

Журнал основан в 1918 г.

УЧЕНЫЕ ЗАПИСКИ
ТАВРИЧЕСКОГО НАЦИОНАЛЬНОГО
УНИВЕРСИТЕТА им. В. И. ВЕРНАДСКОГО

Научный журнал

Том 21 (60). 1
Серия «Экономика»

Таврический национальный университет им. В. И. Вернадского, Симферополь, 2008

ISSN 1606-3715

Свидетельство о регистрации – серия КМ № 534
от 23 ноября 1999 года

Редакционная коллегия журнала:

Багров Н. В. - главный редактор журнала
Бержанский В. Н. - заместитель главного редактора
Ена В. Г. - ответственный секретарь

Редакционный совет серии «Экономика»

Подсолонко В. А. доктор экономических наук, профессор (редактор серии)
Апатова Н. В. доктор педагогических наук, профессор
Ефремов А. В. доктор экономических наук, профессор
Крамаренко В. И. доктор экономических наук, профессор
Кудряшов А. П. доктор экономических наук, профессор
Нагорская М. Н. доктор экономических наук, профессор
Наливайченко С. П., доктор экономических наук, профессор
Никитина М. Г. доктор географических наук, профессор
Новиков Ю. Н. доктор экономических наук, профессор
Унковская Т. Е. доктор экономических наук, профессор

**Печатается по решению Ученого совета факультета управления,
протокол № 11/07-08 от 25 июня 2008 г.**

"Учюние запіскі Таврічского національного універсітета ім. В. І. Вернадского"

Науковий журнал. Том 21 (60). № 1. Серія "Економіка".
Сімферополь, Таврійський національний університет ім. В. І. Вернадського, 2008
Журнал заснований у 1918 р.

Адреса редакції: пр. Академіка Вернадського, 4, м. Сімферополь, 95007
Надруковано у інформаційно-видавничьому відділі Таврійського національного університету
ім. В. І. Вернадського. пр. Академіка Вернадського, 4, м. Сімферополь, 95007

© Таврический национальный университет, 2008 г.

Подписано в печать 30 июня 2008 г. Формат 70x100 ¹/₁₆
18,6 усл. п. л. 25,5 уч.-изд. л. Тираж 500. Заказ № 271.
Отпечатано в информационно-издательском отделе ТНУ.
пр. Академіка Вернадського, 4, г. Симферополь, 95007

УДК 339.174:338.465.4

ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ РЕГИОНОВ УКРАИНЫ НА РЫНКЕ ВЫСТАВОЧНО-ЯРМАРОЧНЫХ УСЛУГ

Акопян О.А., Бузни А.Н.

Приведена характеристика рынка выставочно-ярмарочных услуг в Украине. Проведен анализ размещения данных услуг по регионам Украины. Выполнена попытка выявления тенденций в развитии выставочно-ярмарочных услуг и их зависимости от факторов экономического и социального развития региона. Сделаны выводы о недостаточной роли государственных и региональных органов управления в регулировании рынка выставочных мероприятий в Украине.

Ключевые слова: выставочно-ярмарочные услуги, государственное регулирование, позиционирование регионов, диалог потребителей, производителей и посредников

В условиях развития регулируемой рыночной экономики особое значение приобретает система продвижения товаров и услуг, создание в регионах благоприятной среды для развития выставочно-ярмарочной деятельности, как эффективного средства продвижения региона в целом и катализатора его развития. Выставочно-ярмарочная деятельность является территорией для предметного диалога основных субъектов рынка, встречи спроса и предложения, потребителей, производителей и посредников и поэтому требует к себе пристального внимания.

Вопросам организации торгово-промышленных выставок-ярмарок посвящены как отечественные, так и зарубежные публикации. Эти вопросы рассматривали такие ученые и практики как Критсотакис Я., Олвуд Дж., Монтгомери Б., Фридман С. Выставочно-ярмарочному менеджменту посвящены работы Александровой Н., Алексеева С., Сорокиной Е., Петелина В., Филоненко И. Что касается украинских научных публикаций, то среди них специальных исследований, посвящённых выставочно-ярмарочной деятельности практически нет. В Украине до сих пор не хватает структурированной информации о выставочно-ярмарочной деятельности. Налицо недооценка её как фактора развития экономики регионов.

Целью статьи является рассмотрение рынка выставочно-ярмарочных услуг Украины с точки зрения распределения этих услуг по регионам Украины и по видам услуг.

Анализируя данные Совета по вопросам выставочной деятельности при Кабинете Министров Украины об общей динамике развития рынка выставочно-ярмарочных услуг в Украине (табл. 1), следует отметить её нестабильность и отсутствие синхронности в тенденциях изменений отдельных характеризующих этот рынок параметров. Так, если общая застроенная площадь организаторов выставок возросла в 2005 году на 37%, а в 2006 - на 25%, то при этом общая площадь выставочных центров увеличилась соответственно только на 2,5% и 3,4%. При общей тенденции некоторого увеличения количества проводимых выставочных мероприятий (в 2005 г. на 7,4%, а в 2006 – на 1,2%) произошло снижение в 2005 г. количества отдельных субъектов выставочной деятельности на 3,8%, количества участников выставочных мероприятий – на 7,8% и количества посетителей выставочных мероприятий – на 2,7%.

То есть говорить о каком-то позитивном регулировании данных процессов, об эффективности тех или иных изменений пока не приходится.

Таблица 1
Динамика основных показателей выставочно-ярмарочной деятельности в Украине

Показатели	годы		
	2004	2005	2006
Количество отдельных субъектов выставочной деятельности - всего	131	126	135
из них:			
организаторы выставок	116	110	118
выставочные центры	15	16	17
Количество проведенных выставочных мероприятий - всего	1019	1094	1107
из них:			
выставки	453	572	566
ярмарки	564	522	541
Общая застроенная площадь организаторов выставок, тыс.м ²	899	1231	1540
Общая выставочная площадь выставочных центров, тыс.м ²	198	203	210
Количество участников выставочных мероприятий, лиц	72006	66376	74082
Количество посетителей выставочных мероприятий, тыс.лиц	10101	9834	11891

Согласно данным Выставочной федерации Украины по состоянию на декабрь 2007 года, на выставочном рынке Украины работают 135 организаторов. Ежегодно они проводят около 1100 мероприятий в 35 городах. Общий объем выставок по Украине – около 1500 тыс. м² чистой площади, количество компаний-участников в 2007 году - около 75 тыс., посетителей - 11 млн. человек.

Распределение выставочных мероприятий по регионам (рис. 1) также свидетельствует о крайне неравномерном участии регионов в выставочно-ярмарочной деятельности. Наибольшее их количество сосредоточено в столице Украины, затем следуют Одесская и Николаевские области, в восьми областях и в Автономной Республике Крым количество таких мероприятий не достигает 100 в год, а незначительное их количество отмечается как в западных регионах, так и в ряде центральных и в одном восточном.

Следует сказать, что в этой неравномерности не просматривается какая-либо логическая закономерность, кроме разве того, что выставочные мероприятия концентрируются в столичном городе, где сосредоточены центральные органы средств массовой информации, пересекаются информационные потоки крупных производителей, инвесторов, потребителей, посредников. Активность же выставочно-ярмарочной деятельности других регионов Украины практически

**ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ РЕГИОНОВ УКРАИНЫ НА РЫНКЕ
ВЫСТАВОЧНО-ЯРМАРОЧНЫХ УСЛУГ**

оказывается вне зависимости от уровня экономической деятельности, культурной, от численности населения региона и т.п.

Представляется целесообразным более детальное рассмотрение позиционирования выставочно-ярмарочных услуг регионов Украины (табл. 2).

Приведенные данные, во-первых, свидетельствуют о крайне незначительной поддержке выставочных мероприятий со стороны государственных органов и бюджета. Бюджетное финансирование отдельных мероприятий осуществляется только в Киеве, Харькове и АР Крым. В ряде других регионов подобные мероприятия бюджетом финансируются лишь частично, наряду с коммерческими вложениями. При этом особенно не велико участие местных органов управления, что совершенно не логично, если принимать во внимание, что выставочно-ярмарочная деятельность удовлетворяет в первую очередь региональные интересы, способствует экономическому и социальному развитию охватываемых ею территорий, активизирует инновационную деятельность участников выставочно-ярмарочных мероприятий. Иначе говоря, содействует решению насущных региональных проблем.

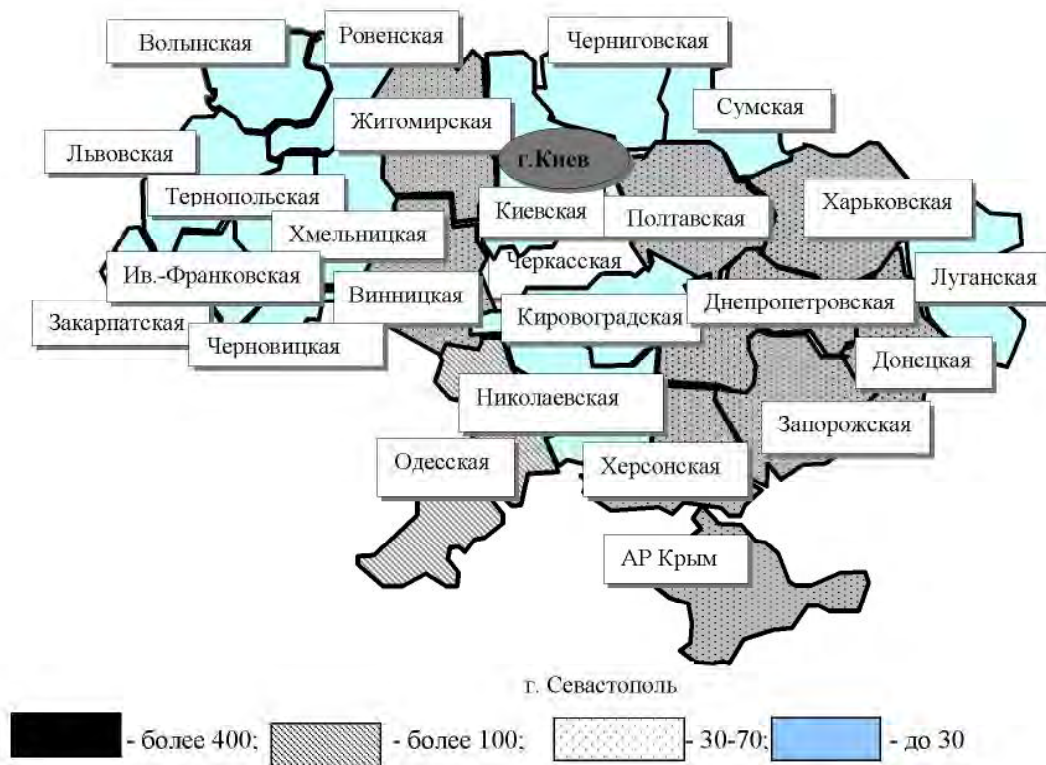


Рис. 1. Распределение количества выставочных мероприятий по регионам Украины в 2006 году

Анализ выставочных мероприятий по их статусу как раз и показывает, что они носят преимущественно региональный и межрегиональный характер (не принимая во внимание г. Киев, где отдаётся предпочтение международным мероприятиям, что естественно для столичного города). В то же время значительное количество международных выставок, проводимых во Львовской и Одесской областях, не имеющих особых отличий от других областей, может свидетельствовать о субъективных факторах определения их статуса.

Таблица 2
Характеристика рынка выставочных мероприятий в Украине в 2006 г.

Регионы, в которых зарегистрированы организаторы выставок	Валовой региональный продукт на душу населения в фактических ценах, грн.	Проведено выставочных мероприятий всего	По источникам финансирования				По статусу					
			госбюджет	местный бюджет	коммерческая деятельность	Смешанные источники	всемирных	международных	национальных с участием фирм		межрегиональных	региональных
									только отечественных	отечественных и зарубежных		
Украина	9372	1107	9	1	1073	25	–	155	214	157	510	72
АР Крым	6460	39	1	–	39	–	–	1	2	–	37	–
Винницкая	5966	32	–	–	27	5	–	–	1	–	27	4
Волынская	6285	7	–	–	7	–	–	–	–	–	7	–
Днепропетровская	11909	56	–	–	56	–	–	1	17	4	34	–
Донецкая	12490	42	–	1	40	1	–	4	6	6	26	–
Житомирская	5554	39	–	–	39	–	–	–	–	–	39	–
Закарпатская	5373	2	–	–	–	2	–	1	–	–	1	–
Запорожская	10683	61	–	–	61	–	–	1	–	–	50	10
Ивано-Франковская	6916	9	–	–	9	–	–	–	–	–	9	–
Киевская	8673	3	–	–	3	–	–	–	–	–	–	3
Кировоградская	6394	18	–	–	18	–	–	–	–	–	13	5
Луганская	8131	8	–	–	8	–	–	–	–	–	–	8
Львовская	6657	23	–	–	21	2	–	17	–	2	3	1
Николаевская	7801	28	–	–	28	–	–	1	2	–	16	9

**ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ РЕГИОНОВ УКРАИНЫ НА РЫНКЕ
ВЫСТАВОЧНО-ЯРМАРОЧНЫХ УСЛУГ**

Продолжение таблицы 1

Одесская	8619	126	–	–	126	–	–	13	30	33	49	1
Полтавская	11574	39	–	–	37	2	–	–	2	1	36	–
Ровенская	6269	9	–	–	9	–	–	–	–	–	9	–
Сумская	6497	24	–	–	24	–	–	–	–	1	23	–
Тернопольская	4603	3	–	–	3	–	–	–	–	–	3	–
Харьковская	9025	44	3	–	40	1	–	2	16	8	18	–
Херсонская	5713	37	–	–	33	4	–	–	–	–	13	24
Хмельницкая	5764	10	–	–	10	–	–	–	–	–	10	–
Черкасская	6681	6	–	–	6	–	–	–	–	–	6	–
Черновицкая	4654	6	–	–	6	–	–	–	–	–	6	–
Черниговская	6474	24	–	–	21	3	–	–	–	2	19	3
г. Киев	28780	406	5	–	396	5	–	113	135	98	56	4
г. Севастополь	7452	6	–	–	6	–	–	1	3	2	–	–

Отсутствие всемирных выставочных мероприятий на территории Украины лишний раз свидетельствует, во-первых, об отсутствии соответствующей поддержки государственных органов управления, и, во-вторых, об их локальном характере. Но особенно интересным представляется отсутствие какой-либо корреляции между уровнем экономического развития региона (представленный в таблице показателем валового регионального продукта на душу населения) и выставочными мероприятиями. Попытки выявить какие-либо тенденции в развитии выставочно-ярмарочных услуг в зависимости от экономического и социального развития регионов с использованием метода статистических группировок и кластерного анализа не выявили объективных факторов развития выставочной деятельности, что, с нашей точки зрения, объяснимо относительной неразвитостью в Украине данной формы продвижения товаров к потребителю.

Выводы

1. На сегодняшний день выставочно-ярмарочная деятельность носит в Украине бессистемный нерегулируемый со стороны государства характер, что не позволяет ей эффективно выполнять функцию катализатора экономического развития региона.

2. Выставочно-ярмарочная деятельность, в сущности которой заложена её региональная направленность, менее всего в настоящее время поддерживается региональными органами управления, что снижает эффективность её влияния на экономический рост региона.

3. Проблемы выставочно-ярмарочной деятельности, практически не отражаемые в информационных сборниках государственной статистики, не

достаточно рассматриваются в научной литературе и требуют обстоятельных научных исследований.

Список литературы

1. Климчук С.В. Финансовые аспекты политики антикризисного управления // Экономика, теория та практика - N 211 - ДНУ - 2006 - с. 743-748. - 0,3 п.л. - (ИФ - 0,1).
2. Миллер Стив. «Как использовать торговые выставки с максимальным эффектом». Издательский дом Довгань, Москва, 1998 г.
3. Никитина М.Г., Кузнецов М.М. Основы международной экономической деятельности Украины. Учебное пособие.- Симферополь: Таврида, 2006. - 297 с. - 22,5 п.л.
4. Акопян О.А., Калькова Н.Н., Бузні А.Н. Выставочно-ярмарочные услуги как фактор интенсификации экономики региона // Вісник Хмельницького національного університету. – 2007.- Т. 3 / Економічні науки. – С. 83-87.

Поступила в редакцию 30.05.2008 г.

Акопян О.А., Бузні А.М. Позичіонування регіонів України на ринку виставково-ярмаркових послуг // Вчені записки ТНУ. Серія: Економіка, 2008. – Т. 21 (60). – № 1. – С. 3-8.

Приведено характеристику ринку виставково-ярмаркових послуг в Україні. Проведено аналіз розміщення даних послуг по регіонах України. Виконано спробу виявлення тенденцій у розвитку виставково-ярмаркових послуг і їхньої залежності від факторів економічного і соціального розвитку регіону. Зроблено висновки про недостатню роль державних і регіональних органів керування в регулюванні ринку виставкових заходів в Україні.

Ключові слова: виставково-ярмаркові послуги, державне регулювання, позиціонування регіонів, діалог споживачів, виробників і посередників.

Akopyan O.A., Bouzni A.N. Positioning of Ukraine regions in the exhibition and fair services market // Uchenye zapiski TNU. Series: Economy, 2008. – Vol. 21 (60). # 1. – P. 3-8.

Characteristics of the exhibition and fair services market in Ukraine are outlined as well as analysis of displacement of the services in the Ukrainian regions. An attempt to reveal the trend in the development of the exhibition and fair services and their dependence on the economical and social factors of the region development is made. The lack of sufficient state and regional authorities support in regulation of the exhibition market activity in Ukraine is discussed in conclusion.

Key words: exhibition and fair services, government regulation, positioning of regions, dialogues between customers, producers and agents.

УДК 658:338.45

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ И УСТОЙЧИВОСТЬ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ РЫБОПЕРЕРАБАТЫВАЮЩИХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Белощенко Я.А., Василенко В.А.

В статье изложены сущность экономической безопасности предприятия рыбохозяйственного комплекса и методы ее интегральной количественной оценки. Определены границы зон безопасного и эффективного развития предприятий.

Ключевые слова: предприятие, экономическая безопасность, рыбное хозяйство, устойчивость

Существует множество угроз безопасному функционированию и устойчивому развитию предприятий в рыночной среде. Появление угроз даже по отдельным составляющим деятельности субъекта хозяйствования (локальные угрозы) может представлять собой серьезную проблему существования предприятий. При этом даже небольшие и маловероятные угрозы, могут создать критическую по последствиям ситуацию, которая может характеризоваться неоднозначными составляющими и методами разрешения возникшего кризиса. Следовательно, возникает проблема оценки экономической безопасности предприятий (ЭБП).

Анализ последних публикаций [1, 2, 3, 4] показывает, что ЭБП обычно отождествляется с риском своего развития в зависимости от целей производства, средств и возможностей их достижения, конкурентной среды и условий хозяйствования. При этом вопросам пороговых значений, «критической массы» безопасного развития предприятий уделяется мало внимания, а проблемы количественного определения безопасности для специфических предприятий рыбохозяйственного комплекса вообще не рассматривались. Поэтому, *целью настоящей работы* является обоснование и разработка (совершенствование) метода определения границ безопасности и интегрального количественного показателя устойчивости развития предприятия.

Для каждого рыбоводящего предприятия, занятого рыбным промыслом эта задача является сложнейшей в силу большой неопределенности, которая объясняется, в первую очередь, объективными факторами, независимыми от желаний и потребностей добывающих предприятий. Проще обстоит вопрос с перерабатывающими предприятиями отрасли, сырье для которых промысловыми предприятиями (на основе закона больших чисел) в период путины будет поставляться сравнительно равномерно.

Применительно к специфике рыбоперерабатывающих предприятий и в соответствии с фактическими и нормативными значениями его технико-экономических показателей следует выделить следующие основные критерии (индикаторы) безопасного развития:

1. Рыночные: доля рынка; удовлетворенность потребителя.

2. Производственные: реальный уровень загрузки производственных мощностей и реализация продукции; стабильность производственного процесса (ритмичность).

3. Финансовые: фактический и необходимый объем инвестиций (для поддержания и развития потенциала); планируемая и фактическая рентабельность производства.

4. Социальные: уровень оплаты труда по отношению к среднему показателю по промышленности или экономике в целом; удовлетворенность персонала.

Для определения состояния ЭБП примем за основу принципиальный подход, предложенный в работе [1], несколько модернизированный нами. Условия функционирования и развития предприятия можно характеризовать как:

а) нормальное, когда все индикаторы экономической безопасности (ЭБ) находятся в пределах пороговых значений, а степень использования имеющейся мощности близка к технически обоснованным нормативам загрузки оборудования и площадей;

б) предкризисное, когда превышает барьерное значение хотя бы одного из индикаторов ЭБ, а другие приближаются к некоторой окрестности своих граничных значений и при этом не были утрачены условия и результаты производства путем принятия к угрозам мер предупредительного характера;

в) кризисное, когда превышает барьерное значение большинства основных индикаторов ЭБ (по мнению экспертов) и появляются признаки спада производства и частичной утраты составляющих элементов мощности вследствие исчерпания ресурсов;

г) критическое, когда нарушаются все (или почти все) барьеры, отделяющие нормальное и кризисное состояния развития производства, а утрата потенциала предприятия становится неизбежной и неотвратимой.

Для определения пороговых оценок ЭБП примем: пусть P_i – система показателей ЭБ ($i = 1, \dots, m$);

$p_{i\bar{0}}$ – пороговое (барьерное) нормализованное значение показателя P_i .

