – у США чи 95 у Франції. Більш того, в роботу 260 італійських "індустріальних округів" залучено понад 80 тис. крупних підприємств, які мають власну мережу з контрагентів – дрібних підприємств (це утворює мережу з понад мільйону суб'єктів господарювання) [8]. В цілому в Євросоюзі ідентифіковано 69 кластерних програм, які функціонують у 26 країнах Європи [20].

Більш того, стратегії розвитку окремих регіонів країни базуються саме на формуванні кластерів. Наприклад, розвиток Автономної республіки Крим орієнтований на формування санаторно-курортного й туристичного кластерів, поряд з кластерами підприємств машинобудівної й харчової промисловості [14]; Донбасу – на металургійний кластер та кластер з суб'єктів сільськогосподарської і харчової промисловості [3]; Дніпропетровської області – на розвиток будівельного кластеру [12] тощо. Доречність саме такого змістовного наповнення означених стратегій розвитку регіонів України [3, 12, 14] підтверджується й тим, що серед країн східної Європи в кластерних ініціативах приймає участь понад 90% суб'єктів господарювання [8], а в жовті 2008 р. прийнято меморандум про підтримку інновацій в Європі за допомогою кластерів [25].

Разом з тим **аналіз нечисленних публікацій** з теоретичної точки зору показує, що можна відзначити брак досліджень, які б, по-перше, комплексно описували теоретико-методологічний базис управління розвитком кластеру в цілому, а по-друге – враховували б галузеву специфіку кластеру (більшість публікацій описують характеристики кластерів різних галузей [0, 9], але при цьому не визначають їх відмітні особливості й розкривають лише параметри

взаємодії учасників). Якщо розглянути туристично-рекреаційну діяльність, то організувати управління її розвитком слід лише на підґрунті кластерного підходу, оскільки така діяльність тісно пов'язана з алокацією туристично-рекреаційних ресурсів (ТРР). Саме наявність ТРР та обмеженість таких ресурсів й відсутність у більшості випадків прав власності на них визначають особливості туристично-рекреаційного кластеру (ТРК).

Слід зазначити, що розвиток ТРК чи туристично-рекреаційної діяльності має бути певним чином організований. При цьому, враховуючи юридичну самостійність учасників кластеру, підґрунтя організації такого управління має складати індикативний підхід та контури м'якої самоорганізації. Наявні ж розробки у сфері організації управління кластерними [8, 9, 15] чи інтеграційними утвореннями [2, 10], як правило орієнтовані на підтримку обраних траєкторій розвитку та використання системи від'ємних зворотних зв'язків, що **не є повністю вірним і вирішеним** в умовах швидкоплинних трансформацій середовища господарювання.

Таким чином, **метою статті** є обґрунтування теоретико-методологічного базису організації управління розвитком туристично-рекреаційної діяльності на засадах кластерного підходу та шляхом формування відповідного організаційного механізму.

**Виклад основного матеріалу.** Розкриття мети статті тісно корелює з визначенням розуміння сутності та складових теоретико-методологічного базису в цілому. Базуючись на проведеному семантичному аналізі тлумачень методології, прийємо підхід А.М. Новікова та Д.А. Новікова [6, с. 21-27], щодо представлення методології як вчення про організацію діяльності як певної цілеспрямованої форми активності людини, та Б.Г. Клейнера [4] щодо виділення у складі теоретико-методологічного базису таких елементів як: особливості, принципи, умови, норми, суб'єкт, об'єкт, предмет, форми, засоби, методи, результати, фази, стадії та етапи означеної діяльності.

Далі наведемо змістову характеристику означених елементів теоретико-методологічного базису та визначимо основні напрямки їх трансформування по відношенню саме до туристично-рекреаційної діяльності. Розкривати таке змістовне наповнення будемо в рамках авторської гіпотези [7] про необхідність створення передумов керованого поширення внутрішніх інтеграційних процесів представників туристично-рекреаційного кластеру, заснованих на засадах багаторівневої вертикальної й горизонтальної інтеграції, представленої у територіальному та міжрегіональному аспектах, та орієнтованих на підвищення якості туристичного продукту при обмеженнях сталого рекреаційно-туристичного природокористування.

Таким чином, для обґрунтування теоретико-методологічного базису (ТМБ) розвитку туристично-рекреаційної діяльності перш за все слід визначити його структуру. При цьому автор погоджується з висновками дослідження [6] щодо недоречності зведення розуміння методології лише до "вчення о методах", оскільки у такому випадку її предмет зводиться тільки до розгляду й аналізу системи методів. Обов'язковим для формування методологічного базису є включення в його структуру похідних (ключових) положень, що мають методологічний зміст та розкриваються у вигляді певної теорії чи концепції (містять систему висловлювань про заданий перелік об'єктів) . Отже, у будь-



**МЕТОДОЛОГІЯ РОЗБУДОВИ ОРГАНІЗАЦІЙНОГО МЕХАНІЗМУ  
РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНО-РЕКРЕАЦІЙНИХ ПІДПРИЄМСТВ**

якому разі, формування теоретико-методологічного базису розвитку туристичної діяльності має розглядатися як певна форма вираження знання.

Визначаючи структуру теоретико-методологічного базису слід врахувати й розробки Е.Г. Юдина [18, с. 7-35], який в межах методології виділяє інституціональну (норми й соціальна інфраструктура наукового знання), логічну (аксіоми, закони, принципи, правила формування висновків), лінгвістичну (терміни, алфавіти, правила побудови висловлювань), гносеологічну (знання та пізнавальні одиниці, спрямовані на розкриття об'єктивних законів), комунікативну (принципи, правила, норми й інші комунікації), діяльнісну (норми та алгоритми діяльності) та рефлексивну (ідеали, норми, еталони, імперативи орієнтовані на самоусвідомлення методологією самої себе) підсистеми.

Отже, орієнтуючись на означені вище пропозиції [6] приймаємо "діяльністний" підхід до розкриття методології розвитку підприємств туристично-рекреаційної сфери, але розкриття особливостей організації діяльності має обов'язково враховувати елементи решти визначених підсистем методології. Більш того, для розкриття характеристик діяльності (особливості, принципи, умови, норми діяльності) доречним є застосування теорії "системної методології" (СМД-підхід), розробленої Г.П. Щедровицьким [17]. Для формованого теоретико-методологічного базису скористаємось розробками СМД-методологів щодо формалізації (побудови схеми) акту діяльності, які на жаль мають досить обмежене практичне застосування й потребують доробок у даному напрямку.

Більш зрозумілим є визначення логічна структура діяльності через введення до ТМБ параметрів суб'єкта, об'єкта, предмету, методів й результатів діяльності. При цьому така логічна структура діяльності має співвідноситися з правилами виведення понять та тверджень теорії розвитку туристичної діяльності. Пропозиції ж [6, с. 25] щодо виділення часової структура діяльності (фази, стадії та етапи діяльності) пропонуємо трансформувати у виділення динамічно-просторової структури діяльності, що більше відповідатиме особливостям життєдіяльності саме кластерних утворень та вимогам СМД-методологів.

Як правило, розкриття будь-якого теоретико-методологічного базису зводиться до встановлення переліку його головних елементів та опису особливостей їх змістовного наповнення. У той же час (якщо врахувати пропозиції В.С. Степіна [12, с. 68-70] відносно необхідності при виведенні нової теорії введення нових об'єктів на базі існуючих) думається доречним буде розкривати такі елементи у зв'язку з певними припущеннями, які характеризуватимуть формування ТМБ розвитку туристичної діяльності. Дане твердження спирається на співвіднесенні визначень теорії як "набору гіпотез (припущень), що встановлюють певну сутність та властивості" [21, с. 701] та як "форми наукового знання, яка ідентифікує закономірності визначеної сфери діяльності та істотні зв'язки між ними" [11]. Розгляд теорії розвитку туристично-рекреаційної діяльності через набір гіпотез стає вельми доречним при прийнятті твердження Б.Г. Клейнера [5, с. 36] щодо зведення теорії до узагальненої системи поглядів. Отже пропонуємо в рамках певного виду поглядів подати авторській варіант їх інтерпретації щодо розвитку туристичної діяльності (визначити сукупність передумов, що розкривають підхід до дослідження розвитку туристичної діяльності та розробити правила формулювання висновків з похідних

гіпотез).

Таким чином перейдемо до розгляду безпосередньо до ТМБ розвитку туристичної діяльності. Для цього визначимо ряд гіпотез, пов'язаних з предметом дослідження та областю визначення формованої теорії. Так, в контексті пропозицій [5, с. 36], під предметом ТМБ узагальнено розумітимемо підприємство туристично-рекреаційної сфери, що виступає як частина більш високого цілого – туристично-рекреаційного кластеру. Відповідно область визначення теорії – зведеться до опису підприємств (опису структури й факторів функціонування спільноти підприємств), по відношенню до яких можуть бути застосовані її положення.

Першою гіпотезою тут постане припущення про те, що використання кластерного підходу створює умови підвищення конкурентоспроможності певної території, яка містить туристично-рекреаційні ресурси. Підвищення ефективності діяльності професійних учасників туристичного ринку (ПУТР) та решти підприємств туристично-рекреаційної сфери (ПТРС) відбувається за рахунок удосконалення ланцюгів створення надаваної споживачу цінності (туристичного продукту та супутніх послуг, що реалізуються в рамках консолідованої інфраструктури кластеру). Інфраструктура кластеру в свою чергу відбиватиметься через сукупність різних мереж діяльності зі створення туристичного продукту.

Відповідно, наступним елементом ТМБ постануть об'єкт спрямування методологічного базису (кластер в цілому та окремі ПТРС й ПУТР як представники даного кластеру; при цьому сукупність ПТРС та решти учасників кластеру розглядаються як цілісний економічний об'єкт) та системний опис об'єкту (представлення кластеру як сукупності ПТРС). Оскільки ж прийняття положень [5, с. 36] вимагає виділення об'єкту з оточення за допомогою введення ряду просторових чи функціональних ознак та формалізації системи взаємозв'язків між складовими частинами об'єкту, таке виділення пропонується роботи в розрізі дисципліни "управління вимогами" (що й буде наступною гіпотезою). На думку автора, лише в розрізі узгодження вимог до параметрів туристичного продукту та носіями можливостей щодо виконання даних вимог можливе формування механізму управління розвитком туристичної діяльності. При цьому здобутки концепції управління вимогами орієнтується в двох напрямках: в розрізі надання туристичного продукту коопераційною мережею діяльності та в розрізі узгодження параметрів взаємодії учасників мережі діяльності щодо утворення туристичного продукту.

Третьою гіпотезою постане припущення про те, що формування туристично-рекреаційного кластеру (ТРК) та регламентація його діяльності через створення організаційного механізму управління розвитком туристично-рекреаційного кластеру (ОМУРТРЕК) забезпечує розвиток інноваційного підґрунтя соціально-економічного розвитку. Саме дія ОМУРТРЕК й забезпечує індикативне регламентування параметрів взаємодії ПУТР в процесі розвитку параметрів пропонованого туристичного продукту. Саме дія ОМУРТРЕК (особливо якщо прийняти положення концепції організаційної екології) забезпечує наслідування правил поведінки суб'єктів господарювання по відношенню до обмежених ТРР та утворює інституціональне середовище, норми й правила якого мають виконувати й нові, залучені до кластеру, учасники.

**МЕТОДОЛОГІЯ РОЗБУДОВИ ОРГАНІЗАЦІЙНОГО МЕХАНІЗМУ  
РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНО-РЕКРЕАЦІЙНИХ ПІДПРИЄМСТВ**

---

Формування означених норм й правил має здійснюватися в межах певної онтологічної картини світу (онтологія тут виступає як один з елементів формованого ТМБ). Формування такої картини світу має відбуватися узгоджено з формуванням відповідного понятійно-категоріального апарату (визначенням термінів, що визначають такі особливості життєдіяльності учасників кластеру, як поведінка, особливості функціонування й розвитку) та концепції (головного задуму чи похідних концептуальних положень щодо ТРК та ПТРС, їх функціональних та структурних характеристик). У даному контексті слід зазначити на високу пов'язаність таких елементів теоретико-методологічного базису як концепція та понятійно-категоріальний апарат.

Розкриваючи дану пов'язаність звернемо увагу на розробки Д.А. Веттона [26] щодо виділення в структурі будь-якої теорії таких елементів як: концептуальні положення (відповідають на питання "чому?" потрібне використання певних пропозицій), концепти (розкриваються як відповідь на питання "що?" закладено нового у сутність системи понять), причинно-наслідкові зв'язки (визначається відповіддю на питання "як?" взаємопов'язані фактори та концепти) та застосованість (розкривається як відповідь на питання "коли?" доречно застосування положень теорії). Отже, саме система концептів формалізує параметри теорії розвитку підприємств туристично-рекреаційної сфери (саме через розкриття даних параметрів й визначається система концептуальних положень) та визначає особливості змістовного наповнення базових понять, які виділені в рамках кожного концепту (дане висловлювання базується на постулатах підходу концептуального проектування [15]). Розкриття таких основних концептів автором було оприлюднено у [7].

Наступним методологічним припущенням є зведення особливостей діяльності туристично-рекреаційного кластеру до забезпечення взаємодії незалежних та юридично відокремлених професійних учасників туристичного ринку в межах мереж діяльності. Отже й методологічним підґрунтям формування ОМУРТРЕК стає соорганізація професійних учасників туристичного ринку, які можуть функціонувати автономно. Відповідно за основу для розробки методології управління розвитком туристичної діяльності пропонується взяти інструментарій та підходи системної інженерії [21, 22] в частині розробки "системи систем моделювання" (від англ. system of systems engineering).

Отже, саме системна інженерія (СІ) дозволяє забезпечити формування й розвиток нової системи (ТРК та ОМУРТРЕК) за рахунок можливостей та синергії вже наявних систем; створити передумови для реконфігурування архітектури кластерного утворення у разі зміни вимог до параметрів туристичного продукту чи трансформації параметрів інституціонального регламентування взаємодії ПТРС та ПУТР. Основними здобутками СІ у сфері формування ТМБ розвитку туристичної діяльності є уявлення про незалежність функціонування компонентів системи (ПТРС розглядаються як компоненти для ТРК) за для формування корисного результату в межах визначених протоколів діяльності. Головними принципами тут стають гнучкість та пристосовуваність окремих компонентів системи, які навіть після завершення акту взаємодії (припинення участі у мережі діяльності) можуть використовуватися як автономні (незалежні) системи (до моменту залучення до участі у іншій мережі діяльності).

Досить розповсюдженою дискусією у СІ є визначення видів та підходів до

формування систем. На основі узагальнення таких підходів можна визначити й особливості формування ОМУРТРЕК (а у деяких випадках й кластера в цілому). У якості концептів ТМБ розвитку туристичної діяльності можливо виділення:

керованого підходу до дії ОМУРТРЕК (існує певний суб'єкт – системний архітектор чи фасілітатор – який має право розпорядження ресурсами чи регламентувати доступ до ТРР й в розрізі такого права володіє владними повноваженнями для висунення наказів чи директивних орієнтирів розвитку ПТРС й ПУТР);

коопераційного підходу до дії ОМУРТРЕК (наявний суб'єкт, що здійснює координування діяльності учасників кластеру при відсутності у нього владних повноважень та наявністю паттернів й принципів звуження зони компромісів);

калобораційний підхід або підхід співробітництва (передбачається, що всі учасники ТРК домовляються про параметри функціонування кластера в цілому, узгоджуючи більшість принципових питань через процедуру інституціонального проектування, але при цьому відсутній єдиний суб'єкт прийняття рішень);

віртуальна організація ОМУРТРЕК (використовується для кластерів, утворених лише за географічною ознакою, коли учасники кластеру не мають жодного впливу один на одного та не мають стимулів для розробки системи регламентування таких впливів).

Отже, залежно від обраного підходу до організації діяльності ОМУРТРЕК визначатиметься й суб'єкт для управління розвитком кластеру й туристичної діяльності (тут ідентифікацію суб'єкта й об'єкта управління автор розглядає як частину формованого методологічного базису, що цілком відповідає розробкам відомого інституціоналіста Б.Г. Клейнера [4]). Далі наголосимо, що вельми цікавими у аспекті формування суб'єкта управління розвитком ТРК є розробки зарубіжних авторів, пов'язані з поширенням відносин співробітництва. До найбільш розповсюджених тут відносять коопераційне планування (*collaborative planning* [23]) та мережний підхід (*collaborative networks* [19]).

Так, якщо підтримати авторів [19], то інтеграційна взаємодія ПУТР може проявлятися на чотирьох рівнях (сходинах), кожен з яких підсилює рівень інтегрованості та взаємопов'язаності ПУТР. Виникає континуум "комунікація – координація – кооперація – співробітництво" (англ. "networking – coordinated networking – cooperation – collaboration"). Означені рівня як правило розглядають во відношенню до певного інтегрованого ланцюга створення вартості. По відношенню ж до туристично-рекреаційного кластеру в чистому вигляді такий континуум не можна застосовувати. З оглядом на те, що метою функціонування кожен ПУТР є отримання прибутку, можна запропонувати використання даного континууму в рамках ієрархічних рівнів формування ОМУРТРЕК.

Відповідно, відносити співробітництва виникатимуть між окремими акторами, які спільно продукують певний туристичний продукт (з рештою акторів виникатимуть на даному рівні відносини конкуренції). У той же час, потреба забезпечення безпеки природокористування вимагає відповідного регламентування даного аспекту діяльності ТРК. Методологічний рівень тут полягає в розробці референтного набору методів формування туристичного продукту, комбінації використання яких формуватимуться по відношенню до кожної конкретної ситуації. Комбінація методів формуватиметься під запит на певний туристичний продукт. Реалізація ж групи методів відбувається через

## МЕТОДОЛОГІЯ РОЗБУДОВИ ОРГАНІЗАЦІЙНОГО МЕХАНІЗМУ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНО-РЕКРЕАЦІЙНИХ ПІДПРИЄМСТВ

залучення до мереж діяльності окремих ППРС з їх можливостями щодо отримання певних вигід від надання ним доступу до певних туристично-рекреаційних ресурсів. ОМУРТРЕК в свою чергу реалізується через множину контрактів між ППРС та ПУТР, що діють в певному полі взаємин.

**Висновки.** В статті розглянуто особливості побудови теоретико-методологічного базису управління розвитком туристично-рекреаційної діяльності. Особливістю авторських розробок є їх орієнтування на соорганізацію автономно функціонуючих професійних учасників туристичного ринку, які можуть формувати в межах кластеру сукупність різноманітних мереж діяльності зі створення туристичного продукту. Організація управління розвитком туристичної діяльності у даному разі зводиться до реконфігурування таких мереж діяльності за для підвищення їх емерджентних властивостей. Здійснення такого реконфігурування пропонується через створення відповідного механізму, для якого визначено різні варіанти організаційної побудови. Разом з тим, наведені пропозиції мають враховувати вимоги [5, с. 36] щодо виділення дескриптивної (відноситься до реальних підприємств) та нормативної (відноситься до ідеальних підприємств) частини теорії. Отже у якості перспектив подальших розвиток поданого методологічного базису слід подати емпіричне представлення та підтвердження доречності реалізації сформованих гіпотез та припущень.

### Список літератури

1. Волкова Н.Н. Промышленные кластеры / Н.Н. Волкова, Т.В. Сахно. – П.: Издательство "Асми", 2005. – 272 с.
2. Горбатов В.М. Конкурентоспособность и циклы развития интегрированных структур бизнеса / В.М. Горбатов. – Х.: ИД "ИНЖЕК", 2006. – 592 с.
3. Донбасс 2025: стратегия будущего [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://www.feg.org.ua/docs/Donetsk\\_Monitor\\_Doc\\_Final\\_RUS.pdf](http://www.feg.org.ua/docs/Donetsk_Monitor_Doc_Final_RUS.pdf)
4. Клейнер Б.Г. Эволюция институциональных систем / Б.Г. Клейнер. – М.: Наука, 2004. – 240 с.
5. Клейнер Г.Б. От теории предприятия к теории стратегического управления / Б.Г. Клейнер // Российский журнал менеджмента. – 2003. – №1. – С. 31-56.
6. Новиков А.М. Методология / А.М. Новиков, Д.А. Новиков. – М.: СИНТЕГ, 2007. – 668 с.
7. Куніцин С.В. Концепція управління розвитком туристично-рекреаційного кластеру / С.В. Куніцин // Культура народов Причерноморья. – 2010. – № 196. – С. 133-139.
8. Организация и функционирование кластеров в Украине [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://utii.org.ua/index.php?option=com\\_content&view=article&id=69](http://utii.org.ua/index.php?option=com_content&view=article&id=69)
9. Рекорд С.И. Развитие промышленно-инновационных кластеров в Европе: эволюция и современная дискуссия / С.И. Рекорд. – СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2010. – 109 с.
10. Пилипенко А.А. Стратегічна інтеграція підприємств: механізм управління та моделювання розвитку: [монографія] / А.А. Пилипенко. – Харків: ВД "Інжек", 2008. – 408 с.
11. Советский энциклопедический словарь. – [3-е изд.]. – М.: Сов. Энциклопедия, 1985.
12. Степин В.С. Теоретическое знание (структура, историческая революция) / В.С. Степин. – М.: Наука, 2000. – 468 с.
13. Стратегия повышения экономической конкурентоспособности Днепропетровской области: кластеры строительства и сельского хозяйства [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://adm.dp.ua/OBLADM/Obl\\_dp.nsf](http://adm.dp.ua/OBLADM/Obl_dp.nsf)
14. Стратегія економічного та соціального розвитку Автономної республіки Крим на 2011-2020 роки [Електронний ресурс]. – Режим доступа: <http://www.minek-crimea.gov.ua/content.php?cid=Strategy>
15. Теслинов А. Концептуальное проектирование сложных решений / А. Теслинов. – СПб.: Питер, 2009. – 288 с.
16. Третьяк В.П. Кластеры предприятий / В.П. Третьяк. – Иркутск: Издательство Байкальского гос. ун-та экономики и права, 2006. – 219с.

17. Щедровицкий Г.П. Путеводитель по основным понятиям и схемам методологии Организации, Руководства и Управления / Г.П. Щедровицкий. – М.: Дело, 2004. – 208 с.
18. Юдин Э.Г. Системный подход и принцип деятельности. Методологические проблемы современной науки / Э.Г. Юдин. – М.: Наука, 1978. – 392 с.
19. Camarinha-Matos L. M. Collaborative Networks: Reference modeling / L.M. Camarinha-Matos, H. Afsarmanesh. – New York: Springer, 2008. – 334 p.
20. Cluster policy in Europe. A brief summary of cluster policies in 31 European countries. – Oxford: Oxford Research AS, 2008. – 34 p.
21. Firesmith D.G. The Method Framework for Engineering System Architectures / D.G. Firesmith, P. Capell, D. Falkenthal, C.B. Hammons, D. Latimer, T. Merendino. – New York: Taylor & Francis Group, 2009. – 482 p.
22. Holt J. UML for System Engineering: watching and wheels. The Instructions of Engineering and Technology / J. Holt. – London: IET, 2007. – 375 p.
23. Seifert D. Collaborative planning, forecasting, and replenishment. How to Create a Supply Chain Advantage / D. Seifert. – New York: AMACOM, 2003. – 432 p.
24. The cambridge dictionary of philosophy. Second Edition. General Editor Robert Audi. – New York: Cambridge University Press, 1999. – 1001 p.
25. The European Cluster Memorandum [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://www.innoclusters.ru/uploaded/docs/european\\_cluster\\_memorandum.pdf](http://www.innoclusters.ru/uploaded/docs/european_cluster_memorandum.pdf)
26. Whetten D.A. What Constitutes a Theoretical Contribution? / D.A. Whetten // Academy of Management Review. – 1989. – Vol. 14. – №.4. – P. 490-495.

*Поступила в редакцию 01.06.2012 г.*

**Куницын С.В. Методология формирования организационного механизма развития туристско-рекреационных предприятий / С.В. Куницын // Ученые записки ТНУ. Серия: Экономика и управление. – 2012. – Т. 25 (64), № 2. – С. 55-62.**

В статье рассмотрены особенности формирования теоретико-методологического базиса управления развитием туристско-рекреационной деятельности через соорганизацию профессиональных участников туристического рынка, которые могут функционировать автономно. Сущность авторской гипотезы сводится к необходимости формирования в пределах кластера сетей деятельности по созданию туристического продукта и организации управления конфигурацией таких сетей. Практическим воплощением предлагаемого теоретико-методологического базиса является формирование соответствующего организационного механизма, для которого в статье определена логика построения и принципы использования.

**Ключевые слова:** туристско-рекреационная деятельность предприятий, организационный механизм, кластер, управление развитием

**Kunitsyn S.V. Methodolog of formation of the organizational mechanism of development of a recreational companies / S.V. Kunitsyn // Uchenye zapiski TNU. Series: Economy and management. – 2012. – Vol. 25 (64), № 2. – P. 55-62.**

The article deals with features of the theoretical and methodological basis for tourist and recreational activities development. The proposed approach is based on cooperation professional tourist market members, which can operate autonomously. The essence of the author's hypothesis is reduced to the necessity of formation within the cluster networking activities to create a tourism product and configuration management of such networks. The practical implementation of the proposed theoretical and methodological basis is to create an appropriate institutional mechanism for which the article defines the logic and principles of construction.

**Keywords:** tourist and recreational activity of the enterprises, organizational mechanism, cluster, management development.

УДК:322.155[637.12+637.562]

## **ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРОИЗВОДСТВА ПРОДУКЦИИ СКОТОВОДСТВА В АГРАРНЫХ ФОРМИРОВАНИЯХ САКСКОГО РАЙОНА**

*Мабиала Жильберт*

*Южный филиал Национального университета биоресурсов и природопользования Украины  
«КАТУ», г. Симферополь, Украина  
E-mail: gilmabiala@mail.ru*

В статье проводится экономический анализ современного состояния эффективности производства мяса и молока в аграрных формированиях Сакского района. Выявляются факторы низкой рентабельности и окупаемости затрат, а также предлагаются перспективные направления повышения экономической эффективности системы скотоводства в регионе.

**Ключевые слова:** себестоимость, цена, прибыль, рентабельность, индексный и факторный анализ.

**Постановка проблемы.** Приоритетным направлением вывода скотоводческой отрасли из сложившегося системного кризиса является повышение эффективности мясомолочного производства на основе совершенствования организационно-экономических условий, реализации инновационных и инвестиционных проектов, направленных на возрождение интенсивной системы производства говядины и молока. В связи с этим, разработка аспектов повышения экономической эффективности скотоводческой отрасли имеет важное народнохозяйственное значение.

Вместе с тем, изменение условия организации и функционирования сельскохозяйственных предприятий предопределили необходимость разработки конкретных рекомендаций по вопросам использования ресурсного потенциала и повышения экономической эффективности производства мяса и молока. Именно этим обусловлен выбор темы данного исследования.

**Цель статьи** состоит в анализе факторов, снижающих рентабельность производства мяса и молока в хозяйствах Сакского района, и обосновании перспективных путей повышения его экономической эффективности.

По сравнению с другими отраслями сельского хозяйства, скотоводство имеет свои особенности, которые, в большей мере, определяются организационно-экономическими условиями, спецификой использования производственного потенциала отрасли в районе. Успешное развитие скотоводства зависит от обеспеченности рабочей силой, основными и оборотными средствами, кормовым фондом. Это предполагает концентрацию и специализацию производства в пригородных зонах крупных городов и в сырьевых зонах перерабатывающей промышленности. Эффективность производства продукции скотоводства показывает конечный экономический эффект от применения средств производства и труда, отдачу совокупных вложений.

Для систематического отражения результатов исследования нами избраны в качестве объекта исследования процессы организации эффективной деятельности мясомолочного подкомплекса предприятий Сакского района. Предметом

исследования выступила система натуральных и стоимостных показателей экономической эффективности производства продукции мясомолочного скотоводства.

**Анализ основных публикаций по теме исследований.** Теоретической и методологической основой данной работы послужили труды: Веселец О.С. и Чигринова Э.И. [1], Гвазава Д.Г. [2] и др. Проблемы обоснования путей повышения эффективности мясомолочного скотоводства получили отражение в работах Дусановского С.Л. [3], Жазылбекова Н.А. [4], Добрынина В.А. [7].

В более ранних работах автором были [6] систематизированы особенности моделирования факторов низкой окупаемости затрат в животноводстве АР Крым. В связи с этим, данное исследование является продолжением ранее начатых разработок по обоснованию параметров эффективности скотоводческой отрасли.

**Основные результаты исследования.** В последние годы наблюдается динамический спад производства, повышение всех затрат, образующих себестоимость производства мяса КРС и молока, что является одним из многочисленных факторов роста закупочных и реализационных цен на мясные и молочные продукты, производимые хозяйствами Сакского района. Ухудшились материально-техническое обеспечение и организация производства, труда и управления, что привело к динамическому сокращению, во-первых, поголовья скота и продуктивности основного стада коров; во-вторых, к снижению стоимости валовой продукции скотоводства и снижению показателей прибыли и росту убыточности производства мяса и молока.

В связи с этим, на внутреннем и внешнем мясном рынке наблюдается парадоксальное явление – падение предложения мясопродуктов при росте цен на скот. В результате низкой рентабельности мясного скотоводства происходит резкое падение производства и сокращение поголовья скота. На этот процесс оказывают влияние такие факторы, как: разрыв экономических связей между районами, сведение к минимуму государственной поддержки сельхозпроизводителей. Итак, недостаточная доходность производства при возросших ценах, с одной стороны, и трудности с реализацией скота с другой, привели к падению производства мяса и молока в районе и стране в целом (см. табл.1-3, 6-9).

Анализируя данные таблицы 1, следует отметить, что на протяжении 2004-2011 годов в хозяйствах Сакского района динамически сократилось поголовье крупного рогатого скота. Если в 2004 году все категории хозяйств располагали 25 тыс.гол, в том числе 13 тыс. гол коров основного стада, в 2010-2011 годы поголовье снизилось до 13,7 тыс.гол. и 14,2 тыс.гол соответственно, при поголовье коров 8,1 тыс.гол. и 7,7 тыс.гол. Надо согласиться с тем, что в экономике мясомолочного скотоводства первостепенное значение имеет рост среднегодовых удоев и прирост живой массы с одной головы.

Увеличение валовых надоев от того же поголовья – важный фактор повышения окупаемости затрат путем сокращения доли поддерживающей части корма и затрат труда на единицу продукции. Основная валовая продукция – молоко, получаемое от молочного стада коров, сопряженная – приплод, а



**ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ  
ПРОИЗВОДСТВА ПРОДУКЦИИ СКОТОВОДСТВА В АГРАРНЫХ  
ФОРМИРОВАНИЯХ САКСКОГО РАЙОНА**

побочная – навоз.

Таблица 1

Динамика поголовья КРС в Сакском районе в период с 2004 по 2011 гг.

Показатели	Все категории хозяйств			Аграрные формирования			Хозяйства населения		
	2004	2010	2011	2004	2010	2011	2004	2010	2011
Поголовье КРС, тыс. гол.	25,0	13,7	14,2	10,8	2,9	2,6	14,2	10,8	11,6
Поголовье коров, тыс. гол.	13,0	8,1	8,2	3,9	1,2	1,2	9,1	6,9	7,0
Производство: - говядины, тыс. тонн	7,6	6,8	7,7	1,2	1,3	1,5	6,4	5,5	6,2
- молока, тыс. тонн	35,7	31,7	32,9	9,2	4,8	4,5	26,5	26,9	28,4
Удельный вес поголовья КРС, %	100	100	100	43,2	21,2	18,3	56,8	78,8	81,7
Удельный вес коров, %	100	100	100	30,0	14,8	14,6	70,0	85,2	85,4

Как показывает анализ, в хозяйствах Сакского района в динамике за ряд лет произошли изменения в валовом производстве молока. Рассмотрим, как менялась производительность животных, поголовье коров в 2004-2011годы и как это повлияло на валовой надой.

Таблица 2

Динамика валового производства поголовья и производительности коров в хозяйствах Сакского района в период с 2004 по 2011 гг.

Показатели	Годы			2011 г. к 2004-2010гг.		В среднем за 2004-2011 гг.
	2004-2009	2010	2011	+/-	%	
Валовое производство молока, ц.	357000	317000	329000	-8000	97,6	334333
Поголовье КРС на конец года, гол.	25000	13700	14200	-5150	73,4	17633
вт.ч. коров (среднегод. поголовье)	13000	8100	8200	-2350	77,7	9767
Удой молока на одну корову, кг.	2746,2	3913,6	4012,2	682,33	120,5	3557,31
Удельный вес коров в стаде, %	52,0	59,1	57,7	54,52	105,9	55,4

Согласно данным таблицы 2, отмечается, что несмотря на достигнутый рост продуктивности и удельного веса коров в стаде на 20,5% и 5,9% соответственно, наблюдается спад производства молока на 2,4% в 2011 году по сравнению с 2004-2010 гг.

В 2011 году поголовье коров увеличилось, но незначительно по сравнению с 2010 годом (с 8100 голов до 8200 голов), что оказало влияние на валовой надой молока (с 3913,6 кг до 4012,2 кг).

В Сакском районе в анализируемый период произошло снижение валового производства молока в 2011 году на 8000 ц. или на 2,4%, в связи с сокращением поголовья коров на 2350 голов, или на 2,3%, но эти изменения сопровождались

повышением продуктивности животных на 682,33 кг, или на 20,5%. Если сравнивать фактическую продуктивность скота со среднерайонными данными за 2004-2011годы, то очевидно, что в хозяйствах она выше в два раза.

Изменение валового надоя молока в 2011 году по сравнению с предыдущими годами можно определить с помощью индексного анализа в разрезе сельскохозяйственных предприятий и домохозяйств района.

Таблица 3

Индексный анализ валового производства молока

Предприятия, хозяйства	Удой на 1 корову, кг.		Поголовье коров, гол.		Валовой надой, ц		
	2004-2010	2011г.	2004-2010	2011г.	2004-2010	2011г.	Условно
Индексы	У <sub>0</sub>	У <sub>1</sub>	П <sub>0</sub>	П <sub>1</sub>	У <sub>0</sub> П <sub>0</sub>	У <sub>1</sub> П <sub>1</sub>	У <sub>0</sub> П <sub>1</sub>
1-ой Тип	2745,10	3750	2550	1200	70000	45000	32941,18
2-ой тип	3337,5	4057,14	8000	7000	267000	284000	233625
<b>Итого</b>	х	х	10550	8200	337000	329000	266566,18

1. Индекс валового надоя молока:

$$\frac{\sum(U_1 P_1)}{\sum(U_0 P_0)} = \frac{329000}{337000} = 0,976.$$

2. Индекс продуктивности переменного состава:

$$U_1/U_0 \text{ где: } U_1 = \frac{\sum(U_1 P_1)}{\sum(P_1)}; \sum(U_0 P_0) / \sum(P_0).$$

Индекс переменного состава:

$$U_1/U_0 = 40,12/31,94 = 1,26.$$

3. Индекс продуктивности фиксированного состава:

$$\frac{\sum(U_1 P_1)}{\sum(U_0 P_1)} = \frac{329000}{266566,18} = 1,23.$$

4. Индекс структуры поголовья:

$$(U_{\text{прод. переем. состава}} / U_{\text{прод. фиксир. состава}}) = 1,26/1,23 = 1,01.$$

5. Индекс численности коров:

$$\frac{\sum(P_1)}{\sum(P_0)} = \frac{8200}{10550} = 0,78.$$

6. Абсолютное изменение валового надоя:

$$\Delta_{\text{ц}} = \sum U_1 P_1 - \sum U_0 P_0;$$

$$\Delta_{\text{ц}} = 329000 - 337000 = - 8000 \text{ ц, в т.ч. за счет продуктивности:}$$

$$\Delta_y = (U_1 - U_0) \cdot \sum P_1; \Delta_y = (40,12 - 31,94) \cdot 8200 = 67066,35 \text{ ц.};$$

за счет численности коров:

$$\Delta_{\text{п}} = (\sum P_1 - \sum P_0) \cdot U_0;$$

$$\Delta_{\text{п}} = (8200 - 10550) \cdot 31,94 = -75066,35 \text{ ц.}$$

Индексный анализ подтверждает сделанный ранее вывод о том, что в 2011 году в Сакском районе произошло снижение валового надоя молока на 2,4%. Валовой надой базисного периода на 23% ниже валового надоя 2011 г. Средний удой на одну корову в 2011 году на 23% выше среднего удою 2004–2010гг. Поголовье коров в 2011 году снизилась на 22%.

В 2011 году валовой надой молока был на 8000 ц меньше, за счет уменьшения численности коров. А за счет увеличения продуктивности коров дополнительно

**ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ  
ПРОИЗВОДСТВА ПРОДУКЦИИ СКОТОВОДСТВА В АГРАРНЫХ  
ФОРМИРОВАНИЯХ САКСКОГО РАЙОНА**

получено 670366,35 ц молока. Что касается производства мяса КРС, то следует констатировать удручающее положение мясного скотоводства Сакского района, что отражают показатели последующих таблиц.

Таблица 4

Индексный анализ валового производства мяса КРС

Предприятия, хозяйства	Выход живой массы на 1 гол., кг.		Поголовье КРС, гол.		Валовое производство мяса, ц		
	2004-2010	2011г.	2004-2010	2011г.	2004-2010	2011г.	Условно
Индексы	У <sub>0</sub>	У <sub>1</sub>	П <sub>0</sub>	П <sub>1</sub>	У <sub>0</sub> П <sub>0</sub>	У <sub>1</sub> П <sub>1</sub>	У <sub>0</sub> П <sub>1</sub>
1-ой Тип	290,70	1071,43	4300	1400	12500	15000	4069,8
2-ой тип	1322,22	1347,83	4500	4600	59500	62004	60822,2
Итого	х	х	8800	6000	72004	77000	64892

1. Индекс валового производства мяса КРС:

$$\sum(U_1 P_1) / \sum(U_0 P_0) = 77000 / 72004 = 1,07.$$

2. Индекс продуктивности переменного состава:

$$U_1 / U_0, \text{ где: } U_1 = \sum(U_1 P_1) / \sum(P_1); \sum(U_0 P_0) / \sum(P_0).$$

Индекс переменного состава:

$$U_1 / U_0 = 1,57.$$

3. Индекс продуктивности фиксированного состава:

$$\sum(U_1 P_1) / \sum(U_0 P_1) = 77000 / 64892 = 1,19.$$

4. Индекс структуры поголовья:

$$(U_{\text{прод. перемен. состава}} / U_{\text{прод. фиксир. состава}}) = 1,57 / 1,19 = 1,32.$$

5. Индекс численности скота мясного направления:

$$\sum(P_1) / \sum(P_0) = 6000 / 8800 = 0,68$$

6. Абсолютное изменение валового надоя:

$$\Delta_{\text{ц}} = \sum U_1 P_1 - \sum U_0 P_0;$$

$$\Delta_{\text{ц}} = 77000 - 72004 = 4996 \text{ ц.},$$

в т.ч. за счет продуктивности:

$$\Delta_y = (U_1 - U_0) \cdot \sum P_1; \Delta_y = (1,57 - 1,19) \cdot 6000 = 2292,0 \text{ ц.};$$

за счет численности коров.  $\Delta_n = (\sum P_1 - \sum P_0) \cdot U_0;$

$$\Delta_n = (6000 - 8800) \cdot 1,19 = -3324,0 \text{ ц.}$$

Таким образом, в 2011 году произошло увеличение валового производства мяса КРС на 7%, по сравнению с 2004-2010 гг.

При росте выхода живой массы с одной головы скота мясного направления на 19% в 2011 году отмечается сокращение поголовья скота на 32%.

Средняя продуктивность скота 2011 году на 57% выше среднего уровня за 2004-2010 гг. Численность скота в 2011 году снизилась на 32%.

В 2011 году валовое производство мяса было на 5000 ц меньше за счет уменьшения численности скота – на 72909,1 ц мяса, а за счет увеличения продуктивности животных сельскохозяйственные предприятия дополнительно получили 72909,1 ц.

Таким образом, изменение поголовья животных прямо влияет на валовое

производство мяса и молока и, естественно на основные показатели финансово-хозяйственной деятельности и состояния эффективности мясомолочного скотоводства. Рассмотрим причины этого явления.

В сельскохозяйственных предприятиях на снижение поголовья влияет вынужденный забой скота, в том числе и коров молочного направления. Показатели воспроизводства стада имеют особое значение, так как влияют на уровень продуктивности животных.

Таблица 5

Показатели воспроизводства стада

Показатели	годы					В среднем, 2007-2010гг	2011г. к 2007-2010 гг.	
	2007	2008	2009	2010	2011		+/-	%
Деловой приплод на 100 коров, голов	90	91	90	91	89	90,5	-1,5	98,3
Обеспеченность коров телками старше двух лет, %	15	18	17	19	25	17,25	7,75	144,9
Выбраковано коров, %	28	32	23	29	28	28	0	100,0
Падеж приплода, %	6	36	11	8	6	15,25	-9,25	39,3
Яловость коров, %	5,5	3,4	6,5	8,7	2,0	6,025	-4,025	33,2

Допустимый показатель яловости 3-5% превышает норму. Выход телят на 100 коров соответствует зоотехническим нормам, хотя за 2007-2011 годы деловой приплод снизился на 1,7%. Показатель обеспеченности коров телками старше двух лет должен быть 25% и более. В результате многочисленных неудачных экспериментов, политики реформ в сельском хозяйстве, в животноводстве в целом и скотоводстве в частности не происходит расширенного воспроизводства поголовья скота, так как процент выбраковки животных из стада выше (3% в среднем), чем процент обеспеченности коров телками старше 2-х лет. Следовательно, дополнительное содержание коров до случки (3-5 месяцев) повышает затраты на одну голову. Также сухостойный период превышает на 17 дней норму (60 дней), и сервис-период на 23 дня превышает норму (80 дней). Из-за увеличения затрат на одну голову, себестоимость мяса и молока повышается, снижая, тем самым эффективность производства продукции.

Важнейшим условием успешного развития мясомолочного скотоводства являются обеспеченность скота кормами и оптимизация условия содержания животных. Для этого решающее значение имеет укрепление кормовой базы, то есть системы производства кормов, обеспечивающей потребность животноводства. По зоотехническим нормам на 1 центнер прироста живой массы должно расходоваться 8,02 ц. к.е. и 1 центнер молока – 1,1 ц.к.е. Следовательно, чтобы обеспечить средний удой 3557,31 кг., в среднем за 2004-2011гг., необходимый уровень кормления должен быть на уровне 38.8 ц. к.е.

В Сакском района прослеживается перерасход кормов на одну голову скота и на 1 центнер живой массы, так как корма низкого качества и рационы не

**ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ  
ПРОИЗВОДСТВА ПРОДУКЦИИ СКОТОВОДСТВА В АГРАРНЫХ  
ФОРМИРОВАНИЯХ САКСКОГО РАЙОНА**

сбалансированы. В хозяйствах Сакского района концентрированный тип кормления с большим содержанием сочных кормов и незначительным содержанием грубых. Доля силоса в рационах должна быть снижена до 9–12%, а сена увеличена до 22-25% . Сено – естественный корм для скота и наиболее благотворно влияющий как на продуктивность животных, так и на их общее состояние. Доля грубых кормов очень низкая (7%) и должна быть увеличена до 28-30%. Несбалансированность рациона объясняется тем, что хозяйство кормит коров не тем чем нужно, а тем на что хватает средств. Организация производства мяса охватывает не только систему племенной работы, обеспечивающую повышение продуктивности, но и организацию основных рабочих процессов: полноценное кормление животных и подготовку кормов к скармливанию. Анализ данных фактического расхода кормов показал, что за период в среднем с 2004 по 2010 годы в расчете на одну голову скота на выращивании и откорме, а также на 1 ц прироста, расход кормов увеличился в 2011 году на 58,3% и 53,7%. В 2011 году расход кормов на 1 ц прироста живой массы составил 11,72 ц к.е. при 17,14 ц. к.е. в расчете на 1 голову скота. Это связано как с низкой обеспеченностью животных кормами, так и с перерасходом кормов и не рациональностью их использования в производстве мяса и молока. Помимо выше изложенного становится важным расчет показателей эффективности использования кормов на производство мяса КРС и молока в Сакском районе (см. табл.6 и 7).

Таблица 6

Эффективность использования кормов на производство говядины в  
сельскохозяйственных предприятиях Сакского района, в период с 2004 по 2011гг.

Показатели	Годы			2004- 2010гг. В среднем	2011г. К 2004- 2010гг.	
	2004-2009гг.	2010	2011		+/-	%
Затраты на корма, всего, тыс. грн	147456,91	94725,7	89523,4	121091,31	-31567,86	73,9
Поголовье КРС, гол.	74000	68000	77000	71000,0	6000,0	108,5
Всего корма, ц. к.е.	737780	794920	1319780	766350,0	553430,0	172,2
Расход кормов на 1 голову скота, ц к.ед.	9,97	11,69	17,14	10,83	6,31	158,3
Расход кормов в расчете на 1 ц прироста ц к.ед.	7,23	9,35	17,37	8,29	9,07	209,4
Себестоимость 1ц.к.ед., грн.	199,87	119,16	67,83	159,51	-91,68	42,5
Затраты на корма в расчете на 1ц, грн.	1445,66	1114,42	1177,94	1280,04	-102,10	92,0
Средняя цена 1 ц	3585,64	4541,15	1177,94	4063,40	-2885,46	29,0
Окупаемость затрат на корма	2,48	4,07	1,00	3,28	-2,28	30,51

Данные таблицы 6 указывают на то, что в структуре себестоимости мяса КРС

наибольший удельный вес занимают затраты на корма и на содержание скота. На протяжении анализируемого периода указанные показатели составили, соответственно, 66,0% и 13,7% в общей сумме затрат мясного скотоводства.

В 2011 году затраты на корма снизились на 26,1%, при росте поголовья скота на 8,5%. Необходимо отметить факт нерационального использования кормов. В 2011 году расход кормов в расчете на одну голову скота повысился на 58,3% и в расчете на один центнер живой массы расход кормов вырос в более чем 2,1 раза. Но не смотря на это обстоятельство, себестоимость одного центнера кормовых единиц сократилась на 57,5%, а затраты на корма для производства одного центнера мяса снизились на 8%.

Необходимо отметить, что экономическая эффективность производства говядины характеризуется системой показателей, основными из которых являются: прирост живой массы, расход кормов на 1 ц прироста, трудоемкость продукции, себестоимость 1 ц прироста живой массы, прибыль от реализации продукции, уровень рентабельности, о чем свидетельствуют показатели таблицы 7.

Таблица 7

Эффективность использования кормов на производство молока  
в сельскохозяйственных предприятиях Сакского района,  
в период с 2007 по 2011гг.

Показатели	Годы					В среднем 2007- 2010 гг.	2011г. к 2007-2010 гг.	
	2007	2008	2009	2010	2011		+/-	%
Затраты на корма, всего, тыс. грн.	27516,5	23967,4	29877,6	22773	20952,3	26033,6	-5081,31	80,5
Поголовье коров, гол.	15700	14600	13000	8100	8200	12850,0	-4650,00	63,8
Корма, тыс. ц. к.е.	644,36	574,56	542,64	472,33	447,44	558,47	-111,03	80,1
Себестоимость 1ц.к.ед., грн.	42,70	41,71	55,06	48,21	46,83	46,92	-0,10	99,8
Затраты на корма на 1ц молока, грн.	76,01	70,08	83,69	71,84	63,68	75,41	-11,72	84,5
Средняя цена 1 ц	83,53	93,44	89,99	97,08	120,16	91,01	29,15	132,0
Окупаемость затрат на корма	1,10	1,33	1,08	1,35	1,89	1,21	0,68	156,3

Анализ данных таблицы 8 показал, что производство мяса в расчете на 100 га сельхозугодий увеличилось на 4,5 ц, или на 29,8% в 2011 году по сравнению с 2004-2010гг. За анализируемый период рост производства молока составил 4,9 ц или на 9,1%. Отмечается парадоксальное явление сокращения производства продукции на одну голову скота. Сокращение производства мяса достигло 28,1%, а выращивание коров основного стада на 1 голову скота снизилось на 123,5 кг или на 31,5% в 2011 году.

**ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ  
ПРОИЗВОДСТВА ПРОДУКЦИИ СКОТОВОДСТВА В АГРАРНЫХ  
ФОРМИРОВАНИЯХ САКСКОГО РАЙОНА**

Таблица 8

Эффективность использования земли и выращивания скота в хозяйствах  
Сакского района в период с 2004 по 2011гг.

Показатели	Годы		2011г. в % к 2004-2010гг.	
	2004-2010	2011	+/-	%
Выход продукции на 100 га сельхозугодий, ц/га				
Мясо (в живом весе), ц	15,1	19,6	4,5	129,8
Молоко, ц	54	58,9	4,9	109,1
выход (выращивание) продукции на 1 голову, кг./гол.				
Мясо КРС	152,5	109,7	-42,8	71,9
Коровы	391,5	268,3	-123,2	68,5

Необходимо отметить, что на протяжении 2004-2011гг., производство продукции мясного и молочного скотоводства является не рентабельным, хотя отмечается небольшое оживление в секторе производства молока. Дальнейшее увеличение производства мяса и молока имеет большое значение. Стремление к повышению эффективности скотоводства данного района систематизировано в разрезе отдельных показателей таблицы 9.

Из данных таблицы 9 следует вывод, что цена реализации и себестоимость производства продукции ежегодно изменялись. Со средней ценой реализации одного центнера мяса КРС на уровне 4574,36 грн., цена 1 ц мяса КРС снизилась на 1230,78 грн. или на 21,2% в 2011 году по сравнению с 2004-2010гг. Цена 1 ц молока выросла на 394,80 грн. или на 62,1% в 2011 году, при средней цене одного центнера молока на уровне 1030,18 грн в 2011г. Что касается себестоимости производства 1 ц продукции, то отмечается снижение себестоимости говядины на 34,4% и повышение затрат на производство 1 ц молока на 26,4% в 2011 году по сравнению с 2004-2010гг. В 2011 году по сравнению с 2007-2010 гг. снижение себестоимости составило 45,5%.

Отмечается рост убытков в животноводстве на 89,9%, при снижении убытков в мясном скотоводстве на 35,1%. В молочном скотоводстве размер убытков в 2011 году увеличился в более чем 4,94 раза по отношению к среднему значению, достигнутому в районе за 2007-2010 годы на 49,5%.

Следует отметить, что мясное скотоводство является убыточным. Размер убытков уменьшился в 2011 году по сравнению с 2007-2010 годами на 34,1%. За последние три года предприятия района получали прибыль в размере 5043,85 тыс. грн, 2800,47 тыс. грн и 3637,0 тыс. грн соответственно в 2009, 2010 и 2011г., что отражает рентабельность 15,7%, 9,1% и 9,2% в эти годы. Исходя из этого, что уровень рентабельности молочного скотоводства в 2011 году повысился в 3,9 раза.

Таблица 9  
Показатели прибыли и рентабельности производства говядины и молока сельскохозяйственных предприятий Сакского района АРК, в период с 2007-2011 гг.

Показатели	Всего, тыс. грн.							в среднем 2007-2010 гг.		2011 г. к 2007-2010 гг.	
	2007	2008	2009	2010	2011	2011	2010	+/-	%		
Объем реализованного мяса КРС, ц.	31000	26000	17000	21000	23000	23000	23750	-750	96,84		
Объем реализованного молока, ц.	82004	61000	45000	44000	44000	44000	58000	-14000	75,86		
Цена реализации 1 ц мяса КРС, грн.	5359,49	5389,51	7930,41	4541,15	4574,36	4574,36	5805,14	-1230,78	78,84		
Цена реализации 1 ц молока, грн.	340,34	531,92	867,31	801,98	1030,18	1030,18	635,39	394,80	162,1		
Себестоимость производства 1 ц прироста КРС, грн.	1007,66	1130,97	1291,3	1114,42	1177,94	1177,94	1136,09	41,85	103,68		
Себестоимость производства 1 ц молока 1 ц, грн.	83,53	93,44	89,99	97,08	120,16	120,16	91,01	29,15	132,03		
Выручка от реализации мяса, всего, тыс. грн.	158232,45	133454,46	128274,90	90823,00	85190,51	85190,51	127696,2	-42505,7	66,71		
Выручка от реализации молока, всего, тыс. грн.	26579,08	30901,92	37170,28	33574,83	43169,64	43169,64	32056,53	11113,12	134,67		
Себестоимость, мяса, всего, тыс. грн.	169286,88	141371,25	131712,6	94725,7	89523,44	89523,44	134274,11	-44750,67	66,67		
Себестоимость молока, всего, тыс. грн.	30237,86	31956,48	32126,43	30774,36	39532,64	39532,64	31273,78	8258,86	126,41		
Прибыль по всем категориям хозяйств, всего, тыс. грн.	-2102,4	-2235,9	-8215,4	-3521,4	-2068,2	-2068,2	-4018,78	1950,58	51,46		
Прибыль в животноводстве, тыс. грн.	-3773	-2518	-190	-1512	-3796	-3796	-1998,25	-1797,75	189,9		
- в т.ч. в мясном скотоводстве, тыс. грн.	-11054,43	-7916,79	-3437,70	-3902,70	-4332,93	-4332,93	-6577,91	2244,97	65,87		
- в молочном скотоводстве, тыс. грн.	-3658,78	-1054,56	5043,85	2800,47	3637,00	3637,00	782,74	2854,26	464,65		
Уровень рентабельности (убыточности) производства КРС, %	-6,53	-5,6	-2,61	-4,12	-4,84	-4,84	-4,72	-0,125	102,65		
Уровень рентабельности (убыточности) производства молока, %	-12,1	-3,3	15,7	9,1	9,2	9,2	2,35	6,85	391,49		



**ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ  
ПРОИЗВОДСТВА ПРОДУКЦИИ СКОТОВОДСТВА В АГРАРНЫХ  
ФОРМИРОВАНИЯХ САКСКОГО РАЙОНА**

---

**Выводы.** Основным направлением повышения экономической эффективности производства мяса и молока является рост продуктивности животноводства при экономном расходовании материально-денежных средств на выращивание животных. Продуктивность выращивания коров в перспективе должна быть увеличена в 1,3-1,5 раза, а среднесуточный прирост живой массы крупного рогатого скота необходимо довести до 600-700 грамм вместо 420 грамм в настоящее время.

Повышение экономической эффективности скотоводства немыслимо без дальнейшего роста уровня комплексной механизации всех процессов. Организация труда должна быть бригадная или бригадно-звеньевая, установлен двухсменный режим работы.

Одним из основных резервов повышения рентабельности продукции скотоводства является улучшение качества молока и мяса. При этом важное значение отводится совершенствованию форм организации и материального стимулирования труда.

Основными источниками резервов увеличения производства мяса и молока является рост поголовья и продуктивности скота. Резервы роста поголовья определяются в процессе анализа выполнения плана по обороту стада. Это сокращение яловости поголовья, падежа животных и реализация их при оптимальной массе. Основными источниками роста продуктивности животных является повышение уровня их кормления и эффективности использования кормов, сокращения яловости коров, улучшение возрастного и породного стада, а также условий содержания животных.

Важным резервом увеличения производства мясомолочной продукции является сокращение ее потерь. Значительные потери продукции связаны с болезнями животных, нарушением технологической дисциплины. Результат этого – падеж животных, вынужденный убой, снижение прироста живой массы, выхода приплода и молока. Отсюда, необходимо вести работу по повышению продуктивности скота и выхода продукции с одной головы коров. Для повышения рентабельности производства и дополнительных средств необходимо найти оптимальные каналы сбыта, чтобы выручка от реализации была максимальной.

В Сакском районе имеется большой потенциал для повышения эффективности скотоводческого производства и при соответствующей оптимизации и интенсификации производства можно добиться высоких результатов и выведения производства на высокорентабельный уровень. Для этого требуются дополнительные затраты, которые быстро окупаются в результате повышения производительности скота и производительности труда работников. Материальное стимулирование способствует росту трудовой активности работников и производительности труда. Однако на валовое производство мяса и молока влияют множество факторов, основными из которых являются: численность поголовья молодняка на выращивании и откорме, численность поголовья и породность животных, а также их производительность. Достижение успехов в производстве невозможно без должного обучения

персонала технологии производства и рационального использования рабочего времени.

**Список литературы**

1. Василець О.С. Рівень безбитковості виробництва м'яса великої рогатої худоби різних генотипів у залежності від ціни реалізації / О.С. Василець, Є.І. Чигринов // Тваринництво України. – Х.: Нове знання, 2005. – 652 с.
2. Гвазава Д.Г. Экономические аспекты интенсификации молочного скотоводства. Доклады РАСХН. – 2006. – №2. – С. 47-50.
3. Дусановський С.Л. Інтенсифікація сільського господарства / С.Л. Дусановський // Економіка підприємств АПК. – 2003. – С. 114-122.
4. Жазылбеков Н.А. Развитию специализированного мясного скотоводства – приоритетное направление / Н.А. Жазылбеков, К.П. Таджиев [и др.] // Вестник сельскохозяйственной науки Казахстана. – 2005. – №5. – С.32.
5. Комарницька О.П. Економічна ефективність вирощування КРС в сільськогосподарських підприємствах та господарствах населення / О.П. Комарницька // Економіка АПК. – 2002. – №10. – С. 96-98.
6. Мабиала Ж. Системный анализ производства продукции мясо-молочного скотоводства и направления повышения ее экономической эффективности в условиях приватизации сельскохозяйственных предприятий / Ж. Мабиала, В.А. Кушпак // Экономика сельского хозяйства / Материалы 8 международной научно-практической конференции 9-10.IX. 2010 г. – С. 136-143. – М.: ВО «Агропромиздат», 1991. – 476 с.

*Поступила в редакцию 01.06.2012 г.*

**Мабиала Жильберт. Проблеми й перспективи підвищення ефективності виробництва продукції скотарства в аграрних формуваннях Сакського району/** Мабиала Жильберт // Ученьє записки ТНУ. Серія: Економіка та управління. – 2012. – Т. 25 (64), № 2. – С. 63-74.

У статті проводиться економічний аналіз сучасного стану ефективності виробництва м'яса й молока в аграрних формуваннях Сакського району. Виявляються фактори низької рентабельності й окупності витрат, а також пропонуються перспективні напрямки підвищення економічної ефективності системи скотарства у регіоні.

**Ключові слова:** собівартість, ціна, прибуток, рентабельність, індексний та факторний аналіз.

**Mabiala Gilbert. Problems and prospectives of improving the efficiency of bovine production in Saky region's agrarian formations /** Mabiala Gilbert // Uchenye zapiski TNU. Series: Economy and management. – 2012. – Vol. 25 (64), № 2. – P. 63-74.

The article presents the economic analysis of the current state of the effectiveness of meat and milk production in agrarian formations Saki region. The identify the factors of low profitability and cost recovery, and suggests promising directions of improving economic efficiency of livestock in the region was work-out.

**Keywords:** cost price, the price, profit, profitability, the index and factorial analysis.

**УДК 339. 138**

## **КОНТРОЛЬ РИНКОВОЇ СИТУАЦІЇ МАРКЕТИНГОВИМИ ОРГАНІЗАЦІЯМИ**

***Нехай В.В.***

*Запорізький національний університет, економіко-гуманітарний факультет у м. Мелітополі,  
м. Мелітополь, Україна  
E-mail: dflbv63@bk.ru*

У статті визначене місце маркетингових організацій у забезпеченні товароруху, виконанні операцій з контролю ринкової ситуації для цілей планування діяльності.

**Ключові слова:** маркетинг, організація, промисловість, сервіс, управління.

### **Постановка проблеми.**

Знання ринкової ситуації дає можливість організувати виробництво тих товарів, на які є попит. Маркетинг покликаний розвивати профільні ринки, спонукати інновації, оновлення асортименту, підтримувати беззбиткову діяльність вітчизняних підприємств. З часом простежується зростання довіри до професійних маркетингових організацій. Саме до таких відносяться, зокрема, і підприємства сільськогосподарського машинобудування.

Але існують певні проблеми, серед яких наступні:

- 1) слабка обізнаність керівництва підприємства у ринковій ситуації;
- 2) недостатній ступінь адаптації підприємств до ситуації на нових ринках;
- 3) слабка обґрунтованість планів виробництва, що призводить до виробництва товарів, які не цікаві споживачу, або виробляються у кількості, яка або недостатня для задоволення потреб, або є надлишок, нецікавий споживачу;
- 4) слабкий вплив з боку підприємств на уподобання ринку тощо.

Вказані проблеми більш успішно вирішуються, як свідчить закордонна практика, за допомогою застосування консолідованого маркетингу. Саме тому, **метою** даного дослідження є визначення місця маркетингових організацій у здійсненні контролю ринкової ситуації.

### **Аналіз публікацій за темою дослідження.**

Значний внесок у вирішення проблеми вдосконалення управління підприємством на основі використання ринкової інформації, отриманої маркетинговими організаціями, внесли: Раут Джек, Бел Райс, Буїсон Д. [1], Кохінакі Ф., Амблер Т. [2], Метцен Т., Кранц Ю. [4], та інші іноземні науковці, у працях яких обґрунтована необхідність впровадження маркетингу на підприємствах, контроль ринкової ситуації організаціями та службами маркетингу.

Кольс і Уайль так описали основні функції консолідованого маркетингу:

- 1) колективне ведення переговорів про ціну та укладання угод від імені всіх виробників даного товару;
- 2) виконання ролі єдиного агента зі збуту даного товару, що має широкі повноваження у всіх аспектах маркетингу, включаючи володіння складськими приміщеннями;

3) фінансування діяльності зі збору даних про ринок та ринкові дослідження;  
4) укладання угод про об'єднання виробників для вирішення проблем господарювання фермерів;

5) регулювання виробництва та збуту [2, с. 806].

У своїй роботі «Позиціонування прокладає дорогу у хаосі ринку» Джек Траут та Ел Райс пропонують, прагнучи до знаходження «...найбільш значимої позиції на ринку, постійно організовано шукати відповіді на наступні питання:

1) Яку позицію, якщо така є, ми займаємо у свідомості потенційного покупця?

2) Яку позицію ми бажаємо зайняти?

3) Які компанії треба обійти, якщо ми спробуємо зайняти цю позицію?

4) Чи достатньо великим є маркетинговий бюджет, щоб зайняти та втримати цю позицію?

5) Чи достане нам мужності додержуватись обраної концепції позиціонування?

6) Чи відповідає творчий підхід, який використовується, стратегії позиціонування?» [1, с. 306].

Серед вітчизняних і країн СНД вчених, які торкались цих питань – Чернявський А.Д. [3], Корилук С.І., Гнатенко Н.В., Олійник Г.А., Рижеконт Д.І. [4], Пономарьова Ю.В. [5]. В роботах цих авторів виділено питання організації маркетингу та логістичного забезпечення підприємств.

#### **Основні результати дослідження.**

Зазвичай товарний ринок визначається як добірка товарів, які оцінюються в аналогічних ситуаціях їх застосування, коли є схожі вигоди, та споживачів, які сприймають дані способи використання як значимі. Таким чином, пріоритети за попитом та споживачем.

Необхідність створення систем організованого (консолідованого) маркетингу на рівні групи підприємств однієї галузі, є актуальним завданням у зв'язку з існуванням цілої низки проблем. Існують різні форми об'єднань підприємств з метою спільного вирішення питань маркетингового забезпечення діяльності підприємств, зокрема, збуту.

Існує практика діяльності територіальних управлінь зі збуту. Такі управління діють на внутрішніх ринках багатьох країн та відіграють важливу роль у просуванні товарної продукції.

Організації, подібні Національному управлінню тваринництва та м'ясної промисловості США, Молочній маркетинговій Раді Онтаріо в Канаді, датському Управлінню молочної промисловості у широкому масштабі сприяють продажу профільних товарів на внутрішніх та зовнішніх ринках. Оскільки конкуренція з боку альтернативних продуктів та зниження споживчого попиту стали очевидними, виробники товарів у різних країнах створюють об'єднання та фінансують спільне поширення продукту. Яскравими прикладами таких організацій є Міжнародний секретаріат шерсті в Австралії, який до 1996 року знаходився у Лондоні та Міжнародна організація кави у Великобританії [2, с. 807].

Причини, які спонукають до об'єднання виробників для спільного вирішення проблем збуту на зовнішніх ринках, є наступні:

- можливість отримати іноземну валюту;
- прагнення краще, з належним прибутком використовувати виробничі потужності;
- бажання працювати в умовах більш низької конкуренції, ніж у своїй країні;
- сподівання отримати податковий кредит для експортера;
- можливість покращити фінансове становище за рахунок експорту для модернізації виробництва тощо.

Зважаючи на проблеми, з якими стикається сільськогосподарське машинобудування в Україні, зокрема, проблеми збуту, треба враховувати досвід та форми виходу на закордонні ринки з продукцією, яка не має належного збуту на внутрішньому ринку.

Консолідація зусиль щодо спільного подолання підприємства сільськогосподарського машинобудування проблем виходу на зовнішні ринки дозволила б успішно вирішити цілу низку проблемних питань організаційного характеру, серед яких:

- транспортування товарів та вантажні перевезення;
- митні відносини;
- більш професійний підхід до урегулювання суперечок при зовнішньоекономічних угодах;
- більш зважене обрання та додержання умов розрахунків при ЗЕД;
- обізнаність у правових питаннях країн-партнерів за угодами тощо.

Система збуту у системі консолідованого маркетингу повинна бути оптимальною та сприяти досягненню наступних цілей:

- 1) мінімізувати витрати на збут для підприємств-учасників;
- 2) максимізувати обіг та збільшити ринкову долю підприємства;
- 3) оптимізувати кількість збутових посередників, які приймають участь у процесі розподілу товару;
- 4) забезпечити контрольованість маркетингового плану;
- 5) сприяти утворенню довгострокових зв'язків усередині каналу збуту.

Щодо вирішення проблем безпосередньо виходу на зовнішні ринки для контролю ринкової ситуації, то можна сказати, що існують наступні його форми: свої відділи збуту, сторонні збутові фірми своєї країни та збутові фірми з інших країн. Кожна з цих форм має свої позитивні риси та свої недоліки.

Зупинимось на недоліках. Відділи збуту підприємств діють таким чином, що найбільшу увагу приділяють сегментам ринків, які є знайомими та, на їх погляд, найменш ризикованими та витратними. Діючи за схемою «звичності» такі відділи часто наносять шкоду своєму підприємству, хоча, на перший погляд, здається, що навпаки – економлять кошти, не витрачаючи зайвого на пошук нових партнерів у бізнесі, надають перевагу перевіреним покупцям. Крім того, відділи збуту за умов відсутності відділу маркетингу працюють з направленістю на реалізацію будь-якою ціною. Маркетинговий же принцип, без якого важко вистояти в конкурентній боротьбі – це виробництво того, що продається, а не продаж того,

що виробляється. Не підприємство повинне вказувати споживачам, що їм треба купувати, а саме покупці сповіщають про свої потреби.

Ще одним недоліком у роботі відділів збуту є те, що вони занадто залежні від керівництва підприємства і розробка тактичних та стратегічних планів збуту, яка потребує неабиякої компетентності у ринковому середовищі, їм зазвичай не притаманна. Робота за звичними схемами, обмеженість у обранні методів впливу на ринок є непереборною рисою діяльності таких підрозділів.

Наступна форма виходу з метою контролю ситуації та збуту на зовнішні ринки – збутові фірми своєї країни. Вони є професіоналами своєї справи, «володіють» профільними ринками, але недоліки в їх роботі теж існують. Справа в тому, що вони не надто переймаються після реалізації товару тим, яке враження складеться у споживача про товар та чи схоче знову споживач його купувати. Рветься зв'язок між виробником та споживачем, тобто тому, хто вирішує, яким потрібен бути товар (склад, упакування, матеріали, які використовуються при його виробництві, спосіб доставки, після продажне обслуговування тощо), інформація про зауваження та побажання споживача може не дійти. Виробник буде продовжувати пропонувати товар ринку у тому вигляді, як і раніше, що може призвести до стрімкого спаду у продажах навіть гідного товару.

Крім того, існують форми збутового посередництва, наприклад, консигнатори, комісіонери, які не передбачають обов'язкового продажу товарів у певний термін, з виконанням певних вимог. Це дуже шкодить новому продукту, може затримати процес закріплення його на ринку. Тобто знов постає питання відповідальності посередника перед виробником у налагодженні зворотних зв'язків.

Закордонні збутові посередники мають ті ж самі недоліки, що й вітчизняні. До цих недоліків треба додати ще й те, що вони знаходяться для українських виробників у більш вигідному положенні у зв'язку з тим, що вітчизняні товари поки що не мають гідного іміджу на зовнішньому ринку, є ризиковими для закордонного споживача, тому посередники з-за кордону «диктують правила», а не навпаки. Це стосується товарів різних галузей виробництва.

Можна впевнено сказати, що вказані недоліки притаманні тій чи іншій формі збуту, є дуже вагомими, щоб не приймати заходів для пошуку більш раціональних форм збуту, нових, та більш надійних.

У агропромислового комплексу України ідея фермерських об'єднань виникла доволі давно. Такі об'єднання за умов їх існування самі по собі могли б бути приводом для появи маркетингових об'єднань, які є потенційними постачальниками сільгосптехніки.

Дослідники питань консолідації бізнес-зусиль для фермерів українські та німецькі науковці у спільній праці «Основи маркетингу» [4, с. 182] наступним чином окреслюють положення фермерських господарств та кола питань для вирішення.

Фермерство, як бізнес, складається з двох взаємопов'язаних аспектів. Перший – технічна сторона виробництва, другий – функції та спроби, які забезпечують підтримку виробничого процесу. Виробничий процес здійснюється,

в основному, фермером та його сім'єю. Діючи в групі, фермер, за потреби, отримує поради технічного характеру, використовує робочу силу та техніку із сусідніх господарств. Фермеру забезпечений доступ до інших джерел сприяння таких, як кредити, переробка, маркетинг.

Суттєвими рисами виробничих фермерських об'єднань, є: добровільне членство; керівництво обирається з членів об'єднання; демократичний контроль; членство на основі незалежних фермерських господарств; незалежність; спроможність та самофінансування; розподіл прибутків.

Виділяють три основні типи фермерських об'єднань: маркетингові об'єднання; закупівельні об'єднання; обслуговуючі об'єднання.

Члени маркетингового об'єднання мають певні переваги, серед яких:

- сильна позиція у проведенні торгових переговорів;
- продаж товарів великими партіями;
- однорідність продукції за якістю, основою якої є дисципліна в об'єднанні;
- стабільність поставок завдяки дисципліні виробництва;
- більш професійний маркетинг, заснований на дослідженнях товару та ринку, розвитку товару та сегментації ринку;
- відсутність конкуренції між виробниками всередині групи;
- кращі ціни, кращі прибутки виробників продукції;
- доступ до кращих каналів збуту;
- розвиток підприємства кожного члена групи;
- сильна ринкова позиція замість конкуренції;
- більш висока якість послуг;
- економія капіталу та поточних витрат;
- можливість використання більш кваліфікованої праці.

Фермери, що не є членами маркетингового об'єднання, можуть стикатись з такими труднощами:

- 1) слабка позиція у проведенні торгових перетворень;
- 2) низькі обсяги продажу;
- 3) неоднорідна якість продукції;
- 4) непередбаченість;
- 5) сезонність виробництва;
- 6) відсутність знань ринку;
- 7) конкуренція між виробниками продукції;
- 8) низькі ціни;
- 9) відсутність потенціалу розвитку (ринки та товари).

Закупівельні об'єднання розповсюджують своє співробітництво на закупки.

Члени такого об'єднання спільно закупають корми, паливо, насіння, добрива, ветеринарні послуги тощо.

Основні риси закупівельних об'єднань:

- 1) накопичення потреб;
- 2) економія на масштабі виробництва;
- 3) більш висока купівельна спроможність;
- 4) високий рівень сервісу;

- 5) централізоване зберігання, транспортування, доставка;
- 6) доступ до більш широкого кола ресурсів, необхідних для виробництва;
- 7) доступ до більш широкого асортименту послуг.

Обслуговуючі об'єднання створюються для кращого управління виробничими витратами. Особливо це стосується витрат на техніку. Діяльність об'єднання по спільній експлуатації сільськогосподарської техніки може допомогти знизити капітальні та експлуатаційні витрати на техніку, відкрити членам фермерського об'єднання доступ до сучасного, більш продуктивного обладнання, ефективно працювати на фермі.

Також група вітчизняних та німецьких вчених характеризують доцільність маркетингових об'єднань у агробізнесі. Більшість з вказаних положень можна впевнено перенести на підприємства сільськогосподарського машинобудування, тобто розглядати, як приклади для застосування при умові консолідації маркетингу щодо спільних маркетингових об'єднань.

Фермери успішно виробляють сільськогосподарську продукцію, але їм рідко вдається успішно реалізувати її. Це є результатом низки факторів, серед яких:

- навчання та отримання навичок фермерів базується на системах виробництва, часто, на спеціалізованому рівні. Мало хто навчається маркетингу;
- господарства, працюючи в системі централізованої планової економіки, не потребували удосконалення своїх маркетингових стратегій;
- підприємства переробки, оптової та роздрібної торгівлі знаходяться в більш вигідній позиції, ближче до ринку та отримують прибутки від доданої вартості на сільськогосподарську продукцію;
- в приватному секторі господарства є дрібними виробниками та не можуть впливати на ціни на ринку;
- виробники погано знають потреби споживачів та напрями торгівлі [1, с. 185].

Маркетингові фермерські об'єднання допомагають фермерам подолати ці недоліки. Якщо виробники бажають збільшити свою частку, вони повинні поставити собі ряд питань.

- 1) Що ми виробляємо краще за всіх?
- 2) Як ми можемо отримати більшу ціну за продукцію?
- 3) Хто є потенційними споживачами?
- 4) Що бажають купувати потенційні споживачі і як вони бажають це купувати?
- 5) Чи може бути продукція реалізована незалежно, чи виробникам вигідніше збувати її спільно?

Економічний потенціал спільного маркетингу обумовлений тим, що якщо додана вартість не була створена за рахунок переробки продукції, спільна реалізація продукції дозволить фермерам отримати за неї кращу ціну. Для цього потрібно: виробляти товар, потрібний споживачу; поставляти продукцію відповідної якості; забезпечувати ефективну поставку продукції; обговорювати умови оплати з покупцем; пропонувати свій товар в найбільш зручну пору року, а не тоді, коли раптом знадобились гроші; обходитись невеликою кількістю посередників [2, с. 185].



**Висновки.**

Підсумовуючи результати дослідження, зазначимо, що питання спільного вирішення проблем товаробігу для виробничих підприємств є надзвичайно своєчасними та важливими. Маркетинг, як показав досвід діяльності підприємств України та інших країн, стає все більш необхідним засобом для досягнення сталого розвитку та збільшення прибутку за рахунок знань про споживача та орієнтації на його проблеми.

Існує досвід (але ще не надто сприйнятий вітчизняними підприємствами) організованого об'єднаного маркетингового забезпечення просування товарів різних галузей на ринок.

Консолідований маркетинг передбачає досягнення оптимального поєднання в управлінні підприємством, раціонального планування виробництва для вдалого збуту. Обставини та направленість такої консолідації за багатьма напрямками прийнятні для підприємств, зокрема, сільськогосподарського машинобудування України, які в наш час, переживають значні труднощі.

Відродження господарських маркетингових спілок, об'єднаних спільними функціями, є нелегким завданням, але в його вирішенні зацікавлені виробники, посередники, споживачі.

Пріоритетним напрямком розвитку галузі сільськогосподарського машинобудування є формування її у організовану, сталу, прибуткову частину економіки нашої країни, яка є індустріально-аграрною. Організований на рівні споріднених галузей, району, області, певної території консолідований маркетинг має стати помічником у цьому процесі.

**Список літератури**

1. Классика маркетинга / [составители Б.М. Энис, К.Т. Кокс]. – М. – СПб: Питер, 2001. – 752 с.
2. Маркетинг / [под ред. М. Бейкера]. – СПб: Питер, 2009. – 1200 с.
3. Чернявский А.Д. Антикризисное управление: [учеб. пособие] / А.Д. Чернявский. – К.: МАУП, 2000. – 208 с.
4. Корилук С.І. Основи маркетингу: навчальний посібник для студентів економічних спеціальностей / С.І. Корилук, Н.В. Гнатенко, Г.А. Олійник, Д.І. Рижекось, Т. Метцен (НФР), Ю. Кранц (НФР). – Ніжин: Аспект, 2009. – 235 с.
5. Пономарьова Ю.В. Логістика: [навч. посібник] / Ю.В. Пономарьова. – К.: Центр навчальної літератури, 2005. – 328 с.

*Поступила в редакцію 01.06.2012 г.*

**Нехай В.В. Контроль рыночной ситуации маркетинговыми организациями / В.В. Нехай // Ученые записки ТНУ. Серия: Экономика и управление. – 2012. – Т. 25 (64), № 2. – С. 75-81.**

В работе определено место маркетинговых организаций в осуществлении товародвижения, выполнении операций по контролю рыночной ситуации для целей планирования деятельности.

**Ключевые слова:** маркетинг, организация, промышленность, сервис, управление.

**Nekhay V.V. Control of market situation of marketing organizations / V.V. Nekhay // Uchenye zapiski TNU. Series: Economy and management. – 2012. – Vol. 25 (64), № 2. – P. 75-81.**

In sat'e the place of marketings organizations is certain in realization of motion of commodity, implementation of operations on control of market situation for the aims of planning of activity.

**Keywords:** marketing, organization, industry, service, management.

УДК 338.484.2

## ЗБАЛАНСОВАНА СИСТЕМА ПОКАЗНИКІВ ЯК ІНСТРУМЕНТ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ПОТЕНЦІАЛУ ТА ПРИВАБЛИВОСТІ ТУРИСТИЧНО-РЕКРЕАЦІЙНОГО КЛАСТЕРУ

*Пилипенко А.А.*

*Харківський національний економічний університет, м. Харків, Україна  
E-mail: aapil@ukr.net*

Доведено доречність формування контурів управління розвитком кластерів, що використовуватимуть у якості важелів управління рівнем розвитку наявного у них потенціалу. У якості інструментарію організації стратегічного управління обрано збалансовану систему показників та модель життєздатних систем. Перспективи стратегічної карти збалансованої системи показників розширено наборами показників, що розкривають рівень розвитку потенціалу суб'єктів туристичної діяльності (перспектива навчання та розвитку) та привабливість туристично-рекреаційного кластеру (клієнтська перспектива). Визначено сценарії використання збалансованої системи показників для різних організаційних форм побудови кластеру.

**Ключові слова:** потенціал, туристична привабливість, квазіінтеграція, туристично-рекреаційний кластер, збалансована система показників, організація управління.

**Постановка проблеми.** В останні роки у світовій економічній думці виявилось досить багато напрямків досліджень, які описують новітні явища та процеси. Нажаль, доволі часто залишаються поза увагою учених-економістів базові економічні постулати, які мають адаптуватися до нових вимог середовища господарювання.

Враховуючи досить поширений зараз акцент досліджень на процеси утворення кластерів підприємств та в контексті актуалізації наявного досвіду по відношенню до новітніх вимог розглянемо питання організації управління розвитком потенціалу кластерних структур. Більш того, з оглядом на наявність широкого спектру досліджень щодо кластеризації промислових підприємств та досить обмеженої їх кількості у сфері послуг розглянемо особливості саме туристично-рекреаційного кластеру (туризм розглядається як одна з найпоширених складових сфери послуг).

При цьому, у якості інструментального підґрунтя пропонуємо використати концепцію *Balanced Scorecard*, розроблену Капланом Р. та Нортонем Д. [5, 6]. Зараз дану концепцію розглядають як універсальний інструмент, що може вирішити всі можливі проблеми будь-якого підприємства. Це не є цілком вірним. Але здійснене авторами *Balanced Scorecard* об'єднання різних теорій фірми й концепції менеджменту безсумнівно заслуговує на особливу увагу.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій** вказує на відсутність єдності думок учених щодо висвітлення питань організації управління розвитком потенціалу кластерних структур та відповідній доречності проведення досліджень у даному напрямку. По-перше, означена ситуація проявляється в розбіжностях трактування категорії кластер. Так, більшість дослідників [2, 4] використовують тлумачення кластеру, яке надав Портер М. [10]. Тим самим процес ідентифікації кластеру переважно базується на критеріях

**ЗБАЛАНСОВАНА СИСТЕМА ПОКАЗНИКІВ ЯК ІНСТРУМЕНТ СТРАТЕГІЧНОГО  
УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ПОТЕНЦІАЛУ ТА ПРИВАБЛИВОСТІ ТУРИСТИЧНО-  
РЕКРЕАЦІЙНОГО КЛАСТЕРУ**

---

взаємопов'язаності та географічної близькості. Нажаль даний підхід не враховує тенденції поширення інформаційно-комунікаційних технологій, розвиток яких дозволяє відійти від означеного територіального аспекту. Отже, більш доречним є використання словосполучення "кластерна структура", для розуміння сутності якої, нажалі, також відсутня одностайна позиція. Навіть наявність Європейського меморандуму про кластери [15], підтверджуючи доречність активізації кластерних ініціатив та необхідність будувати кластери на інноваційному підґрунті, не дає чітких термінологічних визначень.

Другою проблемною ситуацією є питання ідентифікації сутності поняття "потенціал кластерної структури". З одного боку існує вельми широкий пласт досліджень присвячених розгляду категорії "потенціал" (навіть адаптованих до умов непередбачуваності оточення [14]), яка є досить багатогранною та багатоаспектною. Нажаль в більшості випадків учені проводять дослідження на рівні окремого підприємства чи регіону, залишаючи поза увагою м'які інтеграційні утворення. Існують лише поодинокі праці, які розглядають потенціал сукупності підприємств. Так, наприклад, Sachs S.зі співавторами [11] робить наголос на необхідності визначення й управління потенціалом взаємодії підприємства з його стейкхолдерами. Нажаль при цьому не надається підходу до кількісного визначення такого потенціалу. Навіть у Європейського меморандуму про кластери [15] лише говориться про необхідність розгляду потенціалу кластеру як чогось більшого, ніж сума потенціалів вхідних до кластеру учасників (можна визначити як необхідність досягнення синергії потенціалів). При цьому нічого не говориться про інструментарій та механізми забезпечення досягнення такої синергії потенціалів учасників кластеру.

По-третє, суперечності між дослідниками існують і в контексті розуміння словосполучення "організація управління". З одного боку управління, як і будь-який процес має бути певним чином організований. Така організація, в свою чергу, має враховувати набутки теорії організації [9, 17]. З іншого боку, організація становить одну з функцій управління, що значно ускладнює отримання остаточного розуміння словосполучення "організація управління". У будь-якому разі, в рамках класичної теорії організацій можна організувати управління діяльністю відокремленого суб'єкта господарювання. По відношенню ж до кластерних структур та управління їх потенціалом класичні підходи слід збагачувати набутками інших теорій, орієнтованих саме на регулювання коопераційно-інтеграційної взаємодії.

На думку авторів до таких теорій слід віднести концепцію організаційної екології [3] та еволюційно-інституціональний підхід [8]. При цьому положення концепції організаційної екології визначатимуть особливості поведінки учасників кластеру, а інституціональна теорія – регламентуватиме формальні й неформальні норми й правила такої взаємодії. Окремо виділимо дослідження [7] присвячені особливостям формування "екосистем бізнесу" (представляються як мережа покупців та постачальників, що взаємодіють у певному соціально-економічному оточенні й підпорядковуються параметрам власної нормативно-правової бази). Хоча в цих дослідженнях не говориться безпосередньо про управління потенціалом чи про формування кластерів, означений підхід дозволяє визначити архітектуру й підпорядкованість контурів зворотних зв'язків. Саме такі зв'язки й забезпечуватимуть реалізацію процесів управління кластерною структурою за

критерієм максимізації розкриття потенціалу її учасників.

Визначаючи особливості розуміння потенціалу кластерної структури слід врахувати й додаткові особливості, які виникають під час розгляду туристично-рекреаційного кластеру. Так, з одного боку потенціал такого кластеру визначатиметься наявними в нього туристично-рекреаційними ресурсами та сприйняттям даних ресурсів споживачами туристичних послуг (дану складову потенціалу кластеру можна ідентифікувати як привабливість). З іншого боку, простої наявності туристично-рекреаційних ресурсів недостатньо для організації управління розвитком кластеру та для однозначної ідентифікації його потенціалу. Тут слід додатково врахувати ресурси й компетентності тих суб'єктів, які надають доступ споживачам до туристично-рекреаційних ресурсів (до туристичних аттракторів) та оцінити відповідність між одними та другими ресурсами.

**Метою статті** є розвиток теоретико-методологічних засад організації управління розвитком потенціалу туристично-рекреаційного кластеру та формування відповідного інструментального забезпечення, підпорядкованого параметрам концепції збалансованої системи показників.

**Виклад основного матеріалу.** В основу досягнення мети дослідження пропонується покласти теорію інтеграційного розвитку суб'єктів господарювання, адаптовану до означених особливостей туристично-рекреаційної діяльності. Підґрунтя даної теорії складає уявлення про наявність в рамках кластеру окремих акторів-учасників – суб'єктів туристичної діяльності (задаються множиною  $\{STD\}$ ), взаємодія яких відбувається в рамках певної системи інтеграційних обмежень ( $\{IO\}$ ). Зрозуміло, що функціонування туристично-рекреаційного кластеру потребує певного регламентування. Базу для організації такого регламентування формує такий елемент інституціональної економічної теорії як концепції контролю (формалізуються відповідною множиною  $\{KK\}$ ). Елементи  $\{KK\}$  міститимуть в собі інституціоналізовану систему правил й норм спільної діяльності учасників кластеру. Саме складові множини й  $\{KK\}$  регламентують процес переходу кластеру та вхідних до нього суб'єктів туристичної діяльності вздовж обраної траєкторії розвитку.

Для того, щоб забезпечити керованість розвитку як окремого туристичного суб'єкта, так і їх об'єднань потрібне введення певного кількісного критерію. На думку автора статті таким критерієм має бути потенціал туристично-рекреаційного кластеру, який розраховується на базі консолідації показників звітності учасників кластеру (для недопущення повторного обліку операцій учасників кластеру не включаються до розрахунків залишки взаємної заборгованості та нереалізовані прибутки з внутрішньо групових операцій). Для організації управління розвитком кластеру слід використовувати різні види потенціалу, тому його пропонується також представляти у вигляді відповідної множини  $\{P\}$ .

Умовою розвитку, тут буде не ослаблення потенціалу при переході між етапами еволюційного та революційного розвитку. Саме для забезпечення реалізації даної умови пропонується використання концепції Balanced Scorecard (BSC). Нами прийнято рішення щодо використання інструментарію BSC через її повну відповідність ресурсній парадигмі стратегічного менеджменту та концепції динамічних спроможностей фірми (початково розроблені Тісом Д. Дж. [16]). При

**ЗБАЛАНСОВАНА СИСТЕМА ПОКАЗНИКІВ ЯК ІНСТРУМЕНТ СТРАТЕГІЧНОГО  
УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ПОТЕНЦІАЛУ ТА ПРИВАБЛИВОСТІ ТУРИСТИЧНО-  
РЕКРЕАЦІЙНОГО КЛАСТЕРУ**

---

цьому, з оглядом на множинність підходів до розуміння сутності категорії "потенціал" (їх аналіз не відноситься до мети статті), зупинимось на ресурсній парадигмі (також з оглядом на праці Теесе D. J. В рамках даної парадигми потенціал розглядається через наявні у суб'єкта господарювання (у даному випадку і – через алокацію на певній території) ресурси та можливості їх використання. Тут доречним стає залучення ідей іншої концепції стратегічного менеджменту – "ключових компетенцій" [12, 13]. При цьому нами пропонується компетенції розглянути саме в контексті виключних й відмітних можливостей переробляти наявні ресурси (діяльність кластеру ми розглядаємо в контексті процесів трансформації наявних в його рамках ресурсів або в контексті отримання вигід від їх наявності).

Отже, для організації стратегічного управління туристично-рекреаційним кластером пропонується ввести діалектичний взаємозв'язок між поняттями потенціалу та туристичної привабливості кластеру. Так, туристична привабливість є рефлексивним відображенням образу туристично-рекреаційного кластеру у свідомості споживачів туристичних послуг. Потенціал же туристично-рекреаційного кластеру можна представити як ступінь досягнення відповідності фактичного рівня використання туристично-рекреаційних ресурсів сформованому у свідомості споживача образу кластеру або як образ кластеру, який сформовано у суб'єкта, що приймає рішення про розвиток кластеру (у більшості випадків таким суб'єктом виступають органи влади чи фасилітатор). Відповідно встановлення причинно-наслідкових зв'язків між елементами збалансованої системи показників (цілями, індикаторами, стратегічними завданнями тощо) забезпечуватиме відбір оптимальних варіантів комбінування туристично-рекреаційних ресурсів та ресурсів суб'єктів туристичної діяльності.

Формування переліку показників та їх розподіл між перспективами стратегічної карти також незначними чином трансформується. Складова бізнес-процесів відображатиме діяльність щодо розкриття потенціалу кластеру через формалізацію параметрів взаємодії учасників кластеру (розкривається як відображення  $\{IO\}$  та  $\{KK\}$  на параметри життєдіяльності окремих  $\{СТД\}$ ). Клієнтська складова відображатиме діяльність щодо формування образу кластеру у свідомості туристів та рекреантів. Перспективу навчання та розвитку в свою чергу буде орієнтовано на фіксування прийнятих у межах кластеру інституціональних настанов (раніше означені як  $\{KK\}$ ) та визначення їх зв'язку з діяльністю щодо максимізації розкриття потенціалу туристичного кластеру.

Прийняття пропонованого підходу до структурування стратегічної карти збалансованої системи показників дозволяє відійти від поданих на початку статті теоретичних неузгодженостей. Так, по-перше, ідентифікація туристично-рекреаційного кластеру відбуватиметься на підґрунті визначення сили та структури інтеграційних обмежень ( $IO$ ). По-друге, параметри BSC будуть чітко співвіднесені з ключовими компетенціями кластеру, що цілком відповідає вимогам [5, 6]. У даному випадку ключові компетенції вважаються ідентичними такому елементу концепції BSC як Key Success Factor (KSF). Разом з тим, слід враховувати неоднорідність структурної побудови кластеру та різні варіанти його організаційного дизайну. Зрозуміло, що в залежності від особливостей організації кластеру будуть змінюватися й підходи до організації управління розвитком його потенціалу та до реалізації процедури каскадування, що входить до

інструментарію BSC.

По-друге, при організації управління розвитком потенціалу кластеру слід враховувати, що не створюється новий суб'єкт ринку, але має місце наявність контролю над поведінкою формально самостійних агентів, при відсутності контролю над їхньою власністю. Дана особливість робить доречним застосування концепції мультиагентських систем, яка у якості об'єктів управління розглядатиме вхідні до кластеру суб'єкти туристичної діяльності (*СТД*), незалежно від галузевої приналежності й форм власності. У рамках даної множини доречним є виділення підмножина об'єктів права державної власності.

Мультиагентський підхід дозволяє розглядати кластер як квазіінтегровану логістичну системою (КЛС). Відповідно й КЛС являтиме собою географічно обмежений простір взаємодії, в рамках якого відбувається узгодження інтересів учасників окремих інтеграційних структур. За своєю сутністю КЛС являє систему безперервного взаємного навчання й спільного створення споживчої цінності. Саме методологія розширеної логістичної взаємодії дозволити формувати в межах кластеру єдиний інформаційно-інституціонально-інноваційний простір обміну знаннями. Для цього, кожний з агентів наділяється певним набором індивідуальних і спільних дій, включаючи можливі комунікативні дії й різні варіанти взаємин. Такий обмін знанням має на меті сприяння пошуку найбільш дієвих комбінацій наявних в кластері ресурсів (туристично-рекреаційних ресурсів, наявність доступу до яких служить ознакою ідентифікації кластеру, та ресурсів суб'єктів туристичної діяльності, які утворюють можливість використання туристично-рекреаційних ресурсів певними групами споживачів) та компетенцій учасників кластеру. Відповідно й розвиток потенціалу кластерної структури відбуватиметься через оптимізацію означеного співвідношення.

В контексті моделювання розвитку потенціалу туристично-рекреаційного кластеру слід визначити множини середовищ, у яких будуть функціонувати агенти (їх сукупність визначатиме інфраструктуру кластеру), множини типів агентів та відповідної їм множини станів агентів, соціальних законів, інституціональних обмежень та можливих стратегій, сформованих відповідно напрямкам розвитку кластеру. Тільки на такій основі можна досягти оптимальної відповідності ресурсів й компетенцій. Для врахування вказаних вимог та особливостей управління розвитком потенціалу туристично-рекреаційного кластеру визначимо декілька сценаріїв чи варіантів співвіднесення підходів до впровадження BSC та форм організаційної побудови кластеру.

Відразу звернемо увагу на ієрархічність підходу до інтеграції суб'єктів туристичної діяльності у кластери. В рамках одного кластеру можуть функціонувати декілька інтеграційних утворень, взаємодія яких відповідає визначенню кластеру та прийнятому мультиагентському підходу до моделювання його життєдіяльності. Оскільки такі інтегровані утворення можуть формуватися без створення юридичної особи пропонується їх трактувати як мережі узгодження параметрів взаємодії (*УПВ*-мережі). За такого підходу кластер формуватиметься з декількох *УПВ*-мереж, які на виході створюють подібну споживчу цінність. Такі мережі вступають як у відносини конкуренції (в рамках взаємодії зі споживачами кластеру) так і у відносини кооперації (у боротьбі за позиціонування кластеру на глобальному ринку).

Отже, перший сценарій впровадження BSC відноситься до туристично-

**ЗБАЛАНСОВАНА СИСТЕМА ПОКАЗНИКІВ ЯК ІНСТРУМЕНТ СТРАТЕГІЧНОГО  
УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ПОТЕНЦІАЛУ ТА ПРИВАБЛИВОСТІ ТУРИСТИЧНО-  
РЕКРЕАЦІЙНОГО КЛАСТЕРУ**

---

рекреаційного кластеру, що формується як гомогенна мережа з подібних за характеристиками та параметрами учасників кластеру (висока щільність подібних зв'язків учасників кластерної взаємодії). Стратегічна карта BSC виробляється для кожного учасника кластеру, який має слабкий зв'язок із центром й містить всі повноваження для самостійної реалізації стратегії. Корпоративна стратегічна карта містить, як правило, незначний набір фінансових показників ефективності (KPI), достатній для оцінки ефективності використання потенціалу учасника кластеру чи рівня розкриття потенціалу певного туристично-рекреаційного ресурсу. Логіка каскадування показників для даного сценарію орієнтована на принцип "знизу-нагору".

Другий сценарій впровадження BSC виокремлюється для кластеру, як гетерогенної мережі з різного типу й диференційованих за рівнем економічної влади учасників кластеру (більш висока різноманітність та диференціація сили зв'язків). Стратегічна карта BSC виробляється для всіх вхідних до кластеру суб'єктів туристичної діяльності, які мають відмінності у стратегічних настановах та взаємодіють з зовнішніми по відношенню до кластеру контрагентами. Для суб'єктів інфраструктури достатнім є KPI, які відповідають їх ролі у розвитку ключових факторів успіху кластеру. Каскадування змішаного типу. Незначна кількість різнопланових показників розкриття потенціалу туристично-рекреаційних ресурсів.

Третій сценарій впровадження BSC використовується у разі представлення кластеру як динамічної фокальної мережі ("павутина створення цінності") коли кластери формуються навколо певної центральної одиниці. При цьому, орієнтація на спільне створення вартості дозволяє виробляти стратегічну карту лише для учасників ядра кластеру. Для решти суб'єктів туристичної діяльності продукується лише набір показників, склад яких достатній для здійснення оперативного управління підлеглими за ієрархічним рівнем учасниками (для них можливе вироблення стратегічних тем, які деталізують стратегічні ролі й відносини з реалізації стратегії)

Четвертий сценарій впровадження BSC рекомендовано для застосування у разі ідентифікації кластеру як єдиної інтегрованої мережі створення цінності (логістичного ланцюга створення вартості). Кластерні ініціативи за такого підходу орієнтовані на налагодженні процесів та міжфірмову обробку інформації. Оскільки ж кластер являє собою композицію *VІВ*-мереж, кожній з яких притаманні власні стереотипи поведінки та ментальні моделі, передбачається формування декількох рівнів стратегічних карт BSC. На верхньому рівні каскадування BSC відбувається узгодження інтересів *VІВ*-мереж, а не окремих їх представників (інтереси учасників узгоджуються в рамках стратегічних карт *VІВ*-мереж).

Останній, п'ятий сценарій впровадження BSC, являє собою комбінування попередніх сценаріїв та орієнтований на утворення кластеру за принципами виділення такого організаційного елементу як міст ("перекладач"). Тут туристично-рекреаційний кластер складається з декількох інтегрованих мереж, які поєднуються між собою "центральним" учасником мережі. Суб'єкт туристичної діяльності, який виступає "мостом" підпадає під дію інституціональних обмежень, обраних різними учасниками кластерної взаємодії, з якими у даного актора налагоджено відносини й накладено обмеження. Даний

суб'єкт визначає орієнтири розвитку потенціалу кластерної структури та визначає нормативи для показників стратегічної карти BSC. Напрямки розвитку потенціалу визначаються системою індикативних планів, розроблених актором-"мостом".

В контексті організації управління розвитком потенціалу туристично-рекреаційного кластеру можна запропонувати розширити інструментарій концепції BSC набутками моделі життєздатних систем (Viable System Model, VSM), розробленої Біром С. [1]. Дана модель досить легко може бути співвіднесена з означеним мультиагентським підходом, що забезпечить практичну реалізацію такої її особливості, як властивість рекурсії. Це означає, що вся структура системи управління розвитком потенціалу кластеру відтворюється в рамках кожного контуру (кожного окремого агента). Базовий варіант моделі VSM припускає виділення п'ять рівнів ієрархії в системі управління, побудованої за тими ж принципами, що й центральна нервова система людини [1]. Стосовно до туристично-рекреаційного кластеру, 1-й рівень будуть становити окремі суб'єкти туристичної діяльності (елементи множини  $\{CTD\}$ ). Другий рівень, відповідальний за регулювання учасників логістичної діяльності, будуть становити інфраструктурні підрозділи й логістичні оператори. В основу 3-го рівня можна покласти систему контролінгу й моніторингу плину процесу розвитку потенціалу кластеру. До 4-го рівня пропонується віднести спеціально виділений центр управління розвитком потенціалу туристично-рекреаційного кластеру (найбільш доречно його формування в рамках органів державної влади). Розробка політик взаємодії учасників кластеру та введення обмежень сталості природокористування буде віднесена до 5-го рівня VSM, який за своєю сутністю буде представляти політику регіонального розвитку й інституціональні правила взаємодії різних типів суб'єктів туристичної діяльності.

**Висновки.** Таким чином, в статті запропоновано теоретико-методичний підхід до формування контурів управління розвитком потенціалу й привабливості туристично-рекреаційного кластеру, які формалізуються в рамках перспектив стратегічної карти збалансованої системи показників.

Інструментальним підґрунтям для реалізації даного контуру управління є поєднання концепцій Balanced Scorecard, Viable System Model та мультиагентського моделювання.

Разом з тим, потребує подальших розвиток обґрунтування процедур інституціоналізації взаємодії учасників кластерних структур.

#### Список літератури

1. Espejo R. Organizational Systems: Managing Complexity with the Viable System Model / R. Espejo, A. Reyes. – New York: Springer, 2011. – 278 p.
2. Cluster policy in Europe. A brief summary of cluster policies in 31 European countries. – Oxford: Oxford Research AS, 2008. – 34 p.
3. Hannan M. Organizational Ecology / M.T. Hannan, J. Freeman. – Cambridge: Harvard University Press, 1989. – 366 p.
4. Karlsson C. Handbooks of research on clusters / C. Karlsson. – Northampton: Edward Elgar Publishing, Inc., 2008. – 486 p.
5. Kaplan R. The Balanced Scorecard: Translating Strategy into Action / R.S. Kaplan, D.P. Norton. – Boston: Harvard Business Press, 1996. – 329 p.
6. Kaplan R. The Strategy-Focused Organization: How Balanced Scorecard Companies Thrive in the New Business Environment / R.S. Kaplan, D.P. Norton. – Boston: Harvard Business School Press,



**ЗБАЛАНСОВАНА СИСТЕМА ПОКАЗНИКІВ ЯК ІНСТРУМЕНТ СТРАТЕГІЧНОГО  
УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ПОТЕНЦІАЛУ ТА ПРИВАБЛИВОСТІ ТУРИСТИЧНО-  
РЕКРЕАЦІЙНОГО КЛАСТЕРУ**

---

2000. – 416 p.
7. Nacgira F. Digital business ecosystem / F. Nacgira, A. Nicolai, P. Dini. – Luxemburg: Office for Official Publications of the European Communities, 2007. – 214 p.
  8. Nelson R. An Evolutionary Theory of Economic Change / R.R. Nelson, S.G. Winter. – Cambridge: Harvard University Press, 1982. – 352 p.
  9. Patricia C. Organization design: a guide to building effective organizations / C. Patricia, C. Irwin. – London: Conan page, 2011. – 304 p.
  10. Porter M. Clusters and the new economics of competition / M.E. Porter // Harvard Business Rev. – 1998. – Nov.-Dec. – P. 77-90.
  11. Sachs S. Sustainable Success with Stakeholders: The Untapped Potential / S. Sachs, E. Ruhli, I. Kern. – New York: Palgrave Macmillan, 2009. – 144 p.
  12. Scheiber S. Core Competencies for Psychiatric Practice / S.C. Scheiber. – Washington: American Psychiatric Publishing, 2003. – 181 p.
  13. Spencer L. Competence at work / L.M. Spencer. – John Wiley & Sons, 1993. – 344 p.
  14. Thames B. Chasing Change: Building Organizational Capacity in a Turbulent Environment / B. Thames, D.W. Webster. – New Jersey: John Wiley & Sons, 2009. – 272 p.
  15. The European Cluster Memorandum [electronic resource]. – The access mode: [http://www.innoclusters.ru/uploaded/docs/european\\_cluster\\_memorandum.pdf](http://www.innoclusters.ru/uploaded/docs/european_cluster_memorandum.pdf)
  16. Teece D. Dynamic capabilities and strategic management / D. J. Teece. – New York: Oxford University Press, 2009. – 299 p.
  17. Wagner J. Organizational Behavior: Securing Competitive Advantage / J.A. Wagner, J.R. Hollenbeck. – New York: Routledge, 2010. – 419 p.

*Поступила в редакцію 01.06.2012 г.*

**Пилипенко А.А. Сбалансированная система показателей как инструмент стратегического управления развитием потенциала и привлекательности туристического-рекреационного кластера / А.А.Пилипенко // Ученые записки ТНУ. Серия: Экономика и управление. – 2012. – Т. 25 (64), № 2. – С. 82-89.**

Доказана уместность формирования контуров управления развитием кластеров, использующих в качестве рычагов управления уровень развития имеющегося у них потенциала. В качестве инструментария организации стратегического управления избраны сбалансированная система показателей и модель жизнеспособных систем. Перспективы стратегической карты сбалансированной системы показателей расширены наборами показателей, раскрывающих уровень развития потенциала субъектов туристической деятельности (перспектива обучения и развития) и привлекательность туристско-рекреационного кластера (клиентская перспектива). Определены сценарии использования сбалансированной системы показателей для различных организационных форм построения кластера.

**Ключевые слова:** потенциал, квазиинтеграция, кластерная структура, сбалансированная система показателей, организация управления

**Pylypenko A.A. The balanced scorecard using as a strategic management tool for tourist and recreation cluster potential and attractiveness development / A.A. Pylypenko // Uchenye zapiski TNU. Series: Economy and management. – 2012. – Vol. 25 (64), № 2. – P. 82-89.**

Relevance of clusters management development contours formation is proved. The level of potential disclosure offered regarded as instruments of cluster development. As a tool of management chosen balanced scorecard system viable systems model. The Balanced Scorecard strategy map perspectives expanded by set of indicators which revealing the potential of tourist enterprise (learning and development perspective) and the attractiveness of tourism and recreation cluster (customer perspective). The scenarios of Balanced Scorecard using for different organizational forms of cluster building are specified.

**Keywords:** potential, tourist attractiveness, quasiintegration, tourist and recreation cluster, balanced scorecard, management organization

УДК 657.1

## БАЛАНС ЯК ІНФОРМАЦІЙНЕ ДЖЕРЕЛО УПРАВЛІННЯ КАПІТАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА

*Пилипенко Л.М.*

*Національний університет „Львівська політехніка”, м. Львів, Україна  
E-mail: lpylypenko@ukr.net*

Досліджено об'єктивність оцінювання вартості підприємств сучасним методичним інструментарієм, розглянуто адекватність оцінок потенціалу підприємств його балансовому вираженню, обґрунтовано необхідність визначення вартості капіталу підприємств за стандартизованими показниками фінансової звітності, зокрема, балансу.

**Ключові слова:** фінансова звітність, баланс, капітал підприємства, потенціал підприємства, методи оцінювання капіталу.

**Постановка проблеми.** Аналіз причин сучасної фінансово-економічної кризи засвідчує наявність методологічних проблем оцінювання ефективності функціонування суб'єктів господарювання. Значна перекапіталізація ринків інвестицій та капіталів у передкризовий період була зумовлена, на думку багатьох експертів, недосконалістю оцінних інструментів. Ринкова та інвестиційна вартості підприємств, визначені за показниками й індикаторами альтернативних до фінансової звітності неформалізованих методик, виявились істотно завищеними. При цьому факт завищення вартостей переважної більшості компаній, акції яких котирувались на фондових біржах, набув виразного прояву лише в умовах кризи, оскільки в докризовий період перекапіталізація навпаки ще більше „підігрівала” ринок та спричинила накопичення фіктивного переоціненого капіталу у суспільно-важливих компаній – пенсійних фондах, страхових компаніях тощо. На теперішній час значна кількість науковців дотримуються позиції щодо потреби формалізації показників вартісної характеристики економічних ресурсів суб'єкта ринкової економіки з відображенням їх в офіційній публічній фінансовій звітності. Такий напрям дослідження (ринково-орієнтована концепція звітності) є актуальним як із суто теоретичного погляду (приведення звітності в адекватність економічним умовам), так і практичних потреб.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Неможливість своєчасного виявлення „спекулятивних мотивів” завищення вартості підприємств зумовлена з одного боку тим, що для кожного підприємства вона розраховувалась за окремою методикою, яка включає спеціальний набір агрегованих нею показників, відомих, як правило, лише менеджменту підприємств та особам, які проводили оцінювання. З іншого боку такі оцінки не піддаються незалежному зовнішньому контролю – аудиту, оскільки він переважно ґрунтується на законодавчо стандартизованих показниках. Варто погодитись із думкою Яремка І.Й.: „Сьогодні зайшли так далеко, що будь-який дослідник або фірма може на свій розсуд „чаклувати” вартісну оцінку і обґрунтовувати рівень майбутньої капіталізаційної ефективності потенціалу будь-якого підприємства тільки за їм відомим способом, названим моделлю або системою вимірювання. Складові

компоненти, синергетична основа інтегрального показника, як правило, приховані в „утаємненій методиці” як комерційна таємниця консалтингових фірм; деякі із додатково-новітніх пропозицій просто вражають своєю шедевральністю” [1, с. 11]. Зазначені аргументи свідчать про те, що інструменти оцінювання вартості компаній повинні бути чітко формалізовані, а їхні результати – зіставними та підтвердженими аудитом. На переконання багатьох експертів таким базисом є лише стандартизована фінансова звітність підприємств, зокрема бухгалтерський баланс.

Оцінювання капіталу підприємства за показниками його балансу не є однозначним. Насамперед виникає запитання який саме вид капіталу повинен бути об’єктом оцінювання: власний чи сукупний: „Як в умовах корпоратизації, так і в умовах одноосібного власника сформований капітал завжди залучений від власників корпоративних прав (одноосібного власника) та від інших осіб у вигляді зобов’язань.

Відмінність цих видів капіталу становлять умови залучення” [2, с. 149]. Залежно від оцінюваного об’єкта можливе використання різних показників, що характеризують вартість капіталу – балансових, зокрема валюта балансу, сума чистих активів (власного капіталу)<sup>1</sup>, чи небалансових, наприклад економічна додана вартість (*EVA*), прибуток до сплати процентів, податків і дивідендів (*EBITDA*) тощо.

Дослідження українських та іноземних науковців показують, що бухгалтерський баланс за сучасного формату не репрезентує об’єктивну вартість капіталу підприємства через недосконалість концептуальних основ бухгалтерського обліку та фінансової звітності.

**Мета статті** полягає у дослідженні рівня об’єктивності сучасних інструментів оцінювання капіталу підприємств та обґрунтуванні визначальної ролі балансу, як основного джерела інформаційного забезпечення управління капіталом підприємства.

**Основні результати дослідження.** Еволюція економічних відносин зумовила розробку і використання різних інструментів оцінювання ефективності функціонування суб’єктів господарювання. Конкретні методики визначення ефективності, які використовувались на різних етапах розвитку економічних відносин, визначалися, насамперед, інформаційними потребами суб’єктів господарювання залежно від типу економічної системи і рівня її розвитку.

Розвиток фондових ринків і збільшення обсягів обороту цінних паперів на них зумовили значне накопичення та рух фіктивних капіталів. В умовах широкомасштабної торгівлі цінними паперами та корпоративними правами набула актуальності потреба оцінювання їхньої вартості, яка повинна характеризувати як фінансово-майновий стан, результати діяльності, так і потенціал подальшого функціонування їхніх емітентів. Така багатоаспектність

---

<sup>1</sup> Використання показника чистих активів для оцінювання вартості капіталу вітчизняних підприємств є доволі дискусійним, оскільки за даними балансів багатьох українських підприємств цей показник має від’ємне значення.

вимог до необхідного інструментарію оцінювання значно ускладнювала (ускладнює й досьогодні) розроблення методологічних підходів до його побудови. Найоптимальнішим з переліку показників та індикаторів, які узагальнено характеризують фінансово-майнову позицію суб'єкта господарювання, більшість вчених і експертів вважають вартість його власного капіталу.

Поняття вартості капіталу підприємства є доволі складним; на теперішній час розроблено чимало методик її оцінювання. Більшість наявних методик спрямовані лише на визначення ринкової вартості акцій підприємства (ринкової капіталізації). Проте, з настанням фінансово-економічної кризи багато науковців, експертів і представників бізнесу та різних міжнародних і міжурядових організацій (Організації об'єднаних націй, Світового банку, Міжнародного валютного фонду та інших) дедалі частіше заявляють про потребу зміни світової фінансової інфраструктури. В питаннях оцінювання вартості бізнесу необхідно зміщувати акценти із суто ринкової капіталізації: „...події світової фінансової кризи показали, що в умовах нестабільності ринкова капіталізація акцій компаній значно коливалася, падаючи за день та знову зростаючи на 10-15 %. Це не означало, що справи компаній так стрімко змінювалися. Зазначені тенденції відображали попит і пропозиції на фінансовому ринку на цінні папери підприємства як додаткового інструменту для спекуляцій. У такій ситуації унеможлиблюється використання вартісної моделі управління, цільовою функцією якої є ринкова капіталізація” [3, с. 153]. Більше того, переоцінена вартість фіктивного капіталу може спровокувати нову, глибшу, фазу кризи: „На думку керівника Templeton Asset Management Марка Мобіуса нова хвиля світової фінансової кризи вже „не за горами” ... Експерт вважає, що сумарна вартість деривативів переважає обсяг світового ВВП, а це є підвищенням волатильності і створює передумови для нової кризи на фондових ринках” [4].

Безперечно, розроблення нових методик оцінювання капіталу підприємств повинно здійснюватись з урахуванням переходу суспільства від економіки індустріального типу до інтелектуальної економіки (економіки знань), якій притаманні зовсім інші чинники економічного зростання. При цьому до уваги насамперед потрібно взяти, що „...постіндустріальне суспільство характеризується домінуванням знань, які є головним продуктивним ресурсом компаній і відіграють вирішальну роль у визначенні ефективності їх роботи. ...зі зміною джерел формування конкурентних переваг змінюються і пріоритети в формуванні капіталу компанії, відбувається перерозподіл ролей фінансового, промислового та інтелектуального капіталів” [3, с. 151].

Зважаючи на динамічність розвитку глобального конкурентного економічного середовища, вартість капіталу окремого підприємства повинна бути вимірником його економічного потенціалу (майбутньої вартості власного капіталу, його спроможності приносити дохід [1, с. 39]) та економічної ефективності. Проте, сучасний баланс неспроможний об'єктивно репрезентувати оцінку ефективності функціонування та потенціалу підприємств, що зумовлено недосконалістю методології бухгалтерського обліку: „...на підставі балансу, за

певної інтерпретації його показників, можна виділити три елементи економічного потенціалу: майновий стан, фінансовий стан з позиції короткострокової перспективи і, в принципі, з певним ступенем оцінений фінансовий стан з позиції довгострокової перспективи. Разом з тим, потрібно все ж відзначити основний недолік балансового узагальнення потенціалу підприємства – ринкових складових вартості капіталу він не відображає” [1, с. 53].

Ринковий потенціал підприємства безперечно повинен враховувати його інтелектуальний капітал, в структуру якого входять:

- людський капітал, який характеризують освіта працівників, їхні професійні знання, навички, досвід та інші професійні характеристики;
- організаційний (структурний) капітал, який враховує ефективність концепції управління, організаційну та фінансову структури, управлінські процеси та інформаційні системи тощо;
- клієнтський капітал, який характеризує лояльність споживачів, взаємини з ними, портфель замовлень тощо;
- інноваційний капітал, що враховує науково-дослідницькі та дослідницько-конструкторські роботи, проекти, розробки, ноу-хау та інше.

Визначення потенціалу підприємства на підставі балансу сучасного формату дає, як правило, занижені його оцінки, що зумовлене входженням в структуру потенціалу значного переліку характеристик, які не мають прямої грошової вартості (наприклад, досвід чи професійна компетентність працівників), а стандарти бухгалтерського обліку та фінансової звітності не передбачають конкретних методик їхнього оцінювання. Це, безумовно, спричиняє втрату актуальності фінансової звітності як джерела інформаційного забезпечення для власників підприємств, акціонерів та потенційних інвесторів, особливо на організованих ринках капіталів. Як наслідок, суб'єкти ринку нерідко застосовують альтернативні методики оцінювання потенціалу, результати яких також не можна назвати об'єктивними; часто вони є істотно завищеними. Переоцінка потенціалу призводить до підвищення фіктивної капіталізації, що в остаточному результаті зумовлює сек'юритизацію підприємницьких ризиків на суспільство.