Изменение значений индикатора P_i происходит в диапазоне $0 < x_i < 1$ и эти значения для каждого приведенного состояния определяются соотношениями:

$$\begin{aligned} \text{а) } x_{in}, & \text{ если } (1+s)p_{i\bar{0}} < x_i < 1, \\ \text{б) } x_{in\bar{k}}, & \text{ если } p_{i\bar{0}} < x_i < (1+s)p_{i\bar{0}}, \\ \text{в) } x_i = x_{ik}, & \text{ если } (p_{i\bar{0}} < x_i < (1-s)p_{i\bar{0}}, \\ \text{г) } x_{ikp}, & \text{ если } 0 < x_i < (1-s)p_{i\bar{0}}, \end{aligned} \quad (1)$$

где s – окрестность барьерного значения показателя, принимающая значение, допустим, $s = 0,15$;

возможные состояния предприятия обозначено следующим образом: n – нормальное, $in\bar{k}$ – предкризисное, k – кризисное, kp – критическое.

При этом условимся, что:

- все отклонения нормированы относительно значения показателей нормального функционирования предприятия, принятых за единицу;

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ И УСТОЙЧИВОСТЬ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ РЫБОПЕРЕРАБАТЫВАЮЩИХ ПРЕДПРИЯТИЙ

- пороговые значения индикаторов ЭБ и значения показателей фактического состояния производства предприятия исчисляются долями единицы.

Тогда, например, норматив использования производственной мощности при полной ее загрузке в стационарном режиме работы предприятия будет равен единице, а пороговое значение индикатора для критического уровня ЭБ – 0,5, при этом фактическое использование мощности – 0,25.

Если, к примеру, взять показатели загрузки мощностей керченского рыбобконсервного завода ООО «Южная мануфактура «Пролив», то его фактическая мощность хотя и растет в последние годы, однако в значительной мере недоиспользуется (коэффициент загрузки составляет 0,70-0,77). Низка и рентабельность предприятия. Годовая рентабельность в 2005 – 2007 гг. колеблется в пределах двух процентов¹. Следовательно, перед заводом стоит задача поиска такого объема заказов (недостающего объема финансирования), который выведет предприятие на более высокий уровень объема производства. При этом заметим, что в катастрофическом (убыточном) состоянии находятся буквально все рыбодобывающие предприятия керченского региона, ведущие промысел в акватории Азово-Черноморского бассейна.

Очевидно, что поддержание работоспособности и живучести предприятия в современных условиях должно основываться на постоянном росте коммерческой составляющей деятельности промысловых предприятий (особенно в период межсезонья), что будет способствовать, во-первых, минимизации зависимости от внешних инвестиций и, во-вторых, относительно постоянной во времени загрузки персонала и основных средств. При этом необходимо учитывать возможности структурной трансформации и дифференциации производства, продуктов и услуг для эффективной загрузки мощностей предприятия, улучшения его финансово-экономического положения и повышения устойчивости, выживаемости и конкурентоспособности.

Завоевание новых рынков для дифференцированной продукции необходимо не только для покрытия дефицита финансирования, но и доведения его до нормальных пороговых значений критериев ЭБП. Учитывая, что появление и воздействие угроз сложный динамический и детерминированный процесс с каузальными связями событий, происходящих во внешней и внутренней среде организации, то оценка ЭБ должна осуществляться также в динамике. Иначе говоря, речь идет о постоянном мониторинге функционирования и развития предприятия с целью упреждающего принятия необходимых мер защиты и противодействия [5].

Задачи мониторинга заключаются в следующем:

- в оценке состояния и динамики развития производства предприятия и выявлении деструктивных тенденций процессов этого производства;
- в определении причин, источников, характера, интенсивности воздействия угроз на потенциал производства и прогнозирование последствий;
- в принятии решений по противодействию угрозам предприятия и его функциональным направлениям деятельности.

¹ Сведения получены из официальных отчетных данных указанного предприятия

Мониторинг должен выполняться непрерывно и отдельным специальным лицом (подразделением) предприятия во взаимодействии со всеми заинтересованными лицами (службами). Для его проведения необходимо соответствующее методическое, организационное и техническое обеспечение.

Мониторинг осуществляется в следующей последовательности:

1. Выбор и идентификация объекта мониторинга.
2. Уточнение системы критериев (индикаторов) по оценке ЭБП с учетом специфики его функционирования.
3. Сбор и анализ информации по состоянию объекта мониторинга.
4. Выделение угроз и фактическая оценка ущерба (при его наличии).
5. Разработка управленческих решений по ликвидации угроз.
6. Оценка стабильности (устойчивости) работы объекта мониторинга.
7. Выявление факторов, характеризующих перспективные направления устойчивого развития предприятия.
8. Моделирование и разработка видения и сценариев развития предприятия.
9. Расчет технико-экономических показателей работы предприятия на прогнозный период.
10. Проведение анализа показателей ЭБП.
11. Разработка предложений по предупреждению и нейтрализации будущих угроз экономической безопасности предприятия.

Важнейшими этапами приведенной последовательности, требующих детализации и пояснений, на наш взгляд являются четвертый и шестой этапы.

Наиболее простая методика оценки количественной величины ущерба от возникающих угроз предлагается В.В. Шлыковым [6]. Методика основана на расчете коэффициента ущерба (K_y), величина которого позволяет принять решение о более эффективной защите собственных экономических интересов. Для расчета коэффициента ущерба используются следующие данные:

- фактические убытки, Z_{cy} ;
- затраты на снижение убытков, Z_{cy} ;
- затраты на возмещение убытков, Z_{by} .

Сумма этих величин характеризует действительную величину потерь, $\Pi_{дв}$:

$$\Pi_{дв} = Z_{cy} + Z_{cy} + Z_{by} \quad (2)$$

Соотношение действительной величины потерь и собственных ресурсов предприятия представляет собой коэффициент ущерба:

$$K_y = \frac{Q}{\Pi_{дв}}, \quad (3)$$

где Q – объем собственных ресурсов.

Для реализации шестой позиции изложенной последовательности ЭБП необходим соответствующий инструмент (интегральный показатель или коэффициент стабильности), который удовлетворял бы следующим условиям:

- наличие четко фиксированных граничных условий;

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ И УСТОЙЧИВОСТЬ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ РЫБОПЕРЕРАБАТЫВАЮЩИХ ПРЕДПРИЯТИЙ

- сопоставимость одновременных оценок уровня ЭБ одного предприятия, а также разных предприятий отрасли;
- простота и доступность методики расчета, которая базировалась бы на учетных (отчетных или статистических) данных, ее универсальность.

Таким требованиям может отвечать подход, предложенный российским исследователем А.С. Баркановым [3]. Этот подход разработан для строительных предприятий, но, тем не менее, его идея с определенной модернизацией, выполненной нами применима и для субъектов хозяйствования рыбохозяйственной отрасли.

Оценка устойчивости предприятий основывается на сравнении экономических выгод и экономических затрат. Под экономическими выгодами здесь понимается увеличение настоящих и будущих денежных потоков, а под экономическими затратами – уменьшение настоящих и будущих денежных потоков.

Изменение конъюнктуры рынка, конкуренция и внутренние и внешние факторы различной природы могут привести к изменению устойчивости предприятия. Поэтому устойчивость следует рассматривать как каузальное и системное, а не случайное явление [5].

Теоретически условие устойчивости предприятия, по мнению автора, можно выразить следующим, в принципе логичным, неравенством:

$$D - Z - (F + I) > 0, \quad (4)$$

где D – доход от реализации продукции;

Z – затраты на производство продукции;

F – фискальные платежи в бюджет и плата за кредиты;

I – сумма инвестиций на развитие.

Модель содержит все денежные потоки и отражает три составляющие деятельности, по которым принимаются управленческие решения: инвестиционную, производственную и финансовую. Инвестиционную деятельность характеризуют существующая инвестиционная база, новые инвестиции, изъятие вложений, которые более не являются необходимыми; производственную – переменные и постоянные издержки, объем реализации продукции и цена; финансовую – прибыль, собственный капитал, дивиденды, проценты по кредитам, долгосрочная задолженность и потенциал, который создается для инвестирования развития.

Органичное единство всех трех видов деятельности, по мнению автора, обеспечивает необходимые и достаточные условия экономической устойчивости организаций.

Однако, проведенный нами анализ показал, что формула (2.4) справедлива для условий постфактум, т.е. проверки состояния предприятия за некий прошлый период и она не срабатывает при планировании

Для надежного достижения намеченных целей и определения динамики рассматриваемого показателя предлагается модификация предложенной А.С. Баркановым оценки устойчивости предприятия (формула 2.4) для рыбохозяйственной отрасли.

Успех работы предприятий рыбодобывающей отрасли в огромной степени (во всяком случае, в большей, чем в промышленности и даже в строительстве) зависит от погодных, промысловых, сезонных и других специфических условий, что влечет за собой возможные сбои в работе по технологическим переделам производства продукции. Поэтому, считаем целесообразным включить корректирующие коэффициенты для первых двух слагаемых D и Z формулы (2.4), после чего, эта формула примет вид:

$$D_k - Z_\mu - (\Phi + И) > 0, \quad (5)$$

где k – коэффициент ожидаемого понижения планируемой доходности, принимаемый индивидуально для каждого предприятия и каждого сезона на основе мониторинга и ожидаемого успеха (неудачи);

μ – коэффициент ожидаемого повышения затрат ввиду сложной предсказуемости результатов лова рыба, инфляции и других противодействующих факторов.

Колебания коэффициента k по нашим данным может происходить в пределах $1 \geq k > 0,9$, а в пределах $1 \leq \mu < 1,1$. Включение этих коэффициентов, по нашему мнению, создают своеобразный «запас прочности» в направлении достижения поставленной цели, повышает реалистичность создаваемых планов. Этот подход заимствован из теории надежности систем, надежность которых достигается двумя путями: резервированием времени и ресурсов производства, а также дублированием [7].

Для определения влияния факторов на достижение поставленных целей по каждому выбранному индикатору целесообразно разработать систему сбалансированных показателей, и определить их значения, при которых производственно-финансовая деятельность предприятия будет иметь максимальную устойчивость. Интегральный показатель устойчивости предприятия можно будет получить на основе ранжирования факторов и установления каузальных связей между факторами и характеризующими их индикаторами.

Таким образом, под устойчивостью предприятия следует понимать его успешное функционирование при достаточности потенциала развития организации и его эффективного использования для нейтрализации внешних воздействий и факторов дестабилизации путем реактивных и упреждающих мер реструктуризационного управленческого характера.

Для оценки устойчивости анализируемые показатели, по нашему мнению, должны соответствовать следующим требованиям:

- экономической обоснованности и объективности;
- возможности формализации численного расчета;
- конкретности и однозначности толкования получаемых результатов;
- согласованного изменения показателей взаимосвязанных групп во времени.

При соблюдении данных требований возможен свод единичных показателей устойчивости предприятия в интегральный, например, по принципу средневзвешенных сумм критериев [3].

**ЭКОНОМИЧЕСКАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ И УСТОЙЧИВОСТЬ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ
РЫБОПЕРЕРАБАТЫВАЮЩИХ ПРЕДПРИЯТИЙ**

1. Исходные данные по предприятию представляются в виде набора векторов A_i :

$$A_i = (a_{i1}, \dots, a_{iN_i}), \quad (6)$$

где i – номер группы показателей, относящихся к определенному фактору, влияющему на устойчивость;

N_i – число анализируемых показателей в i – й группе.

2. За нормативное значение показателей B_i , целесообразно принять наилучшее значение для совокупности предприятий отрасли в динамике за определенный промежуток времени (T лет). Число T определяется динамичностью макроэкономической среды для предприятий отрасли и может составлять 2-3 года.

3. Стандартизация показателей в группах может быть осуществлена по формулам:

$$\gamma_{ij} = \frac{a_{ij}}{b_{ij}}, \quad (7)$$

или

$$\gamma_{ij} = \frac{b_{ij}}{a_{ij}}, \quad i = 1, \dots, I; \quad j = 1, \dots, N_i \quad (8)$$

Коэффициент ij определяет степень достижения анализируемым предприятием наилучшего значения j -го показателя в i -ой группе для совокупности предприятий отрасли. Формула (7) применяется для показателей, рост которых сопровождается улучшением интегрального показателя устойчивости, а формула (8) – в противном случае.

4. Интегральный показатель устойчивости предприятия определяется по формуле:

$$Y = \sum_i \sum_j a_i b_{ij} \gamma_{ij}, \quad (9)$$

где Y – устойчивость предприятия;

i – коэффициент относительной важности i -ой группы показателей;

ij – коэффициент относительной важности j -го показателя в i -ой группе;

ij – коэффициент соотношения значения j -го показателя i -ой группы предприятия с аналогичным показателем передовых предприятий отрасли, определяемый по формулам (7) или (8).

Значения коэффициентов относительной важности i и ij определяются экспертным путем по усредненным оценкам значений, получаемых от экспертов.

На основе мнений экспертов были получены количественные характеристики коэффициентов относительной важности каждого показателя, входящего в состав 4-х ранее приведенных групп. С учетом полученных значений коэффициентов интегральный показатель устойчивости (9) принимает следующий вид:

$$Y = 0,17 (0,57\gamma_{11} + 0,43\gamma_{12}) + 0,36 (0,71\gamma_{21} + 0,29\gamma_{22}) + 0,26 (0,57\gamma_{31} + 0,43\gamma_{33}) + 0,21 (0,72\gamma_{41} + 0,28\gamma_{42}),$$

где 0,17; 0,36; 0,26; 0,21 – коэффициенты относительной важности групп показателей (рыночные, производственные, финансовые и социальные);

0,57; 0,43; 0,71; 0,29; 0,57; 0,43; 0,72; 0,28 – коэффициенты относительной важности показателей в составе групп.

γ_{11} – доля рынка;

γ_{12} – удовлетворенность потребителя;

γ_{21} – реальный уровень загрузки производственных мощностей (реализация) продукции;

γ_{22} – стабильность производственного процесса (ритмичность).

γ_{31} – фактический и необходимый объем инвестиций (для поддержания и развития имеющегося потенциала);

γ_{32} – планируемая и фактическая рентабельность производства.

Эффективность бизнес-процессов:

γ_{41} – уровень оплаты труда по отношению к среднему показателю по отрасли;

γ_{42} – удовлетворенность персонала.

Для интерпретации интегрального показателя устойчивости рыбоперерабатывающего предприятия предлагается следующая градация:

$0,9 < U < 1$ – Зона высокой устойчивости;

$0,65 < U < 0,9$ – Зона нормальной устойчивости;

$0,45 < U < 0,65$ – Зона неустойчивого (критического) положения;

$U < 0,45$ – Зона кризисного экономического положения.

Приведенная градация разработана на основе методики, изложенной в работе Е.С. Стояновой [8]. Как показывает практика, предложенные границы зон устойчивости являются достаточно стабильными.

В этой связи большое значение имеет постоянный мониторинг интегрального показателя устойчивости, что позволяет сформулировать обоснованные выводы о траектории изменения рыночной позиции рыбоперерабатывающего предприятия и об ослаблении или, наоборот, росте устойчивости. Модель определения интегрального показателя устойчивости приведена на рис. 1.

Определение данного показателя оценки устойчивости предприятия предполагает анализ совокупности всех мероприятий, осуществление которых влечет за собой стабильность производственных процессов и непосредственно влияет на безопасность жизнедеятельности и развитие предприятий рыбодобывающей отрасли.

Учитывая, что предприятие функционирует в конкретной среде (см. рис. 1), оно не только зависит от ее компонентов и суммарного воздействия, но и в состоянии направлять свое воздействие на нее [5]. Это взаимодействие на приведенном рисунке (см. рис. 1) показано фигурными стрелками: воздействие среды – сплошной стрелкой; воздействие предприятия – пунктирной. Предприятие на среду воздействует выпускаемой продукцией, активным (агрессивным) маркетингом, ценами, своим влиянием на рынок и контрагентов.

**ЭКОНОМИЧЕСКАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ И УСТОЙЧИВОСТЬ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ
РЫБОПЕРЕРАБАТЫВАЮЩИХ ПРЕДПРИЯТИЙ**

Рассмотренный подход, как и любой метод по законам диалектики кроме преимуществ, имеет и свои недостатки, главным из которых является относительная громоздкость и трудоемкость получения результатов.

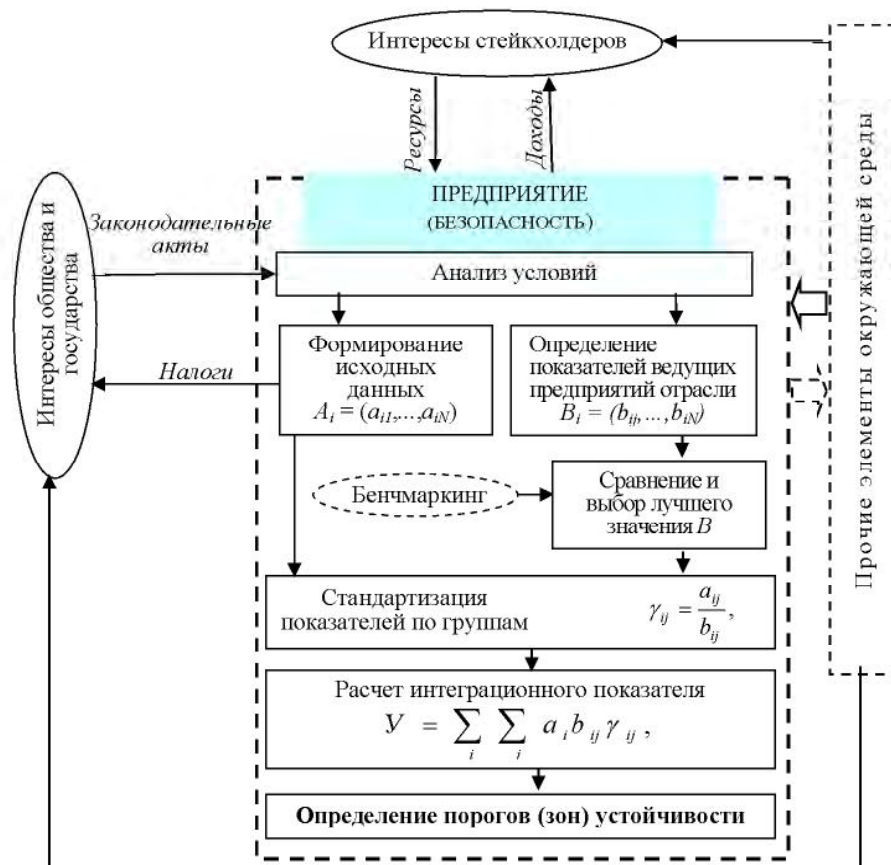


Рис. 1. Модель определения интегрального показателя устойчивости

Поэтому, данный метод следует сочетать с подходом, предложенным в работе [5], который позволяет практически мгновенно оценивать ход производства работ с помощью следующей формулы:

$$K_{уст} = \frac{O_{\phi}}{O_{\Pi}}, \quad (10)$$

где $K_{уст}$ – степень устойчивости протекания производственного процесса;
 O_{ϕ} – фактические отклонения параметров производственного процесса от планового показателя;

O_d – допустимое отклонение от плана, при котором считается, что процесс протекает относительно стабильно и предприятие в состоянии достичь намеченных целей по данному показателю (предприятия устанавливают самостоятельно).

В случае превышения заданных пределов устойчивость рекомендуется детально рассматривать с помощью предложенного подхода (рис. 1).

Таким образом, изложенные методы и инструментарий диагностики состояния предприятия позволяют с достаточной полнотой исследовать комплекс факторов, угрожающих экономической безопасности предприятия, осмысленно и целенаправленно организовать и выполнить необходимый мониторинг, системно анализировать динамично меняющуюся социально-экономическую ситуацию, проводить технико-экономическое обоснование принимаемых управленческих решений.

Список литературы

1. Бендиков М.А. Экономическая безопасность промышленного предприятия в условиях кризисного развития // Менеджмент в России и за рубежом. – 2000. – №2. С. –27 – 35.
2. Гапоненко В. Ф., Беспалько А. А., Власков А. С. Экономическая безопасность предприятия. Подходы и принципы. – М.: Изд-во: Ось-89. – 2007 – 208 с.
3. Барканов А.С. Оценка экономической устойчивости строительного предприятия <http://www.stroi.ru/tsch/d928dr400789m428.html> 17. 09.08
4. Жизнь и смерть организаций. http://biznesinkubator.ru/nachalo/2006/10/30/articles_622.html.
5. Василенко В.А. Диагностика устойчивого развития предприятий. Монография – К.: ЦУД, 2006. – 187 с.
6. Шильков В. Экономическая безопасность предприятия // Риск. – 1999. – №5. – С. 21 – 27.
7. Василенко В.О. Антикризисное управління підприємством: Навч. посібник. Вид. 2-ге, виправл. та доповн. – К.: ЦНД, 2005. – 504с.
8. Стоянова Е.С. Финансовый менеджмент: теория и практика /учебник. – М.: Издательство: "Перспектива", 2006 г. – 656 с.

Поступила в редакцию 30.05.2008 г.

Белощенко Я.А., Василенко В.О. Економічна безпека і стійкість функціонування рибопереробних підприємств // Вчені записки ТНУ. Серія: Економіка, 2008. Т. 21 (60). № 1. С. 9-18
У статті викладені суть економічної безпеки підприємств рибогосподарського комплексу і методи її інтегральної кількісної оцінки. Визначені межі зон безпечного і ефективного розвитку підприємств.
Ключові слова: підприємство, економічна безпека, рибне господарство, стійкість

Beloushenko Ya.A., Vasilenko V.A. Economic security and stability of functioning of fish economy enterprises // Uchenye zapiski TNU, Series: Economy, 2008. – Vol. 21 (60), # 1. – P. 9-18.
In the article expounded essence of economic security enterprise of fish economy complex and methods of its integral quantitative estimation. The scopes of areas of safe and effective development of enterprises are certain.

Key-words: enterprise, economic security, fish economy, stability.

УДК 378.6:332.155:06.051(477)

ОРГАНИЗАЦИЯ МЕЖДУНАРОДНЫХ ПРОЕКТОВ КАК СПОСОБ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ВУЗОВ УКРАИНЫ

Бессонова А.С.

В статье рассматривается важность управления проектами в развитии международных связей и внешнеэкономической деятельности вуза. Международные образовательные проекты как комплексная организационная структура в рамках университетов способствуют повышению качества образовательных услуг в Украине.

Ключевые слова: управление проектами, качество образования, международное сотрудничество, внешнеэкономическая стратегия вуза.

Постановка проблемы. Внешнеэкономическая деятельность вузов различных стран заключается в развитии международных связей в области образования, в осуществлении совместных проектов по научно-исследовательским и образовательным программам. Необходимо отметить тот факт, что высшее образование в Украине на сегодняшний день не является конкурентоспособным, то есть уступает уровню образования развитых стран и не признается пока европейским сообществом. Выходом из этой ситуации, безусловно, является приближение высшего образования в Украине к европейским параметрам.

Актуальность статьи обусловлена значимостью образовательного вектора в сфере международной деятельности украинских вузов, а также необходимостью рассмотрения различных форм – ее реализации. Присоединение Украины к Болонскому процессу в настоящее время позволяет повысить качество образования и способствует мобильности студентов и преподавателей. Кроме того, уровень профессиональной подготовки студентов повышается благодаря применению опыта работы, полученного во время практики на европейских предприятиях.

Цель данного исследования – актуализация знаний и опыта посредством участия в международных образовательных проектах.

Теоретическую основу статьи составляют работы зарубежных исследователей – Макнамары Д., Харриса Р., Бреннана Д., Дэвиса Б., Эллисона Л., Бенниса У., Нануса Б., Мориса М., в которых маркетинг образовательных услуг рассматривается в связи с проблемами международного сотрудничества в образовании.

Практическая значимость проведенного исследования связана с описанием опыта работы в проекте MAPOW (Швейцария), приобретенного автором с сентября 2007 года по июль 2008 года, а также с выявлением механизмов и условий реализации данной образовательной программы.

Из обозначенной цели вытекают важные, на наш взгляд, задачи: 1) анализ опыта отдельных европейских стран в процессе интеграции систем образования; 2) определение важности проведения международных проектов украинскими вузами; 3) сопоставление схемы проекта с организационной структурой предприятия; 4) повышение мотивации украинских студентов в участии в международных программах.

Для осуществления цели и задач нами были применены методы системного анализа, а также методы переноса определенных элементов управления предприятиями на сферу образования, то есть на систему управления международным проектом в рамках университета. Данный перенос предполагает применение тех методов и инструментов управления проектом, которые аналогичным образом используются на предприятиях: сравнение организационных структур обоих видов деятельности, а также описание факторов мотивации руководителей и участников проекта, например, персонала.

В современной научной литературе отмечается, что проекты такого типа вносят серьезный вклад в развитие международной деятельности университета и связаны с участием в программах двустороннего и многостороннего обмена студентами, аспирантами и научно-педагогическими работниками [1].

Рассматривая проект как объект деятельности вуза и как временное усилие, предпринятое для создания уникального продукта или услуги, мы отметили, что организация и проведение программ студенческого обмена между университетами разных стран представляет собой крупный проект, имеющий определенную структуру. Необходимо отметить, что образовательная программа – это комплекс образовательных услуг, нацеленный на изменение образовательного уровня и/или профессиональной подготовки потребителя и обеспеченный соответствующими ресурсами образовательной организации. Образовательная программа и есть тот товар, с которым вуз выходит на рынок [3]. Данная структура предполагает определенные этапы реализации проекта, которые наглядно отображены на рис. 1.

При планировании проекта, прежде всего, должна быть четко установлена цель, которая связана с предоставлением студентам возможности учиться в университете и работать на предприятии Западной Европы в течение определенного времени. Определение цели сопровождается выявлением параметров и ограничений по имеющимся ресурсам. Данная стадия предполагает решение о том, сколько участников готов принять университет в запланированный период времени. На последующей стадии международный проект, реализуемый в рамках университета, разбивается на этапы по его осуществлению. В каждой фазе осуществления проекта планируются мероприятия и определяются задачи, которые должны быть выполнены в четко установленные сроки определенными участниками. На одном из последних этапов назначается количественный и качественный состав исполнителей проекта, а также отбираются участники и лица, ответственные за проект. После определения руководящего состава рассчитывается бюджет. Безусловно, по окончании последнего этапа подводятся итоги по реализации проекта, которые в письменной форме предоставляются руководству Университета. На заключительном этапе проводится окончательный контроль полученных

**ОРГАНИЗАЦИЯ МЕЖДУНАРОДНЫХ ПРОЕКТОВ КАК СПОСОБ ПОВЫШЕНИЯ
ЭФФЕКТИВНОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ВУЗОВ УКРАИНЫ**

результатов, предлагаются различные методы и рекомендации по улучшению координации проекта на будущее.

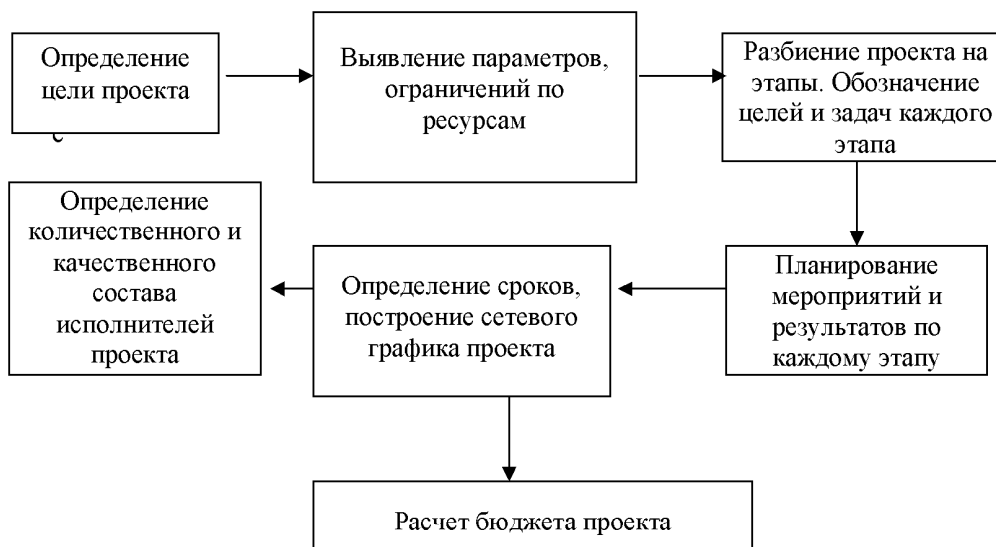


Рис. 1. Этапы реализации международного проекта в рамках вуза

В последнее время в университетах Западной Европы наблюдается тенденция переноса ответственности за реализацию крупных университетских проектов с руководителей вуза на самих студентов, которые проводят проект по обмену иностранными студентами. Это дает студентам возможность на раннем этапе учебы в вузе руководить проектом не только теоретически, но и на практике, и, следовательно, развивать умение управлять ресурсами (человеческими, финансовыми, производственными).

Так, в Университете Сан-Галлен (Швейцария) существует множество проектов по осуществлению обменных программ. Проект MAPOW (Management-Ausbildungs-Projekt-Ost-West), существующий при университете Сан-Галлен уже 19 лет, занимается ежегодной программой обмена студентами факультетов экономики и менеджмента из Восточной Европы. В рамках данного проекта студенты восточноевропейских вузов (прежде всего, университетов Украины, России, Казахстана, Узбекистана, Армении, Сербии) один семестр учатся в университете, выбирая учебные курсы по программе *бакалавр* или *магистр*, затем сдают экзамены и в течение второго полугодия проходят пятимесячную практику на одном из предприятий Швейцарии. Таким образом, данный проект имеет определенную временную характеристику: длится 10 месяцев, и за это время ставит цель – дать студентам возможность расширить базу знаний, полученных в университетах своих

стран и приобрести опыт работы в крупных компаниях. При этом руководство международного отдела Университета Сан-Галлен поручает реализацию проекта студентам швейцарского вуза.

Самостоятельно распределяя между собой должностные обязанности, студенческая группа представляет собой своего рода „предприятие“, состоящее из нескольких отделов. Сравнение организационной структуры предприятия и структуры руководства проекта можно проиллюстрировать двумя схемами (см. рис. 2, рис. 3), которые позволяют установить сходство двух структур и общие элементы управления предприятием и международным проектом.

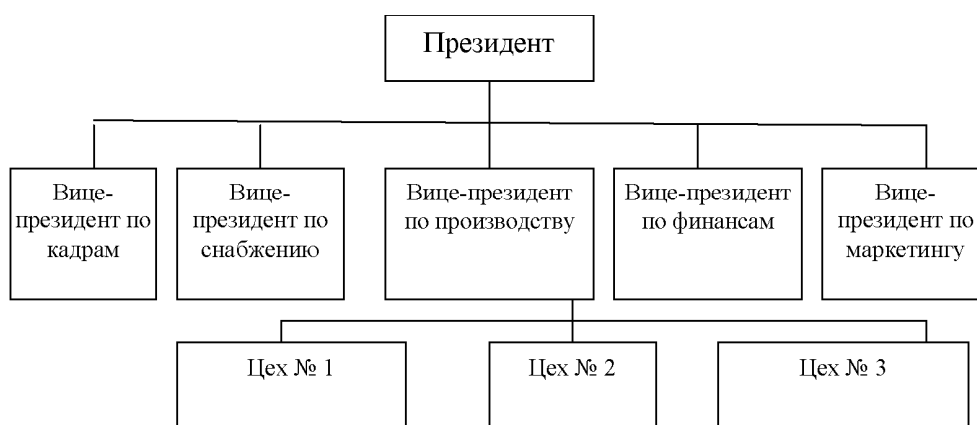


Рис. 2. Функциональная структура управления предприятием

Как и любой начальник отдела на предприятии, руководители проекта МАРОВ выполняют определенные функции и задания. Так, например, координатор проекта, прежде всего, ставит цель согласования и точного исполнения обязанностей руководителями различных областей проекта. Здесь важно отметить перенос центра внимания на окружение проекта – на его участников с тем, чтобы соответствующим образом и своевременно реагировать на происходящие в проекте изменения.

Интересным является тот факт, что тема управления мультинациональными командами в последние десятилетия стала предметом внимательного изучения специалистами в области менеджмента. Несмотря на то, что студенты, будучи ответственными за проект, не имеют достаточного профессионального опыта работы с подобными командами, перед ними стоит цель эффективного управления мультинациональной группой студентов. Кроме того, совместные цели и общие интересы, связанные с изучаемой сферой деятельности в университетах разных стран, помогают координатору и руководителям проекта МАРОВ найти индивидуальный подход к каждому участнику, учитывая его культурные и национальные особенности.

Безусловно, проект МАРОВ является некоммерческим и не ставит целью

**ОРГАНИЗАЦИЯ МЕЖДУНАРОДНЫХ ПРОЕКТОВ КАК СПОСОБ ПОВЫШЕНИЯ
ЭФФЕКТИВНОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ВУЗОВ УКРАИНЫ**

получение прибыли. Для мотивации приглашенных студентов проект выплачивает студентам стипендию, сумма которой полностью находится в личном распоряжении стипендиатов.



Рис. 3. Структура управления проектом МАРОВА 2007/2008

В связи с этим в руководстве проекта важную роль занимает руководитель по финансовой части. В его обязанности входит организация своевременной выплаты стипендий, а также составление бюджета на различные мероприятия, в которых принимают участие иностранные студенты в течение своего пребывания в Швейцарии. Составленный бюджет согласовывается с координатором проекта и предлагается Университету к рассмотрению.

Как было отмечено ранее, перед участниками МАРОВА в течение второго полугодия стоит цель прохождения практики на одном из предприятий Швейцарии, что является обязательным условием для участия в проекте. Для осуществления данного вида задач в проекте задействованы два руководителя по контактам с фирмами. Они посещают различные компании, делают презентации проекта для директоров фирм, представляют участников, составляют для студентов рекомендательные письма, опираясь на сильные и слабые стороны иностранных студентов. Руководители по контактам с фирмами имеют нелегкую цель – подобрать для студентов восточноевропейских университетов именно то предприятие, сфера деятельности которого наиболее интересна и перспективна для

будущего практиканта.

Решением вопросов, связанных с системой Университета Сан-Галлен, также занимается специально уполномоченный для этого студент – руководитель проекта по университетским и бюрократическим вопросам. Для этого он знакомит участников проекта MAPOW со структурой Университета, кафедрами, объясняет правила пользования библиотечным каталогом, помогает в выборе и регистрации курсов, по которым предусмотрены экзамены в конце семестра.

Не удивительно, что пребывание в малознакомой стране – процесс более сложный, чем учеба и работа в родном государстве. Для того чтобы у студентов была дополнительная возможность более детально изучить культуру страны, а также улучшить знания иностранного языка, руководитель по культурно-развлекательным мероприятиям регулярно организывает различные события в рамках проекта. Сюда относятся организация поездок по Швейцарии и осмотр достопримечательностей, посещение и проведение концертов, участие студентов в различных праздниках, в том числе национальных, и прочие мероприятия. Мероприятия подобного рода не только дают участникам проекта возможность больше узнать о стране, в которой они будут находиться в течение десяти месяцев, но и мотивируют их учиться в швейцарском университете, стимулируют создавать новые международные контакты, помогают преодолеть барьеры самореализации в стране Западной Европы.

Итак, любой международный проект основан на четкой организационной структуре его руководителей, а данная структура, в свою очередь, представляет сходную по характеристикам и функциям организационную структуру предприятия. Отсюда следует вывод, что любой международный проект, так же, как и эффективно функционирующее предприятие, должен быть тщательно спланирован, а руководители проекта должны координировать эффективную работу, принимая решения по достижению целей, поставленных проектом [2, с. 19].

В целом, анализируя деятельность данного проекта, можно с уверенностью утверждать, что, несмотря на то, что проект является некоммерческим, от его реализации профитируют *четыре* субъекта, непосредственно связанные с MAPOW: студент, руководитель проекта, предприятие и государство. Прежде всего, выгоду извлекает сам студент, получая за десять месяцев пребывания в Швейцарии ценный опыт как учебы в университете, так и работы на европейском предприятии. При этом ему предоставляется возможность изучить культуру страны и выучить как минимум три новых иностранных языка, так как в Швейцарии, в зависимости от региона, официально говорят на четырех языках – немецком, французском, итальянском и ретороманском. Воплощая проект в жизнь, профитируют руководители проекта – каждый по-своему в зависимости от собственных обязанностей. На наш взгляд, несмотря на то, что перед руководителями по контактам с фирмами стоит нелегкая задача найти для участника проекта предприятие, где он будет проходить пятимесячную практику, контакты с различными компаниями Швейцарии являются для руководителей проекта огромной инвестицией на ранней стадии учебы. Уже с первого года обучения руководители имеют отличный шанс лучше изучить интересующую сферу

ОРГАНИЗАЦИЯ МЕЖДУНАРОДНЫХ ПРОЕКТОВ КАК СПОСОБ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ВУЗОВ УКРАИНЫ

деятельности и уже заранее определиться с дальнейшим выбором той области экономики, с которой они хотят связать свою дальнейшую профессиональную жизнь.

С развитием глобализации и интернационализации, наиболее быстрые темпы которых можно наблюдать в последнее десятилетие во всем мире, европейские предприятия желают расширить сферы своей деятельности на рынках Восточной Европы. В соответствии с этим наблюдается тенденция приема на работу иностранных практикантов, тем самым расширяя контакты и определяя потребности новых зарубежных целевых аудиторий. Рациональным фактором в отмеченном аспекте можно также выделить наличие более дешевой рабочей силы в качестве иностранного практиканта.

Кроме того, не только сами участники, руководители и предприятия получают выгоду от реализации международных проектов – от подобных проектов профитирует и государство. Предоставляя иностранным студентам возможность участвовать в „экономике“ государства в рамках предприятия, осуществление проектов университета служит важным условием развития многосторонних связей различных компаний, и вместе с тем фактором улучшения сотрудничества на уровне разных государств [4].

Таким образом, можно сделать **вывод** о том, что международный проект, представляя собой совокупность поставленных задач для достижения конкретной цели и имея четко определенные временные рамки, занимает важное место в развитии международных связей и внешнеэкономической деятельности вуза. Эффективность его реализации обусловлена повышением квалификации выпускников и студентов вуза, приобретением украинским университетом опыта западноевропейского вуза, и, тем самым, повышением конкурентоспособности качества образовательных услуг в вузах Украины.

Список литературы

1. Анализ мировых тенденций развития научно-образовательной деятельности: аналитический обзор / Е. В. Вашурина, Н. В. Дрантусова, Я. Ш. Евдокимова, И. А. Майбуров. – Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2006. – 219 с.
2. Клиффорд Ф. Грей, Эрик У. Ларсон. Управление проектами: практическое руководство/Пер. с англ. – М.: Издательство «Дело и Сервис», 2003. – 528 с.
3. Сагинова О. В. Маркетинг высшего образования: основные понятия, новые тенденции и перспективы // http://www.marketologi.ru/lib/saginova/high_edu.html. – 16.09.2008.
4. Шевченко Д. А. Ситуация на рынке маркетинговых исследований образовательных услуг // <http://www.marketologi.ru/lib/shev/mou.html>. – 16.09.2008.

Поступила в редакцию 30.05.2008 г.

Бессонова Г.С. Організація міжнародних проектів як спосіб підвищення ефективності функціонування вищих навчальних закладів України // Вчені записки ТНУ. Серія: Економіка, 2008. – Т. 21 (60). – № 1. – С. 19-26.

У статті розглядається важливість управління проектами у розвитку міжнародних зв'язків й зовнішньоекономічної діяльності вищого навчального закладу. Міжнародні освітні проекти як комплексна організаційна структура в рамках університетів сприяють підвищенню якості освітніх послуг в Україні.

Ключові слова: управління проектами, якість освіти, міжнародна співпраця, зовнішньоекономічна стратегія вузу.

Bessonova A.S. Management of international projects as a manner of enhancement of efficiency of functioning of Ukrainian higher educational institutions // Uchenye zapiski TNU. Series: Economy, 2008. – Vol. 21 (60). # 1. – P. 19-26.

Topic of the given article is review of importance of project management in development of international relations and foreign economic activity of institution of higher education. International educational projects as complex organizational structure within universities facilitate quality improvement of educational services in Ukraine.

Key words: project management, quality of education, international partnership, foreign economic strategy of higher educational institution.

УДК 338.482:658.589

**СУЩНОСТЬ ИНДУСТРИИ «ТАЙМ-ШЕРА» В ТУРИЗМЕ
И АНАЛИЗ ОСНОВНЫХ ТЕНДЕНЦИЙ РАЗВИТИЯ РЫНКА
СИСТЕМЫ ВЛАДЕНИЯ ОТДЫХОМ**

Вольская Г.К., Меламед И.А.

Определена сущность тайм-шера, основных тенденций его использования на мировом рынке туристических услуг, масштаб использования на отечественном рынке, а также анализ основных проблем и перспектив развития данного бизнеса в Украине.

Ключевые слова: тайм-шер в туризме, система владения отдыхом, рынок туристических услуг.

Постановка задачи. В настоящее время в индустрии туризма тайм-шер является одним из передовых способов расширения выбора путешествий. Не смотря на то, что в Европе данный вид услуг появился ещё в 60х годах прошлого века, в Украине лишь незначительная доля агентств и операторов в сфере туризма используют данную систему организации отдыха. Актуальность данной статьи обусловлена необходимостью применения тайм-шера в туризме с целью повышения эффективности обслуживания на рынке туризма в Украине и расширения ассортимента предлагаемых туристических услуг.

Анализ последних достижений и публикаций. Проблема развития тайм-шера в индустрии туризма и определение эффективности его использования для предприятий туристической отрасли комплексно не исследована. Существенный вклад в изучение данной проблемы внесли Бержаков М.Б. [4], Александрова И.Ю. [2], Браймер Р.А. [3], Чудновский А.Д. [5], Артамонова Е.В. [7]. При этом следует отметить отсутствие единой точки зрения на механизм внедрения тайм-шера в туризме и анализа эффективности его применения.

Цель и задачи статьи. Целью данной статьи является выявление степени эффективности использования тайм-шера в Украине. Задачами статьи являются: определение сущности индустрии тайм-шера, основных тенденций его использования на мировом рынке туристических услуг, уровня использования на отечественном рынке, а также анализ основных проблем и перспектив развития данного бизнеса в Украине.

Timeshare в переводе с английского означает «разделение времени», то есть это собственность, пользование которой ограничено во времени [1, с. 564-565]. Концепция тайм-шера появилась в Европе в 1960-е годы как передовой способ расширения выбора путешествий. Вместо того чтобы бронировать одну или две недели для отдыха на одном курорте из года в год, или приобретать недвижимость для отдыха, тайм-шер предлагает потребителям туристических услуг возможность приобрести право на жильё сроком на одну или несколько недель ежегодно на значительный или бесконечный период.

Купив время на отдых, можно им пользоваться лично, передавать это право третьим лицам или сдавать в аренду. Но если вопрос по поводу того, кто пользуется отдыхом, был выяснен с самого начала, то проблема места и времени на отдых продолжительное время оставалась нерешенной. Рост потребностей владельцев тайм-шера привел к появлению и росту обменных систем, а впоследствии не так давно – к системе очков. Это позволило владельцам варьировать временные рамки тайм-шера, а также обменивать определенное количество недель отдыха в месте, указанном в договоре, на другой курорт внутри обменной системы (свыше 5,400 курортов в более чем 90 странах). Обменные компании часто обеспечивают членам сопутствующие услуги (авиабилеты, аренду авто, страховки) по конкурентоспособным ценам. Популярность обменов привела к появлению нового продукта, часто называемому клубами отдыха, где потребители могут приобрести очки вместо долей в определенном курорте. Такие очки действуют как курортная валюта. Каждый раз, когда потребители хотят воспользоваться своим отдыхом, они выбирают желаемый размер апартаментов, продолжительность, местоположение и расплачиваются очками [2, с. 168-170].