Тенденцію переоцінки потенціалу компаній можна добре простежити на угодах продажу українських банків іноземним інвесторам в докризовий період, за результатами яких коефіцієнт співвідношення вартості продажу акцій до вартості їхньої частки у власному капіталі за даними балансів коливався в межах від 3 до 7. За понад чотири роки після укладення зазначених угод об'єктивно можна стверджувати – потенціал жодного з таких банків не був виправданим (особливо з урахуванням їхньої теперішньої поточної діяльності).

Сьогоднішній аналіз тогочасних подій дає змогу ідентифікувати конкретні елементи потенціалу, які були переоцінені. Зокрема це стосується організаційного та клієнтського капіталу: попередні власники банків намагались за будь-яку ціну максимально розширити мережу відділень та клієнтську базу для якомога дорожчого продажу установи іноземному інвестору, що особливо простежувалось на невеликих банках.

Ще одним свідченням суб'єктивності альтернативних до фінансової звітності неформалізованих методик оцінювання вартості потенціалу підприємств є зрив багатьох угод злиття-поглинання (M&A) компаній, особливо високотехнологічних (*Apple, Google, Yahoo* та багато інших). Основною причиною таких зривів були, як правило, істотні відмінності в оцінках взаємних потенціалів партнерів.

Зазначені аргументи переконливо свідчать про необхідність використання формалізованих методик репрезентації потенціалу підприємства – стандартизованої фінансової (корпоративної) звітності, зокрема бухгалтерського балансу. Проте, для досягнення необхідного рівня об'єктивності відображення в балансі вартості капіталу (потенціалу) підприємства, необхідно вирішити певні проблеми методологічного характеру, зокрема:

– повноцінне відображення в балансі інтелектуальних активів та інтелектуального капіталу. Значною перешкодою вирішення цієї проблеми є дотримання в сучасних умовах розробленого в минулому принципу об'єктивації, який дає змогу включати в баланс лише нематеріальні активи, придбані за плату в інших суб'єктів господарювання. З одного боку, принцип об'єктивації, базуючись на принципі обачності, „оберігає” баланс підприємства від надмірності так званих „токсичних активів”, а з іншого – занижує вартість його капіталу через заборону включення в баланс реальної вартості інтелектуальних активів (насамперед, внутрішньо генерованого гудвілу). Економічний потенціал підприємства повинен враховувати не лише ідентифіковані на теперішній час активи, але й неідентифіковані (ділову репутацію, людський капітал, корпоративну організацію тощо), які в сучасному балансі не відображені;

– відсутність достатньо обґрунтованих методик оцінювання інтелектуального капіталу та інтелектуальних активів;

– дуалізм в оцінюванні економічної ефективності функціонування підприємств. Зважаючи на дві концепції оцінювання ефективності – прибуткову та вартісно-орієнтовану, розвиток балансу як одного з основних інструментів інформаційного забезпечення на ринках капіталів та інвестицій, зокрема, повинен врахувати вирішення проблеми методологічного дуалізму в оцінюванні активів.

#### **Висновки.**

Сучасна фінансово-економічна криза певним чином зумовлена недоліками інформаційного забезпечення управління, що провокували прийняття невірних управлінських рішень, як на мікро-, так і на макрорівні. Тому побудова нової фінансової інфраструктури повинна передбачати, зокрема, й удосконалення інформаційного забезпечення управління підприємствами та ефективністю їхнього функціонування.

Базисом для визначення об'єктивної оцінки ефективності господарювання компаній мають бути показники стандартизованої фінансової (корпоративної) звітності, проте формат такої звітності необхідно вибудувати відповідно до сучасних інформаційних потреб. Це вимагає вирішення певних методологічних проблем бухгалтерського обліку та формування фінансової звітності, зокрема, оцінювання та відображення в ній інтелектуального капіталу, усунення

методологічного дуалізму в оцінюванні активів та інші факторні ознаки постіндустріальної економіки, які і визначають напрями подальших досліджень.

**Список літератури**

1. Яремко І.Й. Теоретичні і прикладні засади формування вартості машинобудівних підприємств./ І.Й. Яремко. – Львів : Видавництво Національного університету “Львівська політехніка”, 2008. – 260 с.
2. Кучеренко Т. Баланс в контексті з ресурсною концепцією капіталу / Т. Кучеренко // Вісник ТНЕУ. – 2009. – № 1. – С. 148-159.
3. Хімїон О. О. Теоретичні і методичні засади оцінки й управління вартістю компанії / О.О. Хімїон // Актуальні проблеми економіки. – 2010. – № 5 (107). – С. 150-158.
4. Эксперт: Грядет новый финансовый кризис // Интернет-видання „FundMarket”. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://fundmarket.ua/news/zhkspyert-gryadyet-novyy-finansovyy-krizis-20110530154351>

*Поступила в редакцію 01.06.2012 г.*

**Пилипенко Л.М. Баланс как информационный источник управления капиталом предприятия** / Л.Н. Пилипенко // Ученые записки ТНУ. Серия: Экономика и управление. – 2012. – Т. 25 (64), № 2. – С. 90-95.

Исследованы объективность оценки стоимости предприятий современным методическим инструментарием, рассмотрена адекватность оценок потенциала предприятий его балансовому выражению, обоснована необходимость определения стоимости капитала предприятий по стандартизованным показателям финансовой отчетности, в частности, баланса.

**Ключевые слова:** финансовая отчетность, баланс, капитал предприятия, потенциал предприятия, методы оценивания капитала.

**Pylypenko L.M. Balance sheet as a source of information for management of company capital** / L.M. Pylypenko // Uchenye zapiski TNU. Series: Economy and management. – 2012. – Vol. 25 (64), № 2. – P. 90-95.

Objective valuation of enterprises with modern methodical tools is researched, the adequacy of assessments potential businesses of its balance expression is considered, and the necessity of determining the cost of capital for companies in standardized indicators of financial statements, including balance, is reasoned.

**Keywords:** financial statements, balance sheet, capital of company, potential businesses, methods of evaluating capital.

УДК 316.776:303.064:35.075.5

## ГОСУДАРСТВЕННЫЕ ИНИЦИАТИВЫ ПО РАЗВИТИЮ В УКРАИНЕ ИНФОРМАЦИОННОГО ОБЩЕСТВА

*Подсолонко В.А., Подсолонко Е.А., Подсолонко М.В.*

*Таврический национальный университет имени В.И. Вернадского, г. Симферополь, Украина  
E-mail: epodsolonko@gmail.com*

Выполнен детальный анализ содержания государственных инициатив в Украине в период с 1990 по 2010 гг. по построению информационного общества, по обеспечению взаимосвязи целей его развития в условиях информирования системы электронного управления. Выработаны рекомендации по реализации выявленных резервов ускорения формирования информационного общества, по усилению целенаправленности его развития.

**Ключевые слова:** информация, информатизации, информационное общество, электронное управление, системообразующий информационный ресурс.

**Постановка проблемы.** Известно, что в Концепции развития электронного управления в Украине (по материалам распоряжения Кабинета Министров Украины от 13.12.2010 г. № 2250-р) подчеркивается, что электронное управление (ЭУ) и электронное правительство (ЭП) являются инструментом развития информационного общества (ИО) [1]. Поскольку Закон Украины о формировании основ развития информационного общества в Украине был принят еще в январе 2007 г. (№ 537-V от 09.01.2007 г.), можно ожидать полную согласованность и взаимодействие между процессами и содержанием электронного управления и построения информационного общества [2].

В отмеченном законе под информационным обществом понимается общество, в котором каждый гражданин мог бы создавать и накапливать информацию и знания, иметь к ним свободный доступ, пользоваться и обмениваться ими, чтобы дать возможность каждому человеку в полной мере реализовать свой потенциал, способствуя общественному и личному развитию и повышая качество жизни. Аналогичное понимание информационного общества изложено дословно и в Концепции развития электронного управления в Украине. Небольшое отличие есть в преамбуле этого понимания, которая в Законе звучит – как общество «ориентированное на интересы людей, открытое для всех и направленное на развитие», а в Концепции – последние два слова детализированы до – «направлено на формирование инновационной модели развития высокотехнологического общества».

Ожидаемая согласованность в понимании обобщенного содержания понятия информационного общества в официальных документах Украины в 2007 и 2010 гг. здесь явно просматривается.

В Законе отмечается, что Украина имеет «собственную историю развития базовых основ информационного общества».

Действительно, еще в 1992 г., в первом целом году политической и экономической самостоятельности Украины, вышел Закон Украины «Об информации» (постановление Верховной Рады № 2658-XII от 02.10.1992 г.). Это



свидетельствует о большом значении информации, которое придавало в тот период руководство государством для развития самостоятельной Украины. Под информацией в этом Законе понимались «документированные или публично оглашенные сведения о событиях и явлениях, происходящих в обществе, государстве и окружающей природной среде» [3].

Как видно из этой формулировки информации была отведена роль констатации событий. При этом в Законе предпринята попытка сформировать структуры информационной деятельности и информационных отношений, направления этой деятельности и принципы отмеченных отношений, формирующие в итоге содержание государственной информационной политики и виды функционирующей в ней информации (рис. 1).

Предложенные в Законе 8 видов информации специфичны, отличаются содержательно, но вместе с тем во многом пересекаются. Наверное, такие пересечения во многом закономерны ввиду системного взаимодействия всех процессов развития общества.

К примеру, статистическая информация дает количественную характеристику массовых явлений и процессов в экономической, социальной, культурной и других сферах жизни. Административная информация об этих же явлениях и процессах формируется для выполнения административных обязанностей и задач органами государственной власти и местного самоуправления, а также юридическими лицами. Вполне очевидно, что в основе административной информации содержательно лежат данные из статистической информации.

Аналогично массовая информация, через печатные и аудиовизуальные средства распространяет наиболее значимые сведения, формируемые в первых двух группах (видах). Информация государственных органов и местного и регионального самоуправления создается в текущей деятельности трех ветвей власти в виде законодательных и нормативных актов. Естественно, что содержательно она опирается на информацию также первых двух групп (видов). Правовая информация характеризует правовые отношения в обществе с акцентом на выполнение Конституции Украины через все издаваемые в стране законодательные и нормативные акты в предыдущей группе (виде).

Информация о гражданах базируется на документированных либо публично оглашенных сведениях о каждом человеке. По логике эти сведения должны быть состыкованы с информацией первых двух видов. Информация справочно-энциклопедического характера фактически в ретроспективе также опирается на первые ее два вида. Социологическая информация выступает в роли индикатора соответствия результатов процессов развития общества ожиданиям населения страны и ее регионов.

Несмотря на отсутствие в содержании Закона попыток ориентировать информацию на необходимость решения задач управления социально-экономическим развитием страны, предпосылки для этого явно просматриваются. Попытка классифицировать информацию по видам ее применения практически

показывает состав группы решаемых задач в процессах развития общества, страны.

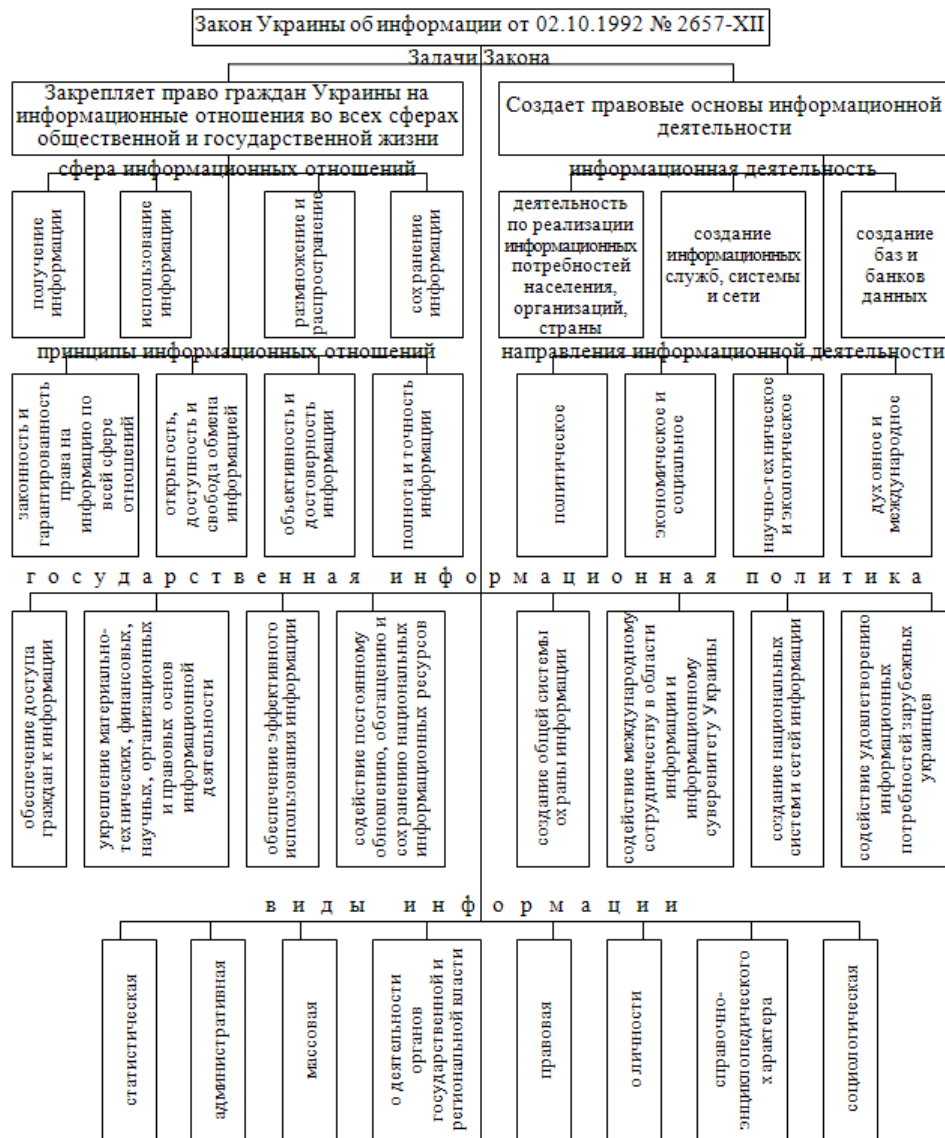


Рис. 1. Важнейшие характеристики Закона Украины «Об информации» (от 02.10.1992 г., № 2657-XII с изменениями)

Совокупность сугубо организационно-технических задач по созданию информационных центров и сетей формирования и передачи информации, баз и банков данных лежит в основе ее накопления и использования по упомянутым

выше видам ее применения. На основе своевременного поступления всей необходимой информации во все звенья развития общества собственно и осуществляются процессы управления этим развитием.

Вопросы достоверности, полноты и достаточности информации для эффективного управления развитием общества здесь практически затронуты только частично в принципах информационных отношений (рис. 1).

Вместе с тем нельзя не подчеркнуть, что выход в свет этого Закона инициировал в Украине усиление внимания в регионах к вопросам информатизации процессов социально-экономического развития регионов и управления ими. Так, в частности по инициативе Правительства Автономной Республики Крым в 1993-1994 гг. Была проведена разработка Концепции информатизации Автономной Республики Крым на период до 2000 г. [4]. Эта концепция своим содержанием хорошо иллюстрирует возможности реализации Закона об информации в формировании территориальных систем информационного обеспечения управления социально-экономическим развитием регионов.

Однако здесь нельзя не отметить, что в Украине еще в 1990 г. был разработан проект Концепции информатизации общества Украинской ССР [5]. В материалах концепции представлены:

- сущность информатизации общества;
- основные положения национальной политики по информатизации;
- приоритетные сферы информатизации;
- научная политика в области информатизации;
- развитие инфраструктуры информатизации;
- механизмы реализации национальной политики информатизации.

В концепции дается формулировка: «информатизация общества – современный объективный этап его развития, состоящий в изменении качества жизни людей на основе наиболее полного использования накопленного человечеством, а также интенсивно производимого нового знания и его овеществления посредством компьютерных телекоммуникационных технологий».

Подчеркивается большая роль информационного ресурса в прогрессе общества, в частности утверждается, что информационный ресурс, в отличие от других, «единственный обладает системообразующим (организующим) свойством, то есть без него не может быть создана ни одна целенаправленная система вообще, а высокоэффективная в особенности». Важной особенностью сформулированной в концепции главной цели информатизации является ее ориентация на развитие республики в политическом, социальном и экономическом аспектах на основе обеспечения информационной поддержки решения свойственных им задач.

На содержание этих задач ориентированы основные положения национальной политики информатизации и основные принципы, направленные на обеспечение благоприятных условий осуществления этой политики.

В приоритетных сферах информатизации намечены:

- сфера деятельности органов государственной власти;
- социальная и непроизводственная сферы;
- охрана окружающей среды и природопользование;
- производственная сфера.

Безусловно при реализации концепции все эти приоритеты должны быть взаимоувязаны в направлении системного обеспечения достижения главной цели через решение всех задач во всех аспектах развития Украины.

Научная политика осуществления информатизации по логике обеспечения преемственности и целостности ее процессов должна была бы быть направлена на решение главной проблемы – изменение качества жизни людей через решение намеченных задач в политическом, социальном и экономическом аспектах с помощью обеспечения соответствующей информационной поддержки по каждой вышеупомянутой приоритетной сфере. В действительности здесь на перспективу представлены преимущественно технические и программно-математические аспекты информатизации, а на текущий период – разработка систем, ориентированных на отдельные локальные задачи развития общества.

В вопросах развития инфраструктуры информатизации, наряду с административно-хозяйственной, системотехнической, производственно-обслуживающей и кадровой составляющими, рассмотрено как основное направление развития – «создание системы стандартов, соответствующих мировому уровню». Сегодня уже можно утверждать, что реализация именно этого направления позволит осуществить системообразующее (организующее) свойство информационного ресурса при создании целенаправленной и эффективной системы развития украинского общества.

Механизмы реализации национальной политики по информатизации в составе программно-целевой государственной поддержки, рыночных и финансовых рычагов смогут работать только с опорой на функционирование отмеченных стандартов мирового уровня.

Таким образом, разработанный в 1990 г. проект концепции информатизации общества Украины имеет содержательные основы важнейших структурных составляющих этого процесса, которые могут послужить связующими условиями для стратегических и тактических решений на основе информационной поддержки управления политическим и социально-экономическим развитием Украины.

Вместе с тем рассмотренное ранее содержание Закона Украины об информации (от 02.10.1992 г.) практически ни в чем не опирается на приведенные положения концепции информатизации общества Украинской ССР. Очевидно попытка представить информацию как самостоятельное явление в жизни общества имеет право на существование даже в отдельном Законе Украины. Однако, отсутствие видимых связей этой информации с реальными процессами развития общества, с проблемами достижения достойного уровня жизни его населения может привести к невостребованности этой информации.

В последующие годы в отдельном Законе Украины – Национальная программа информатизации [6] этот разрыв был намечен устранению на основе

обеспечения взаимосвязи задач, решаемых информатизацией, с системой планирования экономического и социального развития Украины в общегосударственной программе развития Украины.

В отличие от главной цели информатизации, отмеченной ранее в концепции информатизации общества в Украине от 1990 г. и ориентированной на информационную поддержку решения задач политического, социального и экономического развития [5], здесь главной целью намечено обеспечение граждан и общества своевременной, достоверной и полной информацией на основе информационных технологий (рис. 2). Это содержание главной цели Национальной программы информатизации свидетельствует о выпадении ее из процессов развития общества, проблем этого развития и из системы управления развитием страны. Это же видно и из содержания 8 задач, решаемых в Программе для достижения поставленной цели.

В основном информатизация в Программе рассматривается как самостоятельное явление во всех ее составляющих. Однако, в формулировке ее назначения «Национальная программа информатизации определяет стратегию решения проблемы обеспечения информационных потребностей и информационной поддержки социально-экономической, экологической, научно-технической, оборонной, национально-культурной и другой деятельности в сферах общегосударственного значения» [6, ст. 2], отмеченные пробелы главной ее цели вполне устранимы. Аналогично появляется определенная целенаправленность Программы и в другой формулировке Закона: «Национальная программа информатизации формируется исходя из долгосрочных приоритетов социально-экономического, научно-технического, национально-культурного развития страны с учетом мировых направлений развития и достижений в сфере информатизации и ориентирована на решение важнейших общегражданских проблем (обеспечение развития образования, науки, культуры, охраны окружающей среды и здоровья человека, государственного управления, национальной безопасности и обороны государства, демократизации общества)» [6, ст. 2].

Возможно исходя из приведенного выше содержания этих двух формулировок Закона могла быть построена и более стройная структура направлений его реализации?..

Во всяком случае информационный ресурс, представляемый в числе решаемых задач Национальной программы (рис. 2) как система национальных информационных ресурсов в программе не реализован в системообразующем (организующем) свойстве, которым он обладает по утверждению концепции информатизации общества от 1990 г. [5]. Также не просматривается в программе и в более-менее системных формулировках ее назначения и направлений ее формирования, отмеченных выше, ориентация на «изменение качества жизни людей на основе... нового знания и его овеществления посредством компьютерных телекоммуникационных технологий» [5]. Наверное именно эта главная задача или проблема должна здесь решаться. Очевидно в приведенной ранее выше более полной формулировке сущности информатизации [5]

прозвучала попытка дать понятие обществу и экономике, основанным на знаниях... Это в Украине, это в 1990 г...

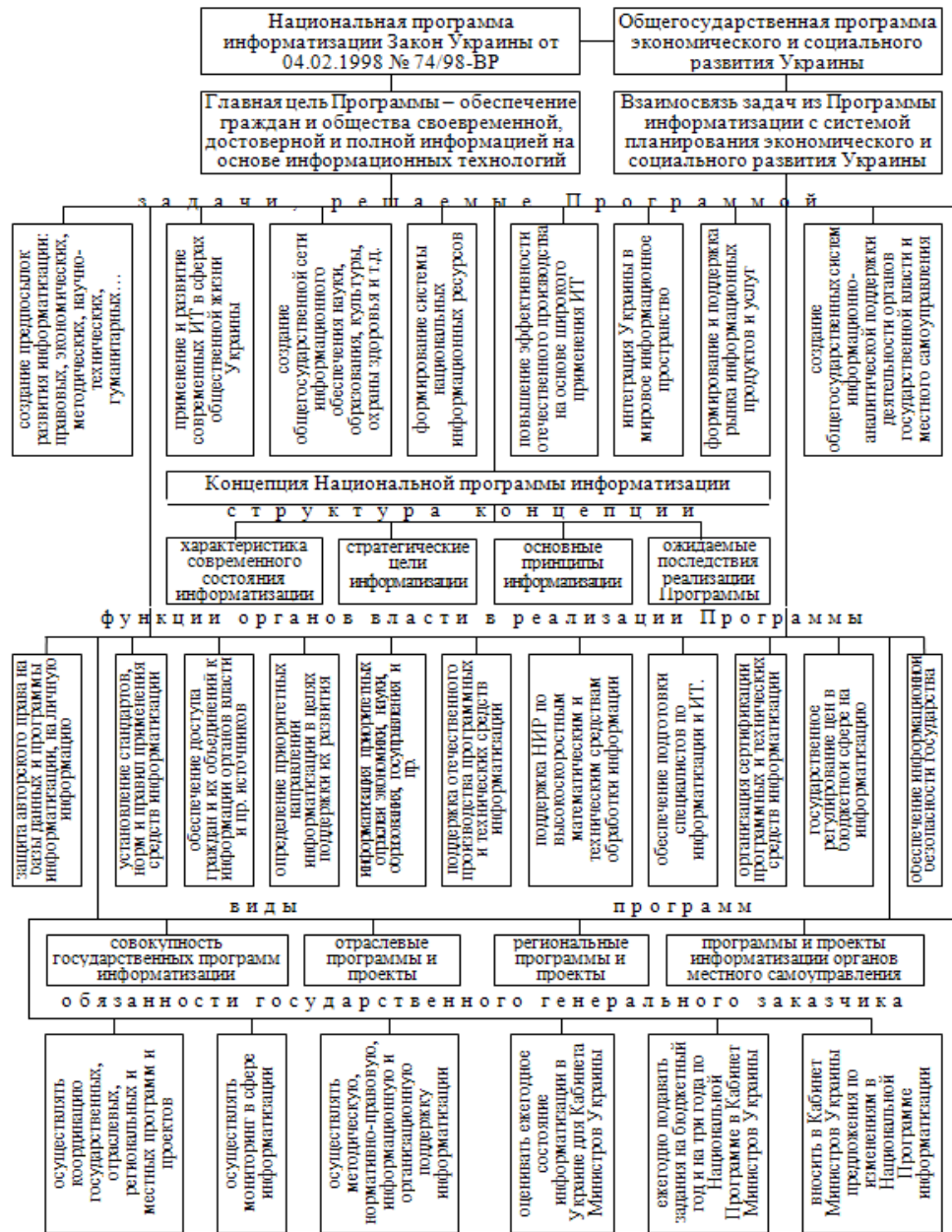


Рис. 2. Структурирование Национальной программы информатизации, утвержденной Законом Украины 04.02.1998 г. № 74/98-ВР

Частично узкую направленность Национальной программы информатизации Украины можно объяснить тем, что она была сформирована в 1998 г. – последнем

году интенсивного развала экономики Украины в сравнении с 1990 г. В 1999 г. этот спад прекратился, а в 2000 г. начался постепенный рост в развитии экономики. Возможно в более благоприятные годы для экономики Украины государственные документы по информатизации выглядят более системно.

Известно, что «Основные основы развития информационного общества в Украине на 2007-2015 годы» утверждены одноименным Законом Украины от 9 января 2007 г. № 537-V [2]. Формулировка понятия информационного общества в этом Законе существенно отличается от приведенных выше формулировок Национальной программы информатизации и более созвучна положениям Концепции информатизации общества Украины 1990 г.: создание информационного общества, «ориентированного на интересы людей, открытого для всех и направленного на развитие, в котором каждый мог бы создавать и накапливать информацию и знания, иметь к ним свободный доступ, пользоваться и обмениваться ими, чтобы дать возможность каждому человеку в полной мере реализовать свой потенциал, содействовать общественному и личному развитию и повышению качества жизни» [2].

По логике все составляющие построения и развития информационного общества далее должны бы опираться на структуру этой формулировки, начиная с оценки состояния формирования во времени всех этих составляющих.

В этой формулировке конечным результатом намечено дать возможность каждому человеку в полной мере реализовать свой потенциал, содействовать общественному и личному развитию и повышению качества жизни (рис. 3). Однако при оценке степени построения информационного общества из 11 составляющих такой оценки лишь две имеют опосредованное отношение к этим результатам: медленно внедряются новые методы обучения с применением современных информационно-коммуникационных технологий (ИКТ), уровень компьютерной и ИКТ грамотности населения – низкий; наблюдается «информационное неравенство» между регионами, отраслями экономики, разными слоями населения.

Аналогично и в числе 12 стратегических целей развития информационного общества эти две составляющие также представлены. Вместе с тем в числе 3-х ожидаемых результатов от достижения отмеченных 12 целей представлены действительно конечные результаты развития, ориентированные на интересы людей:

- повысить жизненный уровень населения;
- повысить национальную конкурентоспособность за счет развития человеческого потенциала в высокоинтеллектуальных сферах труда и экспорта ИКТ Украины;
- содействовать становлению открытого демократического общества, участию граждан в общественной жизни.

При этом важно подчеркнуть, что в Законе приведены факторы улучшения жизненного уровня населения:

- экономический рост;
- обеспечение прав и свобод человека;

- равный доступ к информации, образованию, охране здоровья;
- создание новых рабочих мест;
- расширение возможности трудоустройства населения;
- обеспечение социальной защиты уязвимых слоев населения;
- обеспечение социальной помощи и реабилитации людей с особыми потребностями;
- равный доступ к административным услугам органов власти государства и местного самоуправления (рис. 3).

Однако сравнивая структуру оценок степени построения информационного общества в Украине на конец 2006 г. со структурой и содержанием стратегических целей развития этого общества в Украине на период 2007-2015 гг., а также со структурой ожидаемых результатов от достижения этих целей и составом факторов достижения только одного из ожидаемых результатов, но самого главного – повышения жизненного уровня населения, трудно найти между ними взаимосвязь и преемственность. Как оценки степени построения информационного общества, так и стратегические цели его развития посвящены больше организационно-техническим аспектам информатизации, нежели действительно формированию информационного общества.

Возможно на стадии разработки Закона Украины, в данном случае по основам развития информационного общества в стране, и не следует ожидать полное и системное решение поставленной в нем проблемы? К примеру, в Законе приведены 9 пунктов основных направлений развития информационного общества (ИО), (рис. 4). В формулировках этих 9 направлений лишь некоторые из них обозначают отдельные краеугольные их составляющие, такие как развитие информационной инфраструктуры, создание электронных информационных ресурсов. Остальные же направления либо базируются на этих двух, либо им в чем-то предшествуют. Анализ содержания этих направлений развития ИО показал, что все они выглядят как полуфабрикаты для получения какого-то конечного, но не сформулированного, неопределенного продукта. Так, намечается дать возможность каждому человеку получить знания, умения и навыки применения информационно-коммуникационных технологий (ИКТ) при обучении, воспитании, в профессиональной подготовке, а также создать условия для компьютерной и информационной грамотности всех слоев населения, для мотивации применения ИКТ во всех сферах жизни общества. Звучит так: это может пригодиться каждому. Очень нецелеопределенно. Еще более неопределенно выглядит направление: обеспечить участие общественности в построении ИО, право человека, общества и государства на информацию. Последняя часть фразы вообще из содержания Закона Украины 1992 г. «Об информации».

Рассматриваемая в Законе об ИО национальная политика его развития в Украине в 13 положениях в какой-то степени детализирует отмеченные выше направления развития ИО (рис. 4), но также не ориентирована ни на стратегические цели развития ИО, ни на ожидаемые результаты от достижения этих целей (рис. 3).



**ГОСУДАРСТВЕННЫЕ ИНИЦИАТИВЫ ПО РАЗВИТИЮ В УКРАИНЕ  
ИНФОРМАЦИОННОГО ОБЩЕСТВА**

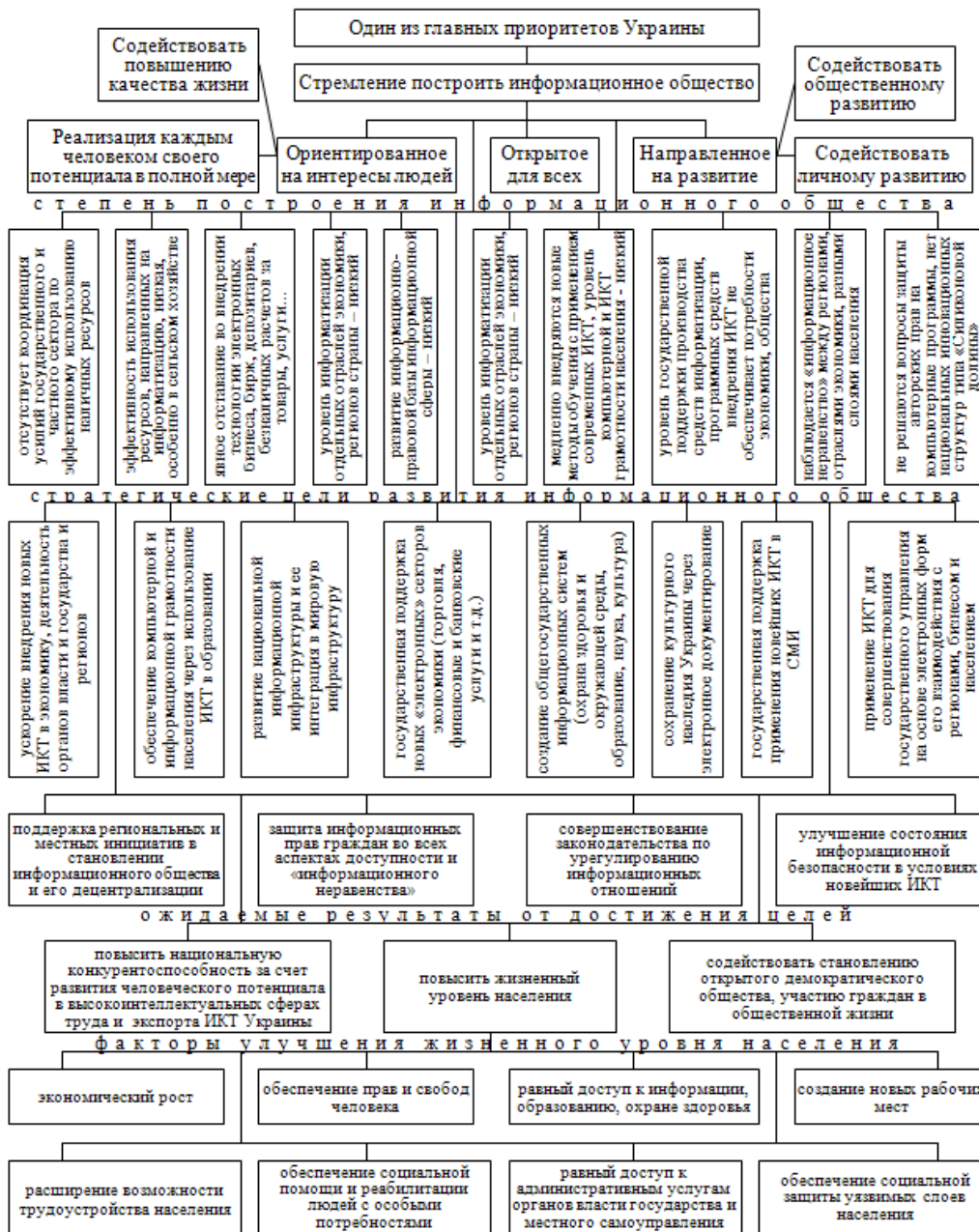


Рис. 3. Состояние процессов построения информационного общества в Украине на конец 2006 г., его стратегические цели и ожидаемые результаты

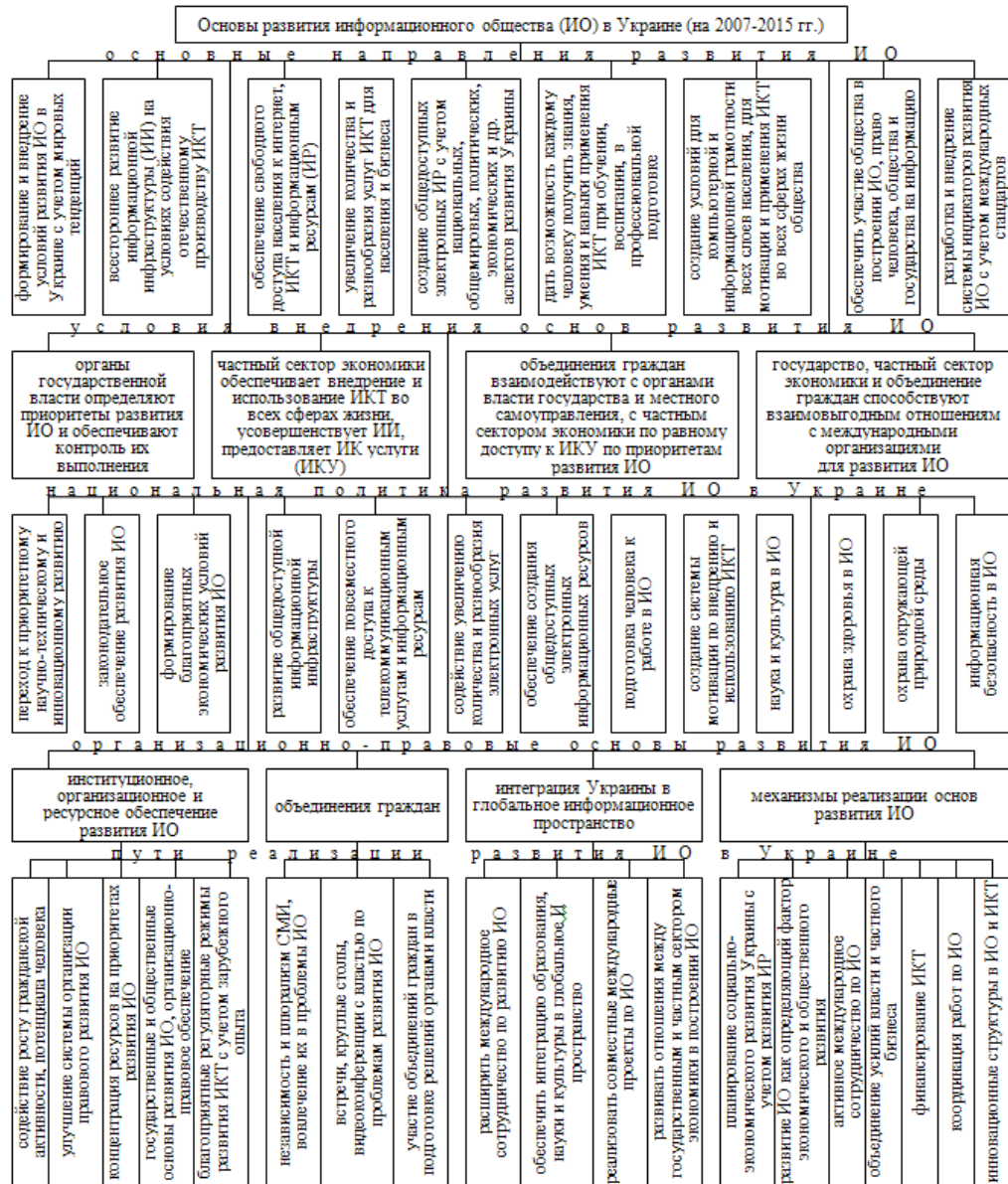


Рис. 4. Структурирование формирования основ развития информационного общества в Украине (по материалам Закона Украины) № 537-V от 09.01.2007 г.

Приведенные в законе организационно-правовые основы развития ИО и пути их реализации в развитии ИО очевидно также по причине отсутствия их ориентации на достижение каких-либо конечных результатов развития общества, страны в целом, ее населения, – выглядят в основном хаотическими и бессистемными.

**Выводы.**

Государственные инициативы в Украине по развитию информационного общества имеют многолетние традиции:

- В 1990 г. был сформирован Проект Концепции информатизации общества Украинской ССР.
- В 1992 г. был принят Закон Украины Об информации.
- В 1998 г. Законом Украины утверждена Национальная программа информатизации.
- В 2007 г. Законом Украины были утверждены базовые основы развития информационного общества в Украине.
- В 2010 г. Кабинетом Министров Украины была одобрена Концепция развития электронного правительства в Украине.

Формулировки основных из приведенных государственных документов Украины о важнейших задачах информатизации украинского общества направлены на ее обеспечивающую роль в повышении качества жизни людей. Однако последующие составляющие их реализации в виде изначально даже в оценке состояния процессов информатизации в Украине, ее целей, состава решаемых задач по их достижению, более общих направлений и даже национальной политики информатизации – не ориентированы на конечные результаты в виде повышения качества жизни населения в Украине, а имеют преимущественно организационно-техническое содержание непосредственно технологии процессов информатизации.

В целях устранения недостатков и неопределенности в процессах построения информационного общества, выраженных в официальных документах в прослеживаемой ориентации мероприятий на формирование «информатизации для информатизации», необходимо осуществить дополнительные исследования и проектные рекомендации в ряде системно-обоснованных направлений:

- оценить реальное состояние и тенденции социально-экономического развития Украины и ее регионов, качества жизни и благосостояния их населения;
- оценить системность государственных программ социально-экономического развития страны и регионов;
- оценить степень эффективности управления социально-экономическим развитием страны и ее регионов;
- оценить реальное состояние и тенденции развития процессов информатизации в Украине;
- оценить роль гражданского общества и общественных организаций в социально-экономическом развитии страны, в его информатизации;
- сформировать предложения по системообразующему воздействию информационных ресурсов на социально экономическое развитие;
- сформировать структурно-графические основы моделирования процессов формирования информационной поддержки социально-экономического развития Украины и ее регионов;
- обосновать приоритетные мероприятия в информационном обеспечении достижения конечной цели социально-экономического развития общества –

динамічному підвищенні рівня якості життя і благосостояння населення, базуються на формуванні інноваційної моделі розвитку общества.

**Список літератури**

1. Концепція розвитку електронного урядування в Україні. Схвалено розпорядженням кабінету Міністрів України 13 грудня 2012 р. № 2250-р. Прем'єр-міністр України М. Азаров // Урядовий кур'єр від 05.01.2011. – № 1.
2. Закон України «Про основні засади розвитку інформаційного суспільства в Україні на 2007-2015 роки». Президент України В. Ющенко. м. Київ, 9 січня 2007 р. № 537-V // Відомості Верховної Ради (ВВР). – 2007. – № 12. – Ст. 102.
3. Закон України «Про інформацію». Президент України Л. Кравчук. м. Київ, 2 жовтня 1992 р., № 2657-XII // Відомості Верховної Ради (ВВР). – 1992. – № 48. – Ст. 650.
4. Подсолонко Е.А. Информационное обеспечение государственного регулирования экономики регионов Украины / Е.А. Подсолонко. – Симферополь: Таврия, 1996. – 246 с.
5. Концепция информатизации общества Украинской ССР. Проект. – К., 1990. – 35 с.
6. Закон України «Про Національну програму інформатизації». Президент України Л. Кучма. Київ, 4 лютого 1998 р., № 74/98-ВР // Відомості Верховної Ради (ВВР). – 1998. – № 27-28. – Ст. 181.

*Поступила в редакцію 01.06.2012 г.*

**Подсолонко В.А. Державні ініціативи щодо розвитку в Україні інформаційного суспільства /** В.А. Подсолонко, О.А. Подсолонко, М.В. Подсолонко // Ученьє записки ТНУ. Серія: Економіка та управління. – 2012. – Т. 25 (64), № 2. – С. 96-108.

Виконано детальний аналіз змісту державних ініціатив в Україні в період з 1990 по 2010 рр. з побудови інформаційного суспільства, щодо забезпечення взаємозв'язку цілей його розвитку в умовах інформування системи електронного управління. Вироблені рекомендації щодо реалізації виявлених резервів прискорення формування інформаційного суспільства, щодо посилення цілеспрямованості його розвитку.

**Ключові слова:** інформація, інформатизація, інформаційне суспільство, електронне управління, системоутворюючий інформаційний ресурс.

**Podsolonko V.A. The state initiatives of creation of an information society in Ukraine /** V.A. Podsolonko, E.A. Podsolonko, M.V. Podsolonko // Uchenye zapiski TNU. Series: Economy and management. – 2012. – Vol. 25 (64), № 2. – P. 96-108.

The detailed analysis of maintenances of the state initiatives in Ukraine during the period 1990 – 2010 is executed. It contains: construction of an information society, maintenance of interrelation of the purposes of his development in conditions of informing. Systems of electronic management. Recommendations on realization the revealed reserves of acceleration of formation of an information society, on amplification of purposefulness of his development are produced.

**Keywords:** the information, informatisation, an information society, E-administration, systems-forming information resource.

УДК: 339: 621.38

## ФАКТОРЫ, ПРЕПЯТСТВУЮЩИЕ РАЗВИТИЮ ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ В УКРАИНЕ

*Пушкарева Е.В., Кертова К.А.*

*Таврический национальный университет имени В.И. Вернадского, г. Симферополь, Украина  
E-mail: dontsova.elena@mail.ru*

В статье выявлены факторы, препятствующие развитию электронной коммерции в Украине, а также даны конкретные рекомендации по их устранению. Результаты представляют практический интерес для отечественных предпринимателей.

**Ключевые слова:** электронная коммерция, интернет-услуги, веб-анализ.

**Постановка проблемы.** Широкое использование Интернет в качестве основного средства обмена коммерческой информацией привело к активному развитию электронной коммерции во всех сферах предпринимательской деятельности. Платежные банковские карты постепенно становятся все более популярным в Украине средством для расчета в сети Интернет. Сейчас каждая пятая операция с картами – это оплата определенного вида услуг в интернете, и тенденция идет лишь к увеличению доли таких платежей. Украинский Процессинговый Центр констатирует – за первое полугодие 2012 года количество операций по платежным банковским картам увеличилось на 99%, то есть фактически – в два раза. При этом увеличились практически в столько же и доходы интернет-предприятий – на 88% [3]. Уровень использования современными предприятиями возможностей информационных технологий определяет степень успешности ведения бизнеса в целом. После вступления Украины в ВТО вопрос о развитии отечественного бизнеса на основе электронной коммерции стал еще актуальнее.

Предприниматели развитых стран, используя возможности Интернет, могут оперативно реагировать в случае изменения потребностей потребителей и успешно проникать на интересующие их рынки. К сожалению, на сегодняшний момент вопросам развития электронной коммерции, как одного из важнейших элементов механизма современной рыночной экономики, уделяется в Украине недостаточное внимание.

**Цель статьи** - проанализировать опыт ведущих зарубежных стран в сфере электронной коммерции, оценить динамику развития и выявить некоторые факторы, препятствующие развитию электронной коммерции в Украине.

**Анализ последних публикаций.** Вопросам развития электронной коммерции за рубежом уделяется большее внимание, чем в Украине. В современной зарубежной литературе встречается достаточное количество публикаций по проблематике электронной коммерции, о чем свидетельствуют работы Сильверстайна М., МакКартни С., Шнайдера Г., Бидголи Х., Йокко М., Элиота С. и др. В последние годы изучением проблем развития электронной коммерции активно занимаются украинские и российские специалисты: Родионова И.А., Михеева Е.В., Семенов Н.А., Овечкин А.В., Ладик С. Анализ публикаций свидетельствует о том, что данная тема еще требует исследования в Украине, что обусловлено, прежде всего, ее новизной.

**Изложение основного материала.** Сильверстайн М. в своей книге «Новая роскошь для среднего класса» отмечает, что мировая экономика стремительно переходит в сферу электронной коммерции и XXI век можно назвать эрой интернет-экономики [1]. Всего за несколько лет Интернет превратился из технической новинки в серьезный инструмент

деятельности компаний и занял в бизнесе место одного из важнейших каналов связи с потребителем.

Для украинцев понятие «электронная коммерция» – относительно новое. В развитых западных странах Интернет уже давно успешно используется с целью получения весьма внушительных доходов. Известно, что США – самая развитая страна в области Интернет и еще 10 лет назад оборот виртуального бизнеса достигал 1,5 трлн. долл. США, что позволило сократить издержки при покупке товаров и сырья на 40% [2].

В течение последних 5 лет украинский рынок электронной коммерции показывал ежегодный рост на уровне 50-60 % независимо от перманентных колебаний в экономике. При этом украинский рынок обладает серьезным потенциалом. Например, в Германии емкость рынка электронной коммерции составляет около \$36 млрд. На Украине аналогичный показатель составляет не более \$400-500 млн. Помимо этого, на рынке электронной коммерции Украины существует много перспективных ниш, которые либо сильно фрагментированы, либо практически не заняты [4].

Вместе с динамичным ростом электронной коммерции возникает ряд факторов, препятствующих ее развитию. Рассмотрим некоторые из них:

1. *Некачественное маркетинговое исследование или полное его отсутствие.* Многие руководители, понимая, что их фирмы уже освоили успешную стратегию в оффлайн-бизнесе, не утруждаются провести маркетинговое исследование в сети Интернет и изучить целевую аудиторию электронной коммерции. Это является в корне неправильным, поскольку Интернет обладает своей спецификой. Многие фирмы, использовавшие Интернет, но допустившие данную ошибку, провалились в попытке стать успешными в сфере электронной коммерции.

2. *Отсутствие качественного визуального оформления.* Немало предпринимателей, которые стараются сэкономить на дизайне и логотипе. Из-за этого потребителю сложно отличить данную товарную марку от множества ее конкурентов. У некоторых интернет-магазинов получается создать отрицательное впечатление после использования сайта. Удачное визуальное оформление – часть успешного позиционирования, ведь это первое, на что обращает внимание потребитель при поиске бренда с помощью Интернета.

3. *Узкий перечень интернет-услуг предприятий, которые существуют в оффлайн-среде.* Из опыта зарубежных банков известно, что для кредитных организаций себестоимость выполнения одной транзакции при обслуживании клиента «живьем» составляет 1-1,5 долл., а через Интернет – всего 1 цент. Перечень услуг украинских кредитных учреждений, которыми можно воспользоваться через Интернет, совершенно неразвит. На сегодняшний день не каждый банк предоставляет даже такие элементарные для западных стран операции, как оплата коммунальных услуг. Для сравнения: в Великобритании и Германии услуги предоставляют около 65% банков, а в Финляндии – 95%. Необходимо отметить, что и ассортимент услуг, предоставляемых западными банками по сравнению с украинскими, в несколько раз шире [6]. Таким образом, украинским банкам следует обратить пристальное внимание на расширение перечня предоставляемых интернет-услуг, тем самым привлекая новых клиентов.

4. *Отсутствие веб-анализа.* Некоторые компании не отслеживают результаты своей деятельности в Интернете, хотя возможность лёгкого сбора статистических данных – одно из главнейших преимуществ Интернета. Совсем не нужно проводить специальные исследования, собирать фокус-группы и организовывать опросы. Тем более что такие данные, как количество

просмотренных страниц, повторные посещения и покупки, прямые посещения, восприятие информации на сайте фиксируются практически всеми бесплатными сервисами веб-анализа, такими как Google Analytics [5]. Полезно отслеживать, сколько времени провел потребитель, изучая страницу с определенным видом товара, это дает возможность понять, что более популярно на рынке. Высокое качество изучения сайта свидетельствует о том, что бренд вызывает интерес и порождает доверие.

**Выводы.**

В настоящее время в Украине наблюдается прогресс в направлении развития электронной коммерции. В то же время имеется ряд сдерживающих факторов, которые могут стать серьезным препятствием для развития этого вида бизнеса.

Некачественность маркетингового исследования, недостаточное внимание к оформлению сайта, отсутствие веб-анализа и другие факторы требуют пристального внимания отечественных предпринимателей.

Изучение факторов, безусловно, необходимо для того, чтобы впоследствии сформировать среду, благоприятную для развития электронной коммерции как актуального и перспективного направления бизнеса в Украине.

**Список литературы**

1. Сильверстайн М. Новая роскошь для среднего класса / М. Сильверстайн, Н. Фиск; [пер. с англ.]. – М.: Альпина Паблишерз, 2010. – 452 с.
2. Родионова И.А. Мировая экономика: [учеб. пособие] / И.А. Родионова. – СПб.: Питер, 2005. – 496 с.
3. Украинцы в два раза больше рассчитываются картами в интернете, чем год назад, РБК-Украина [Электронный ресурс] - 13 сентября 2012. – Режим доступа: <http://e-commerce.com.ua/tag/платежная-карта/>
4. MacCartney S. American Airlines Will Retrench in Bid to Beat Discount Carriers / Scott MacCartney // Wall Street Journal. – August 13, 2002. – P. 1.
5. Семенов Н.А. Особенности брендинга в Интернете, или как улучшить пассивные продажи / Н.А. Семенов // Бренд-менеджмент. – 2010. – № 2 (51).
6. Ладик С. Первые шаги в Интернет-брендинге / Ладик С. // Маркетинг и реклама. – 2011. – № 1 (173). – С. 69-71.

*Поступила в редакцию 01.06.2012 г.*

**Пушкарьова О.В. Чинники, що перешкоджають розвитку електронної комерції в Україні /** О.В. Пушкарьова, К. Кертова // Ученьє запискі ТНУ. Серія: Економіка та управління. – 2012. – Т. 25 (64), № 2. – С. 109-111.

У статті виявлені фактори, що перешкоджають розвитку електронної комерції в Україні, а також дані конкретні рекомендації щодо їх усунення. Результати представляють практичний інтерес для вітчизняних підприємців.

**Ключові слова:** електронна комерція, інтернет-послуги, веб-аналіз.

**Pushkareva E.V. Factors hindering the development of electronic commerce in Ukraine /** E.V. Pushkareva, K. Kertova // Uchenye zapiski TNU. Series: Economy and management. – 2012. – Vol. 25 (64), № 2. – P. 109-111.

The article identifies factors that impede the development of electronic commerce in Ukraine, as well as specific recommendations for their avoidance are provided. The results are of practical interest for domestic entrepreneurs.

**Keywords:** e-commerce, internet services, web analytics.

**УДК 368.5**

## **СТРАХУВАННЯ ЯК ОДИН ІЗ ВИДІВ ДЕРЖАВНОЇ ПІДТРИМКИ СІЛЬСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА В УМОВАХ ЧЛЕНСТВА УКРАЇНИ В СОТ**

*Пушко Р.О.*

*Луганський національний університет, м. Луганськ, Україна  
E-mail: firelion@poisk.lg.ua*

У даній статті визначено проблеми державної підтримки сільського господарства за умов членства України в СОТ. З'ясовано, що страхування входить до основних напрямів державного захисту аграрного сектору національної економіки. Досліджено стан реалізації заходів щодо внутрішньої підтримки сільського господарства.

**Ключові слова:** сільськогосподарське страхування, аграрний сектор, СОТ, державна підтримка, глобалізація.

### **Постановка проблеми.**

Сільськогосподарське виробництво – один із найризикованіших видів підприємницької діяльності. Ризиковість аграрного бізнесу визначає низка факторів: сезонність виробництва, залежність від погодних і кліматичних умов, тривалий період обороту капіталу, велика складність зміни асортименту продукції та технології тощо. Страхування сільгосппродукції є одним із шляхів мінімізації ризиків. В умовах членства України в СОТ страхування почало виступати елементом державної підтримки сільського господарства, що потребує більш детального наукового висвітлення даної теми.

### **Аналіз досліджень і публікацій.**

Проблемам розвитку сільського господарства України при вступі до СОТ були присвячені роботи Амбросова В., Гудзь О., Дем'яненка М., Дем'яненка С., Кваши С., Кобути І., Онегіної В., Шолойко А., які займалися дослідженням розвитку сільського господарства в Україні при вступі до СОТ та проблемами державного регулювання аграрного сектору.

Разом з тим, держава, підтримуючи сільськогосподарське страхування, опосередковано підтримує й сільське господарство, що особливо актуально в умовах членства України в СОТ, оскільки підтримка через страхування належить до заходів “зеленої скриньки”, тобто таких, що не підлягають обмеженню. Саме з цього приводу слід ґрунтовно проаналізувати використання системи страхування.

**Метою статті** є розгляд страхування як своєрідного елементу державної підтримки сільського господарства в умовах членства України в СОТ. Для досягнення поставленої мети необхідно вирішити такі завдання, як з'ясування основних напрямів використання страхування для підтримки сільськогосподарського виробництва з боку держави з урахуванням вимог СОТ.

### **Виклад основного матеріалу.**

За сучасних умов розвитку вітчизняної економіки надзвичайно важливого значення набувають формування, розробка й застосування таких підходів щодо державного регулювання зовнішньоекономічної діяльності АПК України, які б відповідали вимогам СОТ і забезпечували достатній рівень захисту національного агропродовольчого виробництва.



## ***СТРАХУВАННЯ ЯК ОДИН ІЗ ВИДІВ ДЕРЖАВНОЇ ПІДТРИМКИ СІЛЬСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА В УМОВАХ ЧЛЕНСТВА УКРАЇНИ В СОТ***

---

Нині виникає об'єктивна потреба у визначенні обсягів, напрямів та меж бюджетного фінансування відповідно до вимог СОТ, повноправним членом якої Україна стала в травні 2008 р. Глобалізація світової економіки та вступ України до СОТ поставили перед вітчизняним сільським господарством завдання з нарощування обсягів виробництва, розширення асортименту, підвищення якості й конкурентноздатності продукції для забезпечення вітчизняним виробникам домінуючого становища на внутрішньому ринку, а також надання їм можливості експортувати продукцію.

Страховий захист сільськогосподарського виробництва скрізь у світі є оптимальним способом забезпечення безперервності, збалансованості та стабільності розвитку аграрного ринку та одним із ефективних методів повернення збитків в аграрному секторі, оскільки страхові компанії заздалегідь формують необхідні резерви для майбутніх виплат, не вдаючись до зовнішніх і внутрішніх позик. Основна мета страхування сільськогосподарських ризиків – це часткова чи повна компенсація суб'єкту господарювання збитків через несприятливі, в основному, природні явища. Об'єктивна економічна необхідність використання страхування в сільському господарстві пояснюється недостатніми можливостями держави й ринку щодо забезпечення широкої маневреності фінансовими ресурсами господарюючих суб'єктів.

Наразі необхідним є реформування механізму надання державної підтримки відповідно до принципів СОТ. Пошук оптимальних шляхів для удосконалення підтримки сільського господарства й моніторинг зобов'язань, прийнятих у рамках СОТ, є одним із головних аспектів співпраці департаменту із відповідними структурними підрозділами Мінагрополітики.

Для реалізації переваг і нейтралізації можливих ризиків членства країни в СОТ опрацювання заходів аграрної політики має базуватися на визнанні об'єктивної необхідності державної підтримки аграрного сектору на сучасному етапі його розвитку й може бути забезпеченим за умов:

- ретельного узгодження заходів аграрної політики, програм державної підтримки сільського господарства із вимогами СОТ, використання тих можливостей у забезпеченні державної підтримки, що передбачені угодами СОТ, зокрема, Угодою про сільське господарство;

- урахування досвіду інших країн з адаптації державної підтримки аграрного сектору до вимог СОТ [2, с. 157].