Таким образом, современная концепция тайм-шера обеспечивает отдыхающих уникальной комбинацией обеспеченности и выбора. Обеспеченность реализуется за счёт того, что можно приобрести желаемый отдых на будущее. Выбор обеспечивается возможностью обменять приобретённый отдых посредством либо международных компаний по обмену на другой высококачественный отдых по всему миру, либо посредством клубов системы тайм-шер очков.

Сущность тайм-шера заключается в том, что учредители курортов берут на себя принципиальную ответственность за разработку схемы курорта тайм-шера одновременно с принципами его управления и функционирования. В процессе организации финансирования своего проекта учредители могут подготовить условия по финансированию покупателей. Как только курорт готов к продаже, учредитель должен установить систему защиты прав владельцев тайм-шера в соответствии с выбранной юридической схемой страны, где находится курорт.

В Великобритании, например, существуют две составляющих защиты прав, которые должен подготовить учредитель. К первой части относится составление соглашения об управлении курортом. Это соглашение обеспечивает качественное управление курортом от имени членов. Учредитель также устанавливает способы пополнения бюджета и взаимоотношения между комитетом членов клуба (при наличии такового) и управляющей компанией. Вторая часть относится к взаимоотношениям между владельцами тайм-шера и учредителем. Владельцы тайм-шера обладают правом использовать апартаменты, в отличие от владения апартаментами как таковыми. Юридическое владение осуществляется посредством трастовой компании. Учредитель передаёт все права на собственность в трастовую компанию в обмен на членские сертификаты в каждом апартаменте. С этого момента траст сохраняет и оберегает собственность от имени и по поручению владельцев тайм-шера. Третья сторона, то есть покупатель тайм-шера, получает членский сертификат в обмен на оплату согласно контракту и таковой сертификат даёт право использовать жильё и членство в клубе [3, с. 74-78].

СУЩНОСТЬ ИНДУСТРИИ «ТАЙМ-ШЕРА» В ТУРИЗМЕ И АНАЛИЗ ОСНОВНЫХ ТЕНДЕНЦИЙ РАЗВИТИЯ РЫНКА СИСТЕМЫ ВЛАДЕНИЯ ОТДЫХОМ

Тайм-шер значительно более сложный и дорогостоящий продукт, чем традиционная туристическая путёвка. Потребитель хочет приобретать туристические впечатления, а не сложный продукт. Поэтому маркетинг тайм-шера направлен на то, чтобы потребитель уделит время апробации как тайм-шера, так и высококлассных туристических услуг, которые он предлагает. Для учредителя это важно в связи со значительными объёмами продаж (каждые апартаменты необходимо продать 50 раз, исходя из количества недель в году).

Данная технология эффективна, когда всё сделано профессионально, тем не менее, индустрию в прошлом серьёзно критиковали за использование приёмов давления при продаже, что подрывало имидж индустрии [4, с. 89-95].

Как только курорт введён в эксплуатацию, к его управлению может приступить или комитет владельцев, или специальная управляющая компания, или сам учредитель. Независимо от выбранного пути, управляющая организация будет выставлять ежегодные счета владельцам тайм-шера, которые обычно покрывают расходы на уборку, содержание комплексов общего пользования (таких как теннисные корты, бассейны, и т.п.), вывоз мусора, страховку, налоги и т.п. Устав курорта детально регламентирует права и ответственности владельцев в отношении их прав на занятие жилья.

Управляющие компании работают очень тесно с обменными организациями, чтобы курорт соответствовал единой системе, а также, чтобы обеспечить максимальную гибкость при выборе отдыха на самом собственном курорте или где-либо ещё.

Обмен является составной частью тайм-шер продукта. Обменные компании действуют как брокеры для потребителей. Они обеспечивают владельцам возможность обменять свой тайм-шер на другие условия – на другое время, место или и то, и другое одновременно, при этом не теряя уверенности в том, что они получат другой настолько же высококачественный отдых.

В мире существуют две крупнейшие обменные компании – это Resort Condominiums International (RCI) и Interval International (II). Практически все курорты присоединяются к одной из этих двух организаций. Обычно покупатель тайм-шера автоматически принимается в члены обменной системы при покупке тайм-шера, кроме того обменная компания может действовать как тайм-шер банк. Если владелец тайм-шера решает не воспользоваться своей купленной неделей отдыха, то он может передать (задепонировать) неделю в обменную компанию и впоследствии запросить соответствующую неделю – в другое время и / или на другом курорте, которая в свою очередь предоставлена (задепонирована) другим членом.

Кроме обеспечения своих основных операций по обмену, обменные компании являются мощной силой в поддержании качества во всей индустрии, так как они в состоянии применить наказания к курортам, не соответствующим по качеству. Являясь компаниями, заинтересованными в высокой репутации этого сектора, они находятся на передовой в создании национальных и международных ассоциаций.

Тайм-шер – это очень гибкий способ планирования отдыха. Он уже давно не основывается только на системе отдыха в определённую неделю на определённом

курорте и включает способы использования тайм-шер для различных видов отдыха, в различное время и в различных местах. Это возможно благодаря:

- обменам, которые предоставляются независимой обменной организацией. Можно обменять неделю на другое время и / или другой курорт. На сегодняшний день две крупнейшие компании мира предоставляют огромный выбор курортов для обмена, равно как и возможность отдыха в различное время года.

- очкам, которые практически являются валютой, основанной на ценности тайм-шер недели, её сезона, размера апартаментов и местоположения курорта. Эта ценность в очках может быть использована внутри тайм-шер клуба, который имеет доступ к определённому количеству курортов в различных местах. Кроме того, клуб позволяет отправляться потребителям в более короткие отпуска за счёт ценности тайм-шер недели. Очки всегда должны основываться на тайм-шер неделях, которые являются гарантией курортного жилья внутри системы тайм-шер очков или клуба отдыха. Возможность обмена и система очков позволяют отправляться на отдых, не теряя при этом преимущества владения тайм-шером, обеспечивающим качественный отдых по сегодняшним ценам в будущем [5, с. 126-135].

С 1989 года количество курортов в мире, работающих по этой системе, выросло на 600%, а годовые объёмы продажи — на 300%. Ежегодный доход этих компаний составил более 9,46 миллиардов долл. США. В следующие десятилетие прогнозируется мировой рост дохода в два раза, благодаря повсеместному росту путешествий и туризма. Сегодня насчитывается 6,74 миллиона семей - владельцев тайм-шер по всему миру, из которых свыше полутора миллионов проживают в Европе [6, с. 45-49]. Тайм-шер обеспечивает значительный финансовый вклад в экономику Европы и способствует круглогодичному туризму и занятости населения.

Тайм-шер стал неотъемлемой частью индустрии туризма и путешествий, в которую пришли такие крупнейшие компании гостеприимства и туризма, работающие на Европейском рынке, как Starwood, Marriott, De Vere, TUI, Pierre & Vacances, Thomas Cook и Hilton. Приход таких известных брендов и лидирующих операторов приносит больше надёжности и уверенности потребителям.

Также усиливается сегментация, в связи с тем, что индустрия становится всё более прозрачной в отношении уровней качества - отображая различные уровни качества, имеющиеся в отельном секторе.

На мировом рынке работают пять обменных организаций, курорты тайм-шер есть в 75 странах мира. Европа занимает второе место по развитию этого бизнеса после Америки. Стоимость тайм-шер зависит в большей степени от местоположения, размера апартаментов, сезона. В Европе наиболее высокая концентрация тайм-шер курортов в Испании. Сегодня, по данным независимой исследовательской организации, средняя стоимость Европейского тайм-шер составляет 9900 евро [7].

Кроме стоимости самого тайм-шер необходимо не забывать о ежегодных членских взносах, среди которых:

СУЩНОСТЬ ИНДУСТРИИ «ТАЙМ-ШЕРА» В ТУРИЗМЕ И АНАЛИЗ ОСНОВНЫХ ТЕНДЕНЦИЙ РАЗВИТИЯ РЫНКА СИСТЕМЫ ВЛАДЕНИЯ ОТДЫХОМ

- управленческий сбор. Ежегодный управленческий сбор идёт на поддержание качества жилья и оснащения курорта. Средний управленческий взнос составляет около 300 евро;

- членский взнос, который представляет собой ежегодный взнос, оплачиваемый обменной компанией. Первоначальный взнос часто оплачивается компанией при продаже тайм-шера за покупателя курорта. Все преимущества системы обмена распространяются на владельца тайм-шера пока он поддерживает членство в обменной компании;

- стоимость обмена. Этот сбор оплачивается обменной компанией владельцем тайм-шера, который желает обменять свою неделю на другое жильё в другом курорте и \ или другое время в рамках своего сезона [7].

На данный момент, средняя стоимость членства в среднем Западно-Европейском клубе составляет: в течение пяти лет – 825 долл. США, в течение трех лет – 495 долл. США и 150 долл. США в период до одного года. Обменный потенциал недели зависит от нескольких факторов, одним из которых является сезонность (красный сезон - высокий (лучший) сезон; белый сезон – межсезонье; синий - наименее ценный сезон) [8].

Стоимость обмена зависит также от того, какой это обмен – внутриконтинентальный или межконтинентальный. Есть ещё очень важный, но не особо афишируемый фактор – фактор «качества» курорта, это своего рода градация курортов, напоминающая общепринятую «звёздную» классификацию. Бывают клубы «стандартные», «международной категории» и «золотой короны». Эти категории не являются постоянными, клуб, входивший в «золотую корону» два года назад, на момент прибытия клиента может оказаться похожим на подмосковный пансионат, но это скорее исключение из правил. Клубы очень дорожат этим званием и с гордостью вывешивают сертификаты «золотой короны» на самых видных местах [8].

На территории СНГ тайм-шер появился в начале 90-х годов вместе с первыми финансовыми пирамидами. Параллельно время от времени «филиалы» российских тайм-шер-компаний появлялись и в Украине, но активно начали осваивать наш рынок три-четыре года назад. В России и Украине тайм-шер сразу стал удобным фундаментом для всевозможных афер. После возбуждения целого ряда гражданских и уголовных дел многие компании, продававшие апартаменты по системе тайм-шер, до сих пор скрываются от правоохранительных органов. Многие из них успели самоликвидироваться и переправить средства граждан за границу. Это привело к недоверию потребителей к услугам тайм-шер компаний, что осложнило развитие данной индустрии на отечественном рынке.

Однако, не смотря на трудности и несовершенную нормативно-правовую базу, в данный момент репутация тайм-шер компаний в Украине улучшается и ожидается бум покупок тайм-шера. Уже тысячи семей украинцев и жителей стран СНГ приобрели членство в зарубежных тайм-шер курортах и на протяжении ряда лет успешно пользуются этим отдыхом.

Выводы. На основании проведённого исследования можно сделать вывод об основных преимуществах и недостатках использования тайм-шера в Украине.

Основными преимуществами тайм-шера следует считать:

- высокий уровень проживания и обслуживания;
- возможность переноса недели своего отпуска на последующие годы и, таким образом, увеличения периода отдыха;
- возможность передать за согласованную сумму недели во временное пользование (аренду) маркетинговым компаниям;
- возможность подарить недели или передать по наследству;
- возможность продать недели в будущем;
- решение проблемы приобретения и содержания курорта для своих сотрудников и их семей на предприятиях и организациях;
- проведение отпуска при обеспечении более высокого уровня комфорта и обслуживания по сравнению с традиционными видами отдыха.

Независимые исследования показывают, что более 85% владельцев тайм-шеров довольны своим приобретением [8].

Основными недостатками тайм-шера являются:

- крупные первоначальные вложения;
- отсутствие законодательной базы на такой вид туризма, как тайм-шер, существенно увеличивает риск быть обманутым;
- негативная репутация тайм-шера, сложившаяся в период появления финансовых пирамид.

Одной из основных задач экономической политики Украины в сфере тайм-шера является совершенствование законодательства, регламентирующего развитие туристической отрасли, которое должно охватить три основные задачи:

- защита интересов покупателей или владельцев клубного отдыха;
- организация контроля за деятельностью любых фирм на данном рынке;
- развитие украинских клубных курортов.

Основной толчок развитию тайм-шера в Украине должны осуществить – банковская система (кредитование покупок), страховая система (страхование сделок до их завершения), которые сделают приобретение тайм-шера более привлекательным.

Существующие проблемы в сфере тайм-шера в Украине решаемы, а создание большего количества компаний, предоставляющих данный вид услуг, становится перспективной сферой инвестиционных вложений.

Список литературы

1. Большой глоссарий терминов международного туризма / Под ред. Бержакова М.Б., Никифорова В.И. – СПб.: Издательский торговый дом «Герда», 2005. – 704 с.
2. Александрова И.Ю. Международный туризм. – К., 2002. – 470с.
3. Браймер Р.А. Основы управления и индустрии гостеприимства. – М.: Аспект-Пресс., 2005. – 326 с.
4. Бержаков М.Б. Введение в туризм. – СПб.: Издательский торговый дом «Герда», 2006. – 192 с.
5. Гостиничный и туристический бизнес / Под ред. Чудновского А.Д. – М.: изд. «Эксмо», 2004. – 349 с.
6. Лойко О.Т. Сервисная деятельность. – Донецк, 2007. – 168 с.

**СУЩНОСТЬ ИНДУСТРИИ «ТАЙМ-ШЕРА» В ТУРИЗМЕ И АНАЛИЗ ОСНОВНЫХ
ТЕНДЕНЦИЙ РАЗВИТИЯ РЫНКА СИСТЕМЫ ВЛАДЕНИЯ ОТДЫХОМ**

7. www.rb.ru/inform/56917 - Что такое тайм-шер? Система владения отдыхом. – Контракты. – 2007, – № 4 (43)
8. <http://glavstroycomplex.ua> – Тайм-шер индустрия. Система владения отдыхом.

Поступила в редакцию 30.05.2008 г.

Вольська Г.К., Меламед І.О. Сутність індустрії «тайм-шеру» в туризмі і аналіз основних тенденцій розвитку ринку системи володіння відпочинком // Вчені записки ТНУ. Серія: Економіка, 2008. – Т. 21 (60). – № 1. – С. 27-33.

Визначена сутність тайм-шера, основних тенденцій його використання на світовому ринку туристичних послуг, рівень використання на вітчизняному ринку, а також аналіз основних проблем і перспектив розвитку цього бізнесу в Україні.

Ключові слова: тайм-шер в туризмі, система володіння відпочинком, ринок туристичних послуг.

Volskaya G.K., Melamed I.A. Essence of the "timeshare" industry in tourism and the analysis of the basic tendencies of the rest possession system in market development // Uchenye zapiski TNU. Series: Economy, 2008. – Vol. 21 (60), # 1. – P. 27-33.

The timeshare essence, the basic tendencies of its use in the world tourist services market, scale of use in the domestic market, and also the analysis of the basic problems and prospects of business development in Ukraine is determined.

Key-words: a timeshare in tourism, rest possession system, the tourist services market.

УДК: 331.522.4-058.234.4:631.15/16

**АЛГОРИТМ СОЗДАНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОГО МЕХАНИЗМА
УПРАВЛЕНИЯ ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ ТРУДОВЫХ РЕСУРСОВ В
СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ**

Дементьев М.Ю., Еримизина М.И.

Предлагается разработанная программированная практическая блок-схема алгоритма создания конкурентоспособного механизма управления использованием трудовых ресурсов в сельскохозяйственных предприятиях.

Ключевые слова: алгоритм, механизм, управление трудовыми ресурсами, сельскохозяйственные предприятия.

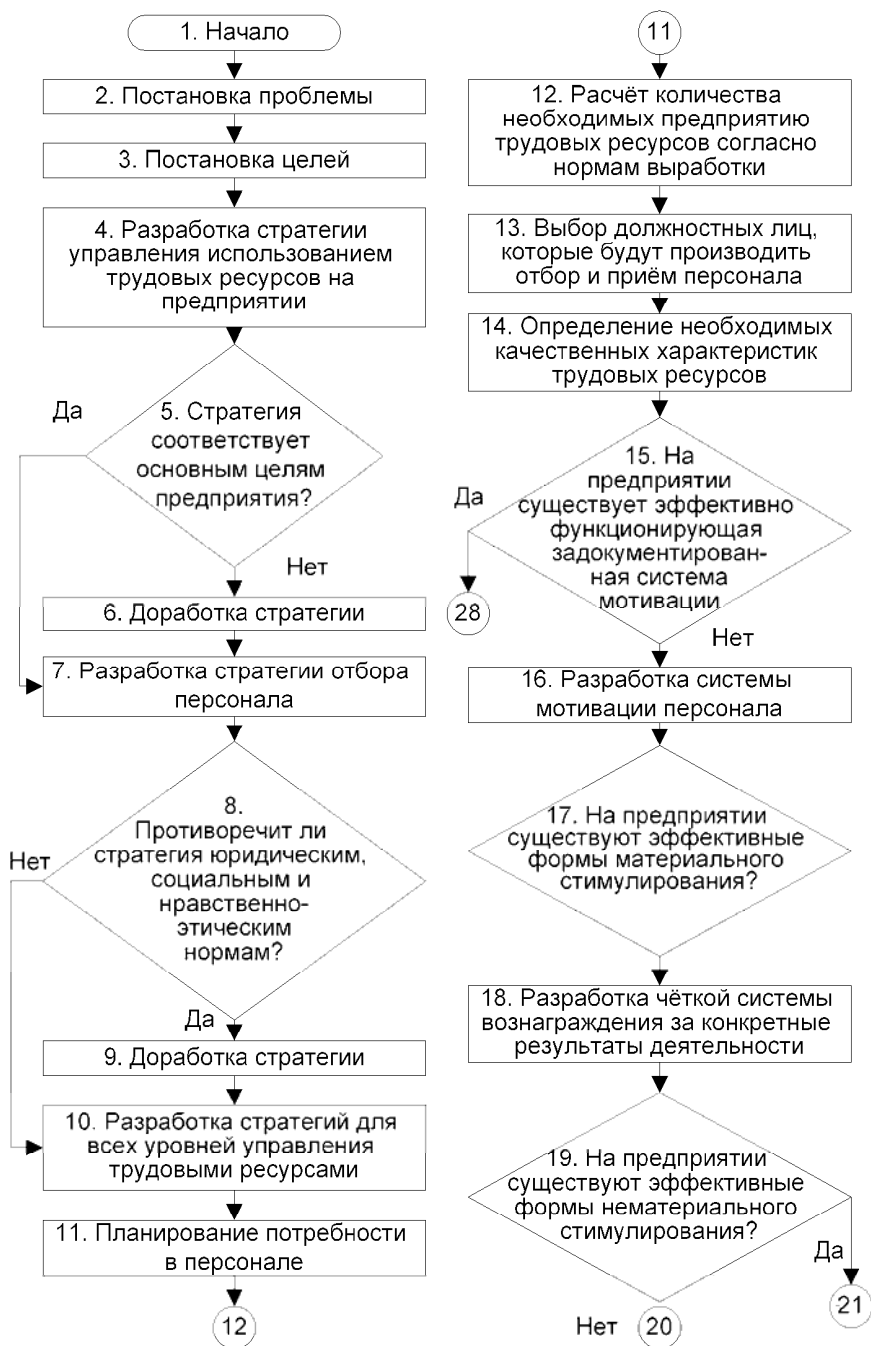
Постановка проблемы. В условиях рынка особенно важно управление человеческими ресурсами и их активной деятельностью. Управление персоналом признаётся одной из наиболее важных сфер жизни организации, способной многократно повысить её эффективность. Несмотря на многочисленные публикации по теме управления трудовыми ресурсами не нашла отражения проблема создания конкурентоспособного механизма управления использованием трудовыми ресурсами в сельскохозяйственных предприятиях.

Целью статьи является разработка, моделирование и программирование процесса создания конкурентоспособного механизма управления использованием трудовых ресурсов в сельскохозяйственных предприятиях.

Анализ публикаций по теме исследования. Проблемы управления использованием трудовых ресурсов рассматривали многие учёные. Беспалов В. А. [1] уделял большое внимание алгоритмизации процессов управления трудовыми ресурсами; Веснин В. Р. [2] обобщал достижения предшествующего и современного развития экономической мысли; Генкин Б. М. [6] освещал теоретические основы анализа трудовых процессов; Есинова Н. И. [3], Иванец В. М. [4], Крамаренко В. И. [5], Черемисина С. Г. [9], Кибанов А.Я.[8] – теория управления трудовыми ресурсами, методология формирования системы управления персоналом, оценка результатов управленческой деятельности, Щёкин Г. В. [10] - цель, задачи принципы, формы и методы кадрового менеджмента как системы управления человеческими ресурсами.

Изложение основного материала. Для того, чтобы эффективно управлять трудовыми ресурсами в сельскохозяйственных предприятиях необходимо создать целостный научнообоснованный механизм, который будет учитывать интересы, как отдельного работника, рабочего коллектива, так и предприятия в целом (рис. 1).

**АЛГОРИТМ СОЗДАНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОГО МЕХАНИЗМА УПРАВЛЕНИЯ
ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ ТРУДОВЫХ РЕСУРСОВ В СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫХ
ПРЕДПРИЯТИЯХ**



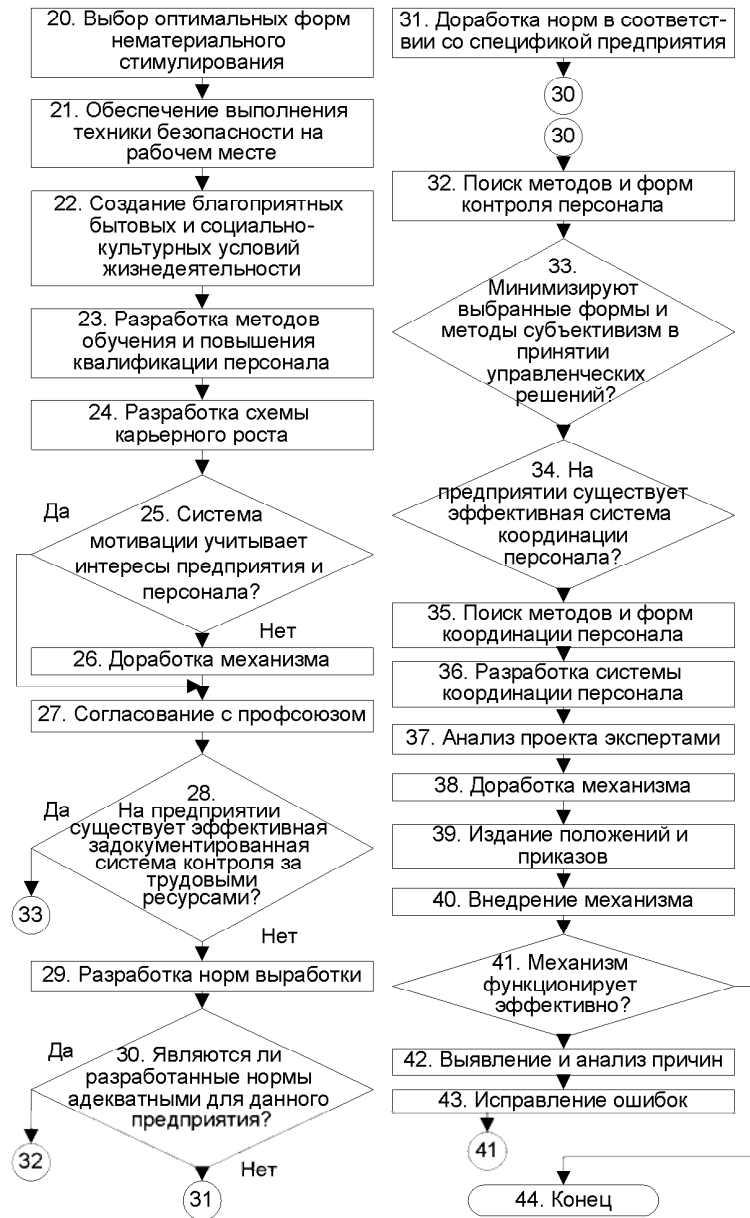


Рис. 1. Алгоритм создания эффективного механизма управления использованием трудовых ресурсов

**АЛГОРИТМ СОЗДАНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОГО МЕХАНИЗМА УПРАВЛЕНИЯ
ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ ТРУДОВЫХ РЕСУРСОВ В СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫХ
ПРЕДПРИЯТИЯХ**

Создание такого механизма следует начать с постановки проблемы. Проблемы для каждого отдельного предприятия индивидуальны, и чем точнее будет определена проблема, тем легче её будет устранить. С учётом выявленных проблем составляются цели, которых организация хочет достигнуть.

Когда определены проблемы и поставлены цели, начинается разработка стратегии управления использованием трудовых ресурсов на предприятии. Прежде всего, данная стратегия должна соответствовать общей стратегии предприятия и включать в себя стратегии отбора и обучения персонала.

Необходимым условием функционирования стратегии является её непротиворечивость юридическим, социальным и моральным нормам, в противном случае она нуждается в доработке.

На следующем этапе разрабатываются стратегии для всех уровней управления трудовыми ресурсами на предприятии, начиная с руководителя предприятия и заканчивая бригадирами и их помощниками.

Следующим этапом является планирование потребности в персонале. Для этого согласно нормам выработки по планируемым затратам труда рассчитывается количество необходимых предприятию трудовых ресурсов с учётом сезонности и отпусков. После определения потребности в кадрах необходимо выбрать должностных лиц, которые будут заниматься отбором и приёмом персонала. На крупных предприятиях этим будет заниматься менеджер по кадрам, на более мелких – работники отдела кадров совместно с руководителем предприятия и менеджерами. Должностным лицам, выбранным для отбора персонала необходимо, прежде всего, определить, работники с какими качествами будут лучше всего подходить для работы на данном предприятии: какое у них должно быть образование, квалификация, стаж работы, возраст, личностные качества и прочие характеристики, которые необходимы для данной должности.

Очень важное значение имеет разработка эффективно функционирующей системы мотивации. Если такая система на предприятии есть, т.е., у работников есть стимул работать лучше, есть чёткие ориентиры в работе: они знают к чему надо стремиться; все её основные положения оформлены в виде положений и претензий к эффективности её функционирования нет, то необходимо сразу переходить к системе контроля.

Система мотивации существует практически на каждом предприятии. Однако с ее помощью многим предприятиям не удается добиться желаемых целей, например, повысить производительность труда, заинтересовать в результатах деятельности компании рядовых сотрудников. В большинстве случаев причина подобных неудач в том, что система мотивации не учитывает особенностей конкретного предприятия: либо она создавалась, основываясь лишь на теоретических знаниях, либо не соответствует современным требованиям, либо заимствована у компаний-конкурентов, сумевших добиться неплохих результатов. Изучение и анализ систем мотивации предприятий, добившихся успеха полезен, однако, копируя некоторые фрагменты системы стимулирования персонала, менеджеры не задумываются о том, что система мотивации каждого предприятия должна разрабатываться с учетом его специфики и особенностей персонала. От того, насколько система мотивирования

данного предприятия будет эффективнее системы конкурентов, будут зависеть текучесть кадров и результативность труда и как следствие, успех деятельности предприятия.

Чтобы максимально вовлечь каждого сотрудника в общий рабочий процесс, нужно сделать так, чтобы цели работника и организации совпадали в наибольшей степени. Только почувствовав себя частью команды, человек будет работать максимально эффективно.

Существует ряд требований, на которые следует ориентироваться при создании системы стимулирования:

- объективность: размер вознаграждения работника должен определяться на основе объективной оценки результатов его труда;
- предсказуемость: работник должен знать, какое вознаграждение он получит в зависимости от результатов своего труда;
- адекватность: вознаграждение должно быть адекватно трудовому вкладу каждого работника в результат деятельности всего коллектива, его опыту и уровню квалификации;
- своевременность: вознаграждение должно следовать за достижением результата как можно быстрее (если не в форме прямого вознаграждения, то хотя бы в виде учета для последующего вознаграждения);
- значимость: вознаграждение должно быть для сотрудника значимым;
- справедливость: правила определения вознаграждения должны быть понятны каждому сотруднику организации и быть справедливыми, в том числе с его точки зрения.

Несмотря на простоту и очевидность перечисленных требований, не стоит ими пренебрегать. Как показывает практика, несоблюдение этих требований приводит к нестабильности в коллективе и оказывает сильный демотивирующий эффект [7].

Создание системы мотивации целесообразно начинать с разработки форм материального стимулирования. Система вознаграждений должна строиться на основании стратегических целей предприятия через систему ключевых показателей деятельности. В дальнейшем показатели подразделяются до уровня подразделений. Соответственно и фонд премирования подразделения должен быть привязан к определенным для него ключевым показателям деятельности, а внутри подразделения фонд премирования будет распределяться между сотрудниками в зависимости от ранга (значимости и трудоемкости) и успешности (полученного в срок результата) исполняемых ими функций. Критериями при составлении таких показателей являются достижение целей предприятия при одновременной реальности получения вознаграждения на конкретном предприятии.

Для создания системы разрабатываются положения об оплате труда, премировании рабочих и руководителей за выполнение производственных показателей, перечни минимальных и гарантированных доплат и надбавок к тарифным ставкам и должностным окладам (составляются согласно отраслевого тарифного соглашения), положения о единовременных выплатах (оказание материальной помощи на оздоровление работникам предприятий при уходе в очередной отпуск, единовременная помощь работникам в связи с уходом на

**АЛГОРИТМ СОЗДАНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОГО МЕХАНИЗМА УПРАВЛЕНИЯ
ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ ТРУДОВЫХ РЕСУРСОВ В СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫХ
ПРЕДПРИЯТИЯХ**

пенсию, исполнении юбилейных дат со дня рождения, к праздникам), положения о премировании и перечень производственных упущений, за которые работники лишаются премии полностью или частично, о разовом премировании за выполнение срочных работ и особо важных заданий, инициативность, так же необходимо составить перечень товаров, которыми может выплачиваться заработная плата. При разработке положения о премировании следует чётко указать, за достижение каких показателей работник будет премироваться. Весь коллектив должен видеть, что добросовестная работа, инициатива, стремление работника повышать свой профессионализм, желание и умение принести пользу предприятию активно поощряется руководством.

К сожалению, на многих предприятиях работники не имеют чёткого представления, за что их премируют, и поэтому выдача премии для них носит лотерейный характер и не оказывает должного стимулирующего характера. Работник должен знать, за что его поощряют и каких показателей ему следует добиваться, чтобы рассчитывать на премию в будущем.

На многих предприятиях размер заработной платы, состоящей из оклада и премии, остаётся неизменным. Большинство руководителей таких предприятий так поступают потому, что согласно законодательству с целью наказания размер оклада уменьшать нельзя, а лишить премии – можно. Однако в таком случае премия является лишь рычагом воздействия на недобросовестных работников, которых, как правило, единицы, и не оказывает мотивирующего воздействия на весь трудовой коллектив.

Так же следует выбрать оптимальные для конкретного предприятия формы нематериального стимулирования (создание досок почёта, организация соревнований и конкурсов, кружки качества, наставничество). Для функционирования системы мотивации необходимо так же обеспечить выполнение техники безопасности (назначение ответственных должностных лиц, проведение инструктажей), создать благоприятные бытовые и социально-культурные условия.

Для сельского хозяйства особо актуальным моментом является разработка не только постоянных, но и переменных форм стимулирования. Разработка переменных форм стимулирования связана с сезонностью производства и особо актуальна в периоды сбора урожая, посева и посадки. В такие периоды недостаточная мотивация работников может привести к значительным потерям в результате несоблюдения сроков.

Внедрение новой системы мотивации является сложным и долговременным процессом. Для того чтобы внедрить принципиально новую систему оплаты труда и премирования после их составления целесообразно будет рассчитать размеры вознаграждений по новой системе и сравнить результаты с действующей. Это необходимо для того, чтобы предотвратить возможный демотивирующий эффект в случае значительного снижения вознаграждения работников по сравнению со старой системой.

Важным этапом является разработка методов обучения и повышения квалификации персонала и разработка схемы карьерного роста. Это не только

улучшит качество кадрового состава предприятия, но и повысит стремление работников к повышению производительности труда.

На заключительном этапе создания системы мотивации необходимо сбалансировать интересы предприятия и персонала и после этого согласовать разработанные положения с профсоюзом. После согласования разработанные положения утверждаются на уровне предприятия и доводятся до ведома коллектива. На основании данных положений будут издаваться все приказы, касающиеся поощрений и взысканий на предприятии.

Следующим этапом является создание системы контроля персонала. Её создание начинается с разработки норм выработки по нормативным документам. Каждое предприятие является индивидуальным и нормы устанавливаются так же индивидуально в зависимости от особенностей предприятия (климат, качество почв (для растениеводства), размеры пастбищ (для животноводства) и т.д.) и поэтому разработанные нормы дорабатываются для данного предприятия. После разработки норм производится поиск наиболее приемлемых форм и методов контроля персонала, то есть таких, которые будут легко внедряться и эффективно использоваться на предприятии, а так же снижать субъективизм при принятии управленческих решений.

«Контроль сохраняет ресурс, но демотивирует сотрудников, повергая их в эмоциональный стресс» Мазо Б. [11].

При создании системы контроля квалифицированного труда необходимо учитывать, что невыполнение сотрудником своих обязанностей не всегда может быть вызвано его недобросовестностью. Причинами могут служить нехватка опыта, знаний, непонимание целей организации. Для предотвращения данных причин необходима регулярная работа непосредственного руководителя с подчинённым. Целью работы является анализ работы работника, поиск истинных причин неудач, передача опыта и подробный инструктаж. Проводимый таким образом контроль позволяет постоянно корректировать и совершенствовать функции, должностные обязанности работника. Если процесс контроля сопровождается благожелательной оценкой усилий и результатов работы сотрудника и любые его достижения отмечаются публично на совещаниях и собраниях коллектива, то сотрудник сам будет стремиться поддерживать такую систему контроля. Ведь она позволяет ему реализовать важнейшую человеческую потребность - в чувстве собственной значительности, высокой оценке окружающих.

Для адекватности количественных контрольных показателей необходимо разделить функции планирования и контроля, то есть планирование будет осуществлять планово-экономический отдел, а контроль – бригадиры, начальники производственных подразделений, которые будут отчитываться непосредственно руководителю предприятия.

Далее необходимо разработать механизм координации персонала. Данная система будет распределять и перераспределять работников в пределах одного предприятия во время трудового процесса, что особо актуально для предприятий с высокой сезонностью производства; проводить мероприятия по предотвращению появления проблем, ликвидации срывов производственного процесса, анализ и устранение причин, а так же совершенствование механизма.

АЛГОРИТМ СОЗДАНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОГО МЕХАНИЗМА УПРАВЛЕНИЯ ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ ТРУДОВЫХ РЕСУРСОВ В СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ

После разработки механизма необходимо произвести анализ проекта экспертами. В роли экспертов могут выступать работники предприятия (руководитель, менеджеры и специалисты) и привлечённые консультанты. И только после доработки механизма в соответствии с полученными замечаниями и предложениями издаются все необходимые положения и приказы.

После внедрения проводится анализ эффективности функционирования механизма, в случае неудовлетворительного результата производится выявление причин, их анализ и исправление допущенных ошибок и недочётов.

Существует множество систем показателей оценки экономической эффективности проектов совершенствования системы управления персоналом. Чаще всего применяются такие показатели, как: чистый дисконтированный доход, индекс доходности, внутренняя норма доходности, срок окупаемости, рентабельность инвестиций. Система показателей выбирается индивидуально для каждого предприятия.

Анализ эффективности функционирования механизма должен производиться по нескольким показателям, чтобы быть ёмким и периодически для того, чтобы механизм был адекватным.

Вывод. Таким образом, представленная работа позволяет выделить пять наиболее важных этапов создания эффективного механизма управления использованием трудовых ресурсов в сельскохозяйственных предприятиях, а именно: создание систем организации, планирования, мотивации, контроля и координации.

Список литературы

1. Беспалов В. А. Управление сельскохозяйственным производством. – К.: Высшая школа, 1992. – 256с.
2. Веснин В. Р. Менеджмент: учеб.— М.: ТК Велби, Изд-во Проспект, 2006. - 504 с.
3. Есинова Н. И. Экономика труда и социально-трудовые отношения – К.: Кондор, 2003. – 464 с.
4. Иванец В. М. Основы менеджмента. Опорный конспект лекций. – Симферополь: ИПП «Таврия», 2002. – 116 с.
5. Крамаренко В. И. Менеджмент– Київ:ЦУЛ, 2000 – 248 с.
6. Основы управления персоналом / Под ред. Б. М. Генкина. – М.: Высш. шк., 1996. – 386 с.
7. Соболев М. Ю. Как разработать систему материального стимулирования персонала // Управление персоналом, 2008, №5 – 48с..
8. Управление персоналом организации / Под ред. А. Я. Кибанова. – 3-е изд., доп. и перераб. – М.: ИНФРА – М, 2005. – 638с.
9. Управление персоналом /под ред. Черемисиной С. Г. Симферополь: Таврия, 2004 г. – 132с.
10. Щёкин Г. В. Организация и психология управления персоналом: – К.: МАУП, 2002. – 832 с.
11. <http://management.com.ua>

Поступила в редакцию 30.05.2008 г.

Дементьев М.Ю., Єрмизіна М.І. Алгоритм створення конкурентоспроможного механізму управління використанням трудових ресурсів у сільськогосподарських підприємствах // Вчені записки ТНУ. Серія: Економіка, 2008. – Т. 21 (60). – № 1. – С. 34-42.

Пропонується розроблена програмова практична блок-схема алгоритму створення конкурентоспроможного механізму управління використанням трудових ресурсів в сільськогосподарських підприємствах

Ключові слова: алгоритм, механізм, управління трудовими ресурсами, сільськогосподарське підприємство.

Dement'ev M.Y., Erimizina M.I. Algorithm of creation of competitive mechanism of management by use of labor resources in agricultural enterprises // Uchenye zapiski TNU. Series: Economy, 2008. – Vol. 21 (60). # 1. – P. 34-42.

The programmed practical flow-chart of algorithm of creation of competitive mechanism of management by use of labor resources in agricultural enterprises is proposed.

Key-words: algorithm, mechanism, management by use of labor resources, agricultural enterprises.

УДК 338.48

СИНЕРГИЗМ КОМПЛЕКСНОГО ПОДХОДА К ИНФОРМАЦИОННОМУ СТАНОВЛЕНИЮ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ОТРАСЛИ КРЫМА

Дихтярь А.И.

Анализируются отвечающие европейским стандартам и национальным интересам задачи креативного становления единого информационного пространства туристической АР Крым.

Ключевые слова: туристическая индустрия, экономика знаний, креативная информация, инновационные подходы, человеческий потенциал, кластеризация, синергия, информационное пространство.

Постановка проблемы. На открытии Всеукраинского форума интеллигенции, состоявшемся в Киеве 27 марта 2008 года, Президент Украины сделал акцент на том, что «...Только через синергию всех уровней власти, гражданских инициатив мы сможем дать позитивный ответ на имеющиеся сегодня вызовы» [1]. Приоритетом гуманитарного развития Украины, как заложено в предложенной к отраслевому обсуждению Концепции, является формирование современной конкурентоспособной нации. А это включает в себя повышение качества жизни граждан Украины, постиндустриальное развитие государства как общества знаний и информации, гражданского общества, культурную и политическую консолидацию украинской нации, осовременивание культурной политики и т.д. Проблема состоит в конкретных инновационных подходах к ее реализации, возлагаемая в том числе и на науку.

Для Крыма инструментом реализации этой Концепции, которая станет основой долгосрочной Государственной программы гуманитарного развития Украины, является отвечающее европейским стандартам комплексное развитие туристической отрасли, невозможное без ее информационного становления в условиях экономики знаний.

Анализ исследований и публикаций. Туризм как сфера мировой экономики сегодня – это глобальный компьютеризированный бизнес, в котором участвуют крупнейшие авиакомпании, гостиничная инфраструктура и туристические корпорации всего мира. Современный продукт становится более гибким, и индивидуальным, более привлекательным и доступным для потребителя всех слоев и групп как по возрасту, так и по интересам. Его совокупные доходы в целом выходят на третье место в мире после нефти и автомобилестроения

Модель развития, изложенная в Концепции гуманитарного развития Украины, ориентирована на максимальное раскрытие потенциала каждого человека и социума в целом, создание достойных условий для реализации всех интеллектуальных, культурных, творческих возможностей нации. Она отвечает европейской человекоцентричной системе ценностей, в аспектах защиты информационного пространства перекликается со Стратегией национальной безопасности Украины, утвержденной Президентом в феврале 2007 года, а в мерах по культурному

развитию общества, усовершенствованию экологической политики – с правительственной программой «Украинский прорыв»[1].

Туриндустрия – это креативная информация и рекративный ресурс, и потому является одной из самых динамично развивающихся отраслей мировой экономики. Тенденция на рост доходов, увеличение свободного времени и необходимости рекреации человеческих ресурсов является объективным фактором роста спроса на туристические услуги.

По данным специализированного органа ООН – Всемирной туристической организации – к 2020 году количество только международных туристических посещений превысит 1,6 миллиарда. Новый потребитель услуг XXI века – более информирован, независим, раскрепощен (демократичен), но критически относящийся к предлагаемым ему товарам и услугам, ибо искушен их обилием и разнообразием, активный и самостоятельный, существенно изменяющий свое поведение на туристическом рынке.

Туристическо-рекреационная отрасль Крыма обладает уникальными ресурсами и громадным потенциалом, однако по качеству услуг и уровню сервиса значительно уступает европейским стандартам, в том числе информационно-коммуникационным.

Цели исследования. Синергия в туризме – одна из самых насущных проблем, от решения которой зависит конкурентное превосходство той или иной турфирмы. Оптимальное использование финансовых, информационных, человеческих и прочих ресурсов в условиях расширения границ ответственности менеджмента, в том числе туриндустрии, возможно только в условиях синергизма от согласования и координации деятельности всех ее структурных составляющих, через которые проходят существующие потоки. И проявляться он может только через интеграцию командных действий, персональную ответственность и компетентность, определяющих уровень самоорганизации персонала.

Синергетический эффект в туриндустрии возможен при обеспечении эффективного использования единого информационного пространства как среды ее функционирования на основе комплексного подхода к менеджменту и маркетингу туризма как по вертикали законодательно-исполнительной власти, так и на местах, по горизонталям четко понимающего требования экономики информации и знаний персонала каждого звена системообразующей цепочки.

Изложение основного материала. Сегодня перед отечественной туриндустрией стоит вопрос необходимости соответствия в своей деятельности новым условиям вхождения Украины в мировое сообщество на пути дальнейшей евроинтеграции.

Наличие высоких технологий сделали необходимую для ведения бизнеса информацию территориально независимой, доступной и приближенной к потребителю. Они определили новые модели экономического поведения и досуга, предопределили тот факт, что затраты на образование уже к середине 1990-х [2] в Сингапуре и таких развитых странах, как Дания, Германия, Япония, США стали

**СИНЕРГИЗМ КОМПЛЕКСНОГО ПОДХОДА К ИНФОРМАЦИОННОМУ
СТАНОВЛЕНИЮ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ОТРАСЛИ КРЫМА**

основным инструментом глобальной конкуренции в поисках интеллектуального, человеческого и социального капитала.

Производство современной экономики знаний основано на переработке информации с целью получения новой информации и знаний и оперативному предоставлению произведенных товаров (услуг) потребителю. Знания, приобретенные путем получения образования и прохождения различных курсов усовершенствования, стажировки или переквалификации, становятся основной формой капитала как для экономики знаний в целом, так и для индустрии досуга в частности.