Як і всі країни – члени СОТ, Україна не має обмежень на так звані «зелені» програми внутрішньої підтримки сільського господарства, вплив яких на торгівлю відсутній або мінімальний, за умови, що ці програми відповідають вимогам, зазначеним в Угоді СОТ про сільське господарство. Отже, погоджений рівень державної підтримки сільського господарства, за умов певного реформування механізму надання такої допомоги, яка передбачає достатні можливості для захисту вітчизняного агропромислового комплексу в умовах членства у СОТ, є відповідним сучасним потребам.

Заходи із внутрішньої підтримки сільського господарства, за класифікацією СОТ, включають до «жовтої», «синьої» та «зеленої скриньки». До «жовтої скриньки» відносять підтримку ринкових цін, прями виплати виробникам відповідно до видів сільськогосподарської продукції та неспецифіковані субсидії. Саме ці заходи підтримки підпадають під зобов'язання щодо скорочення. Їх оцінку здійснюють на основі показника сукупного виміру підтримки (СВП). Так,

для України найбільший обсяг внутрішньої підтримки в базовому періоді (у середньому за 2004-2006 рр.) був визначений на рівні 609,5 млн дол. США. Цей рівень становить приблизно 165 дол. США на одного зайнятого у сільському господарстві, 164 дол. США на 1 га сільськогосподарських угідь. У Польщі при вступі до СОТ максимальний рівень СВП був визначений у 923 дол. США на одного зайнятого, 226 дол. США на 1 га, у Чехії – 1443 дол.США та 168 дол. відповідно [1, с. 18].

До «синьої скриньки» відносять і внутрішню підтримку, пов'язану з конкретним товаром, якщо вона не перевищує 5% загальної вартості базового сільськогосподарського товару, а також прямі виплати за програмами обмеження виробництва, що прив'язані до конкретних площ та врожаїв або чітко визначеної кількості голів у тваринництві.

На сьогоднішній день з метою підвищення результативності надання бюджетного фінансування перелік програм державної підтримки сільськогосподарських товаровиробників необхідно переглянути й забезпечити відповідність заходів державної підтримки умовам «зеленої скриньки».

Заходи «зеленої скриньки» включають: державні дослідницькі програми, програми боротьби зі шкідниками та захворюваннями, послуги з навчання, розповсюдження інформації та консультативні послуги, послуги з інспектування, маркетингу та просування товару на ринок, зокрема, інформації про ринок, послуги з інфраструктури, виплати за програмами охорони навколишнього середовища тощо. Вони не повинні справляти спотворювального впливу на торгівлю чи на виробництво, а підтримка повинна надаватися через урядові програми, що фінансуються за рахунок державного бюджету [1, с. 19].

Аргументом на користь збереження непрямой підтримки сільськогосподарських виробників за рахунок податків виступає нестабільність політичного процесу, значна залежність від нього структури видатків бюджету, що зумовлює непередбачуваність і відсутність системності в бюджетній підтримці аграрного сектору.

Фінансову підтримку агропромислових підприємств, що перебувають у складних кліматичних умовах, потрібно надавати визначаючи суму виплат незалежно від обсягів виробництва й використання ресурсів у наступних роках після базового. Ця підтримка, а також формування державних резервів при закупівлі урядом продовольства за поточними ринковими цінами не підпадають під скорочення відповідно до вимог СОТ.

Крім того, існує ще низка видів державної підтримки сільського господарства, які мають бути реформовані під «зелену скриньку». До їх складу включають: селекцію у тваринництві й рослинництві, фінансову підтримку доходів виробників сільськогосподарської продукції, часткову компенсацію вартості складної сільськогосподарської техніки та страхових премій, а також інтервенційні операції та закупівлі сільгосппродукції до резервного фонду [1, с. 22].

Вступивши до СОТ, Україна прийняла зобов'язання з обсягу заходів підтримки «жовтої скриньки» й отримала резерви зі збільшення державної підтримки за рахунок «зеленої скриньки» й модифікації надання податкових пільг.

На сучасному етапі підтримка сільськогосподарських товаровиробників передбачає використання фіксованого сільськогосподарського податку та пільг з

ПДВ. В Україні вони включаються до СВП. Щодо скасування пільгового режиму оподаткування, то воно, на наш погляд, є недоцільним, оскільки тоді суттєво знизиться підтримка аграріїв, погіршаться фінансові результати їх діяльності, а оптимальнішим буде запровадження диференційованих ставок ПДВ. Також необхідним є застосування пільгової ставки ПДВ щодо операцій з постачання власної продукції сільськогосподарськими товаровиробниками.

**Висновки.** Україна вступила до СОТ напередодні світової економічної кризи й, до того ж, не на зовсім зручних умовах, тому отримати максимальний ефект від своєї присутності в організації не змогла. Також слід відзначити, що практично вся продукція, яка продається на вітчизняних ринках, виготовлена за межами України. Тобто, за час перебування України в СОТ відбулася колосальна експансія закордонних виробників на українській території та захоплення її економічного простору. Це позначається на наповнюваності держбюджету та сприяє втраті технологічності виробництва з погляду вимог ринку та конкурентоспроможності, кваліфікації робочої сили. Отже, український ринок страхування сільського господарства продовжує перебувати на стадії формування: триває постійне удосконалення законодавчо-нормативної бази, відбуваються зміни в діяльності органів державного регулювання й нагляду за страховою діяльністю.

Подальше дослідження буде ґрунтуватися на більш детальному аналізі аспектів, які впливають на розвиток страхування аграрного сектору національної економіки.

#### **Список літератури**

1. Амбросов В.Я. Забезпечення державної підтримки сільськогосподарського виробництва в умовах членства України у СОТ/ В.Я. Амбросов, В.М. Онегіна // Економіка АПК. – 2009. – № 2. – С. 15-22.
2. Шолойко А.С. Страхування як елемент державної підтримки сільськогосподарського виробництва в умовах членства України в СОТ/ А.С. Шолойко // Облік і фінанси АПК: Науково-виробничий журнал. – 2010. – №4. – С. 155-158.

*Поступила в редакцію 01.06.2012 г.*

**Пушко Р.А.** Страхование как один из видов государственной поддержки сельского хозяйства при условии членства Украины в ВТО / Р.А. Пушко // Ученые записки ТНУ. Серия: Экономика и управление. – 2012. – Т. 25 (64), № 2. – С. 112-115.

В данной статье определены проблемы государственной поддержки сельского хозяйства при условии членства Украины в ВТО. Выяснено, что страхование относится к основным направлениям государственной защиты аграрного сектора национальной экономики. Исследовано состояние реализации программ внутренней поддержки сельского хозяйства.

**Ключевые слова:** сельскохозяйственное страхование, аграрный сектор, ВТО, государственная поддержка, глобализация.

**Pushko R.A.** Insurance as one of types of state support of agriculture on condition of membership of Ukraine in WTO / R.A. Pushko // Uchenye zapiski TNU. Series: Economy and management. – 2012. – Vol. 25 (64), № 2. – P. 112-115.

In this article the problems of state support of agriculture are certain on condition of membership of Ukraine in WTO. It is found out that insurance behave to basic directions of state defence of agrarian sector of national economy. The state of realization of the programs of internal support of agriculture is investigational.

**Keywords:** agricultural insurance, agrarian sector, WTO, state support, globalization.

УДК 339.747

## КОНЦЕПТУАЛЬНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ПРИРОДИ ВАЛЮТНИХ КРИЗ

*Резнікова Н.В., Відякіна М.М.*

*Інститут міжнародних відносин Київського національного університету імені Тараса Шевченка, м. Київ, Україна  
E-mail: r\_nv@ukr.net*

В роботі розкрито теоретико-методологічні підходи до вивчення природи валютних криз, з'ясовується економічний зміст валютної нестабільності. Представлена класифікація валютних криз, визначено фундаментальні причини їх виникнення.

**Ключові слова:** валютні кризи, фінансова глобалізація, валютне управління, валютна нестабільність.

**Постановка проблеми.** Зростаюча взаємозалежність країн підвищує вразливість національних економік перед здатністю локальних криз набувати ознак регіонального характеру. Пройшли часи, коли циклічність економічних процесів дозволяла прогнозувати періоди зростання та падіння, а кожна криза ставала тимчасовим вирішенням накопичених протиріч між сферою реальної економіки та сферою фінансів. Сучасні валютні кризи як у контексті кризи банківської чи фінансової, так і суто кризи платіжного балансу, здатні за лічені дні знищити колосальні обсяги золотовалютних резервів країни і в котре наголосити на небезпечності відставання розвитку реального сектору економіки у порівнянні з розвитком її фінансової складової.

Останні валютні потрясіння підкреслили здатність кризи набувати яскраво вираженого регіонального характеру, поширюючись у межах регіону через розвинені торговельно-фінансові зв'язки країн. Проте, це – один із проявів глобалізації як надзвичайно складного і суперечливого процесу, що несе в собі переплетіння надбань та втрат, перспектив економічного зростання та небезпеки спаду. Відкритість економік більшості країн мінімізує перешкоди на шляху руху капіталу, усуваючи, тим самим, здатність достовірно передбачувати ринкові тенденції з метою забезпечення регулювання економічних процесів у кожній конкретній країні. Посилення взаємопроникнення кризових явищ у межах регіону здатне відбутись навіть через його ментальну складову, не кажучи вже про економічну та політичну спільність. Подібність макроекономічних показників країн, що входять до того чи іншого регіону, та їхня залежність від одних джерел капіталу синхронізують як процеси зростання, так і занепаду у межах регіону. На нашу думку, саме в цьому криється небезпека фінансової глобалізації як для розвинутих країн, так і для країн, що мають невисокий економічний рівень розвитку. В першу чергу, небезпека фінансової глобалізації полягає у виникненні глобальних фінансових криз; по-друге, небезпека підриву суверенітету країн з невисоким рівнем розвитку з причин боргової та іншої фінансової залежності; по-третє, розрив рівня фінансового і, в цілому, економічного розвитку окремих країн; по-четверте, фінансове підпорядкування країн з невисоким рівнем розвитку з боку розвинутих країн; по-п'яте, фінансиалізація культурних та інших нематеріальних цінностей. Ці небезпеки становлять серйозну загрозу для

розвитку людства.

**Аналіз останніх публікацій.** Дискусії серед економістів стосовно природи валютної нестабільності – явище не нове так само, як і дослідження рушійних сил та наслідків фінансових криз. Концептуалізація валютних криз пов'язана з іменами видатних вчених-економістів, серед яких: Бордо М., Веласко А., Глік Р., Даймонд Д., Едвардс С., Кіндлебергер Ч., Кругман П., Манделл Р., Мінські Г., Обстфельд М., Рейнхарт К., Фрідмен М. та інші.

Намагаючись пояснити природу виникнення валютних потрясінь, якими надзвичайно відрізнялись дев'яності роки минулого століття, вченими-економістами було запропоновано власні підходи для вивчення цього явища. Проте порівняно нерозвинутими залишаються питання методології вивчення економічних криз, здебільшого через те, що кризи важко формально моделювати. На думку Мінські Г., Кіндлебергера Ч., існує загальна модель кризи, і тому поділ кризових проблем на різні підгрупи є помилковим. Зокрема, Кіндлебергер Ч., гостро критикував поділ криз на види – комерційний, індустріальний, грошово-кредитний, банківський, фіскальний або фінансовий [1, с.63]. Ми наполягаємо на тому, що, зрештою, така типологія може бути доцільною хоча б з декількох причин: по-перше, розвиток кризи залежить від гравців, поведінка яких відрізняється залежно від того, на що саме звертається їх увага – на валютний ринок і платіжний баланс, чи на ринок цінних паперів; по-друге – наслідки фінансових криз залежать від їх типу. Відтак, з огляду на економічний зміст валютної нестабільності, **метою даного дослідження** є висвітлення рушійних сил формування валютних криз, визначенні їх основних характеристик.

**Основні результати дослідження.** В генезисному плані, рушійною силою як фінансових криз кінця XIX ст., так і сучасних фінансових криз [2] виступали інвестори-спекулянти. В еру золотомонетного стандарту центральний банк міг маніпулювати лише ліквідністю, забезпеченою золотими резервами, в результаті чого виникала необхідність балансування між банківською та валютною кризою залежно від обраного рішення виниклої дилеми: дотримуватись інтервенцій, скорочуючи банківську паніку, але при цьому зменшуючи рівень своїх резервів, або підтримувати обмінний курс своєї валюти у встановлених межах. У розвинених країнах валютна криза носила короткостроковий характер і розгорталася або паралельно із банківською кризою, або була її безпосереднім наслідком. У країнах, що розвиваються, валютні потрясіння, ініційовані спекулянтами, відбувались частіше і носили більш згубний характер. За золотодевізного стандарту валютна криза продовжувала залишатись частиною загальних шоків або подвійних криз, не виступаючи основним джерелом фінансової нестабільності.

Валютні курси вперше стали самодостатньою проблемою, яка, в свою чергу, викликала нестабільність на позичковому та фондовому ринках саме за Бреттон-Вудської системи. Валютні паритети стали виступати об'єктом спекулятивних атак через неузгодженість внутрішніх та зовнішніх цілей політики держав, що, як наслідок, викликало девальвацію та/або призводило до необхідності отримання зовнішніх позик. Останнє, в свою чергу, сприяло розвитку міжнародного ринку капіталів, який надалі став підґрунтям для зародження зовнішніх валютних шоків. Таким чином, серед особливостей валютних криз у період функціонування

Бреттон-Вудської системи, на нашу думку, слід назвати неузгодженість цілей макроекономічної політики із зобов'язанням підтримувати зафіксований валютний курс та вплив стану конкурентоспроможності на коливання реального валютного курсу, а, отже, на необхідність корегування номінального паритету. За Ямайської системи через зняття валютних обмежень та зростання мобільності капіталу місцем зародження валютних криз став міжнародний ринок, проте основну роль відігравали боргові кризи, якими і ознаменувались 1980-ті роки.

Із наукової точки зору, важливо усвідомити вразливість фінансової системи країни перед валютними кризами, небезпека яких ставатиме більш загрозливою, а прогнозування у довгостроковому періоді менш реалізованим, що пояснюється об'єднанням міжнародних валютних ринків та ринків капіталу зі зростаючою мобільністю капіталу.

Відомий вчений-економіст Кругман П. одним із перших почав розробляти теорію валютної нестабільності. Свою останню працю, яка мала назву «Валютні кризи» і вийшла у світ у 2000 році, він розпочав з тези про неможливість чіткого визначення поняття валютної кризи. Разом з тим, такі відомі американські вчені, як: Франкель Дж. і Роуз А [3, с.361] характеризують валютну кризу як швидке номінальне знецінення валюти мінімум на 25% або 10%-е зростання рівня її знецінення. Монтег М. та Попов В. [4, с. 20], підсумовуючи результати попередніх досліджень зарубіжних вчених-економістів, погоджуються розглядати під валютною кризою падіння курсу національної валюти на 25-30% і більше – таким чином розширюючи межі падіння, яке відбувається за декілька місяців паралельно з різким скороченням валютних резервів.

Заслугове на увагу позиція Айхенгріна Б., Роуза А. та Віплоша Ч. [5], оскільки, пропонуючи власне визначення валютної кризи, вчені не обмежились лише темпами знецінення національної валюти, а віднесли до валютної нестабільності зростання процентної ставки, яке відбувається за умов успішно відбитих спекулятивних атак. Ми приймаємо до уваги і погоджуємось з позицією Камінскі Г., Рейнхарта К. та Лізондо С. [6], які при розробці індекса коливань валютного ринку не враховували показники динаміки процентної ставки, зважаючи на те, що у багатьох країнах, де відбулась валютна криза, існував жорсткий контроль за її динамікою.

Економісти з Міжнародного валютного фонду Мілесі-Феретті Ж.-М. та Разін А. з Тель-Авівського Університету доповнили запропоновані Френкелем Дж. та Роуз А. поняття валютних криз, запропонувавши альтернативні визначення останніх [7]. Згідно внесеної ними пропозиції, пропонується розрізняти чотири типи валютних криз.

Валютна криза I типу характеризується знеціненням обмінного курсу національної валюти по відношенню до долару США на 25% за умови, що її минулорічний, офіційно зафіксований, рівень знецінення був щонайменше на 10% нижчим. Згідно даного визначення, валютною кризою I типу вважається ситуація, за якою девальвація національної валюти упродовж року збільшується, наприклад, з 50% до 61%.

Тому для запобігання врахування до даного визначення валютної кризи чисельних випадків високих коливань обмінних курсів, які відбуваються за умов високої інфляції, було запропоновано ввести поняття валютної кризи II типу. Її

характерною рисою, окрім зазначеного 25% знецінення обмінного курсу національної валюти, є те, що рівень девальвації вдвічі більше минулорічного, який, в свою чергу, не перевищував 40%. Валютним кризам II та III типу характерна порівняна стабільність обмінного курсу в минулому році у порівнянні зі знеціненням, зареєстрованим у поточному. Валютна криза III типу відбувається за умов 15% рівня девальвації, який є вищим на 10% за минулорічне знецінення, що, в свою чергу, не досягало 10%.

Валютна криза IV типу є аналогічною валютній кризі III типу, з тією лише різницею, що її необхідною умовою виступає прив'язка обмінного курсу національної валюти до іноземної, яка була запроваджена за рік до кризи. Дослідники вводять поняття так званого «вікна» валютної кризи, яке гарантує, що будь-які, навіть офіційно проголошені кризові ситуації, не відносяться ними до поняття кризи, якщо відбуваються упродовж трьох років від раніше ними зафіксованої кризи. Дана позиція заслуговує на увагу, проте неспроможна забезпечити неупереджену хронологію валютних криз.

З вищезазначеного можна зробити висновок про те, що найпоширенішим трактуванням поняття валютної кризи виступає різке скорочення національної валюти як мінімум на 25-30% (або 10% зростання рівня знецінення), котре поєднується зі скороченням золотовалютних резервів. При цьому, об'єктом валютної нестабільності вважається валютний курс, а формою прояву – валютний ринок.

Будь-яка валютна криза стає причиною серйозних економічних та соціальних наслідків. Як свідчить досвід країн Південно-Східної Азії (Південна Корея, Таїланд, Малайзія, Індонезія, Філіппіни), валютні кризи можуть спровокувати або загострити загальну фінансову кризу в залежності від того, наскільки послаблення валюти та/або підвищення процентних ставок дестабілізують деяких учасників ринку, що зайняли не досить вигідні позиції на валютному ринку чи ринку процентних ставок.

Платоспроможність та ліквідність великої кількості підприємств, як фінансових так і нефінансових, також може зазнати загрози. Окрім того, валютні кризи несуть у собі серйозну загрозу міжнародного поширення: країни «інфікуються» прямо – через втрату конкурентоспроможності порівняно із країнами, валюта яких девальвувала, чи опосередковано – за ситуації, коли інвестори, налякані кризовими подіями, застосовують політику надзвичайної застережливості та мінімальної ризикованості у зв'язках із країнами, які мають спільні економічні характеристики або відносини з тими країнами, які переживають кризові процеси. Проблема вибору режиму обмінного курсу є важливою не лише для вирішення питань запобігання проявам фінансової нестабільності, але й для формування і досягнення ефективного функціонування монетарної та економічної системи держави.

Право вільного вибору будь-якого режиму валютного курсу, надане в квітні 1978 року зміненним Статутом МВФ, не лише не вирішило існуючих суперечок між прибічниками кейнсіанства (Фішер І., Кейнс М.), монетаризму (Фрідман М., Махлуп Ф., Ліндбек А., Джонсон Г., Ерхард Л., Гірш Г.) та некейнсіанства (Тріффін Р., Мартін У., Дей А., Перу Ф., Денізе Ж.), але й не скоротило кількості випадків валютно-фінансових потрясінь у світовому співтоваристві. Науково-емпіричний аналіз зазначеної проблеми вибору оптимального режиму валютного

курсу, проведений консультантами-аналітиками міжнародних фінансових інституцій в їх прагненні сформулювати однозначні рекомендації щодо пріоритетності того чи іншого механізму курсоутворення, дозволив зробити висновок про відсутність єдиновірного рішення. В останнє десятиріччя ХХ століття в країнах, що розвиваються, на відміну від розвинених країн, спостерігалось запровадження та реалізація стабілізаційних програм, ключовим аспектом яких виступав контроль над номінальним обмінним курсом, при цьому це міг бути як скісний або горизонтальний валютний коридор (Чилі, Ізраїль, Польща, Росія у 1995-98 рр.), так і режим валютного управління з його похідними формами (Аргентина, Болгарія, Естонія). Останнім часом ідея запровадження режиму валютного управління активно обговорюється економістами, які спеціалізуються на вивченні особливостей функціонування та розвитку економік країн, що розвиваються та країн з перехідною економікою. Саме тому ми пропонуємо розрізнити:

- валютні кризи, викликані в країнах з фіксованим курсом національної валюти;
- валютні кризи у країнах з вільно плаваючим валютним курсом;
- валютні кризи у країнах, що дотримуються політики валютного управління з подовженим періодом застосування.

Зауважимо, що з'ясування питання суті та економічної природи валютного управління має неабияке теоретичне й практичне значення. Валютне управління, що з'явилося як прикладний інструмент вгамування гіперінфляції несподівано довело справедливість австрійської школи чистого золотого стандарту. Практично неусвідомленим залишається той факт, що правила функціонування валютного управління, більшою мірою, відповідають найжорсткішим принципам «чистого золотого стандарту», ніж навіть грошові системи часів реального часткового золотого стандарту, коли гарантія обміну спиралась не на повну відповідність резервів зобов'язанням, а на сподівання про те, що одночасно до обміну буде пред'явлена лише незначна частина емітованих зобов'язань. Більше того, колоніальне валютне управління також не відповідало принципам чистого золотого стандарту, а підтримувало резервами лише приріст грошової бази понад встановленого мінімуму, а резервування всього обсягу грошової маси вперше було здійснено лише в умовах сучасного валютного управління. Тим самим, практика довела, що позиція західних економістів, які активно рекомендують запровадження валютного управління в країнах, що розвиваються та постсоціалістичних державах (Ханке С., Шулер К.) послаблена в одному важливому пункті. Говорячи про введення валютного управління, яке спиралося б на іншу валюту, ними не піднімається питання про походження цієї резервної валюти, про те, хто і яким чином її емітує [1]. А без вирішення цього питання глобальне запобігання інфляції та економічного циклу, з характерними йому періодичними спадами ділової активності, не вважається можливим.

Розуміння множинності проявів валютної кризи, сприйняття її як багатогранної категорії економічної науки, надзвичайно мінливої для того, аби сформулювати єдино вірне її визначення з певним набором відомих шляхів її походження та поширення, сприятиме виявленню перших ознак валютного потрясіння на початкових етапах його зародження. Це сприятиме усвідомленню



можливих механізмів розповсюдження валютної кризи та дозволить віднайти засоби якщо не суцільного її запобігання, то хоча б зменшення кризових наслідків у випадку непрогнозованих зрушень.

Кожна конкретна криза є поєднанням різних теоретичних типів, помножених на очікування та «стадну поведінку» [4], про що влучно зазначили вчені-економісти Монтеc М. та Попов В. Наприклад, мексиканська валютна криза 1995 року не може бути остаточно пояснена ні проблемою платоспроможності, навіть якщо зовнішній дефіцит і був надмірним, ні слабким рівнем зростання. У цьому розумінні можна виділити широкий контекст факторів та причин виникнення валютних криз, серед яких наступні:

- фундаментальні причини. Структурні диспропорції у розвитку ринкового господарства викликають зниження норми споживання та збільшення норми накопичення, викликаючи потребу у вивозі капіталу. При цьому потреба у експорті капіталу з розвинених країн супроводжується адекватним зростанням попиту на іноземні інвестиції у країнах, що розвиваються. Частина капітальних ресурсів спрямовується на невиробниче споживання, з часом створюючи об'єктивні передумови для втрати довіри до позикодавців і, формуючи структурні диспропорції національних господарств. Різниця у темпах економічного зростання між країнами розвиненими і такими, що розвиваються призведе до того, що плата за використання іноземного капіталу виявиться вищою за вартість створюваного на його базі продукту у країнах, що розвиваються, у результаті чого шляхом зміни курсових співвідношень відбувається перерозподіл національного ВВП і багатства від країн, що розвиваються до розвинених країн;

- грошові, серед яких, в свою чергу, можна послідовно виділити наступні причини:

1. Втрата зв'язку грошей із золотом. Створює об'єктивні передумови для розвитку інфляційних процесів, що підсилюється державним регулюванням на національному та міжнародному рівнях. У результаті цього експансія паперових грошей втрачає зв'язок з потребами обігу, а за умов одержавлення та концентрації золотих ресурсів, більшою мірою, використовується великим капіталом для перерозподілу національного доходу і національного багатства як на національному, так і на міжнародному рівні.

2. Функціонування у ролі світових грошей резервних валют. Протиріччя між національним і міжнародним статусом резервних валют виражається за декількома напрямками. По-перше, для резервних валют, які виступають заміниками світових грошей, характерною є інфляція, проте через її міжнародний статус подібні наслідки розповсюджуються на все глобалізоване середовище. По-друге, резервні валюти знаходяться під юрисдикцією окремих держав, що породжує їх ненадійність та можливість запровадження країнами-емітентами односторонніх конфіскаційних заходів. По-третє, виконання ролі світових грошей резервними валютами пов'язане з необхідністю їх достатнього представлення у міжнародних каналах обігу, що, зазвичай, супроводжується активізацією експорту капіталів з країни-емітента резервної валюти і збільшенням дефіциту її платіжного балансу. Таким чином, резервна валюта, з одного боку, має користуватись абсолютною довірою, а з іншого, довіра до неї підіривається дефіцитом платіжного балансу країни-емітента.

3. Функціонування євровалют. Ринок євровалют майже не підпадає під контроль з боку національних урядів і центральних банків, що значно збільшує можливості банків для депозитної емісії в євровалютах порівняно з емісією в національних валютах. У кризових ситуаціях практично необмежене мультиплікування євровалют, що вільно обмінюються майже на будь-яку національну одиницю, здатне у короткий термін дестабілізувати фінансовий ринок країни.

4. Обіг фіктивного капіталу. Масштаби фінансового капіталу відриваються від вартості реальних активів. За рахунок створення чисельних деривативів, збільшення курсової вартості акцій відбувається неконтрольоване розбухання незабезпеченої грошової маси, темпи приросту якої з великим розривом відхиляються від її забезпечення золотими резервами центральних банків;

- міжнародні фактори. Боротьба за економічну могутність та широке використання зовнішніх кредитів для підтримки стійкості національних валют і покриття дефіциту платіжного балансу. Активне використання механізму змін курсових співвідношень заради зміцнення економічної могутності дозволяє лідерам світового господарства використовувати валютні кризи для здешевлення національних активів своїх конкурентів, як у розвинених, так і у країнах, що розвиваються з наступним завоюванням економічного впливу на них та ініціюванням перерозподілу на свою користь національного продукту та багатства;

- психологічні чинники. «Стадність» є різновидом економічних спотворень у тому сенсі, що дії окремих ринкових учасників здатні викликати зовнішні негативні ефекти. А тому, розуміння цього є важливим для пояснення поширення валютних криз з таких причин. По-перше, дії обмеженої кількості ринкових контрагентів можуть викликати щонайменше дещо обмежений за наслідками несприятливий економічний ефект. Прийняття схожих рішень більшою кількістю учасників можуть викликати незворотні наслідки та надвеликі збитки. Ми поділяємо позицію Обстфельда М., який зазначає, що за наявності достатніх обсягів валютних резервів, атака на місцеву валюту з боку обмеженої кількості спекулянтів не в змозі яким-небудь серйозним чином вплинути на стан економіки [8]. Проте, ми наголошуємо, що за умови реалізації подібного натиску з боку численних спекулянтів, центральний банк може опинитися у скрутному становищі: нездатність стримати тиск на валюту та призупинити вплив валютних резервів держави здатна викликати початок кризи. По-друге, негативний зовнішній ефект «стадності» полягає в загрозі, яка надходить з боку інвесторів, дії яких спрямовані не на користь економіки приймаючої країни. Однак, поки інвестори приймають ідентичні рішення, реалізуючи їх на практиці схожими методами, з їхньої точки зору власні дії сприйматимуться як абсолютно раціональні, це може потягти за собою незворотні процеси, готуючи країну до входження у фазу кризи.

Однак, доцільно зосередити увагу на тому, що «стадність» може лише частково пояснити валютні потрясіння. Це пояснюється тим, що інвестори можуть надавати перевагу використанню своєї чи запозиченої інформації в умовах необхідності пристосування власних стратегій прийняття рішень до змін, що відбуваються. До того ж, теорія каскаду не пояснює той факт, що обсяги

потенційних прибутків зростають в ситуації нетиповості прийнятих рішень одним учасником від дій більшості.

В свою чергу Кальво Г. та Мендоза Е. [9] пропонують альтернативне розуміння поняття «стадності». На їхнє переконання, стадність може спостерігатись навіть у рішеннях, прийняття яких різними інвесторами відбувається одночасно. В умовах зростаючої глобалізації ринків капіталу існування інформаційних розбіжностей викликає пошук шляхів мінімізації можливих збитків через зниження витрат на збирання специфічних даних по країнах, а отже незначні плітки можуть ввести країну з позаатакової рівноваги до атакової.

Дж Сорос наполягає на неефективності, нестабільності фінансових ринків, а, отже, визнає їхню залежність від впливу самозростаючої взаємодії упереджених суджень та тенденцій, створюваних міркуваннями та реальністю. Він зауважує, що рефлексивна ситуація – це одночасна реалізація когнітивної (спроба створити картину подій, що відповідала б реальності) та активної (спроба вплинути на реальні події, сподіваючись змінити реальність, підлаштовуючи її під власні бажання) функцій учасників ринку [10, с. 65]. Так, через активну функцію інвестори можуть впливати на ситуацію, котра, як передбачається, має виступати в ролі незалежної змінної для когнітивної функції. А тому, міркування учасників ринку не можуть розглядатись як об'єктивне знання, оскільки ж їх рішення не спираються на останнє, результат не збігатиметься з їхніми очікуваннями. Звідси – загострення проблеми нестабільності, зневіра в основних макроекономічних показниках, масовість дотримування домінуючої тенденції, а отже зростання волатильності на валютних ринках. Визначаючи рівновагу як стан, за яким існує відповідність між очікуваннями та результатами, а рефлексивність як здатність мислення активно визначати події, Дж. Сорос стверджує, що стан рівноваги не можна досягти на фінансових ринках у принципі, проте можна встановити напрям руху домінуючої тенденції.

#### **Висновки.**

Теоретичне узагальнення концептуальних підходів до вивчення валютних криз у контексті світової фінансової думки дозволило зробити наступні висновки. Суто валютною кризою є саме криза платіжного балансу, оскільки причини її розгортання знаходяться саме у сфері регулювання валютно-фінансової політики (фіксація курсу валюти центральним банком на рівні, що суперечить іншим цілям монетарної політики, здатна запустити механізм кризи і без наявності внутрішніх або зовнішніх боргових проблем та залежності від динаміки руху капіталу).

Інші ж кризи доцільно характеризувати як модифіковані або розглядати виключно у контексті фінансової нестабільності.

Комбінований характер валютних криз є відображенням процесів зростаючої взаємозалежності валютного та фінансового ринків.

Типологізація валютних криз дає можливість констатувати, що найчастіше висока мобільність капіталу на світових ринках не призводить до досягнення позитивних результатів – особливо у випадку надання гарантій держави банківському сектору при недостатньому його регулюванні. Недостатнє регулювання фінансового сектора у випадку надання інвестицій під гарантії урядів часто спотворює інвестиційний процес та стимулює банкірів фінансувати

ризиковані проекти без усвідомлення реальної загрози серйозних збитків. Режим фіксованого валютного курсу, приплив капіталів та фактор психологічного ризику разом здатні викликати реальну ревальвацію, зростання ризикових інвестицій у неприбуткові сектори та/або сектори, де вигоди можливі у довгостроковій перспективі, істотний дефіцит рахунку поточних операцій, які разом акумулюють високий рівень короткострокових зовнішніх боргів.

#### **Список літератури**

1. Kindleberger C.P. Manias, Panics and Crashes: A History of Financial Crises / C.P. Kindleberger. – New York: John Wiley & Sons, 2001. – 304 p.
2. Резникова Н.В. Сучасна світова фінансова криза в деструктивних вимірах інвестиційного прагматизму / Н.В. Резникова, М.М. Відякіна // Вісник Національного банку України. – 2010. – № 5 (171). – С. 23-27.
3. Frankel J. Currency Crashes in Emerging Markets: An Empirical Treatment [Electronic resource] / J. Frankel, A. Rose. – Mode of access: <http://www.federalreserve.gov/pubs/ifdp/1996/534/ifdp534.pdf>
4. Монтес М. Ф «Азиатский вирус» или «голландская болезнь»? Теория и история валютных кризисов в России и других странах / М.Ф. Монтес, В.В. Попов. – М.: Дело, 1999. – 136 с.
5. Eichengreen B. Contagious Currency Crises: First Tests [Electronic resource] / B. Eichengreen, A. Rose, C. Wyplosz. – Mode of access: <http://www.jstor.org/stable/3440879>.
6. Kaminsky G. What Triggers Market Jitters? A Chronicle of The Asian Crisis [Electronic resource] / G. Kaminsky, S. Schmukler. – Mode of access: [http://www-wds.worldbank.org/servlet/WDSContentServer/WDSP/IB/1999/06/03/000094946\\_9904120637088/Rendered/PDF/multi\\_page.pdf](http://www-wds.worldbank.org/servlet/WDSContentServer/WDSP/IB/1999/06/03/000094946_9904120637088/Rendered/PDF/multi_page.pdf)
7. Milesi-Ferretti G. Current Account Reversals and Currency Crises [Electronic resource] / G. Milesi-Ferretti, A. Razin. – Mode of access: <http://www.cepr.org/pubs/dps/DP1921.asp>
8. Obstfeld M. Destabilizing Effects of Exchange Rate Escape Clauses [Electronic resource] / M. Obstfeld. – Mode of access: <http://www.nber.org/papers/w3603.pdf>.
9. Goldberg L. Predicting Exchange Rate Crises: Mexico Revisted [Electronic resource] / L. Goldberg. – Mode of access: <http://www.nber.org/papers/w3320.pdf>.
10. Soros G. The Crisis of Global Capitalism: Open Society Endangered / G. Soros. – New York: PublicAffairs, 1998. – 256 p.

*Поступила в редакцию 01.06.2012 г.*

**Резникова Н.В. Концептуальные основы исследования природы валютных кризисов / Н.В. Резникова, М.М. Видякина // Ученые записки ТНУ. Серия: Экономика и управление. – 2012. – Т. 25 (64), № 2. – С. 116-124.**

В работе исследуются теоретико-методологические подходы к анализу природы валютных кризисов, раскрывается экономическое содержание валютной нестабильности. Представлена классификация валютных кризисов, определены фундаментальные причины их возникновения.

**Ключевые слова:** валютные кризисы, финансовая глобализация, валютное управление, валютная нестабильность.

**Reznikova N.V. Conceptual fundamentals of currency crises research / N.V. Reznikova, M.M. Vidiakina // Uchenye zapiski TNU. Series: Economy and management. – 2012. – Vol. 25 (64), № 2. – P. 116-124.**

The paper reveals theoretic and methodological fundamentals of the research of currency crises, examines economic nature of currency instability. The article includes the classification of currency crises and definition of their root causes.

**Keywords:** currency crises, financial globalization, currency board, currency instability.

УДК 65.016 : 65.012.34 : 338.46 : 338.48

## РАЗВИТИЕ ЛОГИСТИЧЕСКИХ СЕРВИСНЫХ СИСТЕМ В ТУРИЗМЕ

*Скоробогатова Т.Н.*

*Таврический национальный университет имени В.И.Вернадского, г. Симферополь, Украина*

*E-mai: stn57@mail.ru*

Рассмотрена логистическая сервисная система в туризме, где выделены управляющая и управляемая подсистемы, применительно к которым конкретизированы общесистемные характеристики. Показана роль внутренних и внешних связей в развитии системы. Выявлены позитивные факторы образования синергетического эффекта в логистических сервисных системах, функционирующих в туризме.

**Ключевые слова:** сервисная логистика, управление потоками потребителей, логистические сервисные системы, туристские потоки, управляющая подсистема, управляемая подсистема, синергетический эффект.

**Постановка проблемы.** Одной из задач логистизации, как известно, является образование систем. Такие системы создаются в материальном производстве, начиная от уровня предприятия (микросистемы) и до международного уровня (глобальные системы) [1, с. 33]. Развитие сферы услуг обусловило формирование логистических систем в сервисе, задачей которых является управление потоками потребителей до получения ими целевой услуги и при непосредственном пользовании ею. Структура указанных систем адекватна виду оказываемых услуг и определяется периодичностью и продолжительностью их потребления, тяготением к комплексности или элементарности и др. На сегодняшний момент весьма важным является создание таких систем в туризме, где наиболее остро стоит вопрос управления потоками потребителей вследствие эксклюзивности и длительности услуги.

**Анализ последних исследований и публикаций.** Логистические системы в настоящее время находятся в поле зрения ряда украинских и зарубежных ученых, в частности. Денисенко М.П, Левковца П.Л. и Михайловой Л.И. [2], Крикавского Е.В. и Чернописской Н.В [1], Лариной Р.Р. [3], Окландера М.А/ [4], Сумца А.М. [5], Аникина Б.А. и Родкиной Т.А [6, с. 188-212, 251-396], Григорьева М.Н. и Уварова С.А. [7, с. 102-173, 656-775], Карнаухова С.Б. [8], Пфоля Х. [9], но, в большей степени, касаются материального производства. Развитие сферы услуг параллельно с формированием концепции сервисной логистики как науки и практики управления потоками потребителей услуг (и обслуживающими их потоками, то есть кадровыми, материальными, финансовыми, информационными) привело к необходимости рассмотрения логистических сервисных систем с точки зрения их функционирования и развития. Весьма актуально исследование таких систем в туризме, где услуга (продукт) имеет комплексный характер и за счет внедрения новых услуг происходит постоянное расширение систем. Укажем, что на сегодняшний момент некоторые авторы, например, Волкова А.А. [10], Гвозденко А.А. [11], Одинцова Т.Н. [12], Смирнов И.Г. [13] рассматривают логистические системы в туризме, но не в контексте сервисных систем, а как самостоятельные системы.

Несомненно, что условие сохранения любой системы – это ее развитие.

**Целью статьи** является анализ логистических сервисных систем применительно к сфере туризма, определяющий оценку эффективности их создания и развития.

**Изложение основного материала.** Подчиняясь системно-логистическим закономерностям, логистическая сервисная система (ЛСС) имеет свою специфику, определяемую основными управляемыми потоками, которая углубляется в соответствии с особенностями потоков потребителей каждого вида услуг. В частности, под логистической сервисной системой в туризме понимается совокупность элементов, функциональная связь которых позволяет обеспечить перемещение туристов к месту потребления целевого продукта и предоставить им сервис во время пути и при пользовании искомыми услугами.

Любая система, в том числе и ЛСС, состоит из управляющей и управляемой подсистем. В управляющую подсистему входят лица, принимающие решения на различных иерархических уровнях. Управляемая подсистема включает объекты в статическом состоянии (ресурсы) и в динамическом состоянии (потоки). Причем отличием основных управляемых потоков в логистических сервисных системах, то есть потоков потребителей, является то, что они постоянно находятся в динамике и не рассматриваются как ресурсы. Остальные потоки могут принимать статическое состояние, когда не востребованы потребителями.

И управляющая, и управляемая подсистемы подчиняются общесистемным характеристикам, преломляющимся в них по-разному. Конкретизацию характеристик логистической сервисной системы в сфере туризма демонстрирует табл. 1.

Итак, основными управляемыми потоками в ЛСС выступают потоки потребителей услуг, определяя остальные потоки в роли обслуживающих (сопутствующих). Если сопутствующие потоки (за исключением кадровых) чаще рассматриваются в качестве слагаемых других систем, то каждый из потребителей, как и любой человек, представляет собой сложную систему, способную самостоятельно преобразовываться и влиять на окружающий мир. Тем сложнее управление группой потребителей, что, в частности, наблюдается именно в туризме.

Одним из важнейших элементов любой системы являются связи, при этом в ЛСС основными выступают связи с потребителями. Коэффициент стабильности данных связей (отношение постоянно действующих связей к их общему числу [14, с. 30].) варьирует в зависимости от вида услуг. Чем реже оказывается услуга, тем коэффициент выше, в частности, в туризме он может достигать величины 0,8-0,9. Для данных услуг, имеющих эксклюзивный характер, не так важно расположение предприятий сервиса. Обратное утверждение касается личных (бытовых) услуг, на обращение к которым, во многом, влияет территориальный фактор, что, в свою очередь, отражается на указанном коэффициенте. Например, для дорогих салонов-парихмахерских, расположенных в центре города, он составляет 0,7-0,8, для парихмахерских на вокзале – 0,2-0,3. В связи с тем, что услуги туризма востребуются не так часто, как другие, связи здесь в течение периодов между обращением к услуге могут ослабляться. Их сохранение возможно за счет поддержания коммуникаций и предоставления клиентам информации о новых турах, сезонных скидках.

Таблица 1

Конкретизация общесистемных характеристик применительно к управляющей и управляемой подсистемам логистической сервисной системы в туризме

Общесистемные характеристики	Подсистемы	
	управляющая	управляемая
Состав элементов	В качестве элементов выступают лица, принимающие решения.	Потоки: основные (потребители туристских услуг) и обслуживающие (кадровые, материальные, финансовые, информационные).
Контактируемость с внешней средой	Частичная прозрачность.	Полная открытость.
Характеристика связей	Преобладают связи-процессы, направленные на укрепление структуры и обеспечение развития.	Преобладают связи-отношения, в первую очередь, между персоналом и потребителями.
Отношение к связям с противоположной подсистемой	Укрепление связей и рассмотрение туристов не только в качестве настоящих, но и будущих клиентов.	При удовлетворении потребностей пролонгирование связей и привлечение туристов из числа своих родственников (друзей).
Влияние на противоположную подсистему	В процессе управления и обслуживания.	Возможно в силу активности туристов как основных элементов подсистемы.
Цель	1. Доставка туристов в указанное место в определенное время при сохранении их состава (выбытие возможно из-за разочарования в программе и (или) по состоянию здоровья) с оптимальными затратами. 2. Оказание туристам именно требуемых ими услуг по составу, качеству, территориальным и временным параметрам с экономически обоснованными затратами.	Получение желаемых целевых (конечных) и инфраструктурных (сопутствующих, в большей степени во время передвижения) услуг, оказанных на высоком уровне по приемлемой цене.
Эквифинальность	Достижение туристами означенного целевого пункта и предоставление им оговоренных услуг с учетом изменения параметров окружающей среды.	Получение услуг согласно ваучеру несмотря на противодействие окружающей среды.
Способность к развитию	Разработка новых услуг, внесение элементов новизны в технологию обслуживания согласно тенденциям научно-технического прогресса.	Рассмотрение туризма в качестве познавательной услуги, расширяющей кругозор и повышающей общий уровень.

Поскольку в ЛСС основными объектами управления выступают люди, а именно потребители услуг, возникает вероятность воздействия управляемой подсистемы на управляющую подсистему. Данное утверждение выглядит, на первый взгляд, непривычным. Однако даже неодушевленные элементы потенциально могут влиять на субъект управления, предоставляя ему информацию, содержащую новые сведения (которые он может принимать или не принимать). В логистической же сервисной системе, функционирующей в туризме, воздействие в той или иной мере происходит обязательно, причем каждая туристская группа вносит свою информацию в «копилку» субъекта услуг.

Перечисленные связи, как и связи с поставщиками, носят характер внешних, и их задачей является вовлечение предприятия-системы в окружающую среду. При объединении предприятий как микрологистических сервисных систем в систему более высокого уровня (мета- или мезологистическую систему) часть внешних связей переходит во внутренние. Собственно объединение может происходить на основе краткосрочных и долгосрочных связей. В первом случае в основе лежит теоретический подход, опирающийся на аналитические расчеты эффективности такого объединения. Во втором – практический подход, базирующийся на сложившейся за длительный период технологической общности.

Сила связей между предприятиями как элементами системы должна определяться с учетом разных условий. Более крепкая связь способствует ускоренному развитию всей системы, но может ограничить развитие отдельных предприятий. В этом случае они предпочитают выходить из объединения, тем самым разрушая систему. При этом речь не идет о полном подчинении частного (отдельных предприятий) целому, то есть объединению. Наличие между предприятиями-слагаемыми противоречий естественно и даже необходимо, так как оно выступает импульсом развития.

Эффективность создания ЛСС во многом определяется образующимся синергетическим эффектом. Он формируется не только за счет интеграции подразделений (предприятий), но и в результате взаимообогащающего контакта между продуцентами услуг и потребителями. Перечислим основные позитивные факторы образования синергетического эффекта в туризме со стороны потребителей услуг:

- положительный настрой на контакт с субъектами услуг (в отличие, например, от медицины и в некоторых случаях, касающихся молодого поколения, – от образования);
- готовность людей, находящихся в отпуске и незагруженных рабочими и домашними проблемами, к восприятию разноплановой информации;
- высокий жизненный тонус, связанный с переменной обстановкой и поддерживаемый всесторонним качественным обслуживанием.

Что касается продуцентов услуг, то многим из них (не будем брать на себя смелость и утверждать – всем) интересно общение с туристами, как в общепознавательном, так и в профессиональном плане, поскольку они могут рассказать о посещаемых странах и налаженной там технологии обслуживания.



Отличием ЛСС от других логистических систем является наличие в них наиболее благоприятных условий для взаимодействия с окружающей средой. Такое положение объясняется тем, что здесь связи с окружающей средой осуществляют не только пассивные, то есть материальные, финансовые и информационные, но и человеческие потоки. Здесь необходимо оговориться, что связующими в традиционных логистических системах выступают и кадровые потоки, но они меньше связаны с окружающей средой. В сервисе персонал намного подвижнее, так как в ряде случаев он передвигается к потребителю, в материальном же производстве – в основном закреплен на рабочем месте.

Объединение предприятий создает базу для усиления потоков. В результате концентрации финансовых потоков аккумулируются денежные средства, что способствует повышению инвестиционного потенциала. Наложение информационных потоков приводит к увеличению информационного поля, которое условно можно разделить на две части: технологии производства определенных видов услуг и общие вопросы по работе с потребителями. Часть материальных потоков, содержащая средства для оснащения помещения, также может относиться ко всем видам услуг.

Направленность на обслуживание потребителей делает весьма важным вопрос развития ЛСС. Кратко развитие можно представить как настоящий процесс, отталкивающийся от прошлого и устремленный в будущее. Согласно теории хаэссеитаса, прошлое приходит в настоящее как результат [15]. Но задача настоящего – не пассивное принятие прошлого, а рассмотрение его с точки зрения опыта, как положительного, так и отрицательного. Анализируя прошлое, возможно предположение другого варианта событий и соответствующих результатов. Для настоящего времени актуален вопрос: «Стоит ли плыть по течению в потоке событий или следует повернуть поток в желаемое русло?» Вопрос решается индивидуально каждым субъектом деятельности.

Естественно, что позиции индивидов по отношению к приоритетности прошлого, настоящего и будущего значительно различаются и определяются многими факторами, в том числе и гражданством. Сведения о позициях, занимаемых жителями разных стран, представлены в табл. 2.

По нашему мнению, ближе к оптимальному – вариант Германии. Но здесь необходимо очертить границы будущего, так как далекое будущее не должно быть приоритетнее настоящего. Применительно к сфере туризма позиции управляющей подсистемы и управляемой подсистемы (основных управляемых потоков) различаются. Администрация предприятия заинтересована в том, чтобы максимально удовлетворить туристов с тем, чтобы сотрудничество продолжалось и в ближайшем будущем. Значительная часть туристов хочет взять от путешествия все возможное, даже в ущерб своему физическому состоянию, не говоря уже о состоянии окружающей среды, то есть о будущем задумываются очень мало. Путешествие для них – в основном удовлетворение настоящих потребностей (познавательных, социальных и в самореализации) и возможность повысить свой престиж в ближайшем будущем.

Таблица 2

Соотношение прошлого, настоящего и будущего  
во взглядах жителей разных стран \*

Название страны	Приоритет прошлого	Связь между прошлым и настоящим	Приоритет настоящего	Связь между настоящим и будущим	Приоритет будущего
Германия	1	есть	2	есть	3
Испания	1	есть	3	нет	2
Китай	2	есть	2	нет	3
Нидерланды	1	нет	3	нет	3
Россия	2	нет	1	нет	3
США	1	нет	2	есть	3

Составлено автором на основе: [16, с. 164]

### Выводы.

В логистической сервисной системе и управляющая, и управляемая подсистемы подчиняются общесистемным характеристикам, специфика проявления которых зависит от вида услуг. Вид услуг конкретизирует и потоки потребителей как основу управляемой подсистемы. Указанные потоки выполняют связующую функцию, соединяя предприятие с другими хозяйственными субъектами окружающей среды и, создавая базу для объединения. Эффект от объединения образуется за счет концентрации материальных, финансовых и информационных потоков. Наибольшим потенциалом отличается сфера туризма – сосредоточение комплексных услуг. Здесь же более вероятно образование эффекта синергии не только в результате взаимодействия входящих в систему подразделений (подсистем), но и при контакте исполнителей туристских услуг и их потребителей, удовлетворяющем обе стороны. Условием сохранения системы является развитие как устремленность настоящего в будущее, взгляд на которое со стороны субъектов (исполнителей) услуг и туристов – объектов услуг различен.

### Список литературы

1. Крикавський Є.В. Логістичні системи: [навч. посібник] / Є.В. Крикавський, Н.В. Чернописька. – Львів: Вид-во Національного університету “Львівська політехніка”, 2009. – 264 с.
2. Денисенко М.П. Організація та проектування логістичних систем / М.П. Денисенко, П.Л. Левковець, Л.І. Михайлова. – К.: ЦУЛ, 2010. – 336с.
3. Ларіна Р.Р. Формування та забезпечення надійності регіональних логістичних систем: [монографія] / Р.Р. Ларіна. – Донецьк: “Норд-Пресс”, 2005. – 284 с.
4. Окландер М.А. Логістична система підприємства: [монографія] / М.А. Окландер. – Одеса: Астропринт, 2004. – 312 с.
5. Сумець О.М. Алгоритм проектування логістичної системи підприємства / О.М. Сумець // Логістика: проблеми і рішення. – 2012. – № 1. – С. 54-66.
6. Аникин Б.А. Логистика / Б.А. Аникин, Т.А. Родкина. – М.: ТК Велби, Изд-во Проспект, 2007. – 408 с.
7. Григорьев М.Н. Логистика: базовый курс / М.Н. Григорьев, С.А. Уваров.– М.: Издательство Юрайт, 2011. – 782 с.

8. Карнаухов С.Б. Логистические системы в экономике России / С.Б. Карнаухов. – М.: ООО Фирма «Благовест-В», 2002. – 216 с.
9. Pfohl H.Ch. Systemy logistyczne. Biblioteka Logistyke / H. Ch. Pfohl. – Poznan, 1998. – S. 4-9.
10. Волкова А.А. Логистические системы организации управления обслуживанием в гостиничном хозяйстве: автореферат дисс. на соискание ученой степени канд. эконом. наук: спец.: 08.00.05: «Экономика и управление народным хозяйством»/ А.А. Волкова. – С.-Пб: Санкт-Петербургская государственная академия сервиса и экономики, 2004. – 18 с.
11. Гвозденко А.А. Логистика в туризме: [учебное пособие] / А.А. Гвозденко. – М.: Финансы и статистика, 2004. – 272 с.
12. Одинцова Т.Н. Методологические основы управления логистической системой туристского обслуживания: дисс. ... доктора. экон. наук: 08.00.05 / Одинцова Татьяна Николаевна. – Санкт-Петербург, 2011. – 399 с.
13. Смирнов И.Г. Логистика туризму: [навч. посібник] / І.Г. Смирнов. – К.: Знання, 2009. – 444 с.
14. Скоробогатова Т.Н. Логистические системы в сервисе: [монография] / Т.Н. Скоробогатова. – Симферополь: Доля, 2007. – 416 с.
15. Заварзин Г.А. Бытие и развитие: эволюция, сукцессия, хаэссеитас / Г.А. Заварзин // Вестник Российской академии наук. – 2007. – Т. 77, № 4. – С. 334-340.
16. Попов Е.В. Рыночный потенциал предприятия / Е.В. Попов. – М.: Экономика, 2002. – 559 с.

*Поступила в редакцию 01.06.2012 г.*

**Скоробогатова Т.М. Розвиток логістичних сервісних систем в туризмі** / Т.М. Скоробогатова // Ученьє записки ТНУ. Серія: Економіка та управління. – 2012. – Т. 25 (64), № 2. – С. 125-131.

Розглянута логістична сервісна система в туризмі, де виділені керуюча і керована підсистеми, стосовно до яких конкретизовані загальносистемні характеристики. Показана роль внутрішніх і зовнішніх зв'язків у розвитку системи. Виявлено позитивні фактори утворення синергетичного ефекту в логістичних сервісних системах, що функціонують у туризмі.

**Ключові слова:** сервісна логістика, управління потоками споживачів, логістичні сервісні системи, туристські потоки, керуюча підсистема, керована підсистема, синергетичний ефект.

**Skorobogatova T.N. The development of logistics service systems in tourism** / T.N. Skorobogatova // Uchenye zapiski TNU. Series: Economy and management. – 2012. – Vol. 25 (64), № 2. – P. 125-131.

The tourism logistic service system is considered. Managing and guided subsystems are identified and corresponding system-wide characteristics are specified. The role of internal and external communications in the system development is shown. Emerging synergetic positive effects in tourism logistics service systems are revealed.

**Keywords:** service logistics, customer flow management, logistics service system, tourist flows, managing subsystem, guided subsystem, synergistic effect.

УДК 657.631:338.432 (075.8)

## УДОСКОНАЛЕННЯ МЕТОДИКИ ВНУТРІШНЬОГО АУДИТУ ОПЕРАЦІЙ З ФІНАНСОВИМИ ІНВЕСТИЦІЯМИ

*Сметанко О.В.*

*Кримський економічний інститут ДВНЗ «Київський національний економічний університет  
ім. Вадима Гетьмана», м. Сімферополь, Україна  
E-mail: smetanko@mail.ru*

Розкрито проблемні питання методики внутрішнього аудиту операцій з фінансовими інвестиціями. Виділені основні етапи та напрями проведення внутрішнього аудиту операцій з фінансовими інвестиціями.

**Ключові слова:** внутрішній аудит, аудиторські докази, фінансові інвестиції, облік фінансових інвестицій, аудиторський висновок

**Постановка проблеми.** Внутрішній аудит операцій з фінансовими інвестиціями в сучасних умовах розвитку та управління акціонерними товариствами відіграє важливу роль у досягненні довгострокових стратегічних і оперативних цілей, які спрямовані на підвищення платоспроможності, фінансової стійкості, конкурентоспроможності та ефективності прийняття управлінських рішень у системі управління підприємством.

Пильна увага зі сторони служби внутрішнього аудиту (СВА) та керівництва підприємства до операцій з фінансовими інвестиціями також обумовлена тим, що завдяки наявності фінансових інвестицій та ефективності операцій з ними можливо підвищувати інвестиційну привабливість підприємства та збільшувати вхідні грошові потоки. Саме тому перед внутрішніми аудиторами та керівниками СВА постають питання, пов'язані з вдосконаленням методики внутрішнього аудиту операцій з фінансовими інвестиціями.

**Аналіз підходів щодо теми дослідження.** Загальні питання аудиту операцій з фінансовими інвестиціями досить ґрунтовно висвітлені в працях вітчизняних та зарубіжних вчених-економістів. Проте серед науковців існують різні підходи щодо організації та методики проведення зовнішнього і внутрішнього аудиту фінансових інвестицій. Так, Сагова О.В. досліджує загальні питання організації та методики зовнішнього аудиту операцій з фінансовими інвестиціями та організації комп'ютерного аудиту фінансових інвестицій за МСА [1; 2]. Даний автор у своїх дослідженнях не розкриває особливості проведення аудиту згідно вимог П(С)БО, щодо обліку фінансових інвестицій та не приділяє значної уваги питанням, пов'язаним з інформаційно-аналітичним забезпеченням аудиту.

Соколов Б. Н. розкриває типову методику перевірки фінансових інвестицій організацій з точки зору діяльності СВА. Але, дана методика не враховує те, що внутрішній аудит спрямовано на розробку рекомендацій стосовно підвищення ефективності використання та політики управління операціями з фінансовими інвестиціями [3, с.114-116].

Зонова А. В. детально розглядає методику проведення зовнішнього аудиту фінансових інвестицій, але не приділяє уваги питанням організації аудиту та

## **УДОСКОНАЛЕННЯ МЕТОДИКИ ВНУТРІШНЬОГО АУДИТУ ОПЕРАЦІЙ З ФІНАНСОВИМИ ІНВЕСТИЦІЯМИ**

---

ефективності операцій з фінансовими інвестиціями [4, с.226-229].

Проведений аналіз літературних джерел свідчить про те, що всі дослідження зазначених авторів є надзвичайно актуальними і доповнюють один одного, але відсутність комплексного підходу щодо методики проведення внутрішнього аудиту операцій з фінансовими інвестиціями потребує подальшого вивчення і обґрунтування виділених питань.