Одной из моделей использования досуга как путешествия в свободное время является такой вид активного отдыха и, одновременно, средство удовлетворения рекреационных потребностей человека (интеллектуального, человеческого и социального капитала), как туризм, глобальное развитие спектра услуг и инфраструктуры которого приобрело форму индустрии.

К сожалению, Украина занимает 76 место в мире по индексу человеческого развития и только 177-е – по простоте уплаты налогов, опережая лишь Белоруссию [1]. Это с неизбежностью определяет соответствующий уровень и экономики, и индустрии туризма. Однако существует устойчивая тенденция ежегодного увеличения украинских экскурсионных туров в европейские страны на 10-15%. Кипр остается привлекательным для Украины и в туристическом, и в инвестиционном аспектах. Турция и Египет теряют былую привлекательность, причем по отношению к Египту уже начинающие привыкать к хорошим условиям украинцы все чаще высказывают недовольство и претензии к постоянно снижающемуся качеству сервиса на фоне возрастающей стоимости услуг.

В Крыму туроператоры свои надежды постепенного преодоления барьера сезонности связывают с увеличивающимся проявлением интереса к различным формам активного туризма, большим перспективам спелеотуризма. Однако если открытых пещер в Украине более 100, и это чуть ли не 1% -я капля того, что еще скрыто, то лишь 0,01% из разведанных признаны объектами природно-заповедного фонда. Отсутствие законодательства относительно карстовых пещер и встречающиеся формы их варварского использования могут навсегда уничтожить эти геологические памятники.

Совсем недавно в третью из девяти групп Европейского рейтинга курортов включена Большая Ялта. Сочи и другие курорты Кавказа отнесены к седьмой рейтинговой группе. Однако ни информационно, ни экономически Украина это не использует.

Переживаемый период для Украины не отличается экономической и политической стабильностью и развитой законодательной базой. Однако вследствие благоприятной конъюнктуры мирового рынка экономика Украины и доходы населения постепенно растут.

Эксперты предлагают переориентировать часть накоплений населения на непривычный пока для нас европейский лад и инвестировать средства в наименее рискованный тип вложений – в собственное здоровье (лечение), образование и полноценный отдых. Это создаст надежную базу, мотивацию и стимулы для

дальнейшей самореализации и самоутверждения, а при правильной организации поможет решить государственные интересы укрепления семьи, здоровья, репродукции украинской нации, занятости населения и его квалификации в целом.

В Европе наиболее притягательной силой пользуются туристические центры на морских побережьях, внутриконтинентальные исторические и культурные центры, предгорные и горные рекреационные, лечебные, бальнеологические и спортивные центры. Перечень культивируемых видов спорта в тех или иных регионах, а, следовательно, и развиваемая инфраструктура, существенно зависят от уровня жизни населения, традиций, климатических условий. Решением правительства за Крымом закреплены приоритеты в развитии олимпийских летних видов спорта, за Карпатами – олимпийских зимних видов, за Киевом и областью – командных видов спорта, и это необходимо внедрять в жизнь и экономику развития регионов, оперативно и квалифицировано доносить креативную информацию до потенциального клиента.

Современные телекоммуникации позволяют донести конкретному заинтересованному лицу, почему он должен приехать в Украину, в чем конкретно заключаются рекреационный потенциал каждого уголка Крыма, как совместными усилиями местные и региональные власти решают проблемы комфортного отдыха, экологии окружающей среды, новых инновационных услуг и сервисного обслуживания.

Существуют различные пути перехода к глобальной информационной парадигме, которые зависят от характеристик каждого общества, его культуры и менталитета. Если Украина желает стать составляющей новой мировой экономики и новой технологической революции, она должна разработать собственную информационно-инновационную модель, как это сделали Ирландия, Финляндия, или Исландия, лидирующие ныне в мире по уровню человеческого развития.

Информационное общество экономики знаний конкретного региона не может иметь универсальный формат, однако для всех моделей существует несколько элементов, без которых невозможен шанс появления инноваций и самого развития. Главным из них является центральная роль университетских исследований[3] и свободный поток информации, необходимый как для экономического роста, культурного и научного творчества, так и для совершенствования комплекса услуг индустрии досуга и здоровья. По прогнозам экспертов, в ближайшие 3 года количество пользователей Интернет в Украине будет возрастать на 30%-40% ежегодно и достигнет показателя \$1млрд.

Для создания государства благосостояния всех граждан и становления Украины в качестве равноправного члена мирового сообщества существует только один шанс – не отстать в темпах построения информационного общества и внедрения новых форм демократизации, связанных с активным привлечением широких слоев населения к процессам управления экономикой, социальной и культурной жизнью, использованием новых принципов гражданского самоуправления и опыта стран Европейского Союза.

Реальный срок для успешной реализации этого шанса – период инфраструктурной, коммуникационной и организационной подготовки к

**СИНЕРГИЗМ КОМПЛЕКСНОГО ПОДХОДА К ИНФОРМАЦИОННОМУ
СТАНОВЛЕНИЮ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ОТРАСЛИ КРЫМА**

проведению Евро-2012, который в полной мере должна использовать и индустрия туризма в Украине. Тем более, что в июне 2008 года у нас будет реальный опыт проведения подобного совместного мероприятия Австрией и Швейцарией, уровень туристической индустрии которых давно соответствует международным стандартам и нормам.

Кроме того, через год-полтора украинский Интернет будет «взорван» крупными инновационно-коммуникационными вливаниями пришедшими на него западными компаниями, специализирующимися в этом бизнесе. То же самое касается компаний, которые, при получении соответствующих правительственных гарантий, будут заниматься качественным улучшением дорожно-гостиничной инфраструктуры, модернизацией аэропортов и возведением новых спортивных-торговых и бизнес-центров.

Традиционные декларации наших потенциальных возможностей мы должны подкрепить реальным качеством организации спортивного действия, сервисного обслуживания, размещения и наполнения досуга около 1 млн. иностранных туристов, которые посетят матчи Евро-2012 в Украине в этот временной период летнего отдыха.

Для украинской индустрии туризма это возможность проявить во всей красе национальное своеобразие и гостеприимство, а также приверженность к общеевропейским культурным многонациональным ценностям и жизненным стандартам. Примером может быть летняя Олимпиада 1996 года, ставшая мощным толчком того, что ныне многими турагенствами мира Барселона признается красивейшим городом планеты. Приближающаяся зимняя Олимпиада 2008 года в Китае может дать богатый опыт в методах преодоления экологических проблем, эффективного использования персонала и его квалификации, трудовых и информационных ресурсов.

Экономическая история постиндустриального общества, достигшего уровня экономики знаний, показывает высокую и всевозрастающую зависимость экономических процессов, их результатов и последствий от характера решений, принимаемых основными участниками (субъектами) этих процессов. Эта зависимость проявляется как на микро-, так и на макроуровне[4].

Украине важно доказать европейское умение извлекать реальную пользу из накопленного передового опыта и знаний и доводить эту способность до реального результата международного качества. Рядовые граждане мечтают и стремятся к этому. Работодатели озабочены качеством подготовки персонала и вопросами повышения уровня корпоративной культуры, объединения усилий для совместного, наиболее оптимального и быстрого разрешения проблем модернизации инфраструктуры на микроуровне и создания условий для развития на законодательном, региональном и государственном уровне.

Кластерные организационные технологии являются признанной стратегией совместного разрешения указанных проблем и повышения конкурентоспособности. Вопрос своевременности создания туристического кластера не раз поднимался Крымской ассоциацией туристических агентств (КАТА). Только общими усилиями всех участников туристического сектора, можно обеспечить успешное продвижение Крыма на международных туристических рынках. В странах устоявшейся

туриндустрии кластеризация проходит в регионах автономно и органично. В Украине же это требует разработки целого ряда документов методического и организационного характера, мотивированной заинтересованности всех сторон и политической воли местной и региональной власти.

Возможно, кластеризация по местам проведения в Украине чемпионата Европы по футболу удастся команде менеджеров во главе с Е. Червоненко, с февраля 2008 возглавляющим Национальное агентство по подготовке и проведению Евро-2012. Подготавливающим, и даже тестирующим эту подготовку, по Крыму, является проведение уже ставшее ежегодным «Ялта-Prime-ралли». Нынешнее его проведение – это планируемое целевое посещение уже 100 тысяч туристов. При условии успешности во всех аспектах – безопасность, коммуникации, логистика перевозок, размещение, питание, реклама и организация гонки, культурная программа, спонсоры – это возможное к реализации проведение чемпионата мира по этому виду автомобильного спорта. А это уже 300 тыс. туристов со всеми комплексными последствиями. Кроме того, это и европейский тренинг «боем».

Евро-2012 – это фактически степень инфраструктурной готовности Украины к евроинтеграции и громадный толчок в продвижении ее к европейским стандартам в туриндустрии. Реализация кластерных проектов должна начинаться с масштабных маркетинговых исследований на научной основе. Это требует высокой квалификации исполнения на уровне НИИ или консалтингом соответствующего уровня.

В ходе анализа и оценки потенциальных претендентов инструментарием бенчмаркинга на роль участников кластера по критериям мобильности, восприимчивости к объединению и обеспечению результативности (синергизма), конкуренция внутри кластера должна принять форму механизма активного внедрения выявленных конкурентных преимуществ и разработанных инновационных подходов при полной поддержке государства.

Для Крыма консалтинговую роль может достойно выполнить Таврический национальный университет (ТНУ) им. В. И. Вернадского при осуществлении тесного сотрудничества с комиссиями по законодательству Верховного Совета АРК, министерствами экономики и туризма, а также объединенными общими целями субъектами управления отрасли. Более того, в стенах ТНУ персонал предприятий может по гибким схемам проходить курсы переподготовки и повышения квалификации, опираясь на приобретенный опыт и структурируя его в рамках научной систематизации.

Крымский регион обладает уникальными рекреационными ресурсами, собственной научной базой, является базовым для развития в Украине летних олимпийских видов спорта, спелеологии, скалолазания, планеризма, дайвинга, яхтинга, а существенное улучшение транспортно-гостиничной инфраструктуры при комплексной (разумной) подготовке к Евро-2012 неизбежно приведут к синергетическому эффекту в развитии туризма как в Украине в целом, так и в Крыму в частности. И это является более благодатной и плодотворной перспективой для развития АРК на рынке слияний и инновационных поглощений, чем сюжеты сербского Косово.

**СИНЕРГИЗМ КОМПЛЕКСНОГО ПОДХОДА К ІНФОРМАЦІЙНОМУ
СТАНОВЛЕННЮ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ОТРАСЛИ КРЫМА**

Выводы и предложения. В Украине 15% территории пригодны для курортного использования, а ее жемчужина – Крым – задыхается от возрастающих объемов переработанных отходов и мусора, продолжающих отравлять его земли и воздух. Реорганизация структуры управления в туристической отрасли с опорой на фундаментальные научные разработки, нацеленные на экологизацию и энергосбережение, совершенствование нормативно-законодательной базы, реализацию стратегий устойчивого долгосрочного развития – объективная необходимость на современном этапе развития украинского общества.

Синергия в туризме – одна из самых насущных проблем, определяющих конкурентное превосходство той или иной турфирмы, самой отрасли в целом. Такая взаимосвязь может реализовываться комплексными интеграционными способами, объединенными путем кластеризации и создания единого информационного пространства как для всех уровней управления и специалистов отрасли различного профиля, так и для потенциальной базы клиентов со всего мира. Кластерный принцип даст возможность объединить усилия малого, среднего бизнеса и крупных предприятий и корпораций в реализации масштабных перспективных проектов развития и повышения конкурентоспособности отрасли в целом.

Повышение квалификации человеческих ресурсов, рост доходов граждан необходимо направить не на увеличение инфляции и ожиданий, с этим связанных, а с восстановлением здоровья нации, закрытия проблем демографического кризиса, расцвет культуры и традиций гостеприимства и толерантности многонациональной автономии, повышение интеллектуального потенциала, производительности труда и благосостояния каждого гражданина Украины и Крыма.

Список литературы

1. www.comments.ua
2. Желены М. Труд и досуг. // Управление человеческими ресурсами / под ред. М. Пула, М. Уорнера. – СПб.: Питер, 2002. – 1200 с.
3. Кастельс М., Хіманен П. Інформаційне суспільство та держава добробуту. Фінська модель. Пер. з англ. — К.: “Видавництво “Ваклер” у формі ТОВ”, 2006.—256 с. (Coginatio nova).
4. Лобанов А.А. Субъективная экономика нового века. – М.: Дело, 2006. -232с.

Поступила в редакцию 30.05.2008 г.

Діхтярь О.І. Синергізм комплексного підходу до інформаційного становлення туристичної галузі Криму // Вчені записки ТНУ. Серія: Економіка, 2008. – Т. 21 (60). – № 1. – С. 43-50.

У статті аналізуються відповідуючі європейським стандартам та національним інтересам задачі креативного становлення єдиного інформаційного простору туристичної АР Крим. Показано, що його створення при кластеризації туристичної індустрії на базі фундаментальних наукових досліджень забезпечить синергійний ефект і автономії, і Україні в цілому.

***Ключові слова:** туристична індустрія, економіка знань, креативна інформація, інноваційні підходи, людський потенціал, кластеризація, синергія, інформаційний простір.*

Dikhtyar A.I. Synergism of complex approach to tourist industry information standing of the Crimea // Uchenye zapiski TNU. Series: Economy, 2008. – Vol. 21 (60). # 1. – P. 43-50.

In article analyses answering european standarts and national interests problems of creative standing of tourist industry united information space of the Crimea. Showed, that creation of united information space

with tourist industry clusterisation on basic of fundamental science researches provides synergetic effect for autonomy and for Ukraine on the whole.

Key-words: tourist industry, knowledge economics, туриндустрия, экономика знаний, creative information, innovation approaches, human potential, clusterisation, synergy, information space.

УДК 504:338.1

НАЛОГОВЫЕ РЕГУЛЯТОРЫ ЭКОЛОГИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ РЕГИОНА

Добровольская О.П.

Работа посвящена вопросам налогового регулирования экологических процессов в современных условиях регионального развития.

Ключевые слова: налоги, экологическая безопасность, налоговые регуляторы.

Постановка проблемы и связь с научными и практическими задачами. Реформирование экономической системы государства требует совершенствования экологической политики, достижения экологической безопасности как важнейшего фактора эколого-экономического (сбалансированного) развития. основополагающей идеей данной модели общественного развития выступает формирование адекватной стратегии управления системой «природа-население-хозяйство», базирующейся на оценке предельной нагрузки на окружающую природную среду, определении необходимых и допустимых темпов экономического роста, а также способности среды восстанавливать свои качества. Условия компромисса между экономическими требованиями и возможностями окружающей природной среды и определяют общественно желательное качество окружающей среды, а также оптимальную величину общественных затрат на его достижение.

Особая роль в достижении вышеуказанных ориентиров возложена, главным образом, на регионы, которые непосредственно страдают от нарушения состояния окружающей природной среды, а также обладают необходимой информацией для отслеживания обстановки и принятия адекватных управленческих решений.

Постоянное ухудшение эколого-экономических условий функционирования регионов Украины привело к росту техногенной нагрузки на окружающую среду, к увеличению объемов выбросов и сбросов загрязняющих веществ в окружающую природную среду на единицу конечной продукции, а также объемов сбросов сточных вод предприятий в расчете на единицу валового регионального продукта.

Одной из важнейших причин такого положения следует считать недостаточность финансирования мероприятий, направленных на решение экологических проблем, наиболее актуальных на данном этапе общественного развития. В связи с этим, особое значение приобретают налоговые инструменты регулирования общественного развития, направленные на стимулирование субъектов хозяйствования по внедрению положений региональной экологической политики, осуществлению экологически конструктивных изменений в технологии производства, или к компенсации ущерба, причиненного в результате хозяйственной деятельности. Именно налоговый механизм позволяет направить деятельность хозяйствующих субъектов в сферу конструктивных изменений в технологии производства или компенсации ущерба, причиненного обществу его же разрушительной деятельностью.

В виду этого, целью исследования является анализ проблем функционирования системы экологического налогообложения в контексте регионального развития и разработка перспективных направлений по его совершенствованию.

Анализ существующих подходов к исследуемой проблеме. Экологические налоги – это основополагающая часть налоговой системы, направленная на регулирование экологических проблем государства, роль которой определяется фискальной, ресурсосберегающей и контрольно-стимулирующей функциями [1].

В мировой практике регулирования природопользования налоговые инструменты представлены:

- гражданским экологическим налогом, взимаемым с платежеспособных граждан на экологические нужды (Франция) [4];
- налогом на решение глобальных, национальных или региональных экологических проблем;
- местным налогом на охрану конкретных природных объектов (лесов, озер, болот);
- налогом на транзит грузов по территории государства;
- экологическим налогом на автомобили (государства Европы, а также США, Канада, Япония) [9];
- экологическим налогом на перевозки воздушным транспортом (Канада, США, Дания, Норвегия, Швеция);
- экологическим налогом на конкретные группы, товаров, в том числе: минеральные удобрения (Норвегия, Швеция), пестициды (Дания, Франция, Венгрия, Португалия, Швейцария), пластмассовую тару и упаковку (Дания, Венгрия, Исландия, Польша), шины (Канада, Дания, Финляндия, Венгрия, Польша), аккумуляторы (Дания, Швеция, Япония), хлор и фторсодержащие газы (Австрия, Чехия, Дания, Венгрия, Польша), растворители (Дания), смазочные масла (Финляндия, Франция, Норвегия);
- экологическим налогом на топливо в зависимости от наличия экологически вредных компонентов: свинца, углерода (Дания, Финляндия, Нидерланды, Норвегия), серы (Бельгия, Дания, Франция, Польша, Швеция), окислов азота (Чехия, Франция, Польша, Швеция)[9];
- коммунальным налогом, включающим компенсацию расходов на водород, канализацию, утилизацию отходов.

Кроме того, в современном мире прослеживается тенденция постоянного повышения роли экологических налогов и их стимулирующего воздействия на развитие экономики. Так, доля экологических налогов в системе налогообложения юридических и физических лиц в Австрии составляет – 4,4%, в Канаде – 4,5%, в Дании – 3,4%, в Финляндии – 7,3%, во Франции – 5,4%, в Германии – 4,9%, в Греции – 6,1%, в Ирландии – 11,9%, в Италии – 9,0%, в Японии – 6,5%, в Нидерландах – 5,5%, в Новой Зеландии – 6,1%, в Норвегии – 10,8%, в Португалии – 11,5%, в Великобритании – 8,2%, в США – 3,2%, в Швейцарии – 4,7%, в Испании – 7,5% [5].

Следует отметить, что современная отечественная налоговая система Украины характеризуется сложностью, несбалансированностью и системными нарушениями в целом.

Теоретическое обоснование экологических аспектов налогообложения нашло отражение и в трудах отечественных экономистов, среди которых: Бодюк А. [1], Веклич О. [2], Кашенко О. [4], Петрова Т. [8]., Костицкий В. [5-7], Трегобчук В. [9], Шемшученко Ю. [10].

Однако в научных трудах вышеуказанных авторов особую роль играет анализ экономической сущности экологического налогообложения с учетом законодательной базы Украины и перспектив совершенствования процесса законотворчества в области экологического налогообложения. Анализ налогового механизма регионального уровня в трудах отечественных авторов отражен фрагментарно. В виду этого, возникает необходимость анализа механизма экологического налогообложения, как на государственном, так и на региональном уровне, и разработки направлений по его совершенствованию и внедрению в практику эколого-экономического реформирования.

Изложение основных результатов исследования. Платность природопользования выступает одним из основных принципов современной экономики и реализуется путем установления сборов в сфере природопользования, включения определенной части природных ресурсов в рыночный товарооборот.

В 1991 году на законодательном уровне в Украине принята система сборов, платежей за загрязнение окружающей среды и использование природных ресурсов. Закон Украины «Об охране окружающей природной среды» различает три вида сборов за специальное использование природных ресурсов, за загрязнение окружающей природной среды, за ухудшение качества природных ресурсов [3]. Законом от 5 марта 1998 года Верховная Рада Украины внесла изменения в Закон Украины «Об охране окружающей природной среды», а именно в те нормы, которые регулировали платность в сфере использования природных ресурсов. Вместо термина «плата» был введен термин «сбор» за использование природных ресурсов и загрязнение окружающей среды. Внесены также соответствующие изменения относительно расходования средств, которые поступают от указанного сбора. Следует иметь в виду, что в данном случае имеет место не просто замена слов. Термины «плата», «платежи» отражают элементы рыночных отношений и предполагают соответствующую эквивалентность, а также более или менее точный подсчет. При «сборе» же средств за использование природных ресурсов возникают трудности при определении точных эквивалентов, так как природные объекты способны самостоятельно улучшать свое экологическое состояние. Кроме того, необходимо указать, что термин «сбор» ближе по своей сущности к налогу и имеет обязательный характер по сравнению с платой, для которой характерна добровольность.

Существующие экологические налоги (сборы экологического назначения), применяемые ныне в Украине, следует классифицировать следующим образом:

1. По уровню использования природных ресурсов, выделяются:

- постоянные сборы за специальное использование природных ресурсов, к которым относятся: сбор за специальное использование лесных ресурсов, сбор за специальное использование водных ресурсов, сбор за специальное использование недр;

- временные сборы, которые оказывают влияние на состояние природных ресурсов, к которым относятся: отчисления на геологоразведку, сбор за загрязнение окружающей среды, плата за землю.

2. По наличию объекта налогообложения, следует выделить:

- основные налоги и сборы, оплачиваемые основной массой налогоплательщиков (налог на владельцев транспортных средств, налог на использование водных ресурсов, налог на землю);

- специфические налоги и сборы, которые выплачиваются определенной категорией налогоплательщиков (сбор за ведение геологоразведки).