**Метою дослідження** є розробка і обґрунтування загальної методики проведення внутрішнього аудиту фінансових інвестицій.

**Основні результати дослідження.** З метою підвищення ефективності внутрішнього аудиту операцій з фінансовими інвестиціями в АТ пропонується проведення перевірок за наступними етапами (рис.1).

На першому етапі проходить уточнення методики та техніки проведення перевірки фінансових інвестицій з метою підтвердження достовірності облікових даних та фінансової звітності відносно об'єктів бухгалтерського обліку.

Під час проведення аудиту операцій з фінансовими інвестиціями необхідно встановити відповідність даних первинних документів з обліку необоротних активів даним журналу №4, відомості № 4.2, Головній книзі, оборотно-сальдовій відомості, а також підтвердити данні фінансової звітності які знайшли відображення в:

- формі №1 «Баланс» - у рядках 040 «Довгострокові фінансові інвестиції, як обліковуються за методом участі у капіталі інших підприємств», 045 «Інші фінансові інвестиції» та 220 «Поточні фінансові інвестиції» [5];

- формі №5 «Примітки до річної фінансової звітності» у розділі IV «Фінансові інвестиції».

На етапі аудиту фінансових інвестицій:

1.1. Здійснюється детальне планування проведення аудиту операцій з фінансовими інвестиціями, зокрема: аудитор вивчає особливості бізнесу клієнта; визначає ефективність та надійність систем бухгалтерського обліку та внутрішнього контролю підприємства; розраховує рівень аудиторського ризику та суттєвості; визначає обсяг вибірки інформації відносно фінансових інвестицій; розробляє аудиторські процедури, які доцільно застосовувати під час виконання аудиту фінансових інвестицій; здійснює документальне оформлення результатів планування (складає план та програму аудиту фінансових інвестицій);

На другому етапі внутрішньому аудиту необхідно провести перевірку діючої системи бухгалтерського обліку фінансових інвестицій з метою визначення її ефективності. Проведення внутрішнього аудиту системи бухгалтерського обліку рекомендуємо здійснювати за наступними напрямками, зосередивши основну увагу на:

2.1. Організації та методиці обліку операцій з фінансовими інвестиціями:

- робочому плані рахунків з обліку фінансових інвестицій;
- облікових номенклатурах з обліку фінансових інвестицій;
- носіях облікової інформації про фінансові інвестиції;
- розробці ефективного графіку документообігу та документопотоку за окремими видами фінансових інвестицій та ін.

Під час проведення внутрішнього аудиту системи бухгалтерського обліку необхідно:

2.1.1. Ознайомлення з діючим планом рахунків та елементами облікової політики підприємства, щодо оцінки та критеріїв віднесення об'єктів обліку у склад поточних або довгострокових фінансових інвестицій, а також особливостей відображення операцій з фінансовими інвестиціями.

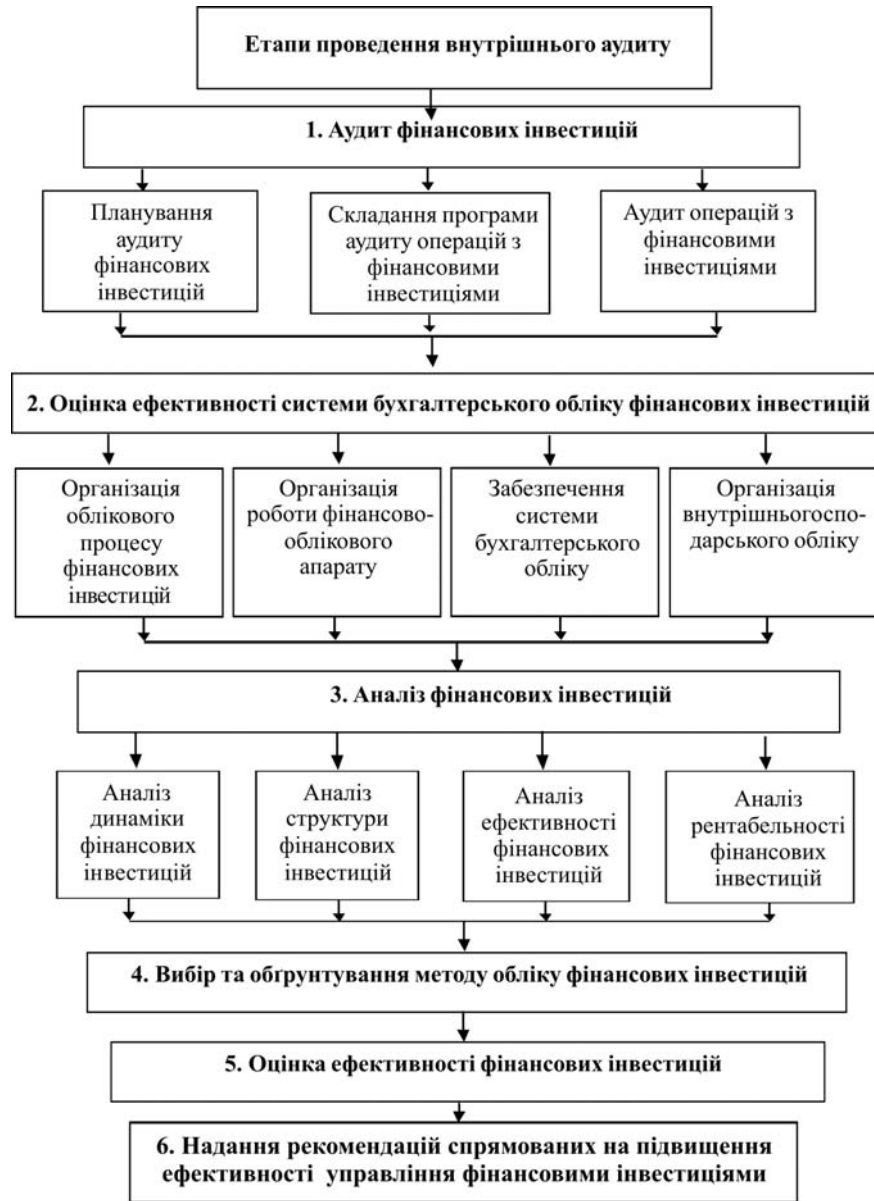


Рис. 1. Внутрішній аудит операцій з фінансовими інвестиціями

**УДОСКОНАЛЕННЯ МЕТОДИКИ ВНУТРІШНЬОГО АУДИТУ ОПЕРАЦІЙ  
З ФІНАНСОВИМИ ІНВЕСТИЦІЯМИ**

Під час здійснення внутрішнього аудиту необхідно визначити дотримання вимог щодо діючого законодавства, а саме: аудитор повинен приділити увагу питанням відповідності окремих елементів облікової політики методологічним засадам щодо організації та методики обліку фінансових інвестицій. Методологічні засади фінансового обліку інвестицій регламентуються П(С)БО 2 «Баланс», П(С)БО 3 «Звіт про фінансові результати» [6], П(С)БО 12 «Фінансові інвестиції» [7], П(С)БО 19 «Об'єднання підприємств», 20 «Консолідована фінансова звітність» та Інструкцією «Про застосування Плану рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу, зобов'язань і господарських операцій підприємств і організацій» №291. Згідно інструкції № 291 інформація про рух поточних фінансових інвестицій повинна узагальнюватися на рахунках 14 «Довгострокові фінансові інвестиції» та 35 «Поточні фінансові інвестиції» [8].

2.1.2. Оцінка та відображення в обліку поточних фінансових інвестицій. Фінансові інвестиції початково оцінюються і відображаються в бухгалтерському обліку за собівартістю, а саме:

- за дебетом рахунка 35 «Поточні фінансові інвестиції» відображають вартість придбаних еквівалентів грошових коштів (субрахунок 351) та інших поточних фінансових інвестицій (субрахунок 352) за їх собівартістю та суми дооцінки при збільшенні справедливої (ринкової) вартості;

- за кредитом рахунка 35 списуються балансова вартість реалізованих (таких, що вибули) інвестицій та суми їх уцінки [8] (табл. 1).

Таблиця 1

Облік придбання поточних фінансових інвестицій

№	Зміст операції	Д-т	К-т
1.	Передано акції підприємства А в обмін на акції підприємства Б:		
1.1.	- на номінальну вартість переданих акцій;	352	46
1.2.	- на різницю між номінальною та ринковою вартістю переданих акцій	352	421
2.	Передано товари підприємства А в обмін на облігації підприємства В:		
2.1.	- на справедливую вартість товарів;	361	702
2.2.	- на балансову вартість товару;	902	281
2.3.	- на податкове зобов'язання з ПДВ;	702	641
3.	Списано на фінансові результати дохід від реалізації товарів	702	791
4.	Зараховано фінансові інвестиції за справедливою вартістю:	352	361
4.1.	- придбано за грошові кошти цінні папери підприємства Д:		
4.2.	- на собівартість придбаних акцій;	352	311
4.3.	- на собівартість придбаних облігацій	352	311

Внутрішньому аудиту необхідно звернути увагу на те що сальдо дебетове відображає справедливую вартість фінансових інвестицій на дату балансу, самі поточні фінансові інвестиції в балансі відображається у складі поточних активів. Аналітичний облік здійснюється за видами фінансових інвестицій із

забезпеченням можливості одержання інформації про інвестиції як на території країни, так і за її межами.

Саме тому внутрішньому аудиту необхідно проведення більш детальної перевірки операцій з поточними фінансовими інвестиціями (табл. 2) за наступними напрямками: облік придбання поточних фінансових інвестицій; розподіл вартості послуг брокера з придбання цінних паперів; облік придбання та реалізації поточних фінансових інвестицій.

Таблиця 2

Облік придбання та реалізації поточних фінансових інвестицій

№	Зміст операції	Д-т	К-т
1.	Придбано акції за ринковою вартістю	352	311
1.1.	Відображено послуги брокера	352	685
1.2.	Уцінено вартість акцій підприємства	975	352
2.	Реалізовано фінансові інвестиції:		
2.1.	- на вартість реалізації;	311	741
2.2.	- на облікову вартість інвестицій;	971	352
2.3.	- списано доходи від реалізації на фінансові результати;	741	792
2.4.	- списано собівартість інвестицій на фінансові результати	792	971

2.1.3. Облік фінансових інвестицій в асоційовані та дочірні підприємства. Під час проведення перевірки необхідно підтвердити правомірність здійснення операцій з фінансовими інвестиціями в акції, у тому числі в дочірні та асоційовані підприємства та розкриття цієї інформації у фінансовій звітності підприємства. Необхідність проведення даної перевірки зумовлено тим, що розмір таких інвестицій є критерієм наявності контролю інвестора щодо підприємства, в яке роблять фінансові інвестиції, та визначає статус останнього. Саме тому на даній стадії перевірки необхідно проведення внутрішнього аудиту за наступними операціями:

- необхідно звернути особливу увагу правильності визначення первісної оцінки фінансових інвестицій у дочірні та асоційовані підприємства. Дана перевірка повинна здійснюватися за наступними обліковими напрямками, а саме:

- облік придбання фінансової інвестиції (табл. 3);
- облік придбання фінансової інвестиції в обмін на акції власної емісії (табл. 4).

Таблиця 3

Облік придбання фінансової інвестиції

№	Зміст операції	Д-т	К-т
1.	Здійснено інвестицію в дочірнє підприємство	141	311
2.	Відображено витрати на послуги з придбання акцій	141	685

Одним зі шляхів придбання контрольних пакетів підприємств є їх обмін на цінні папери власної емісії. Критерії такого обміну обумовлюються в договорі, укладеному між інвестором і підприємством, у яке передбачається здійснити



**УДОСКОНАЛЕННЯ МЕТОДИКИ ВНУТРІШНЬОГО АУДИТУ ОПЕРАЦІЙ  
З ФІНАНСОВИМИ ІНВЕСТИЦІЯМИ**

фінансові інвестиції. Якщо придбання фінансової інвестиції здійснюється шляхом обміну на цінні папери власної емісії, то собівартість фінансової інвестиції визначається за справедливою вартістю переданих цінних паперів (П(С)БО 12) [7];

- облік придбання фінансової інвестиції в обмін на основні засоби (табл. 5).

Таблиця 4

Облік придбання фінансової інвестиції в обмін на акції власної емісії

№	Зміст господарської операції	Д-т	К-т
1.	Збільшено статутний капітал компанії А на суму додатково випущених акцій	46	40
2.	Здійснено фінансову інвестицію в дочірнє підприємство за номінальною вартістю переданих цінних паперів	141	46
3.	Відображається різниця між справедливою та номінальною вартістю акцій компанії А, переданих в обмін на акції компанії Б	141	421

Таблиця 5

Облік придбання фінансової інвестиції в обмін на основні засоби

№	Зміст операції	Д-т	К-т
1.	Залишкова вартість переданого об'єкта основних засобів	141	10
2.	Знос переданого об'єкта основних засобів	131	10
3.	Різниця між справедливою та залишковою вартістю переданого об'єкта основних засобів	141	746

Слід зазначити те, що облік даних операцій здійснюється на рахунку 14 «Довгострокові фінансові інвестиції» (за окремими субрахунками) де відображається собівартість фінансової інвестиції. Під час придбання фінансової інвестиції шляхом обміну на інші активи, собівартість фінансової інвестиції визначається за справедливою вартістю цих активів;

- облік фінансових інвестицій в обмін на товари (табл. 6).

Таблиця 6

Облік фінансових інвестицій в обмін на товари

№	Зміст операції	Д-т	К-т
1.	Відвантажено товари підприємством М в обмін на акції	141	702
2.	Нараховано суму ПДВ	702	641
3.	Списано собівартість товарів	902	281
4.	Списано дохід на збільшення фінансового результату	702	791
5.	Списано собівартість товарів на зменшення фінансового результату	791	902

Під час проведення внутрішнього аудиту необхідно здійснити перевірку типової кореспонденції рахунків з операціями які знайшли відображення на рахунках бухгалтерського обліку організації.

2.1.4. Облік фінансових інвестицій в асоційовані і дочірні підприємства та їх оцінка на дату балансу.

На даному етапі проведення внутрішнього аудиту необхідно дати оцінку обраним методам обліку фінансових інвестицій (метод участі в капіталі, метод собівартості) відповідно до П(С)БО 12 [7].

Перевірка повинна здійснюватися за наступними обліковими напрямками, а саме:

- облік фінансових інвестицій за методом участі у капіталі (табл. 7, 8).

Таблиця 7

Облік фінансових інвестицій за методом участі у капіталі

№	Зміст операції	Д-т	К-т
1.	Здійснено фінансову інвестицію в дочірнє підприємство	141	311
2.	Відображено частку інвестора в чистому прибутку дочірнього підприємства	141	721
3.	Відображено суму нарахованих дивідендів	373	141
4.	Відображено частку інвестора в сумі збільшення додаткового капіталу	141	423
5.	Списано суму доходу від інвестицій в дочірнє підприємство на фінансовий результат від фінансових інвестицій	721	792

Таблиця 8

Відображення витрат

№	Зміст операції	Д-т	К-т
1.	Відображено інвестором частку в збитках дочірнього підприємства	96	141
2.	Списано втрати від участі в капіталі на зменшення фінансового результату від фінансових інвестицій	792	96

Метод участі в капіталі – це метод обліку інвестицій, згідно з яким балансова вартість інвестицій відповідно збільшується або зменшується на суму збільшення або зменшення частки інвестора у власному капіталі об'єкта інвестування (П(С)БО 3 «Звіт про фінансові результати») [6].

Внутрішньому аудиторю необхідно звернути увагу не те, що відповідно до П(С)БО 12, метод участі в капіталі передбачає, що балансова вартість фінансових інвестицій збільшується (зменшується) на суму, котра є часткою інвестора в чистому прибутку (збитку) об'єкта інвестування за звітний період, із включенням цієї суми до складу доходу (втрат) від участі в капіталі. Водночас балансова вартість фінансових інвестицій зменшується на суму визнаних дивідендів від об'єкта інвестування. Крім того, балансова вартість фінансових інвестицій збільшується (зменшується) на частку інвестора в сумі інших змін у власному капіталі об'єкта інвестування за звітний період (крім змін за рахунок прибутку чи збитку) з включенням (виключенням) цієї суми до відповідних статей власного капіталу інвестора. При цьому якщо сума зменшення частки капіталу інвестора в сумі інших змін у власному капіталі об'єкта інвестування перевищує відповідну статтю власного капіталу інвестора, то на таку різницю зменшується (збільшується) нерозподілений прибуток (непокритий збиток). Саме тому, особливу увагу під час здійснення перевірки за даним напрямком необхідно приділити тому, що зменшення балансової вартості фінансових інвестицій відображається в бухгалтерському обліку лише на суму, яка не призводить до

**УДОСКОНАЛЕННЯ МЕТОДИКИ ВНУТРІШНЬОГО АУДИТУ ОПЕРАЦІЙ  
З ФІНАНСОВИМИ ІНВЕСТИЦІЯМИ**

від'ємного значення вартості фінансових інвестицій. Фінансові інвестиції, які внаслідок зменшення їх балансової вартості досягають нульової вартості, відображаються в бухгалтерському обліку у складі фінансових інвестицій за нульовою вартістю. Отже, фінансові інвестиції, що обліковуються за методом участі в капіталі, на дату балансу відображаються за вартістю, визначеною з урахуванням усіх змін у власному капіталі об'єкта інвестування, крім тих, котрі є результатом операцій між інвестором і об'єктом інвестування.

Інвестиції обліковуються за методом участі в капіталі на останній день місяця, в котрому об'єкт відповідає визначенню асоційованого чи дочірнього підприємства. Застосування методу участі в капіталі для обліку фінансових інвестицій припиняється з останнього дня місяця, в якому об'єкт інвестування не відповідає критеріям асоційованого чи дочірнього підприємства;

- облік фінансових інвестицій за собівартістю (табл. 9).

Таблиця 9

Облік фінансових інвестицій за собівартістю

№	Зміст операції	Д-т	К-т
1.	Здійснено фінансову інвестицію компанією М в компанію А	142	311
2.	Нараховано суму дивідендів, що підлягає отриманню	373	731
3.	Відображено суму отриманих дивідендів	311	373
4.	Списується на витрати зменшення балансової вартості фінансових інвестицій	977	142

Облік операцій за даним напрямом перевірки регламентовано П(С)БО 12 та передбачає що фінансові інвестиції в асоційовані та дочірні підприємства в бухгалтерському обліку відображаються за методом собівартості, якщо:

а) фінансові інвестиції придбані та утримуються виключно для продажу протягом дванадцяти місяців з дати їх придбання;

б) асоційоване чи дочірнє підприємство веде діяльність в умовах, що обмежують його здатність передавати кошти інвестору протягом періоду, який перевищує дванадцять місяців.

Внутрішньому аудиторю необхідно враховувати те, що метод обліку фінансових інвестицій за собівартістю полягає в тому, що інвестор відображає інвестиції в дочірнє чи асоційоване підприємство за собівартістю і визнає прибуток лише в сумі дивідендів, отриманих від такого підприємства на акумульований чистий прибуток об'єкта інвестування, який виникає після дати придбання акцій інвестором. Дивіденди, отримані понад такий прибуток, зменшують балансову вартість інвестицій. Сума зменшення балансової вартості фінансових інвестицій на дату балансу відображається у складі інших витрат.

2.1.5. Облік інвестицій в облігації. На даному етапі внутрішній аудитор, повинен:

- перевірити правильність відображення операцій в обліку;

- розрахувати ефективність вкладень грошових коштів в інвестиції. Слід зазначити, що фінансові інвестиції у довгострокові облігації передбачають періодичне одержання відсотків відповідно до номінальної відсоткової ставки та

відшкодування власникам номінальної вартості по завершенні терміну позики, тобто при їх погашенні. Як і інші види придбаних цінних паперів, облігації початково відображаються за собівартістю. Тобто на момент купівлі суттєвою, з точки зору обліку, є ринкова вартість облігацій. Ринкова вартість придбаних облігацій може відрізнятися від номінальної: бути вищою чи нижчою. Це означає, що облігації можуть бути придбані з премією або з дисконтом;

- визначити мету інвестування (одержання прибутку на тимчасово вкладені грошові кошти чи довгострокове інвестування для важливіших програм).

Методологічні основи обліку інвестицій, що утримуються підприємством до їх погашення, визначені П(С)БО 12 «Фінансові інвестиції» та Інструкцією № 291 згідно якої облік інвестицій у боргові зобов'язання, що утримуються до моменту погашення, використовується рахунок 14 «Довгострокові фінансові інвестиції», субрахунки 142 «Інші інвестиції пов'язаним сторонам» та 143 «Інвестиції непов'язаним сторонам». За дебетом рахунка 14 відображаються оприбуткування придбаних торгових зобов'язань за їх первісною собівартістю та сума амортизації дисконту. За кредитом рахунка 14 – номінальна вартість облігацій, одержана/нарахована при погашенні, та суми амортизації премії. Сальдо дебетове (в аналітичному обліку – боргові зобов'язання) відображає залишок інвестицій за їх амортизованою (балансовою) собівартістю. Згідно з п. 17 П(С)БО 2 «Баланс», інвестиції, придбані на період більше року, відображаються в бухгалтерському балансі за статтею «Довгострокові фінансові інвестиції» (рядок 045) [5].

Аналітичний облік інвестицій ведеться за їх видами та об'єктами інвестування.

Облік сум амортизації дисконту (премій), відповідно до П(С)БО 12, здійснюється одночасно з нарахуванням відсотків з придбаних облігацій на рахунках інших фінансових доходів (субрахунок 733 «Інші доходи від фінансових операцій») та інших фінансових витрат (субрахунок 952 «Інші фінансові витрати») з одночасним збільшенням або зменшенням балансової вартості фінансових інвестицій відповідно. Згідно з П(С)БО 3 «Звіт про фінансові результати», дивіденди, відсотки та інші доходи, отримані від фінансових інвестицій, та суми амортизації дисконту відображаються у статті «Інші фінансові доходи» (рядок 120) Звіту про фінансові результати, а суми амортизації премій – у статті «Фінансові витрати» (рядок 140) [6].

На даному етапі внутрішній аудитор повинен здійснити перевірку операцій з обліку інвестицій у облігації (табл. 10) за наступними напрямками, пов'язаними з:

- порядком відображення операцій з інвестиціями у фінансовому звіті;
- розрахунком амортизації дисконту за інвестиціями в облігації.

Таблиця 10

Облік інвестицій у облігації

№	Зміст операцій	Д-т	К-т
1.	Придбано за грошові кошти облігації	142 (143)	311
2.	Нараховано відсотки з облігацій до отримання.	373	732
3.	Одержано відсотки	311	373
4.	Надійшли кошти від погашення облігацій	311	142 (143)

## **УДОСКОНАЛЕННЯ МЕТОДИКИ ВНУТРІШНЬОГО АУДИТУ ОПЕРАЦІЙ З ФІНАНСОВИМИ ІНВЕСТИЦІЯМИ**

---

Основною метою перевірки обґрунтованості віднесення об'єктів до фінансових інвестицій є перевірка дотримання умов ідентифікації об'єктів, як фінансових інвестицій та їх відображення на рахунках бухгалтерського обліку та у фінансовій звітності підприємства;

2.2. Роботу фінансово-облікового апарату за умов провадження новітніх інформаційних систем та технологій, що надасть змогу своєчасно здійснювати реєстрацію операцій з фінансовими інвестиціями, а також формувати бухгалтерські проведення;

2.3. Створити необхідне організаційне, інформаційне, правове, технічне забезпечення бухгалтерського обліку з метою підвищення ефективності інформаційно-облікової конструкції фінансових інвестицій;

2.4. Ввпровадити в систему управління підприємством адаптивну систему внутрішньогосподарського обліку фінансових інвестицій;

3. На етапі проведення аналізу фінансових інвестицій, необхідно:

3.1. Дослідити динаміку фінансових інвестицій за аналізований період;

3.2. Вивчити структуру фінансових інвестицій у розрізі їх видів та методів обліку;

3.3 Проаналізувати ефективність фінансових інвестицій;

3.4 Провести аналіз рентабельності фінансових інвестицій у розрізі їх видів;

3.5 Здійснити факторний аналіз рентабельності фінансових інвестицій.

При аналізі фінансових інвестицій доцільно використовувати наступні методи: порівняння, табличний, графічний, метод абсолютних та відносних величин, факторний аналіз та ін.;

4. Важливим етапом внутрішнього аудиту фінансових інвестицій є обґрунтування обраного підприємством методу обліку фінансових інвестицій. Саме тому внутрішньому аудитору необхідно дослідити та дати оцінку правомірності застосування обраних підприємством методів оцінки фінансових інвестицій на дату балансу, які запропоновані П(С)БО 12:

4.1. Фінансові інвестиції (крім інвестицій, що утримуються підприємством до їх погашення або обліковуються за методом участі в капіталі) на дату балансу відображаються за справедливою вартістю. Фінансові інвестиції, справедливую вартість яких достовірно визначити неможливо, відображаються на дату балансу за їх собівартістю з урахуванням зменшення корисності інвестиції;

4.2. Фінансові інвестиції, що утримуються підприємством до їх погашення, відображаються на дату балансу за амортизованою собівартістю;

4.3. Фінансові інвестиції в асоційовані і дочірні підприємства та в спільну діяльність зі створенням юридичної особи (спільного підприємства) на дату балансу відображаються за вартістю, що визначена за методом участі в капіталі, окрім випадків, зазначених у П(С)БО 12;

5. Наступним кроком внутрішнього аудиту операцій з фінансовими інвестиціями є оцінка їх ефективності.

Внутрішньому аудитору необхідно вибрати оптимальну модель оцінки ефективності фінансових інвестицій, а саме:

5.1. Фінансові інвестиції в облігації:

5.1.1. Облігації з періодичною виплатою відсотків: базова модель оцінки поточної вартості облігацій з періодичною виплатою відсотків; модель оцінки поточної прибутковості облігацій з періодичною виплатою відсотків; модель оцінки прибутковості до погашення облігацій з періодичною виплатою відсотків;

5.1.2. Облігації з виплатою всієї суми відсотків при її погашенні: модель оцінки поточної вартості облігацій з виплатою всієї суми відсотків при її погашенні;

5.1.3. Дисконтні облігації: модель оцінки поточної вартості облігацій, які реалізуються з дисконтом без виплати відсотків; модель оцінки дохідності дисконтних облігацій за ефективною ставкою відсотка; модель оцінки дохідності дисконтних облігацій за простою ставкою відсотка;

5.2. Фінансові інвестиції в акції:

5.2.1. Акції, які використовуються протягом невизначеного періоду: модель оцінки вартості акції при її використанні протягом невизначеного періоду;

5.2.2. Акції зі стабільним рівнем дивідендів: модель оцінки вартості акцій зі стабільним рівнем дивідендів;

5.2.3. Акції з постійно зростаючим рівнем дивідендів: модель Гордона;

5.2.4. Акції, що використовуються протягом чітко визначеного терміну: модель оцінки вартості акції, використовуваної протягом заздалегідь визначеного терміну; модель оцінки кінцевої прибутковості акції;

6. На шостому етапі внутрішній аудитор готує аудиторський звіт або аудиторський висновок у якому містяться рекомендації щодо підвищення ефективності систем обліку, контролю та політики управління операцій з фінансовими інвестиціями.

Застосування комплексного підходу щодо проведення внутрішнього аудиту операцій з фінансовими інвестиціями дозволить розробити ефективну політику управління фінансовими інвестиціями та своєчасно вживати заходи щодо прогнозування та попередження кризових явищ.

**Висновки.** Запропоновані у статті рекомендації дозволять за рахунок виділених напрямів проведення внутрішнього аудиту фінансових інвестицій своєчасно виявити та попередити порушення, а також внести необхідні зміни в облікову політику організації.

Виділені етапи проведення внутрішнього аудиту фінансових інвестицій, а також аудиторські процедури, які будуть застосовуватися у ході перевірки, повинні затверджуватися на стадії планування та регламентуватися внутрішніми стандартами (положеннями) аудиту в АТ.

Внутрішній аудит фінансових інвестицій повинен бути спрямований на збір аудиторських доказів, проведення аналізу, застосування моделей і методів з метою розробки рекомендацій щодо оптимізації роботи облікового апарату, а також напрямів підвищення ефективності політики управління операцій з фінансовими інвестиціями.

Вищевикладене дає підставу вважати, що актуальність обраної теми, її практична значущість, а також новизна матеріалу визначає наукову і практичну цінність статті.

## **УДОСКОНАЛЕННЯ МЕТОДИКИ ВНУТРІШНЬОГО АУДИТУ ОПЕРАЦІЙ З ФІНАНСОВИМИ ІНВЕСТИЦІЯМИ**

---

Питання, які розглянуті автором у статті потребують подальшого вивчення в частині розробки стандартів та методичних рекомендацій стосовно організації та техніки проведення внутрішнього аудиту операцій з фінансовими інвестиціями.

### **Список літератури**

1. Сагова О.В. Особливості організації та методики аудиту фінансових інвестицій / О.В. Сагова // Економічний аналіз: збірник наукових праць. – 2010. – Вип. 6. – С. 489-492.
2. Сагова О.В. Організація комп'ютерного аудиту фінансових інвестицій / О.В.Сагова // Науковий вісник Ужгородського університету: збірник наукових праць. – 2010. – Вип. 29, Ч. 2. – С. 235-239.
3. Соколов Б.Н. Внутренний аудит и контроль: организация, методика, практика / Б.Н. Соколов. – М.: Издательский Дом «Бухгалтерский учет», 2010. – 272 с.
4. Зонова А.В. Бухгалтерский учет и аудит: учебник / А.В. Зонова, С.В. Банк, Н. Бачуринская, О.А. Банк; под общей ред. д-ра экон. наук, профессора А.В. Зоновой. – М.: Рид Групп, 2011. – 480 с.
5. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 2 «Баланс» (зі змінами і доповненнями) / Затверджено наказом Міністерства фінансів України від 31 березня 1999 р. N 87. – Офіц. вид. – К.: Офіційний вісник України, 1999, № 25 (09.07.99), 1217 с.
6. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 3 «Звіт про фінансові результати» (зі змінами і доповненнями) / Затверджено наказом Міністерства фінансів України від 31 березня 1999 р. N 87– Офіц. вид. – К.: Офіційний вісник України, 1999, № 25 (09.07.99), 1217 с.
7. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 12 «Фінансові інвестиції» (зі змінами і доповненнями) / Затв. Наказом Міністерства фінансів України від 26.04.2000 р. № 91. – Офіц. вид. – К.: Офіційний вісник України від 09.06.2000 - 2000 р., № 21, стор. 90.
8. Інструкція про застосування Плану рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу, зобов'язань і господарських операцій підприємств і організацій (зі змінами і доповненнями) / Затверджено Наказом Міністерства фінансів України від 30.11.99 N 291 – Офіц. вид. – Офіційний вісник України офіційне видання від 14.01.2000, № 52, стор. 78.

*Поступила в редакцію 01.06.2012 г.*

**Сметанко А.В. Усовершенствование методики внутреннего аудита операций с финансовыми инвестициями** / А.В. Сметанко // Ученые записки ТНУ. Серия: Экономика и управление. – 2012. – Т. 25 (64), № 2. – С. 132-143.

Раскрыты проблемные вопросы методики внутреннего аудита операций с финансовыми инвестициями. Выделены основные этапы и направления проведения внутреннего аудита операций с финансовыми инвестициями.

**Ключевые слова:** внутренний аудит, аудиторские доказательства, финансовые инвестиции, учет финансовых инвестиций, аудиторский вывод.

**Smetanko A.V. Improvement of methodology of internal audit operations with financial investments** / A.V. Smetanko // Uchenye zapiski TNU. Series: Economy and management. – 2012. – Vol. 25 (64), № 2. – P. 132-143.

The problem questions of methodology of internal audit operations with financial investments are exposed. Basic stages and directions of conducting internal audit operations with financial investments are specified.

**Keywords:** internal audit, public accountant proofs, financial investments, accounting of financial investments, auditors conclusion.

**УДК 658.012.1**

## **АНАЛІЗ СОБІВАРТОСТІ ТУРИСТСЬКОГО ПРОДУКТУ ТА ШЛЯХИ ЇЇ ЗНИЖЕННЯ**

***Сорокіна О.С., Шамсутдінова Ф.Ф.***

***Кримський економічний інститут ДВНЗ «Київський національний економічний університет  
ім. Вадима Гетьмана», м. Сімферополь, Україна  
E-mail: sorokina-elena-step@yandex.ru***

В роботі розглянуто методику калькулювання собівартості туристичного продукту. Викладено методику аналізу собівартості туристичного продукту. Визначено резерви зменшення собівартості турпродукту.

**Ключові слова:** турпродукт, турпослуга, методика, аналіз, собівартість.

**Постановка проблеми.** Інтеграція України до всесвітніх операцій, наближення ЄВРО 2012 потребує здійснення комплексу заходів, спрямованих на вдосконалення методики обліку та аналізу витрат і калькулювання собівартості туристського продукту, поліпшення якості обслуговування туристів, приведення нормативно-законодавчої бази у відповідність до міжнародних вимог і стандартів. На сучасному етапі розвитку економіки в умовах конкуренції на підприємствах туристської галузі зростає роль обліку витрат і калькулювання собівартості туристського продукту, управління витратами. Зниження вартості туристського продукту неможливе без удосконалення систем обліку і аналізу витрат, які забезпечують управлінський персонал належною інформацією, необхідною для прийняття управлінських рішень.

Планування туристського продукту – це важливий компонент у розвитку прибуткового і тривалого бізнесу. Основною складовою у плануванні туристського продукту є розрахунок собівартості турпродукту та пошук резервів її зниження. Чим менша собівартість виробленої продукції або наданих послуг, тим більш конкурентоспроможним є підприємство, доступнішими продукція або послуги для споживача і тим відчутнішими економічний ефект від їх продажу.

**Аналіз підходів щодо теми дослідження.** Проведений аналіз літературних джерел показав, що питаннями формування собівартості туристського продукту та управління витратами туристичних підприємств займалась велика кількість вчених, серед яких варто відзначити наступних, а саме: Ткаченко Т.І. розглядає туристичний продукт як об'єкт виробничого підприємництва [1]; Сметанко О.В. уточнив економічну сутність витрат, а також подав методичні рекомендації щодо: групування витрат за різними класифікаційними ознаками; удосконалення обліку витрат, які стосуються уточнення структури робочого плану рахунків та відображення витрат на рахунках бухгалтерського обліку через відкриття субрахунків; практичного застосування формул і калькуляційних карток у процесі розрахунку собівартості турпродукту [2]; Коросташивець Ю. провела системний аналіз понять «послуга» та «продукт» і правовий аналіз категорій «туристичний продукт» та туристична «послуга», дослідила їх правове



регулювання на сучасному етапі [3]; Дядечко Л.П. розробив детальну класифікацію витрат, що складають собівартість турпродукту [2].

Невизначеність та нерозробленість питань щодо методики формування і калькулювання витрат на створення турпродукту, методики аналізу собівартості турпродукту визначили вибір теми дослідження.

**Метою дослідження** є визначення методики калькулювання собівартості туристського продукту, аналіз собівартості туристського продукту та пошук напрямів зниження витрат туристичних підприємств.

Для досягнення поставленої мети, необхідно вирішити наступні завдання:

- провести уточнення економічної сутності турпродукту, структури витрат, ролі та впливу на формування й визначення собівартості туристського продукту та його окремих складових – туристичних послуг;

- застосувати загальну методику проведення аналізу витрат до підприємств туристсько-рекреаційного комплексу;

- розробити комплекс напрямків щодо зниження собівартості турпродукту.

**Основні результати дослідження.**

Перш ніж розглянути сутність калькулювання турпродукту необхідно визначити сутність понять «туристичний продукт», «туристична послуга», їх особливості і відмінності від іншої продукції та послуг.

Згідно з Законом України «Про внесення змін до Закону України «Про туризм» [5] туристичний продукт – це попередньо розроблений комплекс туристичних послуг, який поєднує не менше ніж дві такі послуги, що реалізується або пропонується для реалізації за визначеною ціною, до складу якого входять послуги перевезення, послуги розміщення та інші туристичні послуги, не пов'язані з перевезенням і розміщенням (послуги з організації відвідувань об'єктів культури, відпочинку та розваг, реалізації сувенірної продукції тощо).

Тобто туристичний продукт – це сукупність специфічних туристичних послуг. У свою чергу туристична послуга – це сегмент сфери послуг, що забезпечує задоволення потреб людей та реалізацію їх діяльності у процесі відпочинку, розвитку, подорожі [3].

Туристична послуга може бути у вигляді: бронювання, оформлення документів, всіх видів перевезень, розміщення, харчування, екскурсій, медичного супроводу і страхування, послуг гідів-перекладачів та іншого забезпечення.

Аналізуючи різноманітні підходи до розуміння сутності турпродукту, слід зазначити, що ряд авторів розглядає його як товар або ж як право (гарантії) на туристичні послуги, реально здійснювані іншими фірмами, які не мають прямих договірних зв'язків з туристом. Інакше кажучи, це право на тур, призначене для реалізації туристам [6, с.173]. Тур – це первинна одиниця туристичного продукту, яка реалізується споживачу як єдине ціле, на визначений маршрут та конкретний термін.

Основними ознаками туристичного продукту, є:

- поєднання не менше двох послуг, одна з яких обов'язково є послугою розміщення або перевезення, надання яких обов'язково передбачається у відповідному договорі на туристичне обслуговування;

- реалізація зазначених послуг за визначеною ціною;
- виключне право туристичного оператора на формування та реалізацію туристичного продукту за встановленою ціною;
- реалізація туристичного продукту від імені та за дорученням туроператора, незалежно від каналу реалізації [7, с.11].

З точки зору виробництва турпродукт (послуга) являє собою сукупність певної кількості та якості товарів і послуг переважно рекреаційного характеру, підготовлених у даний конкретний момент для реалізації споживачеві. Для споживачів туристський продукт (послуга) не має матеріального виразу: це потенційна можливість, абстрактний споживчий продукт, що складається з благ, джерела яких знаходяться в природі як у матеріальній, так і в нематеріальній формі. Об'єднання всіх цих благ в єдине ціле є об'єктивною необхідністю, оскільки споживач може задовольнити свої різноманітні потреби у відновленні життєвих сил лише за рахунок цілого комплексу туристських товарів та послуг і при цьому в певній обстановці. Таким чином, можна говорити про подвійність туристичного продукту, який володіє характеристиками як матеріального товару, так і послуг.

На думку Наливайченко С.П., Реутова В.Є. і Цьохли С.Ю. для турпродукту і туристських послуг характерна наявність окремих рис [8, с. 53-54]. Отже, надання туристичного продукту, послуг залежить від наступних факторів: компетентність та кваліфікація виконавця; бажання та переваги споживачів; зовнішні економічні та політичні фактори (економічні кризи, демографічна ситуація тощо); природні та кліматичні фактори; сезонність, прив'язаність до конкретного моменту часу, місця; динаміка попиту та пропозиції тощо.

Як бачимо, в основному на формування туристичного продукту впливають, головним чином, зовнішні фактори, які мало залежать від самого підприємства туризму. Основними суб'єктами, які здійснюють і/або забезпечують туристичну діяльність, є туристичні оператори (туроператори) і туристичні агенти (турагенти). Згідно з Законом України «Про внесення змін до Закону України «Про туризм» № 1282-IV від 18 листопада 2003 року [5], туроператори – це «юридичні особи, створені згідно із законодавством України, для яких виключною діяльністю є організація та забезпечення створення туристичного продукту, реалізація та надання туристичних послуг, а також посередницька діяльність із надання характерних та супутніх послуг і які в установленому порядку отримали ліцензію на туроператорську діяльність». Турагенти – «юридичні особи, створені згідно із законодавством України, а також фізичні особи – суб'єкти підприємницької діяльності, які здійснюють посередницьку діяльність з реалізації туристичного продукту туроператорів та туристичних послуг інших суб'єктів туристичної діяльності, а також посередницьку діяльність щодо реалізації характерних та супутніх послуг і які в установленому порядку отримали ліцензію на турагентську діяльність».

Головна відмінність туроператора від турагента полягає в тому, що туроператори:

- організують і забезпечують створення туристичного продукту;

- реалізують і надають туристичні послуги;  
- займаються посередницькою діяльністю з реалізації характерних та супутніх послуг.

Турагенти, у свою чергу, займаються лише посередницькою діяльністю [9, с. 22].

Будь-яка діяльність вимагає витрат ресурсів. Щоб оцінити ступінь доцільності конкретного напрямку діяльності необхідно знати суму витрат, потрібну для здійснення цієї діяльності. В Україні, так само як і в міжнародній практиці, витрати оцінюються за собівартістю.

До прийняття національних стандартів з бухгалтерського обліку порядок формування собівартості туристичних підприємств регламентувався документом «Методичні рекомендації по плануванню, обліку та калькулюванню собівартості послуг туристичного продукту та порядок формування фінансових результатів, що враховуються при оподаткуванні прибутку суб'єктів туристичної діяльності», затверджені наказом №23 Державного комітету по туризму 04.06.1999 року. Після введення в дію Положення (стандарту) бухгалтерського обліку 16 «Витрати» туристичні підприємства самостійно розраховують собівартість свого продукту з урахуванням норм цього П(с)БО.

Згідно з П(с)БО 16 «Витрати»[10], собівартість реалізованої продукції складається з виробничої собівартості продукції (робіт, послуг), яка була реалізована протягом звітного періоду, нерозподілених постійних загальновиробничих витрат та наднормативних виробничих витрат.

До виробничої собівартості продукції (робіт, послуг) включаються: прямі матеріальні витрати, прямі витрати на оплату праці, інші прямі витрати, змінні загальновиробничі та постійні розподілені загальновиробничі витрати.

Залежно від того, ким виступає суб'єкт підприємництва (виробником турпродукту чи турагентом), формуються особливості обліку витрат і калькулювання собівартості туристського продукту (послуг). Особливістю галузі туризму є те, що туристські підприємства займаються як формуванням (виробництвом) туристського ваучера (турпродукту), так і безпосередньо його просуванням на ринку туристських послуг [1, с. 18].

Витрати можна класифікувати за різними ознаками. Різні автори дають свою класифікацію витрат. Основними видами витрат при формуванні тур продукту на думку Дядечко Л.П., є:

- витрати на оплату послуг інших підприємств туристичної індустрії;
- витрати на оплату праці працівників туристичних підприємств;
- витрати на рекламу;
- витрати, пов'язані з орендою та амортизацією основних засобів.

Використання цієї класифікації дає змогу прогнозувати витрати та керувати ними, а також визначити шляхи зниження собівартості турпродукту і витрат в цілому по туристському підприємству.

По відношенню до діючих норм всі витрати, які не включаються до собівартості турпродукту, групуються в розрізі встановлених норм, що діють на початок поточного місяця, і за відхиленнями від діючих норм, що виникли в

процесі формування турпродукту. Такий розподіл витрат лежить в основі нормативного обліку і є найважливішим засобом поточного оперативного контролю за рівнем витрат туристської організації.

У туристських фірмах завершальним етапом є групування витрат з їх носіїв. Носіями витрат виступають об'єкти калькуляції, тобто туристські продукти, виконані роботи та послуги.

Собівартість туристичного пакета формують матеріальні та нематеріальні затрати, які класифікують за різними ознаками. Найпоширенішою є класифікація за окремими статтями калькуляції та за економічними елементами.

Статті калькуляції – це затрати, які відрізняються між собою функціональною роллю у виробничому процесі та місцем виникнення. За статтями витрат визначають собівартість одиниці продукції, тобто калькуляцію. Загальний перелік статей калькуляції має такий склад: окремі види послуг, що формують цей пакет; паливо та енергія; заробітна плата; соціальні внески; амортизація; виробничі витрати; підготовка до освоєння виробництва; інші виробничі витрати; позавиробничі витрати [11, с. 134]. До витрат на оплату послуг інших підприємств туристичної індустрії (витрат на створення туристського продукту) можна віднести: прямі матеріальні витрати, які можна конкретно віднести на об'єкт калькуляції (наприклад, на 1 туродень); прямі витрати на оплату праці працівників, які безпосередньо пов'язані з формуванням туристичного продукту; інші прямі витрати (відрахування на соціальне страхування, амортизація основних виробничих засобів); загальногосподарські витрати: змінні та постійні розподілені.

За нормами П(С)БО 16 «Витрати» підприємства самі визначають склад статей калькуляції. Склад витрат суб'єктів туристичної діяльності значним чином відрізняється від витрат будь-яких інших підприємств.

До матеріальних витрат туристичних підприємств відносяться витрати на проживання і харчування, лікування, на культурні заходи, екскурсійне обслуговування, експлуатаційні витрати тощо. Зміна цих витрат залежить від рівня курортної установи (в залежності від кількості «зірок»), кількості відпочиваючих, рівня сервісу тощо.

До витрат туроператорів відносяться: витрати на формування турпродукту, транспортні витрати на проїзд до місця відпочинку і назад, вартість окремих видів послуг, які включаються у вартість турпродукту, сформованого у вигляді туру (турпаketу), страхові витрати, витрати на трансферт, витрати на екскурсійне обслуговування.

До витрат тур агентів, відносяться: вартість турпродукту, сформованого туроператором у вигляді турпаketу або туру, витрати на маркетингові дослідження, оплата праці працівників турагенства, витрати на соціальні заходи, витрати на рекламу, витрати на збут, оренда офісу, амортизаційні відрахування, комунальні послуги, банківські послуги та ін.

Вичерпний перелік статей калькуляції собівартості турпродукту запропоновано в статті Рогатенюк Е. В. [12], де окремо виділено статті калькуляції собівартості власне рекреаційних підприємств і підприємств ринкової

інфраструктури, до яких було віднесено туроператорів та турагентів. Наведений перелік статей витрат туристичних підприємств враховує поділ витрат на прямі, умовно-змінні, непрямі умовно-постійні.

Витрати, які безпосередньо включаються в собівартість окремих видів продукції називаються прямими. Для туристичних підприємств, це:

- прямі витрати на закупівлю туристичних послуг в інших підприємств і свої витрати на створення та надання послуг, що можуть бути безпосередньо віднесені на конкретний об'єкт витрат (наприклад на 1 людину, на 1 туродень, 1 путівку);

- прямі витрати на оплату праці, що включають заробітну плату й інші виплати працівникам, зайнятим формуванням турпродукту та наданням послуг, які можуть бути віднесені безпосередньо на конкретний об'єкт витрат;

- інші прямі витрати, що можуть бути віднесені безпосередньо на конкретний об'єкт витрат, зокрема, відрахування на соціальні заходи, плата за оренду земельних і майнових паїв, амортизація тощо;

Накладні – це затрати, пов'язані з виробництвом декількох видів продукції і які відносяться на об'єкт калькуляції шляхом розподілу пропорційно відповідній базі.

В туристичній діяльності це загальновиробничі витрати, що включають оплату праці управлінського персоналу структурних підрозділів підприємства, і відрахування на соціальні заходи, витрати на відрядження, охорону праці, техніку безпеки, охорону навколишнього середовища тощо. Загальновиробничі витрати поділяються на постійні та змінні.

До змінних витрат у туризмі відносяться всі прямі витрати, пов'язані з закупівлею послуг транспортування, розміщення, харчування, культурного та рекреаційно-оздоровчого обслуговування туристів, витрати, пов'язані з візовим обслуговуванням одного туриста або групи туристів (залежно від того, що прийнято за одиницю розрахунків), оплата праці груповодів і гідів-перекладачів, витрати на оплату формування і реалізацію туристичних пакетів (турів).

Постійні витрати – це витрати, що залишаються незмінними при зміні обсягів реалізації турпродукту. До них відноситься частина загальновиробничих і загальногосподарських витрат, а саме витрати на рекламу, адміністративно-управлінські витрати, амортизація необоротних активів, витрати на використання інформаційних баз даних тощо [4].

Затрати в сукупності по всім калькуляційним статтям складають повну собівартість товарної продукції, товарів, робіт, послуг.

Найбільш простий спосіб розрахунку собівартості турпродукту – це розподіл сумарних витрат на обсяг реалізованих путівок. Однак застосувати цей спосіб можна тільки за умови, коли туристська фірма реалізує стандартні групові тури.

Більш складний спосіб – калькуляція собівартості в розрізі індивідуальних турів. У цьому випадку прямі витрати безпосередньо включають до собівартості турпродукту, а непрямі – розподіляють за допомогою спеціальних баз і коефіцієнтів розподілу.

Калькуляція собівартості туристського продукту має свою специфіку. Туристський продукт, як правило, являє собою пакет туристичних послуг, що

розрахований на групу туристів. Але, в цю групу, окрім саме туристів, входять особи, що їх супроводжують (перекладачі, гіді, старший групи).

Розрахунок собівартості відбувається в два етапи:

1) спочатку визначається собівартість усього пакету послуг на всю групу туристів з урахуванням осіб супроводу;

2) потім визначається собівартість в розрахунку на одного туриста і встановлюється ціна послуг, передбачених туристичною путівкою (ваучером).

Витрати з реалізації турпродукту або послуг посередниками (турагентами) відрізняються від витрат по їхньому формуванню. Вони розраховуються аналогічно витратам обігу в роздрібній торгівлі і покриваються комісійною винагородою. Витрати з реалізації турпродукту турагентами практично не містять матеріальних витрат. Основним видом витрат цих підприємств є витрати на оплату праці і відрахування на соціальні заходи [4].

За положенням (стандартом) бухгалтерського обліку 16 «Витрати» [10] виділяють також класифікацію витрат за їх елементами, а саме: матеріальні витрати, витрати на оплату праці, відрахування на соціальні заходи, амортизацію, інші операційні витрати.

Відмінність цих витрат від статей калькуляції полягає у врахуванні елементів всіх операційних витрат, до складу яких окрім собівартості входять адміністративні витрати, витрати на збут, інші операційні витрати.

Незважаючи на те, що питанням організації, обліку, оподаткування, планування діяльності туристичних підприємств присвячується велика кількість наукових публікацій, до цього часу не розроблено методичку аналізу собівартості турпродукту.

Джерелами інформації для аналізу собівартості турпродукту, на думку авторів, є: планові, нормативні та фактичні калькуляції собівартості турпродукту, форма фінансової звітності №2 «Звіт про фінансові результати» (дані розділу 1 та 2), статистична звітність «1-ТУР», дані бухгалтерського обліку по рахунках 23,91,92,93 та 94 (або 8 і 9 класів рахунків), бізнес-план та ін.

Аналіз собівартості турпродукту повинен бути направлений на вивчення динаміки показника собівартості, факторів, що вплинули на його зміну, на пошук резервів зниження собівартості туристського продукту.

Об'єкти аналізу собівартості туристичного продукту можна класифікувати наступним чином:

- а) за обсягом витрат – виробнича собівартість, повна собівартість;
- б) за методом розрахунку собівартості: планова собівартість, нормативна собівартість, фактична собівартість;
- в) за об'єктами підрахунку – собівартість на 1 туродень, на 1 путівку, на 1 замовлення.

Після вивчення загальної динаміки собівартості турпродукту за ряд років, необхідно зробити аналіз собівартості за статтями калькуляції і елементами витрат.

Аналіз витрат за статтями калькуляції дає можливість вивчити витрати за місцем їх виникнення, виявити причини їх зміни по окремих статтях. Такий

аналіз дозволяє вивчити вплив окремих статей калькуляції на собівартість 1 туро-дня чи собівартість 1 путівки.

З метою аналізу витрат туристичних підприємств за статтями калькуляції може бути використана калькуляція турпродукту наступного вигляду (табл.1).

Таблиця 1  
Калькуляція собівартості туристичного продукту для туроператора

Найменування статей витрат	№ ряд ку	На 1 туро-день			На 1 путівку		
		план	факт	+, -	план	факт т	+, -
Прямі матеріальні витрати	01						
Прямі витрати на оплату праці	02						
Інші прямі витрати	03						
Загальновиробничі витрати	04						
Всього виробнича собівартість (ряд. 01+02+03+04)	<b>05</b>						
Адміністративні витрати	06						
Витрати на збут	07						
Інші операційні витрати	08						
Всього собівартість реалізованих послуг (ряд. 05+ 06+07+08)	<b>09</b>						
Коефіцієнт рентабельності (прибуток)	<b>10</b>						
Ціна оптова виробнича (ряд . 09+10)	<b>11</b>						
ПДВ (20%)	12						
Ціна оптова відпускна (ряд.11+12)	<b>13</b>						

Розроблено за даними [12].

На наступному етапі аналізу собівартості продукції (робіт, послуг) проводять аналіз витрат за елементами.

Аналіз витрат за елементами дозволяє вивчити склад і структуру операційних витрат туристського підприємства. Вивчення елементів витрат, таких як матеріальні, трудові, амортизація дасть змогу планувати зниження собівартості за рахунок зменшення матеріаломісткості, трудомісткості, фондомісткості турпродукту.

Під час аналізу собівартості за елементами витрат визначають частку окремого елемента витрат в їх загальній сумі, порівнюють структуру витрат в різні звітні періоди. Варто зазначити, що порівнювати витрати за різні періоди в абсолютній сумі неможна, бо вони зроблені виходячи з різного обсягу продукції чи робіт.

Зробимо для прикладу аналіз витрат за елементами на прикладі туристичної компанії Криму, яка відповідно до статутних цілей здійснює турагентську діяльність. Наглядно структуру витрат туристичної компанії в 2008, 2009 і 2010 рр. видно в табл. 2.

Таблиця 2  
Структура операційних витрат туристичної компанії (турагента) в 2008-2010 рр.

Елементи витрат	Пит. вага, %, 2008	Пит. вага, %, 2009	Пит. вага, %, 2010	Відхилення	
				2009 від 2008, %	2010 від 2009, %
Матеріальні витрати	-	9,2	4,48	+9,2	-4,72
Витрати на оплату праці	13,54	10,18	9,28	-3,36	-0,9
Відрахування на соціальні заходи	4,77	3,83	3,54	-0,94	-0,29
Амортизація	-	3,03	3,76	+3,03	+0,73
Інші операційні витрати	81,68	73,75	78,95	-7,93	+5,2
Всього	100,00	100,00	100	-	

Як бачимо з табл.2, найбільша питома вага в усіх витратах належить іншим операційним витратам. Друге місце в структурі витрат займають витрати на оплату праці. На третьому місці знаходяться матеріальні витрати. І найменшу питому вагу займають відрахування на соціальні заходи та амортизація.

Якщо порівнювати структуру витрат турагентів зі структурою туроператорів можна зробити висновок, що вони докорінно відрізняються. Для туроператорів характерна велика питома вага матеріальних витрат (від 60 до 90 %), незначні інші операційні витрати.

На турагентських фірмах, навпаки, питома вага інших операційних витрат займає найбільшу частку в структурі собівартості, матеріальні витрати є незначними або взагалі відсутні. Це пояснюється тим, що вартість турпродукту, закупленого у туроператорів турагенти відносять на інші операційні витрати.

Аналізуючи собівартість тур продукту, потрібно виявити, які фактори вплинули на зміну тих чи інших статей калькуляції, суми витрат. Слід зазначити, що діяльність окремої фірми, собівартість її послуг знаходяться в безпосередній залежності від зміни цін і тарифів на інші послуги. Наприклад, підвищення вартості послуг готельного, побутового господарства, транспорту, цін у ресторанах, вартості квитків у музеї, театри веде до зростання вартості туристських путівок, а отже, до скорочення контингенту споживачів, послабленню конкурентоспроможності на ринку [13].

Череп А. В. [14] з метою зниження собівартості продукції пропонує створення нових організаційних структур. Ураховуючи, що туристичні підприємства є малими, з рекомендації автора можна використовувати трирівневу структуру управління виробництвом. Але для туристичних підприємств такі рекомендації потребують конкретизації.

Чухліб Ю. А. [15] в своїх дослідженнях приділяє увагу проблемі розподілу та фіксуванню в бухгалтерському обліку елементів витрат, які входять до складу собівартості, зокрема непрямих і накладних витрат. Виходячи з рекомендацій дослідника, для туристичних підприємств обрання баз для розподілу витрат необхідно робити з урахуванням специфіки туристичних продуктів та самих туристичних підприємств.



Руденко О.В. й Амельченко Т.В.[16] вважають, що до найбільш важливих і пріоритетних резервів зниження собівартості в галузевій економіці слід віднести наступні: зростання продуктивності праці темпами, які будуть перевищувати темпи зростання оплати праці; максимальне зниження накладних витрат; повна ліквідація невиробничих витрат; вдосконалення рівня концентрації, спеціалізації, кооперування і комбінування виробництва; перехід на дешевші види сировини, матеріалів, палива, енергії; впровадження обчислювальної техніки; скорочення транспортних витрат; відносно зменшення амортизаційних відрахувань; зміна номенклатури та асортименту продукції.

Для туристичних підприємств зростання продуктивності праці як резерв не може бути застосований, оскільки кількість реалізованих путівок не залежить від зусиль конкретного працівника, а від реклами, асортименту послуг, ціни турпродукту чи турпослуги та ін.

Вдосконалення рівня концентрації, спеціалізації, кооперування і комбінування виробництва на туристичних підприємствах не має сенсу, оскільки туроператор чи турагент повинен бути розташований на території, де є велика кількість потенційних клієнтів. Недоцільно розташовувати підприємство в зоні надання туристичних послуг.