3. По фискальной значимости экологические налоги дифференцируемы, как:

- главные экологические налоги, обеспечивающие преимущественную часть финансовых ресурсов (плата за землю, налог на владельцев транспортных средств);

- второстепенные налоги и сборы, дифференцируемые в зависимости от рода деятельности налогоплательщиков (сбор за ведение геологоразведки).

Вышеуказанная классификация экологических налогов позволяет не только глубже понять сущность этого регулятора, но и определить основные направления оптимизации налоговой системы государства.

Анализ проблем регулирования природопользования на региональном уровне позволяет выделить множество противоречий, связанных с необходимостью достижения экологической безопасности на основе использования налоговых инструментов.

В настоящее время целевой функцией налогов является обеспечение стабильного источника доходов Государственного Бюджета, в то время как плата за загрязнение окружающей среды была введена с целью его ограничения и последующего сокращения, исходя из заинтересованности общества в охране окружающей среды. Красноречивым свидетельством этой тенденции является анализ динамики поступлений экологических сборов и налогов в сводный бюджет АР Крым (см. табл. 1).

По данным ГНА Украины в АРК в период с 2002 по 2007 годы наблюдался неуклонный рост объемов экологических налогов, взимаемых налоговыми органами в пределах региона. Так, в 2007 году объем экологических поступлений достиг 166203, 0 тыс. грн., превысив в 5,5 раза соответствующий показатель 2002 года. Дополнительным подтверждением этой тенденции является анализ динамики налоговых поступлений в разрезе отдельных видов экологических сборов и платежей, согласно которому за анализируемый период сбор за ведение геологоразведки увеличился в 1,74 раза, сбор за загрязнение окружающей среды – в 4,3 раза, сборы за специальное использование лесных ресурсов и платежи за использование недр увеличились в 4,5 раза, а объем платежей за воду – в 20, 4 раза.

Таблица 1

Динамика поступлений экологических налогов в сводный бюджет
АР Крым (тыс. грн.)

Наименование платежей	2003	2004	2005	2006	2007	Темп роста 2007 к 2006 г., %
Сбор за специальное использование лесных ресурсов	7,9	5,0	7,3	9,7	36,3	374,2
Плата за воду	7701,0	10691,0	10460,2	8677,7	15716,4	181,1
Плата за специальное использование недр	3452,0	6849,0	10144,8	13808,3	15870,8	114,9
Сбор за ведение геологоразведки	13461,0	15176,0	12931,1	20746,0	23465,8	113,1
Сбор за загрязнение окружающей среды	5071,0	7042,0	7998,1	16708,3	21893,9	131,0
Рентная плата за добычу нефти	-	1815,0	4641,9	14001,1	19312,5	137,9
Рентная плата за добычу природного газа	-	20404,0	951,4	- 695,3	1171,5	-168,5
Рентная плата за добычу газового конденсата	-	3458,0	22448,7	6431,3	68735,7	1068,8
Всего	29692,9	65440,2	69583,5	79687,1	166203,0	1952,5

(таблица составлена по материалам ГНА Украины в АРК, 2007 г.)

Характерной чертой вышеуказанной тенденции следует считать и превышение в 2007 году 100%-го показателя темпов роста по всем статьям экологических сборов и платежей, взимаемых на региональном уровне. При этом, следует отметить, что темпы роста сборов за специальное использование лесных ресурсов (374,2%), и особенно рентных платежей за добычу газового конденсата в АР Крым в 2007 году, достигли рекордных показателей (1068,8%).

Кроме того, интересным является распределение изъятых экологических налогов между государственным и региональным бюджетами. Так, к концу 2007 года из всех видов налоговых поступлений в региональный бюджет АР Крым в объеме 100% направлен только самый минимальный их всех налоговых поступлений – сбор за специальное использование лесных ресурсов (36,3 тыс. грн.). Притом, что в государственный бюджет направлены в 100%-м объеме – сбор за ведение геологоразведки (23465,8 тыс. грн.), рентная плата за добычу нефти (19312,5 тыс. грн.), рентная плата за добычу природного газа (1171,5 тыс. грн.), рентная плата за добычу газового конденсата (68735,7 тыс. грн.), 90% платежей за специальное использование недр, а также 60% сбора за загрязнение окружающей среды и платежей за воду. Таким образом, в 2007 году в региональный бюджет АРК

поступило всего 14560,3 тыс. грн., что составило около 9% объема экологических налоговых поступлений, изысканных у субъектов хозяйствования Крыма.

Исходя из этого, очевидной становится несостоятельность некоторых отчислений и платежей экологического характера в решении экологических проблем региона. Нынешние основные инструменты регулирования системы природопользования и природоохранной деятельности – сборы за использование природных ресурсов, сборы за загрязнение, не смотря на принципиальную разницу между ними с точки зрения экономической сущности и источников финансирования природоохранных мер, фактически служат способами увеличений доходной части Государственного Бюджета.

В результате, сугубо фискальная направленность механизма сбора средств от природопользования игнорирует регулирующую и стимулирующую функции налогов и не оказывает влияния на процесс экологизации общественного производства и эффективного использования природных благ в пределах региона.

Не является мотивационным средством в решении проблем рационализации природопользования и действующий порядок начисления сборов за загрязнения окружающей среды. Годовые лимиты для предприятий в зависимости от ущерба, нанесенного природной среде, устанавливаются на региональном уровне и распределяются между предприятиями в виде региональных квот предельных параметров выбросов, согласно конкретному коэффициенту и прогнозам производства на определенный период. Из-за низкого уровня предельных параметров загрязнения субъекты хозяйствования региона не торопятся вкладывать средства в природоохранную деятельность, в результате чего экологическая эффективность этого инструмента снижается.

Таким образом, относительность экономических нормативов регулирования природоохранной деятельности со стороны государства, несбалансированность финансирования и распределения финансовых средств между центром и регионами, а также непосредственно в пределах регионов снижает эффективность природоохранной деятельности субъектов хозяйствования, а нестабильность и недостаточность финансирования природопользования, – ведет к постоянному росту угрозы экологических рисков.

Бюджетным кодексом Украины установлено соотношение распределения налоговых сборов между государственным и региональными бюджетами. Это приводит к тому, что из года в год сборы на специальное использование природных ресурсов, например, направляются в бюджет не целевым назначением на природоохранные меры, как это предусматривает ст. 46 Закона Украины "Об окружающей природной среде", а "растворяются" в его доходной части.

Не случайно главными причинами ежегодного невыполнения экологических программ и природоохранных мер в АР Крым и других регионах Украины является эксплуатация природных ресурсов, нарушение требований законодательства и остаточный принцип финансирования. Обычной является также практика, когда фактические объемы финансирования природоохранных мероприятий значительно ниже предусмотренных в региональном бюджете. А средства, выделяемые из бюджета на природоохранные цели, не дают возможности в полном объеме

реализовать экологические проекты. Причем, большая часть как государственных, так и региональных расходов осуществляется, скорее, для ослабления загрязнения, чем для рационализации ресурсопользования. К тому же, эти средства зачастую используются не по назначению. Такая ситуация отрицательно влияет на состояние финансирования природоохранных мер и достижение их конечной цели – улучшение качества окружающей среды. Фактически сальдо от экологических платежей идет на покрытие других расходов бюджета и в результате экологические платежи не выполняют своего основного назначения, что свидетельствует о неэффективности механизма финансирования природоохранных мероприятий.

Изложенное выше, безусловно, заслуживает внимания ввиду необходимости повышения эколого-экономической эффективности экологических налогов и перекликается с выводом, сделанным специалистами Мирового Банка о том, что информация об экологическом налогообложении собирается скорее с целью увеличения государственных поступлений, чем для сбора данных о состоянии окружающей среды и финансирования экологических мероприятий в регионах [5, 6]. Поэтому, совершенствование и разработка новых механизмов и подходов по повышению регуляторной значимости налогов в сфере природопользования требует, прежде всего, целевого использования полученных финансовых ресурсов.

На наш взгляд, финансовой основой эффективного перераспределения средств, изъятых в виде экологических налогов на региональном уровне, может стать экологический фонд, призванный осуществлять целевую функцию управления финансами в сфере природопользования, формировать приоритетные направления распределения и перераспределения средств на решение экологических проблем, создание единой целостной базы финансового обеспечения рационализации природопользования в регионе.

Главной особенностью функционирования регионального экологического фонда должна быть финансовая автономия и самостоятельность, направленная создание финансовой базы регионального и местных уровней природопользования, финансирование природоохранных мероприятий.

В структурном отношении экологический фонд может быть сформирован за счет:

- статей доходов (налоги, сборы с физических и юридических лиц за выбросы и сбросы загрязняющих веществ в окружающую природную среду, за аварийные выбросы загрязняющих веществ, сверхнормативное и нерациональное использование природных ресурсов, средства от реализации конфискованных средств охоты и рыболовства, средства, полученные в виде дивидендов, процентов по вкладам, банковским депозитам, от долевого использования средств фонда в деятельности других юридических лиц доходы от размещения временно свободных средств, добровольные взносы предприятий, учреждений, общественных организаций и пожертвования граждан);

- статей расходов (финансирование региональных и областных программ экологической направленности, ориентированных на улучшение качества окружающей природной среды и обеспечение экологической безопасности, экономическое стимулирование рационального природопользования в регионе,

внедрение экологически чистых технологий, совершенствование всех уровней экологического образования и воспитания населения, разработка и реализация ресурсосберегающих технологий, расходы на обеспечение поточной деятельности фонда и содержание органов управления).

Расходование средств регионального экологического фонда должно иметь исключительно целевую, природоохранную направленность. Поэтому, в числе основных направлений использования средств регионального экологического фонда, следует выделить:

- предоставление средств на формирование начального капитала предприятий, создаваемых для производства продукции природоохранного назначения;
- выделение льготных кредитов и ссуд предприятиям, осуществляющим природоохранную деятельность;
- предоставление гарантийных обязательств коммерческим банкам при выдаче ссуд и кредитов предприятиям на реализацию природоохранных проектов;
- дотирование ряда производителей и потребителей экологически чистой продукции;
- финансирование научно-исследовательских разработок в области охраны окружающей среды, а также деятельности служб экологического контроля и мониторинга;
- долевое участие фонда в финансировании проектов, которые имеют природоохранную направленность.

Кроме того, региональный экологический фонд имеет дополнительные возможности регулирования качества окружающей среды на основе создания системы компенсационных расчетов. Так, например, возможно приобретение у некоторых предприятий и резервирование экологическим фондом регионального уровня квот на выбросы, что особенно актуально в регионах с обострившейся экологической ситуацией. В этом случае, субъект хозяйствования заинтересованный в размещении нового предприятия на территории конкретного региона, где установленный лимит выбросов уже исчерпан, должен оплатить фонду стоимость снижения загрязнения на эквивалентную массу выбросов на действующих предприятиях. При этом фонд принимает на себя обязанности по обеспечению этого снижения на основе применения экономических методов. В данном случае региональный экологический фонд выступает в качестве посредника на рынке экологических услуг, причем сделка с фондом должна быть выгоднее, чем ряд непосредственных сделок такого рода с отдельными предприятиями региона. Очевидно, что со временем активная финансово-кредитная деятельность экологических фондов регионального уровня позволит им интегрироваться с экологическими банками, деятельность которых будет направлена и на приращение денежных средств с целью создания экологической инфраструктуры дальнейшего использования в системе экологического предпринимательства региона, формирования рынка экологических товаров и услуг.

Выводы. С учетом экологической обстановки сложившейся в государстве и соответственно в ее регионах необходимо использование всех существующих

регуляторов обеспечения экологической безопасности, и прежде всего, налоговых, которые позволяют осуществлять стимулирование природоохранной деятельности как отдельно взятых субъектов хозяйствования, так и общества в целом.

Экологические сборы являются источником пополнения государственного и местных бюджетов, позволяют получать дополнительные средства на восстановление и воспроизводство природных ресурсов.

Однако реалии процесса регулирования природопользования в регионах Украины доказывают, что налоговые инструменты играют роль фискальных платежей, а функционирование существующих эколого-экономических регуляторов выступает средством накопления финансовых ресурсов во властных структурах. Эта тенденция отражает ситуацию, сложившуюся на всех уровнях хозяйствования. Оценивая эффективность экологических налогов в системе экономических инструментов природопользования по критерию наполнения бюджета, следует подчеркнуть их безусловную результативность как средства удовлетворения финансовых потребностей государства и практически неспособность в финансировании региональных экологических программ и решении проблем регионального природопользования. Непоследовательность, внутренняя противоречивость регионального механизма финансирования природоохранных мероприятий срабатывает таким образом, что региональным товаропроизводителям выгоднее осуществлять различные фискальные экологические платежи, чем расходовать средства на природоохранные меры или инициировать внедрение экологически безопасных методов хозяйствования. В виду этого, недостаточная конструктивность существующего экономического механизма природопользования, неспособного создать благоприятные финансовые условия для осуществления природоохранных мер и мотивации субъектов хозяйствования в достижении экологических целей, очередной раз доказывает невозможность обеспечения прогрессивных экологически ориентированных структурных сдвигов в развитии, как регионального, так и национального хозяйства.

Определяющую роль в обосновании эффективного механизма экологического налогообложения играет, на наш взгляд, разработка соответствующей региональной модели налоговой системы с выделением в ней подсистемы экологических налогов. Финансовой основой выделения подсистемы экологических налогов на региональном уровне может стать экологический фонд, призванный осуществлять регуляторную функцию управления финансами в сфере природопользования, формировать приоритетные направления распределения и перераспределения средств, наглядно отражать участие предприятий региона в формировании средств фонда.

Список литературы

1. Бодюк А. Фіскальні аспекти економічного природокористування. – Ірпінь, 2004. – 569 с.
2. Веклич О.О. Екологічне оподаткування в Україні: реалії та напрями вдосконалення з урахуванням світового досвіду. – К.: НАН України, Ін-е економіки, 2001. – 47 с.
3. Закон України "Про охорону навколишнього середовища" №1264-ХІІ від 26.05.1991 р. // Відомості Верховної Ради України. – 9191. – № 46.

4. Кашенко О.Л. Фінансово-економічні основи природокористування. – К.: Вища школа, 1999. – 221 с.
5. Костицький В.В. Екологія перехідного періоду: держава, право, економіка (економіко-правовий механізм охорони навколишнього природного середовища в Україні). – К.: Український інформаційно-правовий центр, 2001. – 390 с.
6. Костицький В.В. Оподаткування: економіка, право, екологія. – К.: Ін-т законодавчих передбачень і правової експертизи, 2003. – 124 с.
7. Костицький В.В. Охорона довкілля: економіко-правове забезпечення. – К.: Ін-т законодавчих передбачень і правової експертизи, 2002. – 52 с.
8. Петрова Т.В. Правовые проблемы экономического механизма охраны окружающей среды. – Москва: Зеркало, 2000. – 192 с.
9. Трегубчук В. Екологія, науково-технічний прогрес // Економіка України. – 1993. – № 2. – С. 15.
10. Шемшученко Ю.С. Правовые проблемы экологии. — К.: Наукова думка, 1989. – С. 64-75.

Поступила в редакцію 30.05.2008 г.

Добровольська О.П. Податкові регулятори екологічної безпеки регіону // Вчені записки ТНУ. Серія: Економіка, 2008. – Т. 21 (60). – № 1. – С. 51-60.

Робота присвячена питанням податкового регулювання екологічних процесів у сучасних умовах регіонального розвитку.

***Ключові слова:** податки, екологічна безпека, податкові регулятори.*

Dobrowolsky O.P. Tax regulators of Ecological Security of Region // Uchenye zapiski TNU. Series: Economy, 2008. – Vol. 21 (60). # 1. – P. 51-60.

The work is devoted to a question of ecological processes in modern conditions of regional development.

***Key-words:** taxes, ecological security, tax regulators.*

УДК 353(075.8 - 4Кр)

ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ СОЦИАЛЬНО- ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ АР КРЫМ

Добровольский А.В.

В работе рассмотрены проблемы социально-экономического развития АР Крым. Разработаны предложения по улучшению организационно-экономического механизма управления региональным развитием.

Ключевые слова: рейтинг, оценка, диспропорции.

Постановка проблемы. В соответствии с «Порядком проведения комплексной оценки социально-экономического развития АР Крым, областей и гг. Киева и Севастополя», утвержденным постановлением Кабинета Министров Украины № 833 от 20 июня 2007 года в Украине осуществлена комплексная оценка функционирования регионов на основе анализа индикаторов социально-экономического развития, отражающих особенности формирования валового регионального продукта, сферы реального сектора, сферы инвестиционной и внешнеэкономической деятельности, сферы государственных финансов, финансовых результатов деятельности предприятий, сферы социального сектора и сферы потребительского рынка. По результатам оценивания системы социально-экономических показателей и индикаторов АР Крым оказался на 27 (последнем) месте среди регионов Украины. Сложившаяся ситуация свидетельствует о существенных проблемах реализации стратегических направлений регионального развития.

Поэтому, целью данного исследования является выявление причин общего низкого уровня развития, поиск путей повышения эффективности регионального развития и деловой активности субъектов хозяйствования в АР Крым.

Анализ современных публикаций по теме исследования. Проблемам анализа социально-экономического развития регионов Украины посвящены труды отечественных ученых, специалистов в области регионалистики, среди которых: Гейец В., Данилишин Б., Дорогунцов С., Эпифанов А., Чернюк Л., Чумаченко Н. и другие. Однако, следует отметить, что теоретические разработки не всегда находят практическое применение в реальном процессе управления региональным развитием, что в свою очередь приводит к стагнации социально-экономического развития не только депрессивных, но и стабильно развивающихся регионов государства. Очевидно низкая эффективность процесса реформирования экономики Украины обусловлена наличием признаков системного кризиса, а также проблем функционирования всей вертикали государственного управления.

Основные результаты исследования. Методологическую основу комплексного оценивания социально-экономического развития регионов Украины составляет обоснованная Кейнсом теория формирования валового национального продукта (ВНП), согласно которой:

$$ВНП = C + I + G + NX, \quad (1)$$

где: *VНП* – валовой национальный продукт;
С – потребительские расходы населения;
G – государственные расходы на приобретение потребительских товаров и услуг;
I – инвестиции
МХ – чистый экспорт [1].

Исходя из этого, разработка механизмов формирования устойчивого роста валового регионального продукта позволяет достичь положительных результатов в процессе социально-экономического развития национальной экономики в целом.

Оценка социально-экономического развития регионов Украины свидетельствует о депрессивном состоянии экономики многих регионов государства в целом и АРК в частности, которое характеризуют следующие показатели:

- по состоянию реального сектора экономики АРК занимает 21 место среди регионов Украины, что, очевидно, обусловлено низким приростом валового регионального продукта (ВРП), составившим 6,7% при 7,6 % в среднем по Украине, низким уровнем оплаты за потребленные электроэнергию (98,2%) и природный газ (93,6%) при 99,9% и 102,5% в среднем по Украине, низкой долей инновационно-активных промышленных предприятий (11,5% при 14,2% по Украине);

- по уровню развития инвестиционной деятельности АРК занимает 26 место среди субъектов регионального анализа, о чем свидетельствуют: отрицательное значение прироста инвестиций (- 4,2% при 10,4% по регионам Украины), низкий уровень прироста объема прямых иностранных инвестиций (2% при 11,4% в среднем по Украине), снижение на 15,4% объемов инвестиций в жилищное строительство, что превышает аналогичный показатель по регионам в 2 раза, уменьшение объемов введенного в эксплуатацию жилья на 52,1% при общем росте аналогичного показателя по Украине в среднем на 7,7%, отставание темпов роста объемов экспорта товаров и услуг, составившее 26,8% против 35,8% по регионам Украины;

- по состоянию государственных финансов и результатам финансовой деятельности предприятий АРК замыкает вторую десятку анализируемых регионов Украины, что обусловлено низким приростом доходов местного бюджета (35,2% при 36,2% по Украине), низким уровнем прибыльности промышленных предприятий (47,2% при 63,9% в среднем по Украине), самой высокой среди регионов государства долей убыточных предприятий (42,9%), самым низким уровнем рентабельности предприятий (0,1% при 6,8% по Украине);

- по уровню развития потребительского рынка АРК занимает 26 место среди субъектов регионального анализа, которое стало результатом низкого прироста объемов оборота розничной торговли на одного жителя (723,1 грн. против 812,2 грн. по Украине), объема реализации услуг на одного жителя, составившего 388,2 грн. по сравнению с 479,5 грн. по регионам Украины), роста цен на 17,2% при 15,5% по регионам государства), снижения уровня оплаты жилищно-коммунальных услуг населением.

Анализ вышеуказанных показателей в целом свидетельствует о недостатках процесса реализации комплекса мер организационно-экономического характера,

**ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО
РАЗВИТИЯ АР КРЫМ**

направленных на оптимизацию регионального развития, о существовании диспропорций уровня развития производительных сил и сложившейся системы производственных отношений на национальном и глобальном уровнях.

В числе наиболее действенных инструментов оптимизации показателей социально-экономического развития регионов, на наш взгляд, следует выделить:

- мониторинг региональных систем с целью создания надежных основ формирования государственной политики регионального развития и определения ее приоритетов на основе формирования базы данных. При этом основными целями использования данного инструмента являются: комплексное оценивание эффективности регионального развития; сравнительный анализ эффективности социально-экономического развития регионов; оценивание системы показателей региональных программ и прогнозирования возникновения проблемных ситуаций регионального развития;

- социально-экономическая диагностика регионального развития. В этом случае система комплексной оценки социально-экономического развития регионов выступает отправной точкой в процессе выявления и идентификации проблемных ситуаций, обусловленных нерациональным использованием элементов производительных сил региона, а также разработка рекомендаций по их преодолению. Главными составляющими процесса диагностики регионального развития выступают: исследование экономики отдельного региона; оценивание динамики валового регионального продукта, основных показателей социально-экономического положения региона; идентификация ключевых проблем, требующих первоочередного решения; анализ межрегиональных связей; комплексная оценка региональной ситуации; прогнозирование основных процессов регионального развития, а также трансформации региональной ситуации и проблем ее отражающих[2];

- использование механизмов государственного регулирования экономики, определяющихся набором методов и средств управления социально-экономическими процессами и функциями субъектов управления. Государственное регулирование экономики осуществляется посредством применения правовых (законы, указы, постановления, инструкции), административных (запреты, разрешения) и экономических (цены, налоги, процентные ставки по кредитам) средств, направленных как на прямое, так и на косвенное управление субъектами хозяйствования. Только последовательная и полная реализация регуляторных мероприятий на местном, региональном и национальном уровнях обеспечит стабильное опережающее развитие экономической системы.