Амортизаційні відрахування туристичних підприємств є незначними, оскільки вони включають тільки амортизацію комп'ютерної техніки, меблів та іншого офісного обладнання. Приміщення під офіс туристичної фірми як правило, винаймаються в оренду. Самі туристичні послуги надаються на базі пансіонатів, санаторіїв, інших суб'єктів туристичної та рекреаційної діяльності.

Отже, для туристичних підприємств актуальними будуть наступні напрямки зниження собівартості:

1) максимальне зниження накладних витрат, а саме адміністративних витрат і витрат на збут, інших операційних витрат за рахунок збільшення кількості туристів, яким реалізується турпродукт;

2) пошук постачальників більш дешевих продуктів харчування, закупівля їх безпосередньо у виробників, місцевих постачальників;

3) скорочення транспортних витрат збільшення кількості туристів економії паливно-мастильних матеріалів, вибору найкоротших маршрутів перевезень;

4) розширення асортименту послуг для залучення більшої кількості туристів.

**Висновки.** В запропонованому науковому дослідженні узагальнено теоретичні аспекти калькулювання собівартості турпродукту і адаптовано методику аналізу собівартості продукції для собівартості турпродукту. Одержані результати свідчать про досягнення поставленої мети і дають змогу зробити такі висновки:

- методика складання собівартості турпродукту у туроператора відрізняється від методики формування собівартості турагента.

- собівартість турпродукту, який створюється туроператором, схожа на методику складання собівартості промислового підприємства, але має ряд відмінностей. Витрати з реалізації турпродукту або послуг посередниками

(турагентами) розраховуються аналогічно витратам обігу в роздрібній торгівлі і покриваються комісійною винагородою.

У статті надано рекомендації щодо адаптації загальноприйнятої методики аналізу собівартості продукції до потреб туристичних підприємств.

Запропоновані у статті підходи дозволять фахівцям виділити основні напрямки зниження собівартості турпродукту, які забезпечать більш ефективне ведення туристської діяльності національними підприємствами, а саме: максимальне зниження накладних витрат за рахунок збільшення кількості туристів; пошук постачальників більш дешевих продуктів харчування, закупівля їх безпосередньо у виробників, місцевих постачальників; скорочення транспортних витрат збільшення кількості туристів економії паливно-мастильних матеріалів, вибору найкоротших маршрутів перевезень; розширення асортименту послуг.

#### Список використаної літератури

1. Ткаченко Т.І. Туристичний продукт як об'єкт виробничого підприємництва [Електронний ресурс] // Культура народів Причорномор'я: Т.І. Ткаченко. – Режим доступу: nbuv.gov.ua / Національна бібліотека України імені В. І. Вернадського, Київ. - [http://www.nbuv.gov.ua/Articles/Kultnar/knp67/knp67\\_130-135.pdf](http://www.nbuv.gov.ua/Articles/Kultnar/knp67/knp67_130-135.pdf) - 11.01.2012.
2. Сметанко О. В. Методика та організація обліку і аудиту витрат у туристській галузі (на прикладі туристських підприємств Автономної Республіки Крим): автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. ек. наук / О.В. Сметанко. – РВВ КЕІ КНЕУ, 2004. – 18 с.
3. Коросташивець Ю. Спільні та відмінні риси понять «туристична послуга» та «туристичний продукт» за законодавством України та інших держав / Ю. Коросташивець // ПГіП – 2010, – №7. – С.105-108.
4. Дядечко Л.П. Економіка туристичного бізнесу./Л. П. Дядечко. – К.: Центр учбової літератури, 2007. – 224 с.
5. Закон України «Про внесення змін до Закону України «Про туризм» № 1282-IV від 18 листопада 2003 року (із змінами та доповненнями) / Верховна Рада України. – Офіц. вид. – К.: Відомості Верховної Ради України (ВВР). – 2004. – N 13. – 180 с.
6. Школа І.М. Менеджмент туристичної індустрії / [І. М. Школа, Т. М. Орехова, І.Д. Козьменко та ін.]. – Чернівці, 2005. – 596 с.
7. Матвієнко А.Т. Науково-практичний коментар до Закону України «Про туризм» / А.Т. Матвієнко, І.В. Приячук, М.А. Лесик, В.В. Андрейцев. – К., 2006.
8. Наливайченко С.П. Бізнес-планування у туристичній індустрії / С.П. Наливайченко, В.Є. Реутов, С.Ю. Цьохла [Текст]: навч. посіб. для студ. економ. напрямів підготовки ден. та заочн. форм навчання / М-во освіти та науки України, Кримський економічний інститут ДВНЗ «КНЕУ ім. В.Гетьмана», каф. Економіки підприємства. – Саки: ПП «Підприємство Фенікс», 2011. – 192 с.
9. Рудяк Ю. Усе про облік та організацію туристичної діяльності / [Ю.Рудяк, В.Кузнецов та ін.]. – 5-те вид. перероб. і доп. – Х.:Фактор, 2008. – 304 с.
10. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 16 «Витрати», затв. наказом Міністерства фінансів України від 31.12.99 р. № 318, із змінами і доповненнями // Офіційний вісник України: Зб. актів законодавства; Міністерство юстиції України. – К., 2000. – № 3. – Ст.102. – С.181-188.
11. Мальська М.П. Планування туристичної діяльності: підручник / М.П. Мальська, О.Ю. Бордун. – К.: Знання, 2010. – 310 с.: 1 електрон. Опт. Диск (CD-ROM).
12. Рогатенюк Э.В. Методические рекомендации по совершенствованию процесса формирования цены на рекреационный продукт [Электронный ресурс] // Культура народів Причорномор'я: Э.В. Рогатенюк. – Режим доступа: nbuv.gov.ua/ Національна бібліотека України імені В. І. Вернадського, Київ. - [http://www.nbuv.gov.ua/Articles/Kultnar/knp78/knp78\\_57-62.pdf](http://www.nbuv.gov.ua/Articles/Kultnar/knp78/knp78_57-62.pdf) - 11.01.2011

13. Пуцентайло П.Р. Економіка і організація туристично-готельного підприємництва: навчальний посібник / П.Р. Пуцентайло. – К: Центр учбової літератури, 2007. –344 с.
14. Череп А. Можливості застосування нових організаційних структур управління з метою зниження собівартості продукції / А. Череп // Вісн. нац. акад. держ. упр. При Президентові України. – 2005. – № 2. – С. 208-215.
15. Чухліб О.А. Управлінське рішення щодо витрат у собівартості продукції / О.А. Чухліб // Фінанси України. – 2006. – №2. – С.129-137.
16. Руденко О.В.. Выявление резервов снижения себестоимости продукции / О.В. Руденко, Т.В. Амелъченко // Культура народов Причерноморья. – 2008. – №139. – С. 105-107.
17. Зазгарская И.Б. Проблемы и перспективы развития туризма на территории украинских Карпат [Электронный ресурс] // Все о туризме – туристическая библиотека: И.Б. Зазгарская. – Режим доступа: [tourlib.net/](http://tourlib.net/) Все о туризме – Туристическая библиотека – [http://tourlib.net/books\\_tourism/zazgarskaya3.htm](http://tourlib.net/books_tourism/zazgarskaya3.htm) – 11.01.2012.

*Поступила в редакцію 01.06.2012 г.*

**Сорокина Е. С. Анализ себестоимости туристского продукта и пути ее снижения / Е. С. Сорокина, Ф.Ф. Шамсутдинова // Ученые записки ТНУ. Серия: Экономика и управление. – 2012. – Т. 25 (64), № 2. – С. 144-155.**

В работе рассмотрена методика калькулирования себестоимости туристского продукта. Изложена методика анализа себестоимости туристского продукта. Определены резервы уменьшения себестоимости турпродукта.

**Ключевые слова:** турпродукт, туристская услуга, методика, анализ, себестоимость.

**Sorokina O.S. The analysis of the cost of the tourist product and the ways of its reduction / O.S. Sorokina, F.F. Shamsutdinova // Uchenye zapiski TNU. Series: Economy and management. – 2012. – Vol. 25 (64), № 2. – P. 144-155.**

The methods of the tourist product cost calculation are considered in the article. The technique of the cost price analysis of the tourist product is expounded. The reserves of the tourist product cost reduce are identified.

**Keywords:** tourist product, tourist service, methods, analysis, cost.

**УДК 338.001.36:339.924**

## **СТРАНОВЫЕ РИСКИ УКРАИНЫ И СТРАН СНГ В ОЦЕНКЕ ЖУРНАЛА EUROMONEY**

*Твердохлебов Н.И.*

*Таврический национальный университет имени В.И. Вернадского, г. Симферополь, Украина  
E-mail: [tverdohlebov-nikolay@rambler.ru](mailto:tverdohlebov-nikolay@rambler.ru)*

Сопоставлены общий уровень и основные показатели рейтингов страновых рисков Украины и четырех стран СНГ, опубликованных службой страновых рейтингов журнала Euromoney в марте 2012 года, выявлены основные факторы, влияющие на уровень этих показателей.

**Ключевые слова:** страновой риск, рейтинг, СНГ.

**Постановка проблемы.** В условиях мирового финансово-экономического кризиса и долговых проблем стран зоны евро значительно возрос интерес к оценке страновых рисков при осуществлении внешнеэкономических операций. Страны СНГ наряду с другими развивающимися рынками имеют высокий уровень странового риска, что негативно отражается на развитии их внешнеэкономических связей. Лондонский журнал Euromoney – одно из наиболее авторитетных экономических изданий – в марте и сентябре каждого года публикует рейтинг стран мира по степени риска, который возникает при сотрудничестве с компаниями этих государств, на основе опроса специалистов в области экономики и финансов, а также анализа статистических данных. Сравнение показателей Украины и стран СНГ, представленных в рейтинге Euromoney, позволяет выявить проблемы, тормозящие развитие внешнеэкономических связей нашей страны.

Страновые риски Украины и стран СНГ пока не стали предметом анализа в отечественной научной литературе. Специальных исследований на эту тему нами не обнаружено. Данная статья продолжает исследование проблемы, начатое в 2005 г. [1- 3].

**Целью** данной статьи является сравнительный анализ показателей рейтингов страновых рисков Украины и четырех стран СНГ – России, Казахстана, Азербайджана и Армении. Из данной цели следуют задачи:

- сопоставить общий уровень и динамику данных рейтингов в 2009-2012 годах;
- определить позицию Украины по всем показателям рейтинга страновых рисков;
- выявить основные факторы, влияющие на уровень данных показателей.

### **Основные результаты исследования.**

В зависимости от величины рейтинга страновых рисков Euromoney каждая из стран получает баллы в диапазоне от нуля (максимальный риск) до 100 (минимальный риск). Результирующая оценка включает 6 показателей, каждый из которых имеет свой вес. Первые три комплексных показателя являются качественными и основываются экспертами:

- I. Экономическое положение (вес – 30%);

**СТРАНОВЫЕ РИСКИ УКРАИНЫ И СТРАН СНГ В ОЦЕНКЕ ЖУРНАЛА  
EUROMONEY**

II. Политический риск (30%);

III. Структурная социально-экономическая оценка (10%).

Следующие три показателя имеют чисто количественный характер:

IV. Показатели задолженности (10%);

V. Кредитный рейтинг страны (10%);

VI. Доступ к банковским финансам и на рынки капиталов (10%) [4].

По сравнению с 2009 годом методика подсчета и составляющие несколько изменились [3]. В целом увеличилась доля экспертных оценок (с 50% до 60%), а количественные показатели стали носить более обобщенный характер.

В таблице рейтингов Euromoney на 12 марта 2012 в тройке лидеров среди 186 стран мира находились Норвегия (93,44 баллов из 100), Люксембург (91,69) и Швейцария (90,31). Наиболее высокие показатели среди стран СНГ имели: Россия (59 место), Казахстан (75 место), Азербайджан (81) и Армения (89). Украина находилась на 91 позиции [5].

Причины отставания Украины от четырех стран можно проследить при сравнении средних показателей четырех стран с украинскими (см. таблицу 1). Обращает на себя внимание значительное отставание Украины по показателю экономического положения, особенно от России и Казахстана. Это является результатом низких оценок по таким составляющим как: стабильность банковской системы, дефицит бюджета и госдолг, монетарная политика и стабильность валюты.

Таблица 1  
Рейтинговая оценка Euromoney и ее составляющие на 12.03.2012 г.

	Место в рейтинге	Итоговая оценка	I	II	III	IV	V	VI
Россия	59	53,01	59,60	42,99	47,16	73,80	52,10	49,20
Казахстан	75	47,16	59,12	44,87	51,76	45,00	47,90	14,90
Азербайджан	81	43,53	51,67	37,34	28,89	48,80	39,60	50,70
Армения	89	41,29	46,08	48,30	46,56	22,50	28,10	32,60
Средняя по 4 странам	76	46,25	54,12	43,38	43,59	47,53	41,93	36,85
Украина	91	40,18	43,20	38,29	48,88	40,00	14,60	54,00

Источник: [5].

Повышенный политический риск Украины обусловлен высоким уровнем коррупции, отсутствием доступа к информации о деятельности органов власти, неэффективностью государственных институтов, отсутствием системности управления и регуляторной политики. По показателю социально-экономической инфраструктуры Украина превосходит три страны и лишь немного уступает Казахстану. Такое положение связано с низким уровнем безработицы и

действенным рынком труда, улучшением демографических процессов, относительно развитой экономической и социальной инфраструктурой.

По показателям государственного и частного долга Украина значительно опережает Армению, но отстает от трех остальных стран, особенно от России, что обусловлено, прежде всего, быстрым ростом внешнего долга в последние годы. Этот факт, а также значительный дефицит платежного баланса повлияли и на низкие показатели кредитного рейтинга страны. По этому показателю наблюдается наибольший разрыв со средней оценкой по четырем странам (-27,33 балла). Агентство Fitch на март 2012 года присвоило Украине оценку В, которая означает значительный риск дефолта. Армения имеет оценку ВВ- (на две ступени выше), Азербайджан – ВВВ- (на четыре ступени выше, наименьшая инвестиционная оценка), Россия и Казахстан – ВВВ (на пять ступеней выше) [6].

Единственная оценка, по которой Украина существенно (на 17,15 балла) превосходит среднюю по четырем странам, это доступ к банковским финансам и на рынки капитала. Это связано, прежде всего с низкими оценками Казахстана, чья банковская система сильно пострадала в результате кризиса 2008-2009 гг., и Армении. Что касается банков Украины, то они были в значительной части рекапитализированы зарубежными владельцами и в 2010-2011 гг. возобновили кредитование.

#### **Выводы.**

Согласно рейтингу страновых рисков, публикуемых журналом Euromoney, Украина отстает от четырех стран СНГ – России, Казахстана, Азербайджана и Армении, особенно от первых трех. Это отставание сохраняется на достаточно стабильном уровне с сентября 2009 года и составило 7 баллов, а в марте 2012 года – 6,07 балла.

Наибольшее отставание наблюдается по показателям политической и экономической стабильности, уровня внешней задолженности и кредитного рейтинга страны. По двум остальным показателям оценка Украина не только опережает среднюю оценку четырех стран, но находится на уровне лидеров – России и Казахстана.

Дальнейшая динамика рейтинга страновых рисков будет, во многом, зависеть от стабильности политического положения накануне и после парламентских выборов, темпов роста экономики Украины, договоренности о возобновлении кредитования МВФ.

#### **Список литературы**

1. Твердохлебов Н.И. Оценка страновых рисков во внешнеэкономической деятельности / Н.И. Твердохлебов // Культура народов Причерноморья. – №59. – 2005. – С. 164.
2. Порівняльний аналіз українських ризиків країни в контексті Євроінтеграції / М.І. Твердохлебов, А.Ю. Арсененко // Науковий вісник Чернівецького університету: Збірник наукових праць. – Вип. 368-369. Економіка. – Чернівці: Рута, 2008. – С. 60-65.
3. Твердохлебов Н.И. Сравнительный анализ страновых рисков Украины и стран СНГ / Н.И. Твердохлебов // Ученые записки ТНУ. Серия: Экономика и управление. – 2009. – Т. 22 (61). – № 2. – С.341 – 344.
4. Methodology [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.euromoneycountryrisk.com/Methodology>.

5. Country risk [Электронный ресурс] – Режим доступа:  
<http://www.euromoneycountryrisk.com/Countries/Score>
6. Fitchratings[Электронныйресурс]– Режим доступа:  
<http://www.fitchratings.ru/regional/country/ratings/list/index>.

*Поступила в редакцию 01.06.2012 г.*

***Твердохлебов М.І. Крайні ризики України та країн СНД в оцінці журналу Euromoney / М.І. Твердохлебов // Ученьє записки ТНУ. Серія: Економіка та управління. – 2012. – Т. 25 (64), № 2. – С. 156-159.***

Зіставлені загальний рівень та основні показники рейтингів країнних ризиків України та чотирьох країн СНД, що опубліковані журналом Euromoney в березні 2012 року, виявлені основні фактори, які впливають на рівень цих показників.

***Ключові слова:*** країнний ризик, рейтинг, СНД.

***Tverdohlebov N.I. Ukraine and CIS-countries country risks: Euromoney value / N.I. Tverdohlebov // Uchenye zapiski TNU. Series: Economy and management. – 2012. – Vol. 25 (64), № 2. – P. 156-159.***

The value of the country risk ratings and its categories of Ukraine and four countries of the CIS published by Euromoney magazine in March 2012 is considered. Basic factors, influencing the level of ratings are analyzed.

***Keywords:*** country risk, rating, CIS.

**УДК 658.821**

## **СУЧАСНА КОНЦЕПЦІЯ СТІЙКИХ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ ПІДПРИЄМСТВА:**

### **ІНТЕГРАЦІЯ ТА ЗБАЛАНСУВАННЯ НАУКОВИХ ПІДХОДІВ**

*Ткачова С.С.*

*Харківський державний університет харчування та торгівлі, м. Харків, Україна  
E-mail: tkacheva-s@mail.ru*

Проаналізовано теорії конкурентних переваг з точки зору підходів до джерел формування конкурентних переваг. Обґрунтовано зміст сучасної концепції стійких конкурентних переваг підприємства.

**Ключові слова:** стійка конкурентна перевага, теорії конкурентних переваг, ринковий, ресурсний, інституційний підходи, інтеграція, збалансування.

**Постановка проблеми.** Теорія і практика менеджменту сучасного підприємства свідчить про те, що стратегічна стійкість та міцність конкурентного положення залежать від того, наскільки тривалими та стійкими є конкурентні переваги підприємства, наскільки довго підприємство спроможне зберігати та забезпечувати наявні конкурентні переваги, наскільки швидко підприємство спроможне генерувати нові переваги. Всебічне вивчення наукових підходів щодо визначення стійких конкурентних переваг підприємства, дозволило відмітити, що науковці характеризують стійкість через комбінування декількох вимог або характеристик. Так, Портер М. характеризує стійку конкурентну перевагу підприємства як сполучення: ретельно підібраної системи видів діяльності; унікальної конкурентної позиції; визначення ключових чинників успіху; відношення до конкурентів (чіткі компроміси, співробітництво) [1]. Лісовська Л., Іванець Л. визначають стійку конкурентну перевагу через дотримання таких вимог, як: опора на специфічні, оригінальні здатності і ресурси підприємства, що не піддаються імітації з боку конкурентів; здатність забезпечити підприємству ринкове становище на тривалий час, що вигідно відрізняє його від конкурентів (унікальний збутовий проект); націленість на специфічні запити клієнта, що дає змогу принести релевантну користь цільовій групі споживачів [2]. Смирнов Є., на відміну від попередніх наукових підходів, спочатку вважає, що підприємство отримує стійкі конкурентні переваги за рахунок реалізації одного з трьох варіантів конкурентної поведінки: розвитку унікальних ресурсів і компетенцій підприємства, які становлять основу ефективної стратегії; забезпечення максимальної відповідності стратегії підприємства умовам ринкового середовища; зміни становища конкурентних сил на ринку за допомогою інтеграції підприємства в систему галузевих і ринкових зв'язків [3]. Але, обґрунтовуючи власний підхід до формування стійких конкурентних переваг підприємства, науковець об'єднує вказані вище варіанти конкурентної поведінки.

Відомі теорії, напрями, підходи, концепції конкурентних переваг недостатньо повно розкривають сутність та особливості формування стійких



конкурентних переваг, саме тому існує необхідність у розробці сучасної концепції стійких конкурентних переваг підприємства.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Теоретичні аспекти формування конкурентних переваг аналізуються у багатьох наукових працях закордонних та вітчизняних вчених: Портера М., Тарнавської Н., Царенко О., Отенко І., Полтавської Є., Лісовської Л., Сисоєвої О., Шершньової О., Гордєєва В., Сотнікова А., Шпотова Б., Чачашвілі Е. та ін. Науковці систематизують існуючі теорії та підходи за різними критеріями, визначають їх концептуальні положення, пропонують авторські підходи з урахуванням напрацьованого досвіду, а також змін чинників зовнішнього середовища, стану та темпів розвитку ринку тощо. Але наукових досліджень щодо взаємозв'язків існуючих теоретичних розробок та підходів до джерел формування стійких конкурентних переваг вкрай недостатньо.

Враховуючи вищезазначене, **метою роботи** є обґрунтування сучасної концепції стійких конкурентних переваг підприємства. Для досягнення поставленої мети необхідно: вивчити сутність підходів до джерел формування стійких конкурентних переваг; дослідити взаємозв'язки між концепціями конкурентних переваг та підходами до джерел їх формування.

**Виклад основного матеріалу.** У теорії визначають три підходи (концепції, напрями) до джерел формування конкурентних переваг підприємства: ринковий, ресурсний, інституційний [3-5]. Еволюція цих підходів відбувалась за вказаним порядком.

Ринковий підхід сформувався та домінував у 50-70 роки ХХ століття [8, с. 18]. У наукових працях [6; 7] домінування ринкової концепції пов'язують з періодом 70-80-х років. На ранніх етапах розвитку цього підходу поведінка підприємства ігнорувалась, і вважалося, що вона майже повністю детермінується ринковою структурою та галузевими умовами. У процесі розвитку цього напрямку теорії конкурентних переваг спеціалістами Гарвардської школи було визначено, що стратегічний успіх підприємства залежить не лише від структури галузі, в якій вона функціонує, а й від обраної принципової стратегії для даної господарської області, тобто від позиціонування фірми в галузі. Сисоєва О. відмічає, що в якості джерела конкурентних переваг цей підхід розглядає ефективну галузеву й ринкову позицію суб'єкту, обрану з урахуванням його специфіки [4].

Характеризуючи ринкову концепцію, науковці відмічають, що, беручи початок у межах економічної теорії галузевої організації, вона розглядає питання щодо формування конкурентних переваг з погляду особливостей поточної конкурентної ситуації, а саме аналізу галузевої структури. Основним об'єктом аналізу є привабливість галузі як першооснова ринкового успіху. Процес формування конкурентних переваг зводиться до пошуку галузей із сприятливим бізнес-середовищем і розробки такої стратегії, яка б максимально сприяла обмеженню впливу на підприємство основних сил конкуренції [3]. Представники ринкової позиції вважають, що підприємство має стійкі конкурентні переваги в тому випадку, коли: забезпечує споживчі вимоги; є унікальним; його переваги не можуть бути повторені конкурентами; є прибутковим [9].

Наприкінці 80-х років, на противагу ринково-орієнтованому підходу, в теорії

конкурентних переваг почав формуватися ресурсний підхід, згідно з яким досягнення підприємством стратегічного успіху є неможливим без володіння ним унікальними ресурсами, без переваг у навичках, уміннях, ресурсах та їх використанні [8, с. 18].

Ресурсна концепція передбачає, що розходження в прибутковості між підприємствами всередині однієї галузі набагато більш істотні, ніж розходження між окремими галузями, а основною причиною такої неоднорідності є унікальні ресурси та здібності підприємства. При цьому ресурси являють собою джерело здібностей фірми, а здібності є основним джерелом її конкурентної переваги [3]. Підприємства відрізняються одне від одного за ресурсним оснащенням, і цим пояснюється різниця в рівні їх ефективності й прибутковості. [9]. Отже, головним джерелом стійкої конкурентної переваги, з позиції ресурсної концепції, є систематичний розвиток його унікальних характеристик [10]. Ресурсний підхід дозволяє визначати стійкі конкурентні переваги як результат специфічних спроможностей, ресурсів і унікальних чинників, що є в розпорядженні підприємства. Підхід вимагає від фірми випереджального створення, утримання та розвитку специфічних для неї ресурсів і компетенцій [3]. Експерти виявили закономірність: чим інтенсивнішими є зміни у тій чи іншій сфері бізнесу, тим меншу роль відіграють структура галузі та позиція підприємства в ній, і тим більш значущою є роль унікальних ресурсів, що знаходяться у розпорядженні, особливо найважливішого з них – знань у значущих для бізнесу областях. Ягафарова Є., віддаючи перевагу ресурсній концепції, вважає, що стійкість конкурентної переваги фірми залежить від наявності «цінного ресурсу», що характеризується недосконалою мобільністю, довговічністю, неможливістю імітації/заміщення, непрозорістю та рідкістю. В якості подібного ресурсу науковцем розглядається інтелектуальний капітал [5].

В останні роки значна кількість науковців висловлюють думку, що і ринковий, і ресурсний підходи теорії конкурентної переваги, якщо їх розглядати окремо, є односторонніми і не забезпечують підприємству максимального успіху [8, с. 20; 11, с. 125]. Вони не суперечать, а швидше доповнюють один одного, що вимагає їх збалансованого поєднання. Насправді стратегічний успіх підприємства залежить від його вміння вчасно відстежувати релевантні зміни у конкурентному середовищі, з одного боку, і розвивати власні ключові компетенції адекватно до цих змін – з іншого.

За об'єднання наукових підходів виступає Штейн О. [10]. Науковець пропонує об'єднати індустріально-економічний та ресурсний підходи для створення ринково-орієнтованої парадигми. За змістовими характеристиками індустріально-економічний підхід є ринковим підходом.

Сучасне трактування теорії конкурентних переваг, за підходом Царенко О., також базується на інтеграції та збалансуванні ресурсного та ринкового напрямів [8, с. 10]. Погоджуючись з цим науковим підходом, вважаємо дискусійними представлення методу аналізу стейкхолдерів у складі ринкового напрямку, елементу «організаційна культура» у складі ресурсного напрямку теорії конкурентних переваг. На наш погляд, зазначені метод та елемент відносяться до

інструментарію інституційного підходу до джерел формування конкурентних переваг.

Інституційний підхід, в якому основну роль відіграють довгострокові відносини зі споживачами, партнерство, стратегічні альянси, почав формуватись у 2000-ні роки у зв'язку з появою та розвитком нових організаційних форм [6]. Цей підхід базується на новій інституційній економічній теорії, соціології, дослідженнях мережевих утворень. Мережевий характер організації суб'єктів у сучасній економіці призводить до змін основ конкуренції у напрямі сполучення конкурентних і кооперативних відносин між учасниками ринку, які є джерелом додаткових переваг у вигляді мінімізації витрат, доступу до інформаційних потоків тощо [3]. Гордєєв В. пропонує розглядати інституціоналізм як чинник розробки нової теорії конкуренції [12].

З точки зору інституційного підходу, економічна поведінка та вибір підприємства визначаються не тільки технологічними, інформаційними можливостями та завданнями щодо отримання прибутку, але й обмеженнями, що мають соціальну природу, людськими нормами, цінностями, традиціями й настановами. Джерелом конкурентної переваги є інтеграція підприємства у бізнес-середовище, що його оточує, в його інформаційне поле, у систему галузевих і ринкових зв'язків, які звільняють підприємство від ізоляції у соціумі. Відповідно до змісту цієї концепції інституційні операції є результатом взаємодії процесів на індивідуальному (норми, традиції, яких дотримуються менеджери), організаційному (корпоративна культура, система цінностей) і міжорганізаційному (вплив з боку держави, галузевих альянсів, суспільних очікувань) рівнях. Метою інтеграції процесів взаємодії є формування та використання колективних конкурентних переваг, що генерують особливі «ренти відносин». Основний висновок інституційної концепції полягає у тому, що дотримання фірмами існуючих норм, традицій, суспільних вимог призводить до їх гомогенізації, вирівнюванню відмінностей у їх структурах та операціях. У результаті успішними є ті компанії, які погоджуються з соціальними чинниками, отримуючи за рахунок цього підтримку та легітимність [4].

Зв'язки, які формуються у підприємства із зовнішнім середовищем, окремі науковці визначають як його нематеріальні специфічні ресурси, а інституційний підхід – як міждисциплінарний ресурсний підхід [6]. Таке визначення вважаємо дискусійним, оскільки, на наш погляд, інституційний підхід має всі підстави для існування та розвитку як самостійного підходу, популярність якого стає все більш широкою у теперішній час.

Останнім часом почали формуватись наукові підходи, в яких пропонується об'єднати ринковий, ресурсний та інституційний підходи для формування стійких конкурентних переваг. Так, Смирнов Є., обґрунтовуючи власний підхід з позицій стратегічного бачення та операційної ефективності, дотримався такої позиції [3].

У межах підходів до джерел формування конкурентних переваг важливими є напрями діагностики переваг. У наукових працях існує декілька позицій з цього приводу. Так, Брамеза І. та Венслі Р. у межах ринкового підходу виокремлюють два напрями діагностики конкурентних переваг: акцентований на споживачах і на

конкурентах [8, с. 18]. Звичайно фірми мають тенденцію до першого або другого напрямку, у той час як необхідним є збереження балансу між ними. Нещодавні емпіричні дослідження показали, наприклад, що надмірна конкурентна орієнтація негативно впливає на успіх підприємства. За підходом Лісовської Л., Іванець Л., у разі завоювання конкурентної переваги головне значення належить самому підприємству, конкурентам і клієнтам. Ці три елементи утворюють вісі стратегічного трикутника, що можна розглядати як вихідну базу для ідентифікації переваг. Орієнтація на цю модель показує, що для досягнення мети недостатньо лише виготовляти якісні товари і послуги, підприємство загалом повинно стати краще своїх конкурентів [2]. Котлер Ф. для досягнення успіху на ринку пропонує здійснювати моніторинг середовища за «4-ма Сі ринкового позиціонування»: споживачі, канали збуту, конкуренція і характеристика власної компанії (Customers, Channels, Competition, Company) [13]. Смирнов Є. також визначає чотири напрями діагностики конкурентних переваг, орієнтованих на внутрішнє та зовнішнє середовище: підприємство, споживачі, конкуренти, система ринку [3]. Орієнтацію на внутрішнє середовище забезпечує ресурсний підхід; орієнтацію на споживачів та конкурентів забезпечує ринковий підхід, на систему ринку – інституційний підхід.

Становлення та розвиток теорії конкурентних переваг науковці пов'язують з різними чинниками зовнішнього середовища. Так, Сисоєва О. пов'язує виникнення та еволюцію теорії конкурентних переваг з розвитком міжнародних економічних відносин, обумовлених науково-технічним прогресом суспільства та конкурентними відносинами [4]. Російський науковець Шершньова О. передбачає, що подальший розвиток теорії конкурентних переваг відбуватиметься на основі імперативів розвитку світової спільноти. В якості рушійної сили розвитку економіки виступатиме конкуренція, основана на інтелектуальному лідерстві в умовах подальшого посилення глобалізаційних процесів та скорочення ресурсів [14].

Велика кількість та різноманітність теорій і концепцій конкурентних переваг вимагає їх систематизації. Сучасні закордонні та вітчизняні науковці роблять це по-різному, намагаючись розставити власні акценти у взаємозв'язках теорій та концепцій, сформувані власні підходи до змісту та структури сучасних теорій конкурентних переваг. Так, Отенко І., Полтавська Є. згрупували концепції конкурентних переваг за належністю до шкіл розробки. Концепції, визначені у межах кожної групи, на наш погляд, можуть бути віднесені як до одного з підходів (ринкового, ресурсного або інституційного) до формування джерел конкурентних переваг, так і до декількох підходів одночасно [15, с. 7].

Детальний аналіз світової теорії та практики побудови конкурентних переваг, напрацьованої упродовж останніх трьох десятиліть, представлено у науковій праці Гарнавської Н. [16, с. 51]. Науковець визначила концептуальні положення найбільш відомих теорій конкурентних переваг, а на їх основі – запропонувала створення сучасної парадигми конкурентних переваг. Аналіз теорій конкурентних переваг дозволив визначити їх належність до ринкового, ресурсного, інституційного підходів або до їх комбінації. Переважну більшість

**СУЧАСНА КОНЦЕПЦІЯ СТІЙКИХ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ ПІДПРИЄМСТВА:  
ІНТЕГРАЦІЯ ТА ЗБАЛАНСУВАННЯ НАУКОВИХ ПІДХОДІВ**

сучасних концепцій представляють декілька підходів (табл. 1). Теорії конкурентних переваг Портера М., конкуренції за майбутнє, концепцію «ціннісних дисциплін», теорію екосистем та коєволюції, побудови конкурентних переваг на основі теорії співконкуренції Б. Шпотов відносить до теорій галузевого лідирування [17]. Якщо вважати, що ці теорії представляють ринковий підхід, то така позиція є дискусійною, тому що зазначені теорії конкурентних переваг, на наш погляд, пов'язані з декількома підходами до джерел формування конкурентних переваг.

Таблиця 1

Зв'язок теорій конкурентних переваг та підходів до джерел формування конкурентних переваг

Назва теорії	Підхід до джерел формування конкурентних переваг
Теорія конкурентних переваг Портера М.	Ринковий, ресурсний
Теорія конкуренції за майбутнє Хемела Г. і Прахалада К.	Ринковий, ресурсний
Концепція «ціннісних дисциплін» Трейсі М. і Вірсеми Ф.	Ринковий, ресурсний
Концепція на основі моделі бізнесу «Balanced Scorecard» Каплана Р. і Нортгона Д.	Ринковий, ресурсний, інституційний
Теорія екосистем та коєволюції Мура Дж. Ф.	Ринковий, інституційний
Теорія співконкуренції Бранденбурга А.М. і Нейлбаффа Б. Дж.	Ринковий, інституційний
Концепція міграції цінності і капіталу Сливотські А.	Ринковий
Концепція «блакитного океану» Чан Кіма У. і Моборна Р.	Ринковий
Сучасна парадигма конкурентних переваг Тарнавської Н.	Ринковий, ресурсний, інституційний
Стейкхолдерський підхід	Ресурсний, інституційний
Технологічний підхід	Ресурсний
«Знанневий» підхід	Ресурсний
Гуманітарний підхід	Ресурсний, інституційний
Інформаційний підхід	Ресурсний, інституційний
Фінансовий підхід	Ресурсний, інституційний
Концепція з використанням Інтернет-технологій	Ресурсний, інституційний

У теперішній час у наукових працях пропонуються нові підходи до формування стійких конкурентних переваг. Так, Сотніков А. пропонує виділяти

стейкхолдерський, технологічний, «знаннєвий», гуманітарний, інформаційний, фінансовий підходи [18]. Костяєв Р. розробив концепцію формування стійких конкурентних переваг компанії, досягнення яких можна забезпечити за рахунок цілісного підходу щодо виявлення можливостей, що надає мережа Інтернет [19].

Костяєв Р. вважає, що традиційні методи формування конкурентних переваг достатньо легко копіюються конкурентами. Конкурентні переваги, що формуються з використанням Інтернет-технологій, мають значно вищий рівень стійкості до копіювання.

Нами встановлено зв'язок сучасних підходів та концептуальних підходів до джерел формування конкурентних переваг. У порівнянні з тепер вже класичними теоріями конкурентних переваг, які відповідають комбінації підходів з обов'язковою наявністю ринкового підходу, сучасні базуються на ресурсному та/або на інституційному підходах. Важливість ринкового підходу, на наш погляд, з часом не зменшилась, за умов ринкової економіки підхід став сприйматись, як обов'язковий.

За авторським підходом, сучасна концепція стійких конкурентних переваг повинна базуватись на інтеграції й збалансуванні ринкового, ресурсного та інституційного підходів до джерел формування конкурентних переваг. Актуальними вважаємо чотири напрями діагностики конкурентних переваг – з орієнтацією на підприємство, на споживачів, на конкурентів, на систему ринку. Саме інтеграція підходів дозволить забезпечити підприємству отримання всіх важливих складових стійкої конкурентної переваги – переваг конкурентного потенціалу, конкурентної позиції, конкурентного статусу, як зазначено у авторській редакції сутності поняття «стійка конкурентна перевага» [20]. Ресурсний підхід забезпечує формування та розвиток переваги конкурентного потенціалу; ринковий – переваги конкурентної позиції; інституційний – переваги конкурентного статусу підприємства (рис. 1).

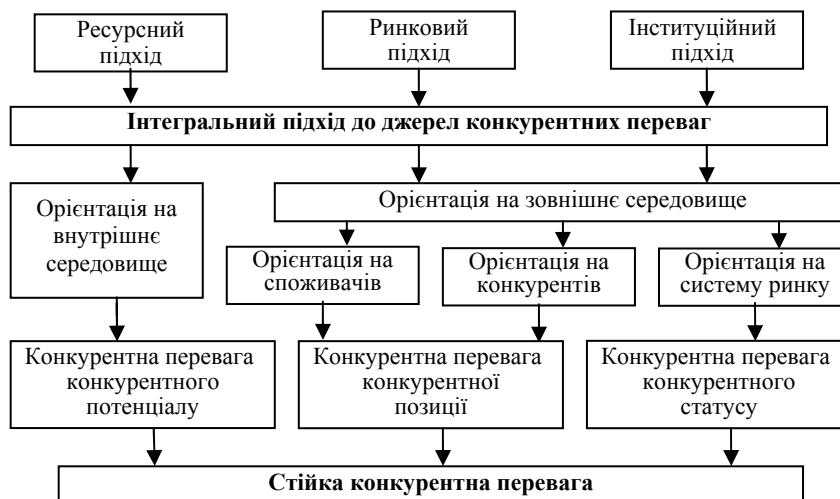


Рис. 1. Формування сучасної концепції стійких конкурентних переваг підприємства

Зазначена позиція пояснює походження стійкої конкурентної переваги у внутрішньому та зовнішньому середовищі, на відміну від наукового підходу Смирнова Е., відповідно до якого стійка конкурентна перевага формується у внутрішньому середовищі підприємства.

**Висновки.** Таким чином, вивчення сутності підходів до джерел формування стійких конкурентних переваг, визначення взаємозв'язків між концепціями конкурентних переваг та підходами до джерел їх формування, дозволили обґрунтувати зміст сучасної концепції стійких конкурентних переваг.

Авторське бачення сучасної концепції стійких конкурентних переваг підприємства полягає у таких положеннях:

1. Інтеграція ресурсного, ринкового, інституційного підходів до джерел формування стійких конкурентних переваг.

2. Діагностування стійких конкурентних переваг з орієнтацією на внутрішнє середовище – на підприємство; на зовнішнє середовище, у тому числі на споживачів, конкурентів, систему ринку.

3. Формування обов'язкових складових стійкої конкурентної переваги підприємства: переваги конкурентного потенціалу у внутрішньому середовищі; переваг конкурентної позиції та конкурентного статусу – у зовнішньому середовищі.

Результати наукової роботи планується використати під час формування концепції стійких конкурентних переваг підприємств ресторанного бізнесу.

#### **Список літератури**

1. Портер М. Международная конкуренция / М. Портер; [пер. с англ. под. ред. и с предисловием В.Д. Щитинина]. – М.: Международные отношения, 1993. – 896 с.
2. Лісовська Л.С. Сучасна парадигма конкурентоспроможності підприємства / Л.С. Лісовська [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.nbuv.gov.ua/portal/natural/Vnulp/Ekonomika/2009\\_640/20.pdf](http://www.nbuv.gov.ua/portal/natural/Vnulp/Ekonomika/2009_640/20.pdf).
3. Смирнов С.М. Обґрунтування підходу до формування стійких конкурентних переваг підприємства / С.М. Смирнов [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [www.nbuv.gov.ua/portal/soc.../64.pdf](http://www.nbuv.gov.ua/portal/soc.../64.pdf).
4. Сысоева Е.А. Конкурентные преимущества предприятия: эволюция и источники формирования / Е.А. Сысоева // Вопросы экономики и права. – 2011. – № 5. – С. 47-51.
5. Ягафарова Е.Ф. Устойчивость конкурентного преимущества фирмы с точки зрения ресурсной концепции / Е.Ф. Ягафарова // Известия ПГПУ. – 2008. – № 6 (10). – С. 30-35.
6. Чачашвили Э.С. Эволюция стратегического маркетинга / Э. С. Чачашвили // Научные ведомости БелГУ. Сер. История. Политология. Экономика. Информатика. – 2009. – Вып. 11/1, № 9. – С. 76-81.
7. Каячев Г.Ф. Стратегическое управление фирмой: эволюция подходов и роль реальных опционов в современном менеджменте / Г.Ф. Каячев, В.С. Пекшева. // Вестник Томского государственного университета. – 2010. – № 1 (9). – С. 28-37.
8. Царенко О.В. Конкурентні переваги легкої промисловості регіонів України: методологія формування, теорія та практика: [монографія] / О.В. Царенко. – Донецьк : Юго-Восток, Лтд, 2009. – 504 с.
9. Стовбан Ю.Т. Конкурентні переваги підприємства як необхідна умова виходу економіки України з тіні / Ю.Т. Стовбан [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.nbuv.gov.ua/portal/Soc\\_gum/aprer/2009\\_5\\_1/17.pdf](http://www.nbuv.gov.ua/portal/Soc_gum/aprer/2009_5_1/17.pdf).
10. Штейн О.И. Совершенствование рыночно-ориентированной парадигмы / О.И. Штейн // Вісник Сев НТУ. Вип. 98: Економіка і фінанси: зб. наук. пр. – Севастополь: Вид-во Сев НТУ, 2009. – С.

- 197-200.
11. Управління конкурентоспроможністю підприємства / С.М. Клименко [та ін.]. – К: КНЕУ, 2008. – 520 с.
  12. Гордеев В.А. Институционализм как фактор разработки новой теории конкуренции / В.А. Гордеев [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://newpoliteconomy.org/publications/articles/174.pdf>.
  13. Алещина Н.В. Анализ подходов к обеспечению конкурентоспособности предприятий / Н.В. Алещина // Наукові праці Донецького державного технічного університету. – 2002. – С. 201-209.
  14. Шершнева Е.Г. Современная парадигма управления конкурентными преимуществами предприятия в условиях глобализации экономики / Е.Г. Шершнева // Вестник УГТУ-УПИ. – 2006. – № 9 (80). – С. 50-57.
  15. Отенко І.П. Управління конкурентними перевагами підприємства [монографія] / І.П. Отенко, С.О. Полтавська. – Х. : Вид. ХНЕУ, 2005. – 212 с.
  16. Тарнавська Н.П. Управління конкурентоспроможністю підприємств: теорія, методологія, практика: [монографія] / Н.П. Тарнавська. – Тернопіль: Економічна думка, 2008. – 570 с.
  17. Шпотов Б.О. современных теориях конкурентных преимуществ и отраслевого лидерования / Б.О. Шпотов // Проблемы теории и практики управления. – 2001. – № 3. – С. 50-55.
  18. Сотников А.С. Основные подходы к формированию устойчивых конкурентных преимуществ промышленных предприятий / А.С. Сотников // Экономические науки. – 2011. – № 5 (78). – С. 243-246.
  19. Костяев Р.А. Концепция создания конкурентных преимуществ с применением возможностей сети Интернет / Р.А. Костяев // Проблемы современной экономики. – 2008. – № 3 (27). – С. 57-65.
  20. Ткачова С.С. Стійкі конкурентні переваги, конкуренція, конкурентоспроможність підприємства: концептуальний зв'язок наукових підходів / С.С. Ткачова // Збірник наукових праць ДІРСП: «Методологія досліджень та сучасні соціальні, економічні і психологічні проблеми розвитку суспільства»: Серія : «Економіка і менеджмент». – Донецьк: ТОВ «Східний видавничий дім», 2011. – С. 121-126.

*Поступила в редакцію 01.06.2012 г.*

**Ткачева С. С. Современная концепция устойчивых конкурентных преимуществ предприятия: интеграция и сбалансирование научных подходов / С.С. Ткачева // Ученые записки ТНУ. Серия: Экономика и управление. – 2012. – Т. 25 (64), № 2. – С. 160-168.**

Проанализированы теории конкурентных преимуществ с точки зрения подходов к источникам формирования конкурентных преимуществ. Обосновано содержание современной концепции устойчивых конкурентных преимуществ предприятия.

**Ключевые слова:** устойчивое конкурентное преимущество, теории конкурентных преимуществ, рыночный, ресурсный, институциональный подходы, интеграция, сбалансирование.

**Tkacheva S.S. Modern the concept of steady competitive advantages of the enterprise: integration and scientific approaches / S.S. Tkacheva // Uchenye zapiski TNU. Series: Economy and management. – 2012. – Vol. 25 (64), № 2. – P. 160-168.**

Theories of competitive advantage in terms of approaches to sources of competitive advantages formation are analyzed. The content of the modern concept of sustainable competitive advantages is justified.

**Keywords:** sustainable competitive advantage, the theory of competitive advantage, market, resource, institutional approaches, integration, balance.



УДК 330.1

## ОБЩАЯ МЕТОДОЛОГИЯ ПРИНЯТИЯ ИНВЕСТИЦИОННЫХ РЕШЕНИЙ

*Храпко В.Н.*

*Таврический национальный университет имени В.И. Вернадского, г. Симферополь, Украина.*

*E-mail: vkhrapko@yahoo.com*

В статье представлена единая методологическая база для принятия инвестиционных решений как в контексте портфеля, так и при инвестировании в единичные проекты. Для этого использован подход информационной экономики и теории контрактов.

**Ключевые слова:** инвестиции, методология, информационная экономика, оптимизация

**Введение.** Как показывает практика, далеко не всегда выполняются условия рыночного равновесия, которые используются неоклассической экономической теорией, в особенности на рынках, где информация ограничена или искажена. В частности, как отмечает Акерлоф в своей нобелевской лекции [1], такими являются модели, опирающиеся на теорию рыночного равновесия, которые описывают, например, рынок труда или финансовые рынки. Однако, равновесие таких рынков, которое предсказывается соответствующими теориями, не всегда выполняется в реальной жизни, что продемонстрировал современный финансово-экономический кризис.

Неоклассический синтез экономической теории распространил концепцию конкурентного равновесия на все принимаемые решения в экономике: на поведение домохозяйств, на сделки на рынках труда, на установление цен на рынках товаров и т.д.

Для объяснения флуктуаций, состоящих из периодических подъемов и спадов на этих рынках, экономистами были использованы идеи о недостаточности информации, в частности, асимметрии информации, а также экзогенные технологические шоки и изменения во вкусах потребителей. При сделках на рынках подержанных автомобилей Акерлоф для объяснения больших колебаний, предположил, что главным моментом, объясняющим это явление, является разница в информации, которой обладают продавцы и покупатели. На рынках кредитования, страхования и рынке труда также имеется асимметрия информации, поэтому на этих рынках происходят различные существенные отклонения от предсказываемой классической теорией состояния равновесия. Финансовые рынки и рынки инвестиционных ресурсов еще в большей мере зависят от информации вообще, от ее полноты и доступности и релевантности.

Приведем здесь некоторые характеристики инвестиционной деятельности, которая прямо зависит от наличия и качества информации.

Инвестиции всегда связаны с использованием активов в различных формах в будущем, а, следовательно, результат инвестирования неопределен в той или иной степени и содержит в себе обязательный элемент риска. Для уменьшения риска на практике используют различные приемы: например, обеспечение инвестированных средств залогом при долговой форме инвестирования, установление возможности покрытия долга будущими прибылями, определением

качества заемщика, т.е. его рейтинга и др. При инвестировании в виде собственности обеспечение активами осуществляется самими акционерами-инвесторами. В обоих случаях получение и использование информации о должнике (в случае долга) или о перспективах бизнеса и рынка (в случае инвестирования в виде собственности), может помочь уменьшить риск инвестиций.

В последние десятилетия влияние информации и информационных технологий на экономику постоянно растет. Существенное влияние на поведение экономических агентов оказывает не только информация сама по себе, но и то, как она распространена, кто владеет более достоверной информацией и насколько важной такая информация является для тех или иных действий экономических агентов, а также как эта информация интерпретируется. Выявление этих положений послужило толчком для разработки новых подходов при решении экономических задач, выдвигаемых жизнью. В частности, информационная теория контрактов ставит и решает задачи, для которых классический аппарат экономического анализа не применим в полной мере. С конца 60 годов прошлого столетия эта идея влияния информации на поведение экономических агентов развивалась в работах, посвященных рынку труда, страхованию и кредитованию.

**Постановка проблемы.** Связь информации и экономики разнообразна и многогранна. Во-первых, можно изучать направление, связанное с влиянием информации, ее объема и качества, на принятие различных экономических решений. Во-вторых, можно исследовать другое направление, связанное экономикой информатизации, т. е. экономической отрасли, обрабатывающей информацию, и ее взаимодействие с другими отраслями экономики. Второй вариант связан с первым, но не совпадает с ним. Если второе направление представлено отраслью обработки информации и генерации знаний, которая порождена и обусловлена новыми технологиями и новыми средствами производства – компьютерами, сетями, мобильными устройствами, программным обеспечением. Это направление требует привлечения существенных трудовых и финансовых ресурсов. С другой стороны, первое направление использование информации для принятия обоснованных экономических решений существовало всегда, начиная с самых ранних этапов развития человеческого общества. Отметим, что получение, обработка информации и принятие решений на этой основе – это неотъемлемое свойство любой формы высокоорганизованной жизни, в том числе и человеческой деятельности. В экономической деятельности все агенты, участвующие в экономической жизни, постоянно получают и обрабатывают информацию, планируют свою деятельность и адаптируются к постоянно меняющейся конъюнктуре рынка. Наиболее рельефно эта сторона экономической деятельности проявляется в действиях предпринимателей. Именно на эту сторону предпринимательской деятельности обратил внимание еще фон Мизес в своей работе посвященной деньгам и кредиту [2].

**Анализ последних исследований и публикаций.** Традиционно все модели в информационной экономике и, в частности, теории контрактов, принято делить на следующие категории [3, 4].

В моделях морального риска принципал назначает вознаграждение за предпринятые действия агента, однако сами действия могут оцениваться только косвенно.

В моделях самоотбора или неблагоприятного отбора неинформированная сторона имеет только приблизительные и неполные сведения о другой стороне сделки. Неинформированная сторона инициирует экономическое взаимодействие (ходит первая).

В тех случаях, когда информированная сторона ходит первая, мы имеем пример модели сигналов и в этой модели изучаются косвенные признаки (сигналы) о действиях второй стороны, то это модель сигналов. С самых общих позиций, теория контрактов является частью экономики информации.

Вопрос об информации и ее распределении между экономическими агентами – весьма важен и имеет прямое отношение к длительное время дебатированному вопросу об эффективности капиталистической системы в целом, и степени вмешательства правительства в экономическую жизнь.

Как показали исследования на различных рынках, асимметрия информации имеет существенное значения во многих случаях. На некоторых рынках эта асимметрия легко преодолима, например, если продавец или покупатель имеет хорошую репутацию, или имеется возможность совершить повторную покупку, тогда покупатель получает дополнительную информацию после первой покупки и в дальнейшем исправляет свое представление о сделке, или можно получить исчерпывающее представление о качестве момент совершения покупки. В других случаях это становится невозможным, например, по причине слишком высоких затрат при определении качества. С точки зрения общей методологии, изучение таких явлений не попадает в традиционные рамки микроэкономической теории, однако позволяет расширить рамки классической теории.

Как известно, взаимодействие сторон в сделке в рамках классической теории описывается, когда имеется два взаимодействующих агента, имеющих для обмена два товара, сделка происходит здесь и сейчас, качество обмениваемых товаров известно. Для описания этой ситуации обычно строится так называемый ящик Эджуорта [6]. Мы будем предполагать, что система законодательства и применение закона работают достаточно эффективно, и нарушения договоренностей, оформленных в виде контракта, не наблюдается.

Отметим, что еще один аспект информационной экономики, связанный с функционированием рынка ценных бумаг. Это гипотеза об эффективности рынка [8]. Рынок является эффективным, если вся имеющаяся информация сразу и полностью отражается в ценах активов, обращающихся на фондовом рынке. Другими словами, цена совпадает с истинной стоимостью ценных бумаг. Эта гипотеза обычно поддерживается академическими учеными и не разделяется инвесторами-практиками.

В перечисленных литературных источниках и других трудах в основном зарубежных ученых-экономистов рассматривались некоторые проблемы, связанные с информацией и ее асимметрией на рынке инвестиций [3,4], однако,

эти рассмотрения были ограничены практически исключительно кредитными отношениями и договорами, возникающими на этой базе.

**Целью данной работы** является разработка и применение методов микроэкономического анализа и информационной экономики для анализа, классификации и эффективного отбора инвестиционных проектов. Прежде всего, проведем классификацию инвестиционных решений. В качестве основы для классификации возьмем объем информации, доступный и используемый инвесторами, рассмотрим также ликвидность инвестиций, величину инвестиций, количество проектов в портфеле, и, кроме этого, учтем вид инвестируемых ресурсов в виде долга или в виде собственности.

В таблице приведены варианты комбинаций этих основных характеристик [5].

Таблица 1

Основные характеристики инвестиционных проектов

Вид инвестирования	Объем информации об объектах инвестирования	Доля инвестиций в каждый проект	Число проектов инвестирования	Ликвидность инвестиций	Риски инвестиций
Финансовое инвестирование	Есть сведения о прошлой экономической деятельности	Небольшая	От 4 до нескольких сотен	высокая	небольшие
Инвестирование в бизнес - проекты	Есть сведения о прошлой экономической деятельности	Крупная или очень крупная	Один или несколько	минимальная	существенные
Венчурные проекты	Нет прямых сведений об инвестируемом проекте	Крупная	1 - 3	Минимальная или отсутствует	Высокие и очень высокие
Смешанное инвестирование в разные виды проектов	Зависит от проектов	Средняя или малая	От 3-4 до нескольких десятков	Зависит от проектов	смешанные

Как следует из таблицы, использование различных методов формирования совокупности инвестиционных проектов зависит от двух основных факторов – объема инвестируемых средств, который, в свою очередь, связан с рисками проекта и имеющейся информации о проекте и рисках. Для учета всех этих характеристик проектов при их оценке и выборе мы будем использовать микроэкономический подход с использованием понятия полезности.

В качестве предварительного рассмотрения, формирования базы исследования и для дальнейшего уточнения методики рассмотрим вначале простейшую рыночную ситуацию – ситуацию обмена. Отметим, что и при рассмотрении инвестиций, обмен вместе с временной характеристикой составляют основное сущностное содержание акта инвестирования.

Современная экономическая жизнь характеризуется специализацией, постоянными новшествами в различных сферах и, порожденным этими факторами обменом. Обмену подлежат продукты, способы их изготовления, хранения, перемещения и продажи, а также имеется постоянный обмен другой информацией. В современной жизни практически всегда обмен продуктов осуществляется через посредство денег, а при инвестировании деньги возвращаются инвестору через определенный период в будущем, пройдя инвестиционный цикл.

### **Простой обмен**

В качестве предварительного замечания отметим, что в теории игр из всего многообразия экономических понятий и категорий используются следующие:

- агенты, принимающие решения;
- правила взаимодействия между ними;
- результаты действий агентов;
- выгоды (выигрыши);
- информация, доступная агентам.

Некоторые из этих понятий мы будем использовать в нашей работе, не прибегая к дальнейшей детализации. Ситуация обмена, которую мы здесь рассматриваем, существенно упрощена по сравнению с реальным положением дел. Рассмотрим пример, относящийся к рынку двух благ  $x$  и  $y$ . Взаимодействуют два экономических агента, их взаимодействие предполагает обмен благами. Вся информация доступна каждому агенту. Каждый агент имеет в своем распоряжении начальное количество благ  $x_{0,1}, x_{0,2}$ , где 1 и 2 номер агента, 0 обозначает начальное распределение благ. Сумма этих начальных количеств не меняется при обмене, поэтому для простоты будем считать, что суммарное количество обоих благ равно единице:

$$x_{0,1} + x_{0,2} = x_1 + x_2 = 1$$

$$y_{0,1} + y_{0,2} = y_1 + y_2 = 1$$

В нашем рассмотрении считается, что каждый агент ведет себя рационально, так что он стремится к оптимальному (максимальному) значению своей функции полезности  $U$ . Пусть  $U(x_1, y_1)$  функция полезности первого агента, а – функция полезности второго агента.

Полезность обмена заключается в том, что после обмена общее количество обоих благ остается неизменным, но из-за их перераспределения увеличивается полезность как первого, так и второго агента, так что суммарная полезность растет. Такую ситуацию можно описать с помощью совместной функции полезности  $V(x_1, y_1, x_2, y_2)$ , равной сумме полезностей первого и второго агентов, т.е.:

$$V(x_1, y_1, x_2, y_2) = U(x_1, y_1) + m \cdot u(x_2, y_2) \quad (1)$$

Здесь  $m$  описывает соотношение рыночных позиций между первым и вторым агентами. Если  $m = 1$ , то позиции обоих агентов одинаковы, если  $m < 1$ , то позиция второго слабее, если же  $m > 1$ , то позиция первого агента слабее. Ограничения на неизменное количество первого блага и второго блага тоже нужно учитывать.

Таким образом, поставленную задачу сформулируем так – найти оптимум (максимум) функции совместной полезности:

$$V(x_1, y_1, x_2, y_2) \tag{2}$$

при условиях:

$$x_1 + x_2 = 1 \tag{3}$$

$$y_1 + y_2 = 1 \tag{4}$$

Условия (3) и (4) можно использовать, для упрощения решения. Для этого заменим функцию  $V(x_1, y_1, x_2, y_2)$  на  $W(x_1, y_1) = V(x_1, y_1, 1 - x_1, 1 - y_1)$ . Ее максимум найдем только по двум благам  $x_1$  и  $y_1$  (уже без ограничений).

Запишем через предельные полезности необходимые условия оптимума для совместной функции полезности, считая, что функций  $U(x_1, y_1)$  и  $u(1 - x_1, 1 - x_2)$  выпуклы по своим аргументам. В этом случае, точка оптимума или точка равновесия определяется так:

$$\frac{\partial W}{\partial x_1} = U'_{x_1} - m \cdot u'_{x_1} = 0 \tag{5}$$

$$\frac{\partial W}{\partial y_1} = U'_{y_1} - m \cdot u'_{y_1} = 0 \tag{6}$$

или

$$\frac{U'_{x_1}}{u'_{x_1}} = \frac{U'_{x_2}}{u'_{x_2}} = m \tag{7}$$

Полученные соотношения можно сформулировать следующим образом, используя понятие предельной полезности: отношения предельных полезностей у контрагентов, участвующих в обмене, равны их рыночной позиции. Это и есть условие оптимального или равновесного обмена.

Как известно из микроэкономики (см. [6]), если  $x$  и  $y$  блага, то кривые безразличия  $U(x, y)$ , которыми обычно описывается эта функция, имеют вид:

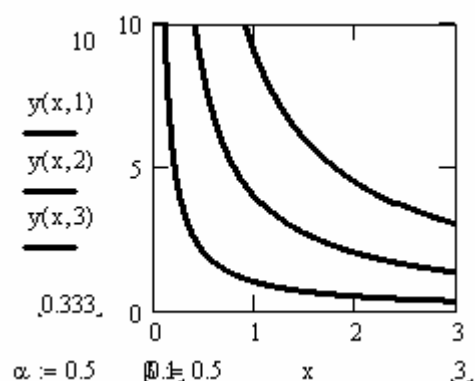


Рис. 1. Кривые безразличия

На рисунке 1, в качестве иллюстрации, представлены кривые безразличия функции полезности вида:

$$U(x, y) = x^\alpha y^\beta \quad (8)$$

при  $\alpha = \beta = \frac{1}{2}$ .

Для построения кривых безразличия выбирался постоянный уровень полезности  $K = U(x, y)$ , он был выбран равным 1, 2 и 3.

**Обмен в ситуации, когда есть информационная неопределенность.**

Предположим, что в зависимости от экономической конъюнктуры, которая может быть, благоприятной  $H$  или неблагоприятной  $L$ , есть соответствующие количества благ, принадлежащих экономическим агентам. Если имеется неблагоприятная ситуация – «кризис», эту ситуацию мы обозначили буквой  $L$ , то в этом случае благ меньше, а если экономическая ситуация благоприятная, т. е. «бум», то благ больше. Используя подход, который мы только что применили для случая без неопределенности, формализуем ситуацию с неопределенностью. У первого и второго агентов есть два возможных набора благ, В таблице ниже приведены соответствующие обозначения.

Таблица 2

Распределение благ в зависимости от ситуации

Агенты	Блага	Блага в ситуации H	Блага в ситуации L
Агент 1	X	$x_{1H}$	$x_{1L}$
	Y	$y_{1H}$	$y_{1L}$
Агент 2	X	$x_{2H}$	$x_{2L}$
	Y	$y_{2H}$	$y_{2L}$

Пусть оба агента действуют, имея полную априорную информацию, эта информация выражена в функции полезности, которая учитывает сразу все возможные комбинации благ:

$$V(x_{1H}, y_{1H}, x_{1L}, y_{1L}, x_{2H}, y_{2H}, x_{2L}, y_{2L}) = U(x_{1H}, y_{1H}, x_{1L}, y_{1L}) + m \cdot u(x_{2H}, y_{2H}, x_{2L}, y_{2L}) \quad (9)$$

Оптимум ищется по всем переменным при условии, что блага могут перераспределяться между агентами, общее количество которых остается неизменным:

$$\begin{aligned} x_{1H} + x_{2H} - \hat{x}_H &= 0 \\ y_{1H} + y_{2H} - \hat{y}_H &= 0 \\ x_{1L} + x_{2L} - \hat{x}_L &= 0 \\ y_{1L} + y_{2L} - \hat{y}_L &= 0 \end{aligned} \quad (10)$$

Здесь  $\hat{x}_i$  и  $\hat{y}_i$  есть суммарные неизменяемые при обмене количества благ в ситуации  $i = H, L$ . Условия оптимальности первого порядка стандартные:

$$U'_j = m u'_j, \quad j = x_{1H}, x_{1L}, y_{1L}, x_{2H}, y_{2H}, x_{2L}, y_{2L} \quad (11)$$

Это условие выражает пропорциональность предельных полезностей агентов в различных ситуациях, при оптимальном обмене. В вышеописанном варианте предполагается, что агенты знают тип ситуации и каждая функция полезности не меняется от того, какая именно ситуация имеет место в реальности.

Однако в экономической жизни неопределенность всегда есть. Один из наиболее популярных методов включения неопределенности в экономические модели является предложенная Дж. Фон Нейманом теория лотерей. Данный прием представляет собой вероятностно-статистический подход, основанный на использовании средних значений. Применим этот метод в нашей ситуации. Как и ранее, агенты описываются своими функциями полезности, для благоприятной ситуации  $H$  получаем:

$$\begin{aligned} U(x_{1H}, y_{1H}) &= U_{1H} \\ u(x_{2H}, y_{2H}) &= u_{2H} \end{aligned} \quad (12)$$

Для неблагоприятной ситуации  $L$ :

$$\begin{aligned} U(x_{1L}, y_{1L}) &= U_{1L} \\ u(x_{2L}, y_{2L}) &= u_{2L} \end{aligned} \quad (13)$$

Совместная полезность для двух ситуаций будет  $V_H = U_{1H} + m \cdot u_{2H}$  и  $V_L = U_{1L} + m \cdot u_{2L}$ .

Если точно знать, какое событие (благоприятное или неблагоприятное), произошло, можно было бы каждому агенту точно определить соответствующую полезность. Но это можно сделать только а posteriori (после того как событие



произошло), а до этого (a priori) обычно оценивают ожидаемое (или среднее) значение полезности. Для определения среднего мы должны знать  $p_H$  - вероятность появления благоприятной экономической ситуации, и  $1 - p_H = p_L$  - вероятность появления неблагоприятной экономической ситуации.

Тогда среднее значение  $\bar{V} = p_H V_H + p_L V_L$  и есть ожидаемая априорная полезность, которую при взаимном обмене нужно улучшить, и, за неимением информации о том какая ситуация будет, агенты находят оптимальное значение этой ожидаемой функции полезности.

Если сравнить первую ситуацию простого обмена и вторую ситуацию – обмен в условиях неопределенности, то последнем случае усреднение помогает принять решение в условиях неполной информации.

Резюмируя вышесказанное, выделим основные черты, которые полезно учесть нами при создании обобщенной методики по оценке инвестиций. Основой для принятия решений будет функция полезности инвестора, которая учитывает:

- 1) неопределенность;
- 2) фактор возврата средств от инвестиций в будущем;
- 3) различные характеристики инвестиционных проектов;
- 4) другие особенности инвестиционного процесса.

#### **Обобщенная методология отбора инвестиционных проектов.**

Современная экономическая наука, по крайней мере, ее стандартная часть, построена на следующих принципах:

1. Поведение индивида описывается в рамках представления об его рациональном поведении, т.е. считается, что он ищет самый выгодный вариант, если есть возможность.

2. Поведение предприятия описывается как экономическая единица, стремящаяся к увеличению прибыли и достижению ее максимума.

3. Взаимодействие или сделки между экономическими агентами осуществляется на рынках.

4. При этом предполагается, что на сделки воздействуют и определенные правила, обеспечивающиеся институтами, например, биржи, при инвестировании в ценные бумаги.

Именно эти принципы будут использованы в дальнейшем для построения новой обобщенной методологии выбора инвестиционных проектов. В таблице 1 выше были приведены основные характеристики проектов, которые могут быть полезны при выборе инвестиционных решений.

Отбор проектов обычно основан, с одной стороны, как на экономических перспективах инвестиционного проекта, так и перспективах предприятия в целом, которое осуществляет этот проект. А с другой стороны, оцениваются прошлые данные о деятельности предприятия. Прибыльность проекта – это основная характеристика, наиболее важная для инвесторов. В книге [9, с.154], дается такое определение эффективности производства: «Эффективность производства – категория, которая характеризует отдачу, результативность производства. Она

свидетельствует не о темпах прироста объемов производства, и о том, какой ценой, какими затратами ресурсов достигается этот прирост, то есть свидетельствует о качестве экономического роста».

В этом определении фактически используется понятие прибыли, т.е. разность между выручкой и затратами. Для инвестора это является важнейшим условием. Те инвесторы, которые используют инвестиционные возможности, предоставляемые фондовым рынком, обычно учитывают прибыльность инвестиций, состоящую из изменения цены активов и выплат, получаемых по ним. Именно эта характеристика результативности используется в современной теории портфеля. В настоящее время основной теорией при рассмотрении инвестиций является так называемая современная теория портфеля, созданная Марковицем в 50 годы XX столетия [8]. Ниже мы кратко изложим ее основные положения.

#### **Краткая характеристика современной теории портфеля.**

Для того, чтобы использовать современную теорию портфеля, обычно предполагают, что рынок является эффективным, что выражено в гипотезе об эффективности рынка ценных бумаг.

Сущность этого понятия состоит в том, что рынок инвестиций учитывает информацию о рыночном окружении и перспективах предприятия немедленно и полностью и адекватно отражает ее в ценах инвестиционных инструментов – в первую очередь, акциях, а также в других ценных бумагах. Таким образом, с точки зрения сторонников гипотезы эффективности рынка, стоимость инвестиций совпадает с ее рыночной ценой.

В теории инвестиций различают цену инвестиционных инструментов, сформированную на рынке и стоимость (экономическую ценность) этих активов. Стоимость актива представляет собой, по мнению Кейнса и экономистов классической школы, возможность генерировать в будущем денежные потоки (прибыль) для инвестора. В частности, под стоимостью активов, (истинной стоимостью или внутренней стоимостью), понимают приведенную к текущему (настоящему) моменту времени будущую величину денежных потоков, порождаемых данной инвестицией. При этом предполагается, что это приведение стоимости к текущему моменту проведено добросовестным квалифицированным и информированным аналитиком.

Гипотеза об эффективности рынка инвестиций может быть сформулирована различными способами, однако все они так или иначе связаны с доступностью информации и отражением ее в ценах на активы. Если рынок эффективен, т.е. выполняется гипотеза эффективности рынка, то в этом случае цены отражают всю информацию о характеристиках активов и инвесторы приходят к заключению, что цены, сложившиеся на рынке отражают стоимость активов. Отсюда обычно делается заключение, что получить дополнительную прибыль или избыточную прибыль, отличную от «нормальной», нельзя. Основным выводом для инвестора из этой гипотезы является предположение о том, что при условии информационной эффективности рынка невозможно получить

доходность инвестиционного портфеля, превышающую среднюю доходность рынка. Это основано на предположении о рациональных ожиданиях инвесторов и отклонения от этих ожидание являются просто случайными ошибками. В другой трактовке эффективности рынка ожидания соответствуют модельным представлениям инвесторов, так что экономические агенты считают эти представления соответствующими действительному положению дел.

Вторым теоретическим предположением для современной теории портфеля, кроме гипотезы об эффективности рынка, является предположение о так называемом случайном разбросе доходности после удаления тренда из данных о доходности.

Третьим предположением является гипотеза относительно объема используемой информации во время принятия решения об инвестировании. С этой точки зрения рассматриваются три возможных градации доступности информации для принятия инвестиционных решений.

Кроме этого, при применении современной теории портфеля считается, что выполняются следующие положения:

- Инвесторы производят оценку привлекательности актива на основе ожидаемой доходности и среднеквадратичного отклонения исторических доходностей.
- Инвесторы не склонны к риску – по крайней мере, при одинаковых доходностях, они предпочтут актив с меньшим риском (стандартным отклонением).
- Инвесторы имеют одинаковые методики для оценки ожидаемой доходности и риска, связанного с инвестициями в конкретный портфель.
- Информация, которая необходима для принятия решения, доступна для всех инвесторов.
- Инвесторы решают оптимизационную проблему: либо находят активы (портфель) при приемлемом уровне риска, либо при приемлемом уровне доходности находят актив (портфель) с минимальным уровнем риска. Либо из наборов, удовлетворяющих эффективной границе множества портфелей, выбирают такой, который дает наилучшее значение функции полезности инвестора, в предположении, что она учитывает и ожидаемую доходность, и риск в виде среднеквадратичного отклонения.
- Корреляция, которая участвует в расчетах риска портфеля, считается не меняющейся во времени.
- Все статистические характеристики доходности считаются правильными, в частности ожидаемая доходность также не меняется со временем.
- При формировании портфеля отсутствуют транзакционные издержки.
- Покупка или продажа активов не влияет на цену актива, т. е. инвесторы как экономические агенты не могут влиять на ценообразование.
- Все активы могут дробиться до нужного размера, необходимого инвестору при формировании портфеля.
- Все инвесторы могут занимать и давать в займы по безрисковой ставке доходности.

При описанном подходе основным источником информации являются цены на инвестиционные активы в разные моменты времени, а также информация о выплатах дивидендов. Это позволяет найти доходность каждого актива, который потенциально может попасть в портфель. Обычно, инвестор очерчивает круг потенциально возможных претендентов на включение в портфель активов, используя другие критерии, а не только среднюю доходность и стандартное отклонение портфеля.

Ниже приводятся некоторые дополнительные критерии, используемые инвесторами на практике при подборе активов для инвестиций (не только доходность и ее статистические характеристики).

Перечень дополнительных критериев отбора активов в портфель инвестора:

1. Критерий доходности акций (облигаций).
2. Критерий риска в виде среднеквадратичного отклонения.
3. Критерий выбора отрасли для инвестирования.
4. Критерий устойчивости доходности предприятия.
5. Критерий величины предприятия.
6. Критерий конкурентоспособности.
7. Критерий динамики основных экономических показателей предприятия.
8. Критерий новизны инвестиционного проекта.
9. Критерий качества управления бизнесом.
10. Критерий сравнительной доходности инвестиционного проекта (предприятия).
11. Критерий оценки фондового рынка.
12. Критерий защитной зоны.
13. Критерий минимума транзакционных затрат.
14. Критерий минимума налоговых затрат.
15. Критерий устойчивости развития бизнеса.

Следует отметить, что современная теория портфеля обычно использует только первый и второй критерий, а остальные критерии игнорируются. Наша цель состоит в расширенном подходе при формировании инвестиционного портфеля с учетом других критериев, которые используются в реальной инвестиционной деятельности, и создании единого методологического инструментария для отбора инвестиционных проектов как в контексте портфеля, так при выборе отдельных инвестиционных проектов. В качестве первого шага мы рассмотрим ситуацию, когда инвестирование осуществляется за счет долга.

#### **Долг, долговые отношения и долговые обязательства.**

Известно, что на Украине за счет долга осуществляется приблизительно 30% инвестиций. Долг в современных экономических отношениях представлен в виде банковских кредитов и в виде долговых обязательств, обращающихся на рынке. Основными видами таких обязательств являются облигации. В современной экономике обязательства оформляются не только в виде облигаций – это могут быть долговые (кредитные) договоры, векселя, ноты, и т. д. Основной чертой всех обязательств являются следующие характеристики:

1. Срочность.
2. Возвратность.
3. Платность.
4. Обеспеченность активами.

**Оптимальное решение для инвестора – кредитора.**

Рассмотрим представление инвестирование в виде продажи кредита, когда продавец кредита – кредитор не знает точно, какой уровень цены может заплатить должник-покупатель. Эта ситуация встречается довольно часто при крупных сделках. Когда продаваемый кредит уникален и близких аналогов нет, или они неизвестны. Толерантность покупателя к денежным затратам описывается параметром  $\theta$ , его можно считать, в первом приближении, кредитоспособностью должника или его типом. Будем считать его числом, находясь в рамках теории рационального выбора, когда поведение должника полностью определяется его функцией полезности, которую он получает от использования кредита.

В простейшем классическом случае рассмотрим следующее. Пусть  $U(q, \theta) - pq$  выгода потребителя, которая заключается в разности между полезностью  $U(q, \theta)$  от количества кредита  $q$  и затратами  $q \cdot p$  где  $p$  процентная ставка. Используя обычные условия первого порядка, найдем связь между ценой  $p$  и объемом кредита  $q$ :  $U'(q) = p$  или предельная полезность полученного капитала равна его цене, т. е. процентной ставке. Такой подход полностью соответствует классическому определению спроса (см. [6]). Для этого данное соотношение можно представить так:

$U'(q, \theta) = D(q, \theta) = p$ . Здесь  $D(q, \theta)$  – и есть функция спроса на кредит.

Последнее соотношение эквивалентно  $U(q, \theta) = \int_0^q D(x, \theta) dx$ .

Вернемся к соотношению  $U(q, \theta) - pq$ . В предыдущем рассмотрении затраты на обслуживание долга равны  $pq$ . Если предположить, что кредитор монополист, то он может назначить выплату  $T$  не зависящую прямо пропорционально от количества приобретенного капитала т. е. не  $T = pq$ , а просто назначить выплату  $T$ . Эту выплату можно включить в функцию полезности заемщика и рассмотреть эту функцию как комбинацию пользы и непогоды. Польза равна  $U(q, \theta)$ , а непогода равна  $T$ , тогда функция полезности приобретет вид:  $W(\theta, q, T) = U(\theta, q) - T$ , здесь  $\theta$  обозначает тип покупателя. Рассмотрим различные варианты назначения цены за кредит.

В банках часто цена за кредит пропорциональна количеству полученных денег и постоянная добавка, т.е. выплата  $T$  пропорциональна количеству полученного кредита плюс комиссия добавка, равная  $d$  :

$$T = q \cdot p + d \tag{14}$$

Полезьа продавца кредита определяется как разность между доходом:  $T$  и затратами на выдачу кредита с учетом рисков  $c(q)$ :

$$\Pi(q) = T - c(q) \quad (15)$$

При отсутствии полной информации относительно кредитоспособности заемщика, т. е. при неопределенности, кредитор принимает решение с учетом этого факта. Неопределенность будем учитывать как и в ситуации с простым обменом. Будем считать, что покупатели делятся на две категории или два типа  $\theta = 1$  и  $\theta = 2$ . Вопрос состоит в том, какой контракт, представляющий собой пару  $(T, q)$  должен предложить кредитор, чтобы максимизировать свою прибыль и побудить заемщика вступить в сделку в предположении, что покупатели делятся на эти две категории  $\theta = 1$  и  $\theta = 2$ .

Рассмотрим два варианта. Первый вариант: тип заемщика точно известен, тогда кредитор знает и функцию полезности заемщика и ее параметр  $\theta$  и решает две отдельные оптимизационные задачи для типа 1 и для типа 2. Для стимуляции заемщика продавец кредита должен предложить достаточно выгодный контракт, т.е. учесть его интересы. Для этого необходимо, чтобы функция полезности заемщика была выше некоторого порога  $h$ , этот порог, вообще говоря, зависит от типа. Продавец максимизирует прибыль при  $\theta = 1$  (решается первая задача, дающая контракт для типа 1):

$$\Pi(q) = T_{\theta} - c(q, \theta) \quad (16)$$

при условии,  $U(\theta, q) - T_{\theta} \geq h_{\theta}$ , а при  $\theta = 2$  решается вторая задача. Отметим, что контракт продавец может подобрать так, что выполняется вместо неравенства равенство:

$$U(\theta, q) - T_{\theta} - h_{\theta} = 0 \quad (17)$$

Применяя стандартное правило Лагранжа, получаем условие, при котором наибольшую выгоду получает кредитор:

$$\frac{\partial c(q, \theta)}{\partial q} = \frac{\partial U(\theta, q)}{\partial q} \quad (18)$$

Второй, более сложный вариант рассматриваемой проблемы выбора реципиента инвестиций, состоит в том, когда тип заемщика точно неизвестен, но известно распределение типов в популяции.

Зная функции полезности этих агентов-должников, банк-принципал, может предложить два контракта – для каждого типа должника в отдельности. Эта методика представлена в [3, 4], в ней используется метод релаксации – изъятия некоторых ограничений. Опишем кратко идею самой проблемы и способа ее решения.

Исходная задача формулируется как задача максимизации монополиста-кредитора, который знает, что на рынке есть два типа  $\theta$  покупателя (агента) 1 и 2, и знает долю их в популяции:  $\rho$  и  $1 - \rho$  соответственно.

И монополист и агенты стараются решить свои задачи – монополист максимизировать свою прибыль, а покупатели – свою полезность. Вообще говоря, это трудно согласуемые, а часто и противоположные задачи. Поэтому принципалу монополисту разрешают максимизировать свою прибыль (он – принципал, имеющий рыночную власть). Принципал предлагает ровно два контракта: первый для типа 1, а второй для типа 2. Интересы покупателей кредитов учитывают только минимально, а именно, требуется, чтобы их полезность была хотя бы неотрицательной, если они примут каждый свой контракт. Дополнительно требуется, чтобы они не путали контракты, т. е. тип 1 не использовал контракт для типа 2 и наоборот.

В связи с тем, что предлагается два контракта:  $(q_1, T_1)$  и  $(q_2, T_2)$ , функция прибыли монополиста-кредитора будет средним значением прибыли, полученной от типа 1 и от типа 2:

$$\Pi(q_1, T_1, q_2, T_2) = \rho(T_1 - c(q_1)) + (1 - \rho)(T_2 - c(q_2)) \quad (19)$$

Принципал стремится улучшить эту функцию  $\Pi \rightarrow \max$ , изменяя контракты  $(q_1, T_1)$  и  $(q_2, T_2)$ , и учитывая ограничения для агентов, имеющих два типа.

Ограничения для полезности агентов, называемые ограничениями рациональности:

$$U_1(q_1, T_1) \geq 0 \quad \text{OP1} \quad (20)$$

$$U_2(q_2, T_2) \geq 0 \quad \text{OP2} \quad (21)$$

и ограничения, стимулирующие выбор агентами только своих контрактов:

$$U_1(q_1, T_1) \geq U_1(q_2, T_2) \quad \text{OC1} \quad (22)$$

$$U_2(q_2, T_2) \geq U_2(q_1, T_1) \quad \text{OC2} \quad (23)$$

Схема решения этой задачи следующая:

Удаление ограничения OP2 правомерно и не изменяет исходных положений, так как из OC2 и предположения, что  $\theta_1 < \theta_2$ , следует, что  $U_2(q_2, T_2) > U_1(q_1, T_1) \geq 0$ , поэтому если ограничение OP1 выполнено, то тем более выполнено и OP2. Ограничение OC1 может быть также удалено. Это следует из того, что если принципал точно знает тип агента и предъявляет обоим агентам оптимальные с точки зрения принципала контракты, то эти контракты будут для обоих типов такими:  $U_1(q_1, T_1) = 0$  и  $U_2(q_2, T_2) = 0$ . В такой ситуации тип 2 может объявить себя типом 1, так как его полезность станет положительной, а не равной нулю:  $U_2(q_1, T_1) = \theta_2 > U_2(q_2, T_2) = 0$ . Это следует из соотношений:  $q_1 < q_2$ ,  $T_1 < T_2$  и  $u(q)$  монотонно возрастает по  $q$ . В свою

очередь типу 1 нет смысла выдавать себя за тип 2, так как он получит не нулевую а отрицательную полезность, поэтому ограничение ОР1 можно опустить, оно и так будет выполнено.

Задача (1) с четырьмя ограничениями: ОР1,ОР2, СР1, СР2 превращается в задачу с двумя ограничениями ОР1 и СР2. Отметим, что оставшиеся ограничения могут быть монополистом кредитором превращены в равенства, так как он может увеличить плату за кредиты  $T_1$  и  $T_2$  по своему усмотрению, лишь бы ограничения ОР1 и ОР2 не стали отрицательными.

Окончательно имеем:

$$\Pi(q_1, T_1, q_2, T_2) = \rho(T_1 - c(q_1)) + (1 - \rho)(T_2 - c(q_2)) \rightarrow \max \quad (24)$$

при

$$U_1(q_1, T_1) = 0$$

$$U_2(q_2, T_2) - U_2(q_1, T_1) = 0$$

подставляя в целевую функцию полученные из ограничений значения  $T_1$  и  $T_2$ , получим:

$$\begin{aligned} \Pi(q_1, T_1, q_2, T_2) &= \rho(T_1 - c(q_1)) + (1 - \rho)(T_2 - c(q_2)) = \\ &= \rho(U_1(q_1) - c(q_1)) + (1 - \rho)(U_2(q_2) + U_1(q_1) - U_2(q_1) - c(q_2)) \end{aligned} \quad (25)$$

Решая ее обычным методом, получаем:

$$\begin{aligned} c'_{11} &= \left( \frac{1 - \rho}{\rho} + 1 \right) U'_{11} + U'_{21} \\ c'_{22} &= U'_{22} \end{aligned} \quad (26)$$

Здесь:

$$u'_{ij} = \frac{\partial u_i(q_j)}{\partial q_j} \quad (27)$$

Отметим, что для того, чтобы решать поставленную задачу принципал-монополист должен знать свою функцию затрат  $c(q)$ , функции полезности агентов  $U_1, U_2$  и распределение типов агентов в популяции  $\rho$ , агент же, в свою очередь, должен знать свою функцию полезности и точное значение типа. В экономической жизни реалии таковы, что при существенном изменении обстоятельств, такое значение типа как возможность во время вернуть долг, не всегда может быть оценена точно не только кредитором, но и самим заемщиком, так как эта возможность зависит от многих дополнительных моментов и обстоятельств, как общего, так и частного характера. В таких случаях иногда можно рассмотреть тип агента как случайную величину, о которой известно только ее распределение.



Применим вышеизложенную схему для решения более детализированной задачи, когда зависимость от типа заемщика выражена прямо, т. е. функция полезности представлена в классическом виде как в [3,4]:  $U_i(q, T) = \theta_i \cdot u(q) - T$ , где тип представлен в виде количественного множителя перед функцией полезности.

Используя условие ОС2 и считая, что тип 2 «выше», чем тип 1, что выражено неравенством  $\theta_2 > \theta_1$ , получим следующую цепочку неравенств:

$$U_2(q_2, T_2) = \theta_2 u(q_2) - T_2 \geq \theta_2 u(q_1) - T_1 > \theta_1 u(q_1) - T_1 = U_1(q_1, T_1) \geq 0 \quad (28)$$

Таким образом, контракт для второго типа не будет давать граничное нулевое значение:  $U_2(q_2, T_2) > 0$ . Рассуждая, как это было сделано выше, заключаем, что достаточно оставить одно ограничение для первого типа:  $\theta_1 u(q_1) \geq T_1$ .

Зададимся вопросом: можно ли отбросить ограничение, отвечающее за правильное использование типа, т. е. можно ли ОС1 или ОС2 сделать автоматические выполняющимися.

Напишем условия для каждого из типов:

$$\theta_1 u(q_1) - T_1 = 0 \quad (29)$$

$$\theta_2 u(q_2) - T_2 = 0 \quad (30)$$

Предположим, что второй тип выдал себя за первый, тогда он получил контракт  $(q_1, t_1)$ , и тогда получим, что он имеет положительную ренту:  $\theta_2 u(q_1) - T_1 = \theta_2 u(q_1) - \theta_1 u(q_1) = (\theta_2 - \theta_1)u(q_1) > 0$ , в связи с тем, что  $\theta_2 > \theta_1$ ,  $\theta_1 u(q_1) = T_1$ , следовательно, условие стимулирующее раскрытие типа ОС2 нужно оставить, так как без него тип номер два может выдавать себя за тип 1 и получать положительную, а не нулевую полезность.

Рассмотрим ситуацию, когда первый тип выдает себя за второй, т. е. получает контракт  $(q_2, T_2)$ :  $\theta_1 u(q_2) - T_2 = \theta_1 u(q_2) - \theta_2 u(q_2) = (\theta_1 - \theta_2)u(q_2) < 0$ . Значит, первому типу нет смысла выдавать себя за второй, так как в этом случае его полезность отрицательна. В связи с этим можно оставить только ограничение ОС2.

### **Сигналы и оппортунистическое поведение**

Предположим, что заемщик хочет выдать себя за заемщика с другим типом  $\tau$ . У него две возможности, первая – полностью имитировать другой тип. В этом случае этот агент типа  $\theta$  должен полностью имитировать другой тип  $\tau$  с помощью использования его функции полезности типа  $\tau$ , эта функция имеет вид  $u(\tau, q)$ . Следовательно, агент решает задачу именно с этой функцией полезности. Он получает от принципала такое количество блага, какое соответствует типу  $\tau$ :  $q_\tau^* = q^*(\tau) = \arg \max u(\tau, q(s))$ .

Вторая возможность состоит в том, чтобы только послать сигнал кредитору о новом типе, функция полезности у него прежняя. Если бы агент не скрывал свой тип, то он бы получил количество благ, равное  $q^*(\theta) = q_{\theta}^* = \text{arg max } u(\theta, q(s)), s \in \Theta$ . Но принципал, получив информацию о другом типе, выдаст соответствующий кредит  $q_{\tau}^* \neq q_{\theta}^*$ . А так как  $q_{\tau}^*$  максимизирует полезность заемщика другого типа  $\tau: u(\tau, q)$ , а  $q_{\theta}^*$ , соответствует своей истинной полезности  $u(\theta, q)$ , следовательно:  $u(\theta, q_{\tau}^*) < u(\theta, q_{\theta}^*)$ .

В таких условиях сокрытие типа приведёт неэффективному распределению благ, следовательно, заемщику нет смысла скрывать свой истинный тип, т.к. сокрытие типа принесёт ему меньшую полезность, и, следовательно, не выгодно с точки зрения рационального поведения. Если же  $q_{\tau}^* = q_{\theta}^*$ , то фактически тип  $\tau$  не отличим от типа  $\theta$ .

Следовательно, для эффективного привлечения заемщиков нужно предоставить на рынок набор (меню) как минимум из двух контрактов. Один контракт предназначен для агента типа  $\tau$ , а другой типа  $\theta$ .

Далее приведен пример выдачи банком кредитов производственному предприятию в рамках представленной методологии с использованием функции полезности предприятия, равной его прибыли.

#### **Взаимодействия банка и производственного предприятия, в качестве заемщика**

В случае получения кредита  $q$  заемщик-производитель использует кредит для инвестиций в производство и получения прибыли, которую он может использовать для возврата кредита  $T$ .

В качестве первого шага мы рассмотрим ситуацию, когда на рынке существует ровно один тип заемщика. В этом случае ситуацию взаимодействия между банком (принципалом) и заемщиком (агентом) можно сформулировать также как это было сделано выше. Банк стремится максимизировать свою прибыль при учете интересов заемщика. Отметим здесь, что заемщик выполняет требования банка, поэтому вместо максимизации своей прибыли он вынужден согласиться на менее выгодные условия, однако, такие требования со стороны заемщика все равно существуют. Эти требования выражены в получении неотрицательного дохода при взаимодействии с банком.

Очевидно, что банк получает прибыль  $\Pi$  в виде разности между выданными кредитами  $q$  и полученным им погашением от заемщика  $T$ , поэтому прибыль банка может быть представлена так:

$$\Pi(T, q) = T - q \quad (31)$$

Опишем заемщика аналогичным образом. Его прибыль  $P$  будет:

$$U(T, q) = F(q) - T, \quad (32)$$

где  $F(q)$  – производственная функция заемщика, которая зависит от единственного ресурса – денежных средств, полученных в виде кредита банка.

Заемщик будет участвовать в получении кредита, только если этот кредит в сочетании с выплатами будет давать ему прибыль большую или равную уровню наилучшей альтернативной прибыли  $h$ , которую заемщик может получить, используя другие возможности (такое ограничение носит название ограничения по рациональности, что соответствует ограничениям ОР1 или ОР2):

$$U(T, q) \geq h \quad (\text{IR}) \quad (33)$$

Таким образом, условия выдачи банком кредита в таком виде формулируется так: Найти максимум прибыли банка при условии выполнения условия IR и подбирая контракт  $(T, q)$ , т.е.:

$$\arg \max \Pi(T, q) \text{ при } U(T, q) - h \geq 0 \quad (34)$$

Отметим, что, выбирая кредит  $q$  и погашение  $T$ , банк может увеличить свою прибыль так, что вместо неравенства (IR) будет выполняться равенство:

$$F(q) - T - h = 0 \quad (\text{IR}) \quad (35)$$

Найдем условия получения оптимального кредита  $q$ , считая, что  $F(q) = q^\alpha$ , т.е. производственная функция заемщика является функцией типа Кобба-Дугласа. Для решения применим стандартный метод: функция Лагранжа будет:

$$L(T, q) = T - q + \lambda(F(q) - T - h) \quad (36)$$

Отсюда, с учетом  $F(q) = q^\alpha$  и (IR) получим:

$$q = \alpha^{\frac{1}{1-\alpha}} \quad (37)$$

$$T = q^\alpha - h = \alpha^{\frac{\alpha}{1-\alpha}} - h \quad (38)$$

Как видно из последних соотношений, оптимальный кредит и погашение зависит от эффективности работы заемщика, которая выражена показателем степени функции Кобба-Дугласа. Эта связь между объемом кредита и объемом погашения нелинейная.  $T$  включает в себя плату за кредит  $q$  и другие комиссионные платежи.

Как известно, в обычных условиях невозвраты кредитов в банках колеблются от 0,20 до 7,88 процентных пунктов, т.е. относительный размах колебаний невозвратов составляет до 40 раз. Такая ситуация говорит о том, что рынок заемщиков весьма неоднороден.

Учитывая этот факт, можно считать, как это обсуждалось выше, что есть только два типа заемщиков. Первый тип, который мы обозначим как тип 1 – это

надёжный заёмщик, у него выше возможность возвращать кредиты. Второй тип заёмщика будет обозначен как тип 2, этот тип заёмщика менее надёжен. Обычно, точно тип заёмщика известен только самому заёмщику, в то время как банк не имеет точного представления о типе заемщика.

Рассмотрим ситуацию, когда тип заёмщика определяется его производительностью, а производительность – величиной  $\alpha$  в производственной функции, чем выше производительность, тем выше тип. В случае, когда тип заемщика только один и известен банку, оптимальная выдача кредитов определяется этой производительностью  $\alpha$ . Причем функция кредита  $C(\alpha) = \alpha^{\frac{1}{1-\alpha}}$  зависит от типа  $\alpha$  и монотонно растет от 0 при  $\alpha = 0$  до +1 при  $\alpha = \infty$ .

Если банку известно, что популяция заёмщиков неоднородна, состоит из двух типов  $\alpha_1$  и  $\alpha_2$ . А банк точно не знает конкретного кредита тип заемщика, однако ему известна доля в популяции заемщика первого типа, равная  $\mu$ , и доля второго типа, которая, составляет, следовательно,  $1 - \mu$ . Предположим, что банк назначает единственный контракт  $(T, q)$  ( для всех заемщиков). Прибыль банка представляет собой среднее от прибыли для первого и второго типов

Ограничения рациональности для каждого типа в отдельности такие:

Первый тип имеет следующие ограничения:

$$q^{\alpha_1} - T - h1 \geq 0 \quad (OP1) \quad (39)$$

Ограничения для второго типа аналогичные:

$$q^{\alpha_2} - T - h2 \geq 0 \quad (OP2) \quad (40)$$

Банк, не зная конкретных типов каждого заемщика может ограничиться учетом усредненной величины:

$$\mu(q^{\alpha_1} - T - h1) + (1 - \mu)(q^{\alpha_2} - T - h2) \geq 0 \quad (*) \quad (41)$$

Таким образом, задача банка в этом случае может быть сформулирована так: Найти оптимальный контракт  $(q, T)$  для банка:

$$\Pi(q, T) \rightarrow \max \quad (42)$$

при ограничениях (\*).

Рассмотрим некоторые ситуации, которые могут сложиться на рынке кредитов.

1. Если альтернативные доходности  $h1$  и  $h2$  достаточно высоки, то кредит и возврат могут быть не выгодны банку.

Численный пример:  $\mu = 0.5$ ,  $\alpha_1 = 0.4$ ,  $\alpha_2 = 0.3$ ,  $h1 = 1.1$ ,  $h2 = 1.1$ . В этом случае оптимальный контракт будет  $q = 1.303$  и  $T = 0$ , так что прибыль

отрицательная  $-1,303$ . В этом случае банку не выгодно предоставлять кредит ни заемщику первого типа, ни второго.

2. Пример неблагоприятного отбора заемщиков.

Как известно [5], в том случае если рынок агентов неоднороден, то предъявление одного контракта для всех может привести к неблагоприятному отбору агентов. Например, в случае страхования жизни обычно клиент осведомлен о своем здоровье больше, чем страховщик. В этом случае страхование для лиц с плохим здоровьем привлекательнее, чем для лиц с обычным уровнем здоровья и первые будут чаще страховаться. Такое явление называется неблагоприятным отбором.

В нашей модели также наблюдается аналогичная ситуация. Рассмотрим конкретный численный пример:  $\mu = 0.5$ ,  $\alpha_1 = 0.4$ ,  $\alpha_2 = 0.3$ ,  $h_1 = 0.1$ ,  $h_2 = 0.1$ . При этих исходных данных банк имеет положительную прибыль  $\Pi(T, q) = 0.262$ , для второго типа ограничение по рациональности ОР2 выполняется, а ограничение ОР1 для первого типа не выполняется. Таким образом, кредиты придут получать только заемщики второго типа с меньшей производительностью.

#### **Инвестирование в виде доли в предприятии (выпуск акций или продажа доли).**

Рассмотрим применения вышеизложенной методологии для принятия инвестиционных решений в случае инвестиций в виде собственности, частным случаем которых являются инвестиции в акции. Нам необходимо определить, что в данном случае следует рассматривать в качестве прибыли (полезности) для инвестора и для реципиента [7]. С этой точки зрения, в отличие от долга, где важен возврат вложенных средств, обеспечиваемый имеющимися у заемщика активами, в случае инвестиций в виде собственности основным моментом, с точки зрения инвестора, является будущая прибыль. Предположим, что предприятие нуждается в средствах для старта нового проекта, количество требуемых предприятию инвестиционных средств обозначим через  $T$ . Собственник предприятия может пригласить в качестве совладельцев других инвесторов, выпустив на эту сумму акции и продав их инвесторам. Стоимость предприятия в соответствии с теорией капитализации дохода [5, 8] равна дисконтированной сумме будущих прибылей предприятия. Активы, связанные с предприятием и с новым проектом, имеют номера, старые активы имеют номер 1, а новые активы, которые требуют инвестиций, номер 2. Каждый вид активов генерирует прибыль, причем  $\pi_1$  – это прибыль, даваемая старыми активами предприятия,  $\pi_2$  – это прибыль, даваемая новыми активами предприятия, в которые вложены полученные инвестиции. В нашей упрощенной ситуации мы будем предполагать, что если инвестор инвестирует в акции, т. е. становится совладельцем, то он заинтересован в увеличении стоимости предприятия. Стоимость предприятия инвесторами определяется на основе дисконтированных денежных потоков, которые порождаются прибылью. Используя этот подход, мы

определим стоимость предприятия как сумму стоимостей старых активов и новых активов, а стоимость активов – это прибыль от них умноженная на дисконтный множитель  $d$ , который равен  $d = \frac{1}{1+r}$ . Здесь  $r$  – выбранная инвестором ставка

дисконтирования выбор дисконтной ставки определяется инвестором с учетом его отношению к риску и альтернативным возможностям вложений. Например, безрисковая ставка плюс надбавка за риски предприятия и другие риски, или ставка рефинансирования центрального банка плюс надбавки за риски, или любая другая ставка, которая приемлема для инвестора как требуемая ставка доходности. В этом случае, стоимость старых активов определяется так:  $V_1 = d \cdot \pi_1$ , а стоимость новых активов предприятия задается в виде:  $V_2 = d \cdot \pi_2$

Общая стоимость предприятия определим как сумму стоимостей старых и новых активов, т. е.  $V = V_1 + V_2$ , общая прибыль от старого и нового проектов составит:  $\Pi = \pi_1 + \pi_2$

**Условия инвестора.** Для того, чтобы побудить инвестора купить долю в предприятии нужно, чтобы его доля в стоимости предприятия, по крайней мере, покрыла его инвестиции. Это означает, если  $a$ ,  $0 \leq a \leq 1$  – доля нового инвестора в стоимости предприятия, то необходимо для приемлемости проекта для инвестора выполнение условие:  $a \cdot V \geq T$ , или  $\frac{T(1+r)}{\Pi} \leq a$ .

**Условия реципиента.**

Для того чтобы у собственника предприятия был стимул получения инвестиций в виде доли в активах предприятия, он должен быть уверен в том, что стоимость активов, принадлежащих ему, по крайней мере, не уменьшилась. Если доля  $a$  будет очень большая, то нет смысла собственнику предприятия начинать инвестиционный проект, так как он отдаст новому инвестору управление предприятием и прибыль. Если оставшаяся для него доля стоимости меньше чем стоимость старых активов, то это значит, что богатство его уменьшится после реализации нового проекта. В этом случае владелец предприятия не станет инициировать поиск и получение новых инвестиций от других инвесторов. Это условие рациональности реципиента (RR):  $(1-a) \cdot V \geq V_1$ . Здесь слева стоит остаток стоимости, который будет у старого владельца после получения инвестиций со стороны нового инвестора на новый проект. Из этого следует:  $(1-a)\pi_2 > a\pi_1$ .

Итак, для того, чтобы была дана и получена инвестиция под требуемую ставку доходности  $r$  необходимо выполнение двух условий рациональности – рациональность инвестора:

$$\frac{T(1+r)}{\pi_1 + \pi_2} \leq a \quad (RI) \quad (43)$$

и рациональность реципиента:

$$(1-a)\pi_2 > a\pi_1 \quad (RR) \quad (44)$$

Если хотя бы одно из условий не выполняется то либо нет спроса на прямые инвестиции в виде собственности, либо нет инвесторов, которые могли бы инвестировать в предприятие, купив его долю.

Будем считать, что инвестиции идут только в новый проект, тогда, если  $c(T)$  – затраты при реализации нового проекта,  $T^\alpha$  – производственная функция нового проекта, то общая прибыль предприятия будет  $\Pi(T) = \pi_1 + \pi_2(T) = \pi_1 + (T^\alpha - c(T))$  и условие  $(RI)$  заменим на максимальное значение прибыли  $\Pi(T)$  при условии  $(RR)$ . Таким образом, оптимальный отбор объемов инвестиций и доли в предприятии осуществляется так:

$$\begin{aligned} \Pi(T) &\rightarrow \max \\ \text{при условии} & \\ (1-a)\pi_2 &\geq a\pi_1 \end{aligned} \quad (45)$$

**Выводы.** Предложенный подход, основанный на оптимизации поведения инвестора, будь то собственник или кредитор, дает унифицированный метод оценки различных видов инвестиционных проектов, представленных в таблице 1. Он основан на принципах наиболее выгодного поведения инвестора при учете интересов получателя инвестиций.

Такая методология оценки инвестиционных проектов в рамках классической микроэкономической теории и информационной экономики дает инструмент получения критериев отбора инвестиционных проектов, который приемлем и для единичных рискованных проектов, позволяя создать набор контрактов с учетом характеристик реципиентов инвестиций.

Кроме этого, предложенная методология применима для получения условий оптимальных инвестиций как при инвестициях и в портфель проектов. Она позволяет гибко учитывать традиционные ограничения по риску, выраженному дисперсией доходности, а также и другие ограничения, которые с других точек зрения характеризуют инвестиционный проект.

#### Список литературы

1. Akerlof G.A. Behavioral Macroeconomics and Macroeconomic Behavior: Nobel Prize Lecture [электронный ресурс] / George A. Akerlof. – December 8, 2001. – Режим доступа: [http://www.nobelprize.org/nobel\\_prizes/economics/laureates/2001/akerlof-lecture.pdf](http://www.nobelprize.org/nobel_prizes/economics/laureates/2001/akerlof-lecture.pdf)
2. Mises L. Credit and Money / Ludwig von Mises; Translation from German. – Indianapolis: Liberty Fund, 1981. – 302 p.
3. Solanie B. Theorie des contracts / Bernard Solanie. – Paris: Economica, 1994. – 141 p.
4. Bolton P. Contract Theory / P. Bolton, M. Dewatripont. – Cambridge, Massachusetts: London, England: MIT Press, 2004. – 724 p.
5. Інвестування: [Навч.-метод. посібник для самост. вивч. дисц.] / А.А. Пересада, О.О. Смірнова, С.В. Онікієнко, О. О. Ляхова. — К.: КНЕУ, 2001. — 251 с

6. Нуреев Р.М. Курс микроэкономики: учебник для вузов / [Р.М. Нуреев и др.]. – [2-е изд., изм.]. – М.: Издательство НОРМА, 2002. – 572 с.
7. Храпко В.Н. Моделирование кредитных отношений в теории контрактов / В.Н. Храпко // Культура народов Причерноморья. – 2009. – № 154. – С. 69-72.
8. Шарп У. Инвестиции / У. Шарп, Г. Александер, Дж. Бэйли; [пер. с англ.]. – М.: Инфра, 1998. – 1024 с.
9. Экономическая теория. Политэкономия: учебник / [В.Д. Базилевич, В.М. Попов, К.С. Базилевич, Н.И.Гражевская]: под ред. В.Д. Базилевича. – [изд. 6, перераб.]. – К.: Знание, 2009. – 719 с.

*Поступила в редакцию 01.06.2012 г.*

**Храпко В.М. Загальна методологія прийняття інвестиційних рішень** / В.М. Храпко // Ученье записки ТНУ. Серія: Економіка та управління. – 2012. – Т. 25 (64), № 2. – С. 169-192.

Представлена єдина методологічна база для прийняття інвестиційних рішень як в контексті портфеля, так і в інвестуванні поодиноких проєктів за допомогою використання підходів інформаційної економіки та теорії контрактів.

**Ключові слова:** інвестиції, методологія, інформаційна економіка, оптимізація.

**Khrapko V.N. General methodology of investment decisions** / V.N. Khrapko // Uchenye zapiski TNU. Series: Economy and management. – 2012. – Vol. 25 (64), № 2. – P. 169-192.

The unified methodology of investment decision process is presented in the article. This approach is applicable to make investment decisions in the context of a standalone project and also in the portfolio context. The contract theory and informational economics approach was applied to.

**Keywords:** investments, methodology, information economy, optimization.



УДК 338.439.5:637.54

## ДОСЛІДЖЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ СКЛАДОВИХ КОМПЛЕКСУ МАРКЕТИНГУ ВИРОБНИКІВ КУРЯТИНИ

*Циганок В.М., Гуля Ю.В., Ращенко А.В.*

*Житомирський національний агроєкологічний університет, м. Житомир, Україна  
E-mail: basyania@rambler.ru*

В статті викладено результати проведених досліджень щодо більш ефективного використання товарної, цінової, логістичної політики, політики просування та збуту продукції різних торгових марок виробників м'яса птиці в порівнянні з ТМ «Наша Ряба» на продуктових ринках м. Житомира, які є ключовими факторами успіху цих брендів.

**Ключові слова:** бренд, орендування, ринок.

**Постановка проблеми.** Нині незаперечним є той факт, що наявність бренду становить один із найцінніших активів підприємства. Популярні бренди дають змогу диференціювати підприємство та його продукти серед конкурентів, реалізувати юридичний захист унікальних властивостей товару, мінімізують бар'єри входження на нові ринки та галузі, забезпечують інвестиційну привабливість підприємства, значно збільшують вартість його активів за рахунок зростаючого обсягу прибутку, і, найважливіше, – при дієвому менеджменті брендівані товари мають пролонгований життєвий цикл. Отже, наявність успішного бренду може розглядатися як системоутворюючий чинник стратегічного розвитку підприємства.

Проте створення ефективного бренду та просування його на цільовому ринку вимагає від виробників значних витрат часу та ресурсів, що зумовлено, насамперед, об'єктивними труднощами сучасного брендингу. Так, основними зовнішніми чинниками, що обмежують можливості брендингу, нині вважаються: посилення конкуренції серед аналогічних товарів-брендів, складність забезпечення унікальності брендів, зростаюча зрілість цільових ринків, послаблення лояльності споживачів до брендів, посилення інформаційного впливу медіа нового покоління, збільшення витрат на комунікації з цільовою аудиторією. З огляду на ці та інші чинники, що знижують ефективність брендингу як маркетингового інструменту, представляється необхідним запровадження дієвого бренд-менеджменту, що дасть змогу ефективно розв'язати стратегічні й тактичні комерційні цілі та завдання підприємства. Ідентифікація ключових факторів успіху (складових комплексу маркетингу) бренду вбачається визначальною складовою зазначених процесів.

**Аналіз останніх досліджень та публікацій.** Зарубіжні вчені, зокрема Випперфюрт А., Вінсент Л., Елльвуд А., Ліндстром М., Райс Л., Темпорал П., Уиллер А. стверджують, що сукупність взаємовідносин між товаром і споживачем – це і є брендом, тому бренд-менеджери повинні їх розвивати, опікати і підтримувати; що ефективним бренд-менеджмент буває тоді, коли виробники марочної продукції розуміють, що реальними творцями марок є їх споживачі.

Вагомий внесок у розвиток концепції та методології брендингу здійснили вітчизняні вчені Перція В., Данько Ю., Долгополова О., Сендецька С., Терещенко М., Юдіна Н. Ними досліджено маркетингові аспекти товарної політики аграрних підприємств, методичні підходи щодо розробки маркетингових програм виводу нових торгових марок на внутрішній ринок продуктів харчування, місце та роль брендингу в просуванні на ринок продуктів тваринництва.

Дискусійними і такими, що потребують подальших досліджень, залишаються питання системного підходу щодо ідеї створення, виявлення ключових факторів успіху, розробки стратегії та тактичних заходів з позиціонування та просування брендів на цільові ринки.

**Метою** даного дослідження є проведення маркетингових досліджень (бенчмаркінгу) щодо ефективності дії виявлених ключових факторів успіху (складових комплексу маркетингу) брендингу в позиціонуванні та просуванні брендів торгових марок виробників продукції м'яса птиці на продуктових ринках м. Житомир, а також дослідження вподобань споживачів стосовно цієї продукції.

Об'єктом досліджень виступає процес вдосконалення брендингу п'яти торгових марок виробників м'яса птиці на продуктових ринках м. Житомира.

Методологічною основою дослідження є діалектичний підхід до явищ, що вивчались. У дослідженнях використовувались такі маркетингові методи збору і обробки інформації, як: бенчмаркінг, спостереження, опитування споживачів за допомогою анкетування з врахуванням респондентів за віком, статтю, сферою діяльності, місцем проживання тощо.

**Основні результати досліджень.** До виявлених раніше ключових факторів успіху бренду «Наша Ряба» [9], що в поєднанні з вдалою маркетинговою політикою ВАТ «Миронівській хлібопродукт», зумовили ефективне просування цієї продукції на (неструктурованому в 2000-2001 рр.) ринку м'яса птиці та її відповідного позиціонування в свідомості споживачів, належать:

- власне сам товар – свіже охолоджене куряче м'ясо, яке повністю зберігає свої корисні властивості, швидко готується і має найменший відсоток у жарки під час приготування;

- ефективна логістична система і розгалужена мережа франчайзингу, що дозволяє протягом 12 годин після замовлення постачати продукцію в межах України і реалізовувати з 72 годинним терміном її реалізації;

- великі за обсягом сегменти споживачів привабило використання у ціноутворенні стратегії «глибокого проникнення на ринок» (на продукцію високої якості встановлюють середні ціни);

- вдале поєднання таких заходів ФОРСТІЗу, як паблік рілейшинз, креативна реклама, брендування торгових точок P.O.S. – матеріалами та ефективний мерчандайзинг.

Створення і просування бренду «Наша Ряба» виробника АТЗТ «Миронівський хлібопродукт» рекламною агенцією «D'Arcy» вважається класикою брендингу і структуризації ринку м'яса птиці України. Але з тих пір змінився час, суттєво просунулись вперед технології виробництва курятини в

## **ДОСЛІДЖЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ СКЛАДОВИХ КОМПЛЕКСУ МАРКЕТИНГУ ВИРОБНИКІВ КУРЯТИНИ**

---

порівняні з тими, які були на початку 2000 р., ринок м'яса птиці став більш структурованим у розрізі торгових марок, що також стали брендами у свідомості певних категорій і груп споживачів. Стиль життя людей змінюється, а, відповідно, змінюються і їх вимоги щодо продуктів харчування. А тому ТМ «Наша Ряба» не могла стояти на місці, тим більше що вартість контакту з споживачем різко зменшилась і що споживачі, прихильники продукції цієї торгової марки чекали від неї нововведень.

Тому 6 квітня 2009 р. ВАТ «Миронівський хлібопродукт» зробив через НПКО «ТЕНТ» запуск нової і унікальної для українського ринку кампанії рестайлінгу. Завдяки проведеному рестайлінгу досліджуваний бренд значно змінився, а саме:

- сучасне графічне зображення нового логотипу;
- інноваційний фірмовий стиль торговельних точок і упаковки продукції;
- нове маркування продукції – на упаковці з'являються два символи, які свідчать про якість продукції «Натуральні корми власного виробництва» і «Упаковане виробником»;
- новий слоган – «Наша Ряба – натуральні продукти для здорового життя!»;
- зміна стилю рекламної підтримки.

Проведення маркетингових досліджень на продуктових ринках м. Житомира зумовлено необхідністю дослідити ефективність нової рекламної компанії ТМ «Наша Ряба» на місцях. Дослідження ТМ «Наша Ряба» на ринку м. Житомир було проведено лабораторією маркетингових технологій при кафедрі маркетингу ЖНАЕУ. Маркетингові дослідження проводились з 1.10.09 – 1.12.09 рр., серед різних верств населення, на основі 5-ти основних торгових марок виробників м'яса птиці представлених на ринку м. Житомира, серед яких: «Наша Ряба», «Гаврилівські курчата», «Морозівські курчата», «Курка Чеботурка» та «Пан Курчак».

Для опитування було складено анкету, яка включала 15 запитань, чотири з яких були відкритого типу. За два тижні було опитано 626 респондентів, серед яких 34 % чоловіків і 66 % жінок. Результати проведених досліджень, за розробленим нами методичним підходом представлені у вигляді зведеної або підсумкової 627-ї анкети (табл. 1).

Всі питання, з яких складається анкета, можна розбити на три блоки по змісту самих питань:

I блок – в блок загальних питань увійшли питання щодо ідентифікації респондентів; поле дослідження або рейтинг ринків (6 питання); рейтинг місць купівлі (12 питання); рейтинг різних видів м'ясної продукції (14 питання);

II блок – в блок питань в розрізі рейтингу торгових марок щодо товарної і цінової їх політики увійшли питання щодо побудови рейтингу торгових марок (2 і 3 питання); асортиментної групи (рейтинг продукції (5 питання), а також частоти, ваги та суми разової купівлі (9,10 і 11 питання); критерії вибору продукції в розрізі торгових марок (13 питання), а також встановлення співвідношення ціни до якості в розрізі торгових марок (4 питання);

III блок – в блок питань необхідних для використання ТМ «Наша Ряба» в подальшому її брендингу «Стратегії індивідуальності бренду» увійшли питання щодо суб'єктивного та асоціативного сприйняття споживачами досліджуваних торгових марок (7, 8 і 15 питання).