Выводы. Для решения вышеуказанных проблем регионального развития, повышения доли продуктивного труда, определяющего рост ВРП конкретного региона, повышения эффективности системы регионального управления, наш взгляд, необходимо:

- упорядочение и систематизация системы учета статистической и экономической информации микро-мезо и макроэкономического уровней управления;

- повышение эффективности межведомственных связей в системе управления региональным развитием;
- перераспределение полномочий субъектов управления и организацию контроля функционирования органов власти на всех уровнях управления;
- повышение компетенции региональных топ-менеджеров, направленное на оптимизацию функционирования системы управления регионом;
- повышение активности влияния инспириаторов государственного регулирования экономики на функционирование региональной экономической системы, среди которых: наука, которая способствует внедрению инновационных достижений в процессе принятия управленческих решений, способствует повышению эффективности всего общественного воспроизводства; средства массовой информации, призванные информировать общественность и формировать ее мнение о социально-экономическом развитии, активизировать общественное движение; церковь, которая представляет собой идеологическую, политическую и хозяйственную силу в различных государствах, имеющая многовековой опыт воздействия на общественность и процесс реализации социально-экономической политики государства [2-4].

Подводя итоги проведенного исследования, следует отметить, что в социально-экономическом развитии АРК накопилась масса проблем снижающих эффективность регионального развития, решение которых невозможно без реализации мер государственного регулирования и повышения эффективности использования ресурсов.

Список литературы

1. Орешин В.П. Государственное регулирование национальной экономики. М.: Инфра-М. –2000. – 125 с.
2. Добровольская О.П., Добровольский А.В. Государственное регулирование экономики. – Симферополь: Элиньо, 2006. –368 с.
3. Добровольская О.П. Региональная экономика. – Симферополь: Элиньо, 2007. –284 с.
4. Добровольский А.В., Добровольская О.П. Политическая экономия. – Симферополь: Элиньо, 2008. – 460 с.

Поступила в редакцию 30.05.2008 г.

*Добровольський О.В. Шляхи підвищення ефективності соціально-економічного розвитку АР Крим // Вчені записки ТНУ. Серія: Економіка, 2008. – Т. 21 (60). – № 1. – С. 61-64.
У роботі розглянуті проблеми соціально-економічного розвитку АР Крим. Обґрунтовані пропозиції щодо поліпшення організаційно-економічного механізму управління регіональним розвитком.
Ключові слова: рейтинг, оцінка, диспропорції.*

*Dobrowolsky A.V. Regarding the ways of evaluation of social and economical development AR Crimea // Uchenye zapiski TNU. Series: Economy, 2008. – Vol. 21 (60). # 1. – P. 61-64.
The problems of social and economical development AR Crimea are discussed. The ways of evaluation of organizing management are proposed
Key-words: rating, evaluation, disproportion.*

УДК 658.29

СОРАЗМЕРНОСТЬ (СОЧЕТАНИЕ) КАК КЛЮЧЕВОЙ ПРИНЦИП КОМПЕТЕНТНОСТИ И ЭФФЕКТИВНОСТИ ВЫПОЛНЕНИЯ РАБОТ

Желудковский Е.А.

Рассмотрена суть компетентности и ее коренного отличия от компетенций с учетом их соразмерности (сочетания). Предложена модель эффективности работ с учетом трех основных критичных компонентов: требуемой и возможной компетентности, организационного окружения (внутреннего и внешнего) предприятия на основе соблюдения принципа их соразмерности и сочетания.

Ключевые слова: соразмерность, сочетание, компетентность, компетенция, эффективность.

Постановка проблемы. Успешность деятельности отдельно взятого руководителя определяется не столько его личной состоятельностью, о чем свидетельствует сложившаяся практика управления, сколько умением в полной мере доносить свои мысли другим и обеспечивать их достижение, т.е. тем, насколько он компетентен. При этом понимание сути компетентности и компетенции в ряде литературных источников разноречиво. Отдельные специалисты HR (Human Resource) - служб предприятий отмечают, что «понятие эффективности, применяемое к результатам решения стратегических HR - задач в компаниях, сегодня более связано с введением системы управления накопленными сотрудниками знаниями и опытом» [12]. Таким образом, во главу угла здесь на первый план выходит не компетентность, а компетенции.

Анализ последних исследований. Английский психолог Равен Дж. [7] определяет компетентность, как специфическую способность эффективного выполнения конкретных действий в предметной области, включая узкопредметные знания, особого рода предметные навыки, способы мышления, понимание ответственности за свои действия. В тоже время Зимняя И.А. [4] трактует "компетентность" как основывающийся на знаниях, интеллектуально и личностно обусловленный опыт социально-профессиональной жизнедеятельности человека. В противопоставление, "компетенция" рассматривается как не пришедший в "употребление" резерв "скрытого, потенциального".

Хуторской А.В. [11] рассматривает понятие "компетенция" как совокупность качеств, которые требуются для функционирования в конкретной области деятельности. Более конкретно по этому поводу замечает Бояцис Р. [2], что компетенции работника отражают потенциал, который он привносит в рабочую ситуацию. Когда должностные обязанности по достижению желаемых результатов требуют специфических действий, отмечает этот же автор, работник заимствует для этого способности из своих внутренних ресурсов, поэтому рабочие требования должны согласовываться с возможностями человека.

При этом Сериков В.В. [1] определяет компетентность как "способ существования знаний, умений, образованности, способствующий личностной самореализации, нахождению воспитанником своего места в мире". Традиционные

словари, также излагают суть понятий компетентности и компетенции (таблица 1). Однако, подход к пониманию сути их с позиций сочетания и соразмерности в литературе раннее, да и в настоящее время, рассматривается не в полном объеме и даже иногда противоречиво.

Таблица 1
Толкования содержания слов: компетентный, компетентность и компетенция

Словари:	Толкование:		
	Компетентный -	Компетентность -	Компетенция -
Словарь иностранных слов. – 8-е изд., стереотип. – М.: Русский язык, 1981. – С.247	[от лат. <i>competens</i> (<i>competentis</i>) – соответствующий, способный] – 1) обладающий компетенцией; 2) знающий, сведущий в определенной области.	1) обладание компетенцией; 2) обладание знаниями, позволяющими судить о чем-либо.	[от лат. <i>competentia</i> – принадлежность по праву] - 1) круг полномочий какого-либо органа или должностного лица; 2) круг вопросов, в которых данное лицо обладает познаниями, опытом.
Ожегов С.И. Словарь русского языка: Ок.57000 слов / Под ред. чл.- корр. АН СССР Н.Ю. Шведовой. – 17-е изд., стереотип. – М.: Рус. яз., 1985. – С.248	1) знающий, осведомленный, авторитетный в какой-нибудь области; 2) обладающий компетенцией.		1) круг вопросов, в которых кто-нибудь хорошо осведомлен; 2) круг чьих-нибудь полномочий, прав.
Советский энциклопедический словарь/ Гл. ред. А.М. Прохоров. 2-е изд. – М.: Сов. энциклопедия, 1983. – С.613		энциклопедический	(от лат. <i>competo</i> – добиваюсь, соответствую, подхожу), 1) круг полномочий, предоставленных законом, уставом или иным актом конкретному органу или должностному лицу; 2) знания и опыт в той или иной области

**СОРАЗМЕРНОСТЬ (СОЧЕТАНИЕ) КАК КЛЮЧЕВОЙ ПРИНЦИП
КОМПЕТЕНТНОСТИ И ЭФФЕКТИВНОСТИ ВЫПОЛНЕНИЯ РАБОТ**

Продолжение таблицы 1

<p>Райзберг В.А., Лозовский Л.Ш., Стародубцева Е.Б. Современный экономический словарь. – 2-е изд., испр. – М.: ИНФРА- М, 1999. – С.159</p>		<p>(от лат. <i>competens</i> – соответствующий) – 1) область полномочий управляющего органа, должностного лица; круг вопросов, по которым они обладают правом принятия решений. Зона полномочий тех или иных органов и лиц устанавливается законом, другими нормативными актами, положениями, инструкциями, уставами; 2) знания, опыт в той или иной области.</p>	<p>совокупность полномочий, которыми обладает или должны обладать определенные органы и лица согласно законам, нормативным документам, уставам, положениям</p>
<p>Економічна енциклопедія: У трьох томах. Т.1/ Редкол.: ...С.В. Мочерний (відп. ред.) та ін. – К.: Видавничий центр «Академія», 2000. – С.803</p>		<p>(лат. <i>competens</i> - відповідний) – 1) сфера повноважень органу, який здійснює управління, а також посадової особи; коло питань, з яких вони мають право прийняття рішень. Сфера таких повноважень встановлюється законами, іншими нормативними актами, положеннями, інструкціями, статутами; 2) знання і досвід у певної сфері.</p>	<p>сукупність прав і повноважень, якими наділений певний орган або посадова особа згідно с чинним законодавством і нормативними документами, статутами, положеннями.</p>

Продолжение таблицы 1

<p>Экономико-юридический словарь/ Под ред. А.Н.Азрилияна. – М.: Институт новой экономики, 2004 – С.340</p>		<p>[от лат. competens (competentis) – соответствующий, способный] - 1. обладание компетенцией; 2. обладающий знаниями позволяющими судить о чем-либо.</p>	<p>[от лат. competentia – принадлежность по праву] – совокупность полномочий, которыми располагает какой-либо орган или должностное лицо, определенная Конституцией, законами, уставами, положениями, инструкциями.</p>
<p>Борисова А.Б. Большой экономический словарь. – М.: Книжный мир, 2004. – С.316-317</p>		<p>(от лат. competentis – соответствующий) 1) знания, опыт в той или иной области; 2) область полномочий управляющего органа, должностного лица; круг вопросов, по которым они обладают правом принятия решений. Зона полномочий тех, или иных органов и лиц устанавливается законами, другими нормативными актами, положениями, инструкциями, уставами.</p>	
<p>Латино - русский и русско-латинский словарь/ Сост. А.В. Подосинов, Г.Г. Козлова, А.А. Глухов, А.М. Белов; под общ. ред. А.В. Подосинова. – М.: Флинта: Наука, 2004. - С.61</p>			<p>Competentia – соразмерность, сочетание</p>

СОРАЗМЕРНОСТЬ (СОЧЕТАНИЕ) КАК КЛЮЧЕВОЙ ПРИНЦИП КОМПЕТЕНТНОСТИ И ЭФФЕКТИВНОСТИ ВЫПОЛНЕНИЯ РАБОТ

Цель исследования состоит в анализе теоретических аспектов сути компетенции и компетентности с позиций их сочетания и соразмерности, обеспечения эффективности выполнения работ.

Основное содержание исследования. Традиционно понятие компетентность означает «обладающий компетенцией; обладающий знаниями позволяющими судить о чем – либо» [8]. Есть и другое мнение, что это «полномочия, круг вопросов, по которым кто-либо обладает правом принятия решений...» [3]. Хотя последнее в большей степени относят к компетенции [6]. Такое свободное трактование привело к путанице сути этих важных взаимно дополняющих понятий, при которой умелое сочетание отдельных компетенции по наиболее важным направлениям деятельности формируют компетентность работника, отдельной группы – команды, в целом коллектива, требуемого (выполняемого) направления деятельности, рабочего места.

В латинско - русском словаре [5] *competentia* переводится как соразмерность, сочетание, а слово *competo* означает: «...вместе домогаться, соответствовать, быть годным, способным». Вот это «вместе» - сочетания и соразмерности необоснованно каким-то образом было утеряно, очевидно, при повторных переводах (трактовах), в сути этого понятия. Тогда как соблюдение этого «вместе» позволяет понять более полно компетентность, как соответствие человека определенным системным требованиям, для достижения намеченной цели в осуществлении совместной деятельности. Эти требования отражаются в отдельных компетенциях – знаниях и опыте в той или иной области (направлении) деятельности.

Совокупность отдельных компетенций любого процесса (управленческого, технологического, технического), позволяет сформировать и даже запланировать в целом, как отмечено ранее, компетентность отдельного направления деятельности, участка, отдела, отдельного работника, совместного труда, включая и деятельность управленцев, т.е. сформировать определенный статус той или иной должности, коллектива. Эту компетентность можно определить как требуемую (Кт). Чем более совпадают фактические возможности работающего (в данном случае это уже возможная компетентность – Кв) со статусом должности, тем выше уровень его реальной компетентности (Кр), с вытекающими из этого последствиями. Графически это может быть представлено на рис. 1.

В первом варианте соразмерность (сочетание) компетентностей Кт и Кв небольшое, выражаемое в форме реальной компетентности (Кр), которую занимает тот или иной работник. Как правило, компетентность работника этого варианта невысокая. Здесь более правильно говорить о его некомпетентности, так как он не может обеспечить статус своей должности.

Во втором варианте совершенно иная, более высокая соразмерность реальной компетентности (Кр), пространство компетентности здесь достаточное, чтобы выполнить те требования, которые были заложены работодателем в статус должности для приглашаемого сотрудника. При этом необходимо учитывать, что компетентность отдельно взятой личности (Кр) на определенном рабочем месте проявляется только в том случае, когда есть возможность ее сравнивать

(соразмерять, сочетать) с подобной в различных вариациях (бывшего сотрудника, его коллег, аналогичных работников у конкурента).

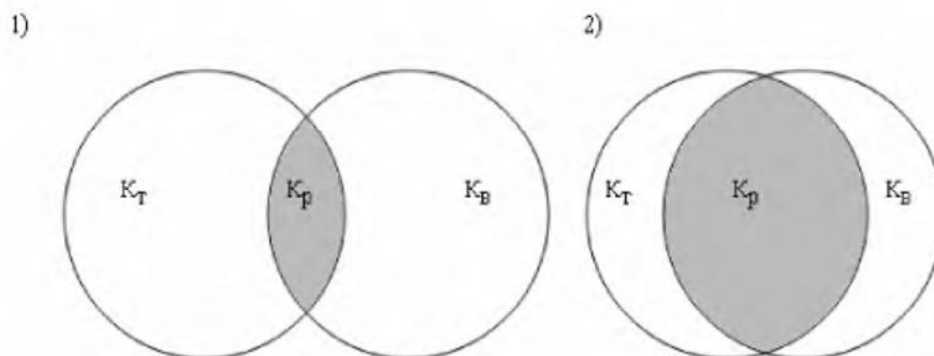


Рис. 1. Возможные варианты сочетаний требуемой (K_T), возможной (K_B) и реальной (K_P) компетенций работника на рабочем месте

Далее K_P одного сотрудника сочетается с K_P другого, формируя их общую компетенцию – компетенцию команды. А это могут быть не только сотрудники, в том числе менеджеры, а в целом управленческая команда, проектные группы, уровень управления предприятия. При углубленном анализе здесь можно выстроить «дерево» требуемой (планируемой) компетенции (K_T), наподобие формирования дерева целей для приглашения конкретного кандидата и в целом при отборе персонала по отдельным компетенциям и их совокупности – компетенции на возможную работу (должность).

С учетом изложенного, важно понимание и сути так называемой ключевой компетенции. Ключевые компетенции характеризуются тем, что они позволяют решать сложные нестандартные задачи, в том числе одного поля (полифункциональность), или из предметных областей человеческой деятельности, что требует от специалиста высокого уровня развития умственных и познавательных способностей (многомерность), что составит его интеллектуальную компетенцию. При переходе к информационному обществу, характеризующемуся постоянным ростом объема знаний (информации), все более важным становится необходимость ориентироваться в информационных потоках и обладать информационной компетенцией.

Для руководителей всех уровней управления, как полноценных членов общества, активно участвующий в социальной жизни важна социальная компетенция, тогда как способности эмоционально-волевой сферы, требуют развитие коммуникативной и эмоциональной компетенции. Владение и применение навыков целеполагания, планирования, прогнозирования, привлечение адекватных методов, способов определяют в целом управленческую компетенцию. Фрумин И.Д. [10] считает также адекватными для развития ключевых компетенций и проектную работу. Таким образом, для каждого

СОРАЗМЕРНОСТЬ (СОЧЕТАНИЕ) КАК КЛЮЧЕВОЙ ПРИНЦИП КОМПЕТЕНТНОСТИ И ЭФФЕКТИВНОСТИ ВЫПОЛНЕНИЯ РАБОТ

сотрудника (отдела, команды) все перечисленные ключевые компетентности синтезируются и формируют общую компетентность, позволяя судить о ней по результатам фактически выполненной работы. Естественно выполнение указанных работ должно быть эффективным, обеспечивающим результативность деятельности, определяемой как отношение эффекта или полученного результата к затратам, обеспечивающим его получение.

Здесь возникает необходимость построения модели эффективного выполнения работ, в основе которой предлагается определить принцип сочетания и соразмерности: 1) в целом компетенций и компетентности; 2) требуемой (Кт), возможной (Кв) компетентностей, которая определяется как реальная (Кр); 3) организационного окружения (внутреннего и внешнего), и наконец 4) всего приведенного ранее в форме единого комплекса, происходящего непосредственно в контексте любой организации, Первые два составляющих уже рассмотрены.

Последние можно представить следующим образом: у организации есть политика и процедуры, которые отражаются во внутренней структуре и системах организации. У нее (организации) также имеется направление, которое может принимать форму миссии, цели или корпоративной стратегии. У организации обязательно есть физические, финансовые и технические ресурсы, которые включают в себя активы и продукцию (услуги), как результат овеществленного труда всего коллектива. Организация существует в контексте еще более широкого окружения, состоящего из социального и политического сообщества, индустрии и экономических условий.

Как правило, внутреннее организационное окружение передает и толкует внешнее окружение своим членам. По своей сути их следует рассматривать как целое организационное окружение во взаимосвязи всех указанных ранее факторов. Эти факторы влияют на специфические результаты любой организации, которые ожидаются от работы и действий, необходимых для их получения. Таким образом, ценность (т.е. прибыль по отношению к затратам) результатов и действий по большей части определяется организационным окружением при умелом сочетании и соразмерности требуемой (Кт), возможной (Кв) компетентностей.

Графически это возможно проиллюстрировать на рис. 2., как сочетание компетентности работника, или его возможной компетентности (Кв), требуемой компетентности (Кр), или иначе – требования работы, и организационного окружения (ОО) – сочетания и соразмерности внутреннего и внешнего окружения. Получается такая триада, в центре которой и находится конкретные действия или поведения, обеспечивающие эффективность. Конкретные действия, или как отмечено – поведение, обеспечивающее эффективность является результатом взаимного сочетания: 1) возможной (Кв) и требуемой компетентностей (Кр); 2) возможной (Кв) компетентности в управлении организационным окружением (ОО); требуемой компетентностей (Кр) для обеспечения гармоничного сочетания организационного окружения (ОО).



Рис. 2. Модель эффективного выполнения работы

Представленная модель предполагает, что действие, а следовательно, и исполнение эффективны, когда все три критичных компонента согласуются или соответствуют друг другу. Если один или два из этих компонентов не согласуются или не соответствуют друг другу, можно ожидать неэффективного поведения или бездействия. Модель также предполагает, что если любые два компонента согласуются между собой, то возрастает вероятность того, что деятельность окажется эффективной. Здесь следует отметить, что уровни компетентности в управлении организационным окружением, и в особенности внешним, возрастают с управленческим уровнем, достигая максимума у руководителей предприятия (организации). Можно представить и такой вариант, когда происходит максимальное сочетание всех трех приведенных критичных компонентов – тогда «конкретные действия и поведения» такого руководителя полностью заполняют всю модель, обеспечивая высокую эффективность деятельности предприятия (организации), в том числе на региональном, отраслевом и других рынках.

Данный подход важен в практической деятельности собственников предприятий и их первых руководителей, HR – служб, когда факторы, способствующие формированию компетентности целесообразно разделять на внутренние: знания, умения, навыки, опыт, непрерывное образование – совершенствование знаний, карьера, самовыражение и самоутверждение личности; и внешние: нормативно-правовой инструментарий, профессионально-квалифицированные знания, статус должности (права, обязанности, ответственность), регуляторы диагностирования компетентности, регуляторы оценки отдачи компетентности. Но при обязательном учете влияния организационного окружения (внутреннего и внешнего).

Это позволяет через HR – менеджеров более широко управлять стратегией развития общей компетентности на предприятии, в его подразделениях и у отдельных сотрудников на соответствии занимаемой ими статусам должностей.

СОРАЗМЕРНОСТЬ (СОЧЕТАНИЕ) КАК КЛЮЧЕВОЙ ПРИНЦИП КОМПЕТЕНТНОСТИ И ЭФФЕКТИВНОСТИ ВЫПОЛНЕНИЯ РАБОТ

Выводы. Возможность включения соразмерности (сочетания) в понимание сути: 1) компетентности, как совокупности отдельных компетенций; 2) реальной компетентности, как совокупности требуемых и возможных компетентностей; 3) организационного окружения, как совокупности его внутреннего и внешнего содержания; 4) их общей совокупности и взаимного влияния, позволяют глубже понять соответствие, прежде всего руководителя определенным системным требованиям, предъявляемым к его практической деятельности для обеспечения эффективной работы организации (предприятия, фирмы, компании и пр.) в достижении намеченных им целей и целей работодателя, определения реальных путей его развития и управления