Таблиця 1

**Зведена анкета № 627**

<b>Інтерв'юєр:</b> студенти групи маркетингу ЖНАЕУ									
<b>Район (ринки):</b> «Хмельник» – 20%; «Житній» – 28%; «Сінний» – 16%; «Привокзальний» – 16%; «Сімейний» – 20%									
<b>Стать:</b> чоловіки - 34% , жінки - 66%									
<b>Вік:</b> 16 - 20 років - 13%, 21 - 30 років - 30%, 31 - 40 років - 22%, 41 - 50 років - 22%, 51 - 60 років - 9%, > 60 років - 4%									
<b>Соціальний статус:</b> держслужбовці – 8%; приватні підприємці – 8%; студенти – 15 %; тимчасово не працюючі – 5%; спеціалісти - 19 %; робітники – 20%; пенсіонери – 10%; домогосподарки – 5%; керівники – 3%; інші – 7%									
<b>2. Оцініть (по 5-ти бальній шкалі) якість і ціну курячого м'яса таких ТМ, як:</b>									
Торгові марки	Якість (бали)			Ціна (бали)			Якість/Ціна (бали)		
	сума	в сер.	рейт.	сума	в сер.	рейт.	сума	в сер.	рейт.
Морозівські курчата	1904	3,61	5	1880	3,56	5	3784	3,58	5
Пан Курчак	2091	3,74	3	2052	3,67	4	4143	3,71	3
Курка Чебатурка	2018	3,68	4	2022	3,69	3	4040	3,69	4
Гаврилівські курчата	2589	4,27	2	2383	3,93	1	4972	4,1	2
Наша Ряба	2705	4,38	1	2411	3,91	2	5116	4,15	1
Разом по ТМ	11307	3,95	x	10748	3,76	x	22055	3,86	x
<b>3. Проставте рейтинг місць ваших вподобань щодо ТМ – виробників м'яса птиці :</b>									
Торгові марки – виробники м'яса птиці	Рейтинг по місцях (від 1 до 5)								
	кількість	бали	в середньому	рейтинг					
Морозівські курчата	528	884	1,67	5					
Пан Курчак	559	1032,5	1,85	3					
Курка Чебатурка	548	1006	1,84	4					
Гаврилівські курчата	607	1416	2,33	2					
Наша Ряба	617	1538	2,49	1					
Разом по ТМ	2859	5876,5	2,06	x					
<b>4. Оцініть співвідношення якості до ціни продукції м'яса птиці вашої улюбленої ТМ – виробника?</b>									
Рівень якості	Рівень ціни			Сума	Бали				
	Висока	Середня	Низька						
Висока	149	241	20	410	2050				
Середня	54	141	11	206	824				
Низька	7	1	2	10	30				
Сума	210	383	33	1252	2904				
Бали	630	1532	165	2327	4,18				
<b>4а. Рейтинг оцінки респондентами співвідношення «якість – ціна» продукції різних ТМ - виробників м'яса птиці</b>									
Торгові марки	Сер. бал оцінки	Рейтинг	Стратегія ціноутворення	Рівень якості / ціна	Рівень якості / ціна, %				
Морозівські курчата	4,23	1	Доброякісності або загравання	Середня якість за низькими цінами	58,8				
Пан Курчак	4,19	4	Преміальних націнок	Висока якість за високими цінами	62,1				
Курка Чебатурка	4,20	3	Високого якісного признаку	Висока якість за низькими цінами	65,5				
Гаврилівські курчата	4,21	2	Глибокого проникнення на ринок	Висока якість за середніми цінами	67,5				
Наша Ряба	4,14	5	Завищеної ціни	Висока якість за середніми цінами	61,6				
Разом по ТМ	4,18	x	Глибокого проникнення на ринок	Висока якість за середніми цінами	63,3				

**ДОСЛІДЖЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ СКЛАДОВИХ  
КОМПЛЕКСУ МАРКЕТИНГУ ВИРОБНИКІВ КУРЯТИНИ**

Продовження таблиці 1

<b>5. Що з нижче наведеного асортименту продукції ТМ – виробника Ви купуєте найчастіше?</b>				
Види продукції	Рейтинг по місцях (від 1 до 8)			
	кількість	бали	в середньому	рейтинг
Куряча печінка	438	613	1,4	7
Курячі серця	429	446	1,04	8
Бульйонний набір	516	737,5	1,43	5
Гомілки	534	1004	1,88	3
Крильця	543	986,5	1,82	4
Шийки	458	606,5	1,32	6
Філе	589	1317	2,24	1
Курка	580	1249	2,15	2
Не врахована нами продукція	41	92	2,24	x

<b>6. Проставте рейтинг місць щодо ринків на яких Ви купуєте продукти харчування:</b>				
Ринки м. Житомира	Рейтинг по місцях (від 1 до 5)			
	кількість	бали	в середньому	рейтинг
Житній	603	1613	2,67	1
Сінний	544	1252	2,3	2
Хмельники	483	863	1,79	3
Привокзальний	498	856	1,72	5
Сімейний	518	925	1,79	3
Не враховані нами ринки	5	8	1,6	6

**7. Що Ви можете пригадати з логотипа (малюнка) вашої улюбленої ТМ – виробника м'яса птиці ?**  
 курка – 59,8%; червоний гребінець – 9,6%; жовтий колір (фон) – 8,7%; жовтий фартушок – 4,4%; курка з хустиною – 1,7%

**8. Які асоціації виникають у вас, коли чуєте словосполучення - назву вашої улюбленої ТМ – виробника м'яса птиці ?**  
 страви з курятини – 16 %; позитивні емоції – 13 %; відповідність ціни продукції її якості – 8 %; асортиментна група продукції –9%; смакові властивості товару – 8 %.

**9. Як часто Ви купуєте куряче м'ясо ?**  
 3 рази на тиждень – 8%; 2 рази на тиждень – 13%; 1 раз на тиждень – 36%; 1раз в 2 тижні – 11%; 1 раз в місяць – 10%; 1 раз в 2 місяці – 4%

**10. Яка вага курки для Вас є оптимальною ?**  
 до 1 кг – 25%; до 2 кг – 54%; до 3 кг – 10%; до 4 кг – 3%; до 5 кг – 3%

**11. На яку суму в середньому Ви здійснюєте одноразову купівлю продукції м'яса птиці ?**  
 до 20 грн. – 4%; 21-30 грн. – 16%; 31-40 грн. – 26%; 41-50 грн. – 24%; 51-60 грн. – 16%; 61-70 грн. – 9%; 71-80грн. – 6%; >81 грн. – 7%

**12. Проставте рейтинг місць можливої купівлі курячого м'яса за Вашими вподобаннями :**

Місця купівлі м'яса птиці	Рейтинг по місцях (від 1 до 7)			
	кількість	бали	в середньому	рейтинг
Ринки	593	1238	2,09	1
Супермаркети	558	1029	1,84	2
Великі магазини (Гастрономи)	564	975	1,73	3
Мінімаркети	522	691	1,32	5
Магазини на тролейбусних зупинках	401	415	1,03	7
Невеликі кіоски, розташовані біля дому	429	481	1,12	6
Вам постачають ваші родичі з села	438	602	1,37	4
Не враховані нами місця продажу	4	5	1,25	x

Продовження таблиці 1

**13. На які якісні і кількісні показники Ви звертаєте увагу при купівлі (виборі) продукції з курятини ?** колір – 19,4%; ціна – 16,3%; запах – 15,0%; зовнішній (товарний) вигляд – 12,1%; якість – 7,0%

**14. Проставте рейтинг місць щодо видів м'ясної продукції яким Ви надаєте перевагу при споживанні**

Види продукції	Рейтинг по місцях (від 1 до 4)			
	кількість	бали	в середньому	рейтинг
Свинина	623	1617	2,60	1
Яловичина	604	1247	2,06	3
М'ясо птиці	625	1542	2,47	2
Кролятина	570	1067,5	1,87	4
Не врахована нами продукція	17	33,5	1,97	x

**15. На лавці біля дому спілкуються дві бабусі. Одна говорить: „Скоро приїдять мої внучата, хочу порадувати їх чимось смачненьким. А тому вирішила спекти їм курочку ТМ „НАША РЯБА”. Поставте себе на місце другої (мудрої) бабусі, щоб Ви їй порадили?**

1. До тих хто «проти», можна віднести УШІ групу відповідей (28,8% від загальної кількості), що включає тих респондентів, які, виявляють сумнів, чи взагалі варто мати справу з продукцією ТМ «Наша Ряба».

2. Група відповідей (15,8%) включає тих респондентів, які не погоджуються з тим, що дітям варто спекти курку, а тому вони пропонують інші види страв з інших видів курячої продукції.

3. Група відповідей респондентів подібна (групі відповідей респондентів, яка поєднує в собі не тільки, те що вони активно погоджуються з рішенням першої бабусі, а й мають власні позитивні вподобання щодо ТМ «Наша Ряба» та печеної курки), але сюди ще додається те, що перша бабуся і страва і виробник зазначеної ТМ мають на меті догодити онукам (а самі респонденти ототожнюють себе з ними (12,9%).

4. Група відповідей респондентів, які пасивно (щоб тільки підтримати розмову) погоджуються з рішенням першої бабусі спекти своїм онучатам, що приїдять у гості курочку ТМ «НАША РЯБА» (9,4%).

5. Група відповідей респондентів що погоджуються, навіть поділяють рішення першої бабусі бо мають на меті або приєднатися до цього «свята життя» або влаштувати подібне для себе і для своїх рідних і близьких (6,5%).

Джерело: власні дослідження

Аналіз відповідей респондентів на питання рейтингового типу нами був розроблений методичний підхід: кількість відповідей респондентів, що розташували відповідний ринок на першому місці за своїми вподобаннями щодо купівлі на ньому продуктів харчування і в порівнянні з іншими ринками, множилась на 3 бали; друге місце оцінювалось в 2,5 бали, третє в 2,0 бали, четверте в 1,5 балів, а п'яте і більше місця оцінювались в 1,0 балів.

Відповіді респондентів на 6-те питання анкети, стосовно місць купівлі продуктів харчування, засвідчили, що 1 і 2 місце рейтингу займає «Житній» і «Сінний» продуктові ринки (2,67 і 2,3 бали з трьох можливих). Третє місце за рейтингом з середнім балом в 1,79 балів поділили між собою ринок «Хмельники» і ТК «Сімейний».

Аналізуючи рейтинг можливих місць купівлі курятини за вподобаннями споживачів, бачимо, що найчастіше респонденти купують м'ясо птиці на продуктових ринках (середній бал оцінки - 2,09 бали), на другому та третьому

**ДОСЛІДЖЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ СКЛАДОВИХ  
КОМПЛЕКСУ МАРКЕТИНГУ ВИРОБНИКІВ КУРЯТИНИ**

---

місцях, приблизно з однаковою оцінкою (1,84 і 1,73 бали), супермаркети і великі магазини (гастрономи). Звичайно після роботи людям зручніше заходити до супермаркету, зробити всі необхідні покупки (в одному великому магазині з широким асортиментом продукції), крім того багато з них мають у своєму користуванні дисконтні картки на знижки в цих супермаркетах. Мінімаркети, за оцінками респондентів, знаходяться на п'ятому місці.

Дуже характерним для м. Житомира є відповідь респондентів про те, що їм постачають м'ясо птиці їх рідні і близькі з села (4-те місце за рейтингом вподобань), через велику міграцію сільської молоді до міста. Не виправдались сподівання приватних підприємців, що розташували свій бізнес в невеликих кіосках біля житлових будинків і на тролейбусних зупинках (два останні місця за рейтингом), які у свій час (до масового засилля мереж супермаркетів) розглядались як привабливий напрямок місць реалізації харчової продукції.

Відношення респондентів до м'яса птиці в порівнянні з іншими традиційними для нашого населення видами м'ясної продукції, розглянемо в аналізі їх відповідей на 14 питання зведеної анкети.

Перше місце займає свинина, і не дивно, адже м'ясо свинини містить велику кількість корисних елементів та є національним продуктом. М'ясо птиці в порівнянні з яловичиною і кролятиною знаходить на другому місця. І це є гарним результатом не тільки тому, що більша частина курячої продукції (яка вважається дієтичним продуктом) також містить багато корисних елементів, необхідних для нормальної життєдіяльності людини та відносно дешево, а і тому, що раніше (до активної структуризації ринку м'яса птиці в розрізі торгових марок завдяки вдалому їх брендингу), вона впевнено займало третє місце після яловичини. Четверте місце займає кролятина, яка до речі також вважається дієтичним та корисним для споживання продуктом.

Важливим елементами в оцінці респондентами привабливості для них продукції різних торгових марок є якість та ціна цієї продукції та їх співвідношення або іншими словами, відповідність ціни якості продукції. Відповіді респондентів щодо цих двох критеріїв оцінки привабливості продукції в розрізі торгових марок виробників м'яса птиці приведені в зведеній 627 анкеті (дивись відповіді на 2-е питання).

Перше місце за критерієм якості продукції займає ТМ «Наша Ряба» (4,38 балів), що свідчить про те, що цей виробник курятини займає міцну позицію на ринку та користується високим попитом на свою продукцію у населення (рекламна стратегія цієї компанії також відіграє певну роль в формуванні пріоритетів споживачів м'яса птиці); якість продукції ТМ «Гаврилівські курчата» респонденти оцінили в 4,27 балів за п'ятибальною шкалою (2-ге місце в рейтингу), а якість продукції ТМ «Пан Курчак» - в 3,74 бали (3-те місце).

За критерієм оцінки привабливості цін на курячу продукцію, досліджувані нами торгові марки, розмістились за таким ранжиром: 1 місце – ТМ «Гаврилівські курчата» (3,93 бали), 2 місце – ТМ «Наша Ряба» (3,91 бали) і 3 місце – ТМ «Курка Чеботурка» (3,69 бали).

На прохання інтерв'юєрів до респондентів визначитись в своїх вподобаннях щодо ТМ – виробників м'яса птиці (3-тє питання зведеної анкети), останні розташували ці торгові марки в такій послідовності за місцями рейтингу: 1 місце посіла ТМ „Наша Ряба” (яка в сумі набрала 1538 балів); 2 місце – ТМ „Гаврилівські курчата” (1416 балів); 3 місце посіла ТМ „Пан Курчак” (1033 балів); 4-тє і 5-тє місця респонденти віддали ТМ «Курка Чеботурка» та ТМ «Морозовські курчата» (1006 і 884 балів відповідно).

Не менш важливим при оцінці ринку м'яса птиці є оцінка споживачами існуючих переваг чи недоліків торгових марок щодо представленого ними асортименту продукції на цьому ринку (5-тє питання зведеної анкети).

За оцінками респондентів було складено рейтинг вподобань щодо представленої на продуктових ринках продукції курятини. Зокрема, визначено, що:

- на 1-му і 2-му місцях (в середньому в межах від 2,15 до 2,24 балів), знаходиться філе і ціла курка;
- на 3-му і 4-му місцях, але ще близько за споживчою оцінкою до перших двох місць (з середнім балом від 1,82 до 1,88), знаходиться гомілка і крильця;
- на 5-му і 6-му місцях, вже з істотним обривом від першої групи (на рівні від 1,40 до 1,43 балів), розмістились такі види продукції, як бульйонний набір та куряча печінка;
- на 7-му і 8-му місцях – шийки і курячі серця (від 1,04 до 1,82 балів оцінки).

Критеріями вибору респондентами продукції курятини, сформованими на підставі їх відповідей на питання анкети відкритого типу: «На які якісні і кількісні показники Ви звертаєте увагу при купівлі продукції з курятини?» (13 питання анкети) є наступні: головною групою критеріїв вибору, споживачі вважають колір курячої продукції (19,4%) її зовнішній (товарний) вигляд (12,1%), (а якщо зважити на те, що колір також можна віднести до товарного вигляду продукції, то разом цей критерій буде становити 31,5%) та запах (15,0%), бо це те що вони бачать і відчують в першу чергу; наступним критерієм вибору є доступність для споживачів ціни на цю продукцію (16,3%); і останнім критерієм вибору є якість м'яса птиці (7,0%). Такий малий відсоток відповідей пояснюється тим, що якість більшості продуктів харчування визначити зразу неможливо, бо вона пізнається під час їх приготування та споживання.

Аналіз трьох запитань щодо частоти, ваги і ціни купівлі респондентами м'яса птиці (9-11 питання зведеної анкети) показав, що більшість респондентів (36 %) здійснюють купівлю м'яса птиці 1 раз на тиждень; більшість (54 %) вважають оптимальною вагою курки – курку вагою в середньому до 2 кг; і більшість (50 %) при здійсненні одноразової купівлі м'яса птиці витрачають в середньому від 31 до 50 грн.

В продовження аналізу відповідей на 2 питання анкети щодо оцінки респондентами якості та ціни продукції різних торгових марок за п'ятибальною шкалою, та ціни, як критерію вибору продукції, яка серед інших критеріїв вибору посіла 2 місце (13 питання анкети), оцінки платоспроможності споживачів (11



## **ДОСЛІДЖЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ СКЛАДОВИХ КОМПЛЕКСУ МАРКЕТИНГУ ВИРОБНИКІВ КУРЯТИНИ**

---

питання анкети) доцільно все ж таки було визначитись «Чи відповідає ціна якості продукції представлених 5-ти торгових марок» (дивись відповіді на 4-те питання зведеної анкети).

При аналізі відповідей на це четверте питання анкети нами був методичний підхід (розрахунки робились за такою методикою):

1. Розглядались три рівні якості: високий, середній і низький (які відповідно оцінювались в «5», «4» і «3» бали), та три рівня ціни: високий, середні і низький. Якщо врахувати те, що попит на м'ясо птиці як і на більшість продуктів харчування носить еластичний характер (незначне зростання ціни призводить до значного зниження попиту на цю продукцію), то ці три рівні було вирішено оцінити, як від'ємний показник, в зворотному порядку в «3», «4» і «5» балів.

2. Тоді, наприклад, сума «кількості відповідей респондентів», що визначили якість м'яса, як якість високого рівня (410 відповідей) по трьох можливих рівнях ціни, множилась на її оцінку, а саме на «5» балів і ми отримували «суму відповідей респондентів в балах», рівну 2050 балам.

І навпаки, наприклад, сума «кількості відповідей респондентів», що визначили ціну м'яса, як ціну високого рівня (210 відповідей) по трьох можливих рівнях якості, множилась на її оцінку, а саме на «3» бали і ми отримували «суму відповідей респондентів в балах», рівну 630 балам.

3. Коли суми балів по трьох рівнях якості (2904 балів) і трьох рівнях ціни (2327 балів підсумовувались (5231 балів) і ділились на 1252 умовних анкет (тому що одні і ті самі цифри підсумовувались два рази, і зліва на право і зверху вниз:  $626 \text{ анкет} \times 2 = 1252$ ), то ми отримували середній рівень оцінки респондентами відповідності ціни до якості, представленої на продуктових ринках міста, продукції в 4,18 балів за 5-ти бальною шкалою.

І це є останнім результатом (5-те місце з оцінкою в 4,14 балів) серед п'яти торгових марок, що нами досліджувались, бо на думку 61,6 % респондентів ТМ «Наша Ряба» в своїй політиці ціноутворення використовує «стратегію завищеної ціни», коли на товари відносно середньої якості встановлюються високі ціни. Найкращою ж за співвідношенням ціни до якості продукції 58,8 % респондентів вважають ТМ «Морозівські курчата» (1-ше місце з оцінкою в 4,23 бали), тому що вона, на їх думку, використовує таку стратегію ціноутворення як «стратегію доброякісності або загравання», коли товари відносно середньої якості пропонуються споживачеві за низькими цінами (дивись пункт 4а в зведеній анкеті, де представлено продовження обрахунків відповідей респондентів на 4-те питання анкети).

4. На перетині трьох рівнів якості і трьох рівнів ціни можливі 9-ть наступних стратегій ціноутворення: «стратегія преміальної націнки», на продукцію високої якості виробник встановлює високу ціну; «стратегія глибокого проникнення на ринок» – продукція високої якості за середню ціну; «стратегія високого якісного показнику» – висока якість і низька ціна; «стратегія завищеної ціни» – середня якість і висока ціна; «стратегія середнього рівня» - середня якість і середня ціна; «стратегія доброякісності, або загравання з відповідним сегментом покупців» – середня якість і низька ціна; «стратегія пограбування» - низька якість і висока

ціна; «стратегія показного блиску або показуха» - низька якість і середня ціна; «стратегія низького якісного показнику» - низька якість і низька ціна.

Респонденти визначили, що такими торговими марками, є:

– «Гаврилівські курчата» (2-ге місце в 4,21 балів за рейтингом оцінок) на продуктових ринках м. Житомира використовується така стратегія ціноутворення як «стратегія глибокого проникнення на ринок», коли товари високої якості пропонуються за середніми цінами. Під «глибоким проникненням» розуміють співвідношення, нахталт 80% до 20% (за «Принципом Паретто») охоплюється виробником певний сегмент ринку покупців (або як 70% до 30% (за законом «Золотого січення»);

– «Курка Чеботурка» (3-те місце в 4,20 балів за рейтингом оцінок) використовує «стратегію високого якісного показнику», коли на товари високої якості пропонується низька ціна;

– «Пан Курчак» (4-те місце в 4,19 балів за рейтингом оцінок) використовує «стратегію преміальних націнок», коли на товари високої якості пропонується висока ціна.

5. Для кількісного визначення параметрів зазначених стратегій нами був розроблений методичний підхід:

– найбільша «кількості відповідей респондентів» зліва на право (серед трьох представлених 410, 206 і 10), що дорівнює сумі в 410 відповідей, які відповідають високій якості продукції при різних рівнях цін, додається найбільша «кількості відповідей респондентів» зверху до низу (серед трьох представлених 210, 383 і 33), що дорівнює сумі в 383 відповідей, які відповідають середнім цінам на продукцію при різних рівнях якості;

– отримана сума в 793 відповіді множиться на 100 і ділиться на 1252 умовних анкет, що дорівнює 63,3%.

Це пояснюється наступним чином: 63,3 % респондентів вважають що на м'ясо птиці високої якості, яке представлено на продуктових ринках міста, їх виробники, що представлені 5-ю ТМ встановлюють середні ціни, і що відповідає такій стратегії ціноутворення як «стратегії глибокого проникнення на ринок». А інші 33,2% опитаних вважають представлена продукція є середньої якості і пропонується потенційними її споживачам за високими цінами, що відповідає такій стратегії ціноутворення як «стратегії завищеної ціни».

#### **Висновки.**

1. За оцінками споживачів 1 місце в рейтингу торгових марок виробників м'яса птиці посіла ТМ «Наша Ряба». Вже традиційно 2 місце споживачі віддають ТМ «Гаврилівські курчата», а от на 3 місце вони поставили ТМ «Пан Курчак», яка впевнено обійшла такі ТМ, як «Курка Чеботурка» і «Морозовські курчата» (4-те і 5-те місця), які вже давно представлені на місцевому ринку.

2. Перше місце у вподобаннях споживачів м'ясної продукції (із року в рік) займає свинина, і це навіть не потребує коментарів, а от те що м'ясо птиці з традиційного для нього третього місця, після яловичини, перемістилось на друге місце є позитивним і перспективним результатом для виробників курятини.

3. Респонденти склали наступний рейтинг вподобань щодо представленої на продуктових ринках продукції курятини: на 1-му і 2-му місцях, з явним відривом в споживчій оцінці (в середньому в межах від 2,15 до 2,24 балів), знаходиться філе і ціла курка; на 3-му і 4-му місцях, але ще близько за споживчою оцінкою до перших двох місць (з середнім балом від 1,82 до 1,88), знаходиться гомілка і крильця.

4. Аналіз триптиху запитань щодо частоти, ваги і цини купівлі респондентами м'яса птиці показав, що більшість респондентів (36 %) здійснюють купівлю м'яса птиці 1 раз на тиждень; більшість (54 %) вважають оптимальною вагою курку, вагою в середньому до 2 кг; і більшість (50 %) при здійсненні одноразової купівлі м'яса птиці витрачають в середньому від 31 до 50 грн.

5. Головною групою критеріїв вибору, споживачі вважають її зовнішній (товарний) вигляд, колір (31,5 %) та запах (15,0%), бо це те що вони бачать і відчувають в першу чергу; наступним критерієм вибору є доступність для споживачів ціни на цю продукцію (16,3%); і останнім критерієм вибору є якість м'яса птиці (7,0%). Такий малий відсоток відповідей пояснюється тим, що якість більшості продуктів харчування визначити зразу неможливо, бо вона пізнається під час їх приготування та споживання.

6. Перше місце за критерієм якості продукції займає ТМ «Наша Ряба» (4,38 балів), що свідчить про те, що цей виробник курятини займає гарну позицію на ринку та користується високим попитом на свою продукцію у населення (рекламна стратегія цієї компанії, також відіграє певну роль в формуванні пріоритетів споживачів м'яса птиці) а от щодо рівня цін, то тут вона весь час поступається ТМ «Гаврилівські курчата».

Щодо стратегій ціноутворення за співвідношенням «якість-ціна», то перше місце респонденти віддали ТМ «Морозівські курчата» з її стратегією «доброякісності або загравання», при якій цей виробник на продукцію відносно середньої якості пропонує низькі ціни, в той час як ТМ «Наша Ряба» посіла останнє 5-те місце із своєю стратегією «глибокого проникнення на ринок», коли виробник на продукції високої якості ставить середні ціни.

7. В своїй логістичній політиці франчайзінгу ТМ «Наша Ряба» в м. Житомирі слід звертати на продуктові ринки, супермаркети і великі магазини (типу гастрономів), бо сподівання підприємців щодо мінімаркетів, невеликих магазинів в спальних районах та кіосків на тролейбусних зупинках залишились невиправданими. Характерним для нашого міста є те, що молоді постачають м'ясо птиці їх рідні і близькі з села (4-те місце за рейтингом вподобань), через велику міграцію сільської молоді до міста.

Відповіді на III блок запитань анкети стосовно суб'єктивного та асоціативного сприйняття споживачами досліджуваних торгових марок будуть розглянуті нами в подальших дослідженнях щодо можливостей використання ТМ «Наша Ряба» в своїх технологіях брендингу, новітніх зарубіжних стратегій «побудови індивідуальності бренду» та «залученню споживачів у бренд» з метою досягнення комплексності програми її брендингу.

**Список літератури**

1. Випперфюрт А. Вовлечение в бренд. Как заставить покупателя работать на компанию / Алекс Випперфюрт / Издательство: Питер, Коммерсантъ, 2007 – 384 с.
2. Данько Ю.І. Маркетингові аспекти товарної політики аграрних підприємств / Ю.І. Данько // Агроінком. – 2006. – № 1. – С. 43-45.
3. Долгополова О.В. Маркетингові програми виводу нової торгової марки на український ринок / О.В. Долгополова // Економіка та держава. – 2007. – № 11. – С. 36-38.
4. Перция В. Анатомия бренда / Валентин Перция, Лилия Мамлеева. – М.: Издательство Вершина, 2007. – 288 с.
5. Райс Л. 22 закона создания брэнда / Лора и Эл Райс; [пер. с англ. Ю.Г. Кирьяка]. – М.: ООО «Издательство АСТ», 2003. – 149 с.
6. Сендецька С.В. Особливості брендингу продукції на ринку м'яса птиці / С.В Сендецька // Ефективне птахівництво. – №4. – 2010. – С.14-18
7. Темпорал П. Эффективный бренд-менеджмент / П. Темпорал; [пер. с англ. С.Г. Божук]. – СПб.: Издательский Дом «Нева», 2004. – 288 с.
8. Уиллер А. Индивидуальность бренда. Руководство по созданию, продвижению и поддержке сильных брендов / А. Уиллер; [пер. с англ.]. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2004. – 235 с.
9. Циганок Ю.В. Ключові фактори успіху бренду «Наша Ряба» на ринку м'яса птиці / Ю.В. Циганок // Вісник ЖНАЕУ. – 2010. – № 1, т. 2. – С. 82-90.
10. Юдіна Н. Неймінг та створення нового бренду на ринку продуктів тваринництва / Н. Юдіна, М. Терещенко // Маркетинг в Україні. – 2008. – № 3. – С. 53-56.

*Поступила в редакцію 01.06.2012 г.*

**Циганок В.Н. Исследование эффективности использования составляющих комплекса маркетинга производителей курятины / В.Н. Циганок, Ю.В. Гуля, А.В. Рашенко // Ученые записки ТНУ. Серия: Экономика и управление. – 2012. – Т. 25 (64), № 2. – С. 193-204.**

В статье изложены результаты проведенных исследований относительно более эффективного использования товарной, ценовой политики, политики логистики, продвижения и продаж продукции разных торговых марок производителей мяса птицы в сравнении с ТМ «Наша Ряба» на продуктовых рынках г. Житомира, которые являются ключевыми факторами успеха этих брендов.

**Ключевые слова:** бренд, брендинг, рынок.

**Tsyganok V.N. Research of the effectiveness of the components of the marketing mix of chicken producers / V.N. Tsyganok, Yu.V. Gulya, A.V. Raschenko // Uchenye zapiski TNU. Series: Economy and management. – 2012. – Vol. 25 (64), № 2. – P. 193-204.**

The paper presents results of studies on more efficient use of the commodity, pricing, logistics policy, promotion and sales of various brands of poultry producers in comparison with trade mark "Nasha Ryaba" in product markets of Zhitomir, that in fact there are key factors in the success of these brands.

**Keywords:** brand, branding, market.

338.487:303.722.4

## КАДРОВОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ РАЗВИТИЯ РЕКРЕАЦИОННЫХ КЛАСТЕРОВ КЕРЧИ И ЛЕНИНСКОГО РАЙОНА

*Ширай О.С.*

*Керченский государственный морской технологический университет, г. Керчь, Украина  
E-mail: oshine@list.ru*

Проанализирован кадровый потенциал города Керчь и Ленинского района. Доказана необходимость участия научных и образовательных учреждений региона в деятельности туристического кластера. Очерчены основные перспективы функционирования структуры туристического кластера.

**Ключевые слова:** туристско-рекреационный ресурсный потенциал, туристический кластер, квалифицированный персонал, управление персоналом.

**Постановка проблемы.** Туристические кластеры являются одним из наиболее эффективных способов организации туристической деятельности, обеспечивающим совмещение в них конкуренции и кооперации, повышение эффективности деятельности каждого из участников и отрасли, региона в целом. Создание на территории г. Керчь и Ленинского района туристических кластеров позволит повысить уровень конкурентоспособности региона на рынке туристических услуг, активизировать деятельность предприятий исследуемого региона. В то же время, располагая достаточными трудовыми ресурсами для создания и успешного функционирования туристических кластеров, г. Керчь и Ленинский район испытывают острый дефицит квалифицированного персонала, что в настоящее время является основной проблемой формирования оптимальной структуры и эффективной деятельности туристических кластеров в регионе.

**Анализ существующих подходов к исследуемой проблеме.** Вопросам управления персоналом уделено значительное внимание в работах зарубежных и отечественных авторов. Мескон М., Альберт М., Хедоури Ф. в книге «Основы менеджмента» подробно изложили теоретические и практические аспекты управленческой деятельности с учетом ее ситуативной природы, большое внимание уделили вопросам управления трудовыми ресурсами с целью обеспечения эффективной деятельности организаций [1]. Сперанской А.А. сформулированы принципы управления персоналом гостиничного комплекса, разработаны методические рекомендации по управлению деловой карьерой, изучены возможные варианты мотивации персонала гостиничного комплекса [2]. Травин В.В., Дятлов В.А. обобщили опыт зарубежных стран по управлению персоналом в крупных фирмах [3]. Современные эффективные подходы к работе с персоналом с учетом специфики организационной культуры и фаз жизни организаций представлены в трудах Базарова Т.Ю. и Еремина Б.Л. [4]. Шекшня С.В. уделил особое внимание исследованию эволюции научных взглядов на проблемы управления персоналом, проанализировал теории организации, мотивации труда и управления человеческими ресурсами организаций [5]. Колот А.М. сформулировал основные теории мотивации и их влияние на практику менеджмента персонала, рассмотрел традиционные и

нетрадиционные методы активизации трудовой деятельности, зарубежный и отечественный опыт мотивации трудовой деятельности [6].

**Цель статьи** - изучить кадровый потенциал г. Керчи и Ленинского района с точки зрения кадрового обеспечения развития туристических кластеров, обосновать необходимость участия научных и образовательных учреждений региона в деятельности туристического кластера.

**Основные результаты исследования.** Туризм является важным фактором обеспечения экономического роста конкретной страны в целом и ее отдельных территорий. Роль этой сферы в структуре глобальной экономики постоянно возрастает. Туризм и индустрия путешествий уже превратились в крупнейший сектор мировой экономики. Предполагается, что и в дальнейшем этот сектор будет активно расширяться и генерировать создание новых рабочих мест. Более того, он будет оставаться надежным двигателем муниципального регионального и национального развития. Уже сегодня туризм для многих стран и регионов служит существенным источником доходов и занятости населения.

В соответствии со Стратегическим планом экономического развития города Керчь [7], курортно-туристическая сфера выделена в один из приоритетных секторов развития экономики города.

Город Керчь и Ленинский район обладают значительными ресурсами для развития рекреационного комплекса. Территория г. Керчь и Ленинского района составляет 11,62% территории АР Крым, на которой проживает 10,8% трудоспособного населения автономной республики. Длина береговой линии составляет 390 км, то есть 21,71% всей крымской береговой линии.

Анализ экономической активности населения г. Керчь и Ленинского района на основании данных таблицы 1 выявил, что в 2010 году на 60843 человек, занятых трудовой деятельностью в г. Керчь, приходится 1407 человек незанятых. В Ленинском районе эти цифры, соответственно, составили 13209 и 1010 человека. Эти люди потенциально могли бы заниматься полноценным малым предпринимательством при наличии необходимого уровня подготовки. Усилия на региональном и государственном уровне по созданию условий упрощенного открытия малых предприятий позволили бы увеличить их число на 10000 человек с 39 в г. Керчь и 29 в Ленинском районе в 2010 году до 50 и 49 соответственно.

Повышение уровня подготовки экономически активного населения для открытия малых предприятий позволит создать на анализируемых территориях 296 малых предприятий.

Вместе с тем, обучение опыту предпринимательства должно опираться на результаты анализа востребованности деятельности создаваемых малых предприятий, так как обучение опыту предпринимательства населения на материалах несопоставимых по условиям развития территорий вместо ожидаемого положительного, может дать отрицательный результат. Очевидно, что для каждого рекреационного региона должна разрабатываться специализированная целевая программа обучения населения современным инновационным технологиям и организации малого предпринимательства, обеспечивающего на основе партнерского взаимодействия наибольшие индивидуальные социально-экономические результаты функционирования каждого предпринимателя.

**КАДРОВОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ РАЗВИТИЯ РЕКРЕАЦИОННЫХ КЛАСТЕРОВ КЕРЧИ  
И ЛЕНИНСКОГО РАЙОНА**

Таблица 1

Динамика основных показателей экономической активности населения  
по г. Керчь и Ленинскому району 2008-2010 годы

Наименование показателя	Ед. изм	2008 год				2009 год				2010 год			
		Керчь		Ленинский район		Керчь		Ленинский район		Керчь		Ленинский район	
		АРК	Ленинский район	АРК	Ленинский район	АРК	Ленинский район	АРК	Ленинский район	АРК	Ленинский район		
Численность наличного населения	тыс. чел.	1971,1	63,9	149,4	63,6	1967,3	148,6	147,8	63,8	1954,8	147,8	63,8	
Численность населения в возрасте 15-70 лет	тыс. чел.	1526,3	53,9	132,7	53,9	1663,4	130,9	129,7	53,8	1658,3	129,7	53,8	
из них трудоспособного возраста	тыс. чел.	1234,7	41,4	99,8	39,0	1190,5	89,3	87,9	38,5	1178,6	87,9	38,5	
Занятое население трудоспособного возраста	тыс. чел.	844,7	14,3	61,5	14,2	828,4	61,1	60,8	13,2	821,7	60,8	13,2	
Уровень занятости населения трудоспособного возраста	%	68,4	34,6	61,6	36,4	67,7	68,4	69,2	34,3	67,9	69,2	34,3	
Безработное население трудоспособного возраста	тыс. чел.	45,7	1,2	1,6	0,7	66,5	1,1	1,4	1,0	60,2	1,4	1,0	
Уровень безработицы населения трудоспособного возраста	%	2,1	2,9	1,6	1,8	1,4	1,1	1,4	2,5	1,6	1,4	2,5	
Количество малых предприятий на 10 тыс. наличного населения	ед.	81	42	48	43	83	52	39	29	61	39	29	
Количество наемных работников на малых предприятиях	тыс. чел.	86,4	1,1	4,1	1,2	82,7	4,2	4,2	1,3	79,3	4,2	1,3	
Доля количества наемных работников малых предприятий в их общем количестве	%	30,0	35,8	22,7	41,0	31,1	23,6	23,8	49,3	31,2	23,8	49,3	
Доля продукции малых предприятий в общем объеме реализованной продукции(работ, услуг)	%	25,4	28,5	20,2	13,4	25,0	17,4	20,6	36,6	23,1	20,6	36,6	

Разработка целевой программы обучения предпринимательству в конкретных районах регионов Украины – это научный процесс в общей постановке вопроса и сугубо прикладной – в реализации этой программы в каждом районе[8].

В современных условиях глобализации экономики доминирующим становится институционально-сетевой подход к организации деятельности субъектов хозяйствования. В настоящее время для отечественного туризма проблема формирования кластеров с целью повышения конкурентоспособности соответствующего административно-территориального образования стала наиболее актуальной. Это связано со следующими причинами. Мировой экономический кризис привел к значительному повышению уровня конкуренции как между непосредственно туристскими предпринимательскими структурами, так и туристскими дестинациями. Это проявляется, прежде всего, в падении потоков въездного туризма практически во все страны и крупные города мира. По-прежнему одной из основных проблем, сдерживающих развитие как въездного, так и внутреннего туризма остается слабое развитие инфраструктуры (дорожной, инженерной, гостиничной и т.д.), которая требует привлечения дополнительных, причем значительных, инвестиций. В рамках кластера может быть решена проблема кадрового обеспечения, прежде всего, в отношении специально подготовленного, квалифицированного обслуживающего персонала (администраторов, горничных, официантов, тарификаторов и т.д.). Формирование туристских кластеров предполагает устойчивые связи между участниками в силу географической близости или наличия институтов, взаимодействие с которыми лишь отчасти регулируется рынком. Феномен кластерной концепции сегодня является признанным фактом как в экономической науке, так и в бизнесе. Ключевой спецификой этой концепции является то, что при формировании кластерных структур обеспечивается совмещение в них конкуренции и кооперации.

В туристическом кластере взаимозависимость членов кластера заключается в том, что хорошая работа каждого из них создает предпосылки успеха остальных участников этого своего рода коллективного рынка. Таким образом, все компании в туристическом кластере получают выгоду от совместных усилий в виде более широкого круга возможностей и конечных общих доходов.

В туристическом кластере при налаженном взаимодействии возникают условия для производства новых продуктов и услуг, благодаря чему создается инновационная и деловая конкурентная среда.

На состав участников туристических кластеров могут оказывать влияние самые разные группы факторов – от климатических и ландшафтных особенностей – до исторических, этнокультурных, религиозных и других. Оптимальная структура участников на территории размещения кластера зависит, соответственно, от преобладания тех или иных групп факторов, и оказывает воздействие на уровень эффективности деятельности, как отдельных участников кластера, так и в целом на весь кластер.

Существование туристических кластеров способствует развитию различных сопутствующих и содействующих отраслей промышленности и поддерживающих кластеров, например, по производству спортивного и туристического снаряжения, продуктов питания, напитков, а также работающих в сфере СМИ,



охраны природы и культурного наследия. По мнению Александровой А.Ю.[9], особое внимание в процессе формирования туристского кластера необходимо уделять взаимосвязям между его элементами. Данная связь не только основывается на экономической выгоде участников, но и ориентирована на создание и реализацию качественных туристских услуг, удовлетворяющих потребности как туристов, так и территории. Это выражается во взаимосвязи («транспорт – средства размещения – питание») как основных услуг кластера, так и во взаимосвязях («государственное управление – коммерческие организации – научно-образовательные учреждения»). Взаимосвязь входящих в кластер фирм осуществляется за счет цепочек добавленной стоимости и системы накопления. Каждая фирма создает свою добавленную стоимость. Для достижения конкурентного преимущества фирма должна оптимизировать как собственную цепочку добавленной стоимости, так и внешние цепочки, связывающие ее с поставщиками и потребителями.

В рамках кластеризации туристической сферы большое внимание должно уделяться науке и образованию, которые генерируют новые знания и обеспечивают подготовку высококачественного человеческого капитала. Основным источником конкурентоспособности, лидерства и преимуществ становится человеческий интеллект, способный продуцировать новые идеи, инновации и инновационные системы, моделировать будущее, приспосабливаться к условиям динамичной среды. В современных условиях наиболее успешными становятся организации и бизнес-структуры, использующие новые экономические подходы и системы, создающие интеллектуально-наполненные технологии, принимающие креативные научно-обоснованные решения, быстро реагирующие на изменение внешних условий.

Отсутствие достаточного количества квалифицированного персонала в настоящее время является основной проблемой туристических кластеров. Необходима обратная связь между потребностями рынка труда в сфере туристического обслуживания и образовательными программами. Внедрение научных и образовательных организаций в структуру туристического кластера позволит интегрировать теоретические знания и практический опыт с учетом специфики туристско-рекреационной деятельности региона и эффективно координировать усилия участников.

Опираясь на необходимость персонала для конкретных участников туристских кластеров, обоснованную структурой кластера конкретного региона, стратегией развития региона, должна быть построена структура процесса обучения и выбор приоритетов развития малого предпринимательства с учетом современного международного опыта и инновационных технологий его реализации.

В процессе обучения предпринимателям должно быть привито понимание важности организационной двойственности их деятельности, когда объединение однородных малых предприятий с одинаковым видом деятельности в своеобразные сети предприятий или добровольные ассоциации позволяет им обеспечить профессиональное общение и максимальный уровень конкурентоспособности выпускаемой ими продукции, выполняемых работ или оказываемых услуг, а вовлечение их в кластеры разнородных малых предприятий

позволит обеспечить востребованность результатов деятельности в составе конкретных рекреационных комплексов.

Обучение предпринимателей должно базироваться на реальных материалах района и развиваемых территорий. Постановка такого учебно-практического и научно-методического комплекса знаний и умений, формирующих компетенции предпринимателей современного уровня, требует привлечения к такой работе ученых и преподавателей высокой квалификации.

С целью проведения необходимых исследований и оформления на их основе результатов соответствующего пакета учебно-методических материалов необходимо создание определенных организационных условий, объединяющих ученых и преподавателей в единый научно-практический и преподавательский коллектив. В решении проблем развития рекреационного предпринимательства, обучения и консалтинга заинтересованы, прежде всего, органы местного самоуправления. Поэтому именно в их компетенции находятся вопросы мотивации и стимулирования создания структур, ориентированных на формирование рекреационных комплексов, сетей, кластеров. Вполне обоснованно вовлечение в такие структуры региональных университетов, ученых и преподавателей, имеющих опыт выполнения работ исследовательского характера, связанных с процессами предпринимательства.

Участие научных и образовательных учреждений региона в деятельности кластера должно иметь поэтапный характер и перерасти в неразрывное взаимовыгодное сотрудничество. Основными этапами деятельности регионального университета в рамках туристского кластера, являются:

- формирование ядра создания и функционирования кластера на основе инициативы регионального университета;
- научно-исследовательская и проектная подготовка создания конкретного кластера;
- обучение будущего руководящего персонала предприятий кластера;
- формирование социально-культурной среды функционирования кластера;
- создание ассоциации выпускников для обеспечения связи бизнеса, власти и цепочки «абитуриент-студент-выпускник»;
- подготовка кадров в ВУЗе в соответствии с заказами кластеров для работы в их предприятиях.

**Выводы.**

Результаты проведенного исследования позволяют сделать выводы о том, что г. Керчь и Ленинский район располагают необходимыми ресурсами для эффективной деятельности в области туризма и рекреации и оказания разнообразных видов рекреационных услуг. Однако отсутствует системность взаимодействия предприятий, ориентированных на решение общей задачи – максимизации числа рекреантов, воспользовавшихся их услугами. Это позволяет сформировать видение проблемной ситуации в развитии рекреационных кластеров и необходимости вовлечения в структуру кластера научных и образовательных учреждений с целью подготовки персонала необходимой квалификации.

Очевидными результатами функционирования такой структуры кластера будут: рост качества туристических услуг и возможностей широкой дифференциации за счет обмена опытом и применения ведущих технологий

разработки туристического продукта; снижение операционных затрат туристических предприятий за счет рационального использования ресурсов в связи с внедрением инновационных технологий управления и ведения бизнеса; оптимизация затрат за счет более эффективного распределения и использования человеческих ресурсов (повышения квалификации, переквалификация кадров в соответствии с требованиями современного туристического рынка в контексте развития научных подходов и методов управления); формирование «туристического бренда» региона.

#### **Список литературы**

1. Мескон М. Основы менеджмента / М. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури. – М.: Дело, 1994. – 704 с.
2. Сперанская А.А. Управление персоналом как одной из составляющих гостиничного продукта: автореф. дис. на соискание ученой степени канд. экон. наук / А.А. Сперанская. – М., 2001.
3. Травин В.В. Основы кадрового менеджмента / В.В. Травин, В.А. Дятлов. – М.: Дело, 1994. – 272 с.
4. Управление персоналом: учебник для вузов / [под ред. Т.Ю. Базарова, Б.Л. Еремина]. – М.: ЮНИТИ, 2000. – 560 с.
5. Шекшня С.В. Управление персоналом современной организации / С.В. Шекшня. – М.: Дело, 1996. – 368 с.
6. Колот А.М. Мотивация персонала: [підручник] / А.М. Колот. – К.: КНЕУ, 2002. – 337 с.
7. Стратегический план развития города Керчь до 2015 года [Электронный ресурс]. – Режим доступа:  
[http://www.kerchrada.gov.ua/004\\_003.asp](http://www.kerchrada.gov.ua/004_003.asp)
8. Подсолонко М.В. Рекреационные кластеры в предпринимательстве: [монография] / М.В. Подсолонко. – Симферополь: ДАЙПИ, 2011. – 222 с.
9. Александрова А.Ю. География туризма: [учебник] / А.Ю. Александрова. – М.: КНОРУС, 2009. – 592 с.

*Поступила в редакцию 01.06.2012 г.*

**Ширай О.С.** Кадрове забезпечення розвитку рекреаційних кластерів м. Керчі та Ленінського району / О.С. Ширай // Ученьє записки ТНУ. Серія: Економіка та управління. – 2012. – Т. 25 (64), № 2. – С. 205-211.

Проаналізовано кадровий потенціал міста Керч та Ленінського району. Доведена необхідність участі наукових і освітніх установ регіону в діяльності туристичного кластеру. Окреслені основні перспективи функціонування структури туристичного кластера.

**Ключові слова:** туристсько-рекреаційний ресурсний потенціал, туристичний кластер, кваліфікований персонал, управління персоналом

**Shyray O.S.** Skilled providing of development of recreational clusters of Kerch and Lenin district / O. Shyray // Uchenye zapiski TNU. Series: Economy and management. – 2012. – Vol. 25 (64), № 2. – P. 205-211.

Analysing of skilled potential of city Kerch and Lenin district. The necessity of participation of scientific and educational establishments of region is proved for activity of tourist cluster. The basic prospects of functioning of such structure of tourist cluster are outlined. Basic directions of functioning of such structure of tourist cluster are delineated.

**Keywords:** tourist and recreational resource potential, tourist cluster, skilled personnel, management a personnel

## СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ

**Бурдюг Наталья Владимировна**, старший преподаватель кафедры «Учет и аудит», Крымский экономический институт ГВУЗ «Киевский национальный экономический университет им. Вадима Гетьмана»; 95015, г. Симферополь, ул. Севастопольская 21/4, e-mail: natashaburdyug@gmail.com

**Василенко Валентин Александрович**, доктор экономических наук, профессор кафедры менеджмента и маркетинга Таврического национального университета имени В.И. Вернадского; 95007, г. Симферополь, проспект Академика Вернадского, 4, e-mail: valentin-vasilenko@yandex.ru

**Видякина Мария Николаевна**, кандидат экономических наук, ассистент кафедры мирового хозяйства и международных экономических отношений Института международных отношений Киевского национального университета имени Тараса Шевченко; 04119, Киев, ул. Мельникова 36/1, к. 313, e-mail: carcajada@ukr.net

**Горбачёв Владимир Александрович**, старший преподаватель кафедры «Учет и аудит», Крымский экономический институт ГВУЗ «Киевский национальный экономический университет им. Вадима Гетьмана»; 95015, г. Симферополь, ул. Севастопольская 21/4, e-mail: vladimir12gor@gmail.com

**Гуля Юлія Володимирівна**, аспірант Житомирського національного агроекологічного університету, м. Житомир, 10008, м. Житомир, Старий бульвар, 7, тел. 37-49-31, e-mail: ecos@znau.edu.ua

**Добровольская Оксана Петровна**, кандидат географических наук, доцент кафедры государственного и регионального управления Таврического национального университета им. В.И. Вернадского; 95007, г. Симферополь, проспект Академика Вернадского, 4, e-mail: orgrets@mail.ru

**Зинченко Ольга Анатольевна**, кандидат экономических наук, доцент кафедры менеджмента Донецкого института железнодорожного транспорта; 83018, г. Донецк, ул. Горная 6, ДонИЖТ, e-mail: ol-zinchenko@mail.ru

**Кертова Карина Арсеновна**, студентка факультета управления Таврического национального университета им. В.И. Вернадского; 95007, г. Симферополь, проспект Академика Вернадского, 4, e-mail: kertova@mail.ru

**Козлов Владислав Сергеевич**, старший преподаватель кафедры менеджмента Донецкого института железнодорожного транспорта Украинской государственной академии железнодорожного транспорта; 83004, г. Донецк, ул. Артема, 184, e-mail: e651-11@mail.ru

**Куницын Сергей Владимирович**, кандидат экономических наук, докторант кафедры менеджмента и маркетинга Таврического национального университета имени В.И. Вернадского; 95007, г. Симферополь, проспект Академика Вернадского, 4, e-mail: srch@mail.ru

**Мабнала Жильберт**, кандидат экономических наук, доцент кафедры экономики и организации предприятий АПК НУБиП Украины «КАТУ»; 95492, г. Симферополь, пос. Аграрное, 12, e-mail: gilmabiala@mail.ru

**Нехай Виктория Васильевна**, кандидат экономических наук, доцент кафедры финансов, менеджмента и банковского дела экономико-гуманитарного факультета в г. Мелитополе Запорожского национального университета; 72319, г. Мелитополь, Запорожская обл., ул. Кирова, 160 а, e-mail: dflbv63@bk.ru

**Пилипенко Андрій Анатолійович**, доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри бухгалтерського обліку Харківського національного економічного університету; 61166, м. Харків, пр. Леніна, 9а, e-mail: aapil@ukr.net

**Пилипенко Любомир Николаевич**, доцент кафедры учета и анализа Национального университета „Львовская политехника”; 79013, ул. С. Бандеры, 12, г. Львов, e-mail: lpylupenko@ukr.net

**Подсолонко Владимир Андреевич**, доктор экономических наук, профессор, заведующий кафедрой менеджмента и маркетинга Таврического национального университета имени В.И. Вернадского; 95007, г. Симферополь, проспект Академика Вернадского, 4, e-mail: podsolon@crimea.edu

**Подсолонко Елена Адольфовна**, доктор экономических наук, профессор кафедры менеджмента и маркетинга Таврического национального университета имени В.И. Вернадского; 95007, г. Симферополь, проспект Академика Вернадского, 4, e-mail: podsolon@crimea.edu

**Подсолонко Максим Владимирович**, кандидат экономических наук, младший научный сотрудник НИЧ Таврического национального университета имени В.И. Вернадского; 95007, г. Симферополь, проспект Академика Вернадского, 4, e-mail: mpodsolonko@gmail.com

**Пушкарева Елена Викторовна**, доцент кафедры менеджмента и маркетинга Таврического национального университета им. В.И. Вернадского; 95007, г. Симферополь, проспект Академика Вернадского, 4, e-mail: dontsova.elena@mail.ru

**Пушко Руслан Алексеевич**, аспирант, ассистент кафедры финансов Луганского национального университета имени Тараса Шевченко; 91011, г. Луганск, ул. Оборонная, 2, e-mail: firelion@poisk.lg.ua

**Ращенко Анастасія Вікторівна**, аспірант Житомирського національного агроєкологічного університету, м. Житомир, 10008, м. Житомир, Старий бульвар, 7, e-mail: basyania@rambler.ru.

**Резникова Наталия Владимировна**, кандидат экономических наук, доцент кафедры мирового хозяйства и международных экономических отношений Института международных отношений Киевского национального университета имени Тараса Шевченко; 04119, г. Киев, ул. Мельникова 36/1, к. 313, e-mail: r\_nv@ukr.net

**Скоробогатова Татьяна Николаевна**, доктор экономических наук, профессор кафедры менеджмента предпринимательской деятельности Таврического национального университета имени В.И. Вернадского; 95007, г. Симферополь, проспект Академика Вернадского, 4, e-mail: stn57@mail.ru

**Сметанко Александр Васильевич**, кандидат экономических наук, доцент, заведующий кафедрой «Учет и аудит» Крымского экономического института ГВУЗ «Киевский национальный экономический университет им. Вадима Гетьмана»; 95015, г. Симферополь, ул. Севастопольская 21/4, e-mail: smetanko@mail.ru

**Сорокина Елена Степановна**, старший преподаватель кафедры «Учет и аудит», Крымского экономического института ГВУЗ «Киевский национальный экономический университет им. Вадима Гетьмана»; 95015, г. Симферополь, ул. Севастопольская 21/4, e-mail: sorokina-elena-step@yandex.ru

**Твердохлебов Николай Иванович**, кандидат исторических наук, доцент кафедры менеджмента внешнеэкономической деятельности Таврического национального университета им. В.И. Вернадского; 95007, г. Симферополь, проспект Академика Вернадского, 4, e-mail: tverdohlebov-nikolay@rambler.ru

**Ткачова Світлана Сергіївна**, кандидат економічних наук, доцент, докторант кафедри менеджменту організацій Харківського державного університету харчування та торгівлі; 61051, м. Харків, вул. Клочківська, 333, e-mail: tkacheva-s@mail.ru

**Храпко Владимир Николаевич**, к.б.н., доцент, докторант кафедры менеджмента и маркетинга Таврического национального университета им. В.И. Вернадского; 95007, Симферополь, проспект Академика Вернадского 4, e-mail: vkhrapko@yahoo.com

**Циганок Володимир Миколайович**, кандидат економічних наук, доцент кафедри маркетингу Житомирського національного агроекологічного університету; м. Житомир, 10008, м. Житомир, Старий бульвар, 7, e-mail: ecos@znau.edu.ua

**Шамсутдинова Фериде Фаридовна**, студентка 4 курсу спеціальності «Учет и аудит» Кримського економічного інституту ГВУЗ «Київський національний економічний університет ім. Вадима Гетьмана»; 95015, г. Симферополь, ул. Севастопольская, 21/4.

**Ширай Ольга Степановна**, старший преподаватель кафедры учет и аудит Керченского государственного морского технологического университета; 98309, г. Керчь, ул. Орджоникидзе, 82, e-mail: oshine@list.ru

**Ярмоленко Наталья Викторовна**, старший преподаватель кафедры менеджмента Донецкого института железнодорожного транспорта Украинской государственной академии железнодорожного транспорта; 83004, г. Донецк, ул. Артема, 184, e-mail: e651-11@mail.ru

## СОДЕРЖАНИЕ

<b>Бурдюг Н.В.</b> Удосконалення методики бухгалтерського обліку операцій з надходження, використання та регенерації бальнеогрязьових виробничих запасів.....	3
<b>Василенко В.А.</b> Реализация стратегии развития предприятий сферы услуг на основе кластера.....	10
<b>Горбачёв В.О.</b> Визначення методики проведення аудиту виробничих витрат.....	23
<b>Добровольская О.П.</b> Обоснование направлений финансового обеспечения инновационного развития регионов.....	30
<b>Зінченко О.А.</b> Формування концепції управління інвестиційними процесами регіону на основі системного підходу.....	42
<b>Козлов В.С., Ярмоленко Н.В.</b> Формування засад конкурентоспроможності регіонів з урахуванням можливостей інформатизації залізничної галузі.....	48
<b>Куніцин С.В.</b> Методологія розбудови організаційного механізму розвитку туристично-рекреаційних підприємств.....	55
<b>Мабиала Жильберт</b> Проблемы и перспективы повышения эффективности производства продукции скотоводства в аграрных формированиях сакского района.....	63
<b>Нехай В.В.</b> Контроль ринкової ситуації маркетинговими організаціями.....	75
<b>Пилипенко А.А.</b> Збалансована система показників як інструмент стратегічного управління розвитком потенціалу та привабливості туристично-рекреаційного кластеру.....	82
<b>Пилипенко Л.М.</b> Баланс як інформаційне джерело управління капіталом підприємства.....	90
<b>Подсолонко В.А., Подсолонко Е.А., Подсолонко М.В.</b> Государственные инициативы по развитию в Украине информационного общества.....	96
<b>Пушкарева Е.В., Кертова К.А.</b> Факторы, препятствующие развитию электронной коммерции в Украине.....	109



<b>Пушко Р.О.</b>	
Страховання як один із видів державної підтримки сільського господарства в умовах членства України в СОТ.....	112
<b>Резнікова Н.В., Відякіна М.М.</b>	
Концептуальні засади дослідження природи валютних криз.....	116
<b>Скоробогатова Т.Н.</b>	
Развитие логистических сервисных систем в туризме.....	125
<b>Сметанко О.В.</b>	
Удосконалення методики внутрішнього аудиту операцій з фінансовими інвестиціями.....	132
<b>Сорокіна О.С., Шамсутдінова Ф.Ф.</b>	
Аналіз собівартості туристського продукту та шляхи її зниження.....	144
<b>Твердохлебов Н.И.</b>	
Страновые риски Украины и стран СНГ в оценке журнала Euromoney ....	156
<b>Ткачова С.С.</b>	
Сучасна концепція стійких конкурентних переваг підприємства: інтеграція та збалансування наукових підходів.....	160
<b>Храпко В.Н.</b>	
Общая методология принятия инвестиционных решений.....	169
<b>Циганок В.М., Гуля Ю.В., Ращенко А.В.</b>	
Дослідження ефективності використання складових комплексу маркетингу виробників курятини .....	193
<b>Ширай О.С.</b>	
Кадровое обеспечение развития рекреационных кластеров Керчи и Ленинского района.....	205
Сведения об авторах.....	212
Содержание.....	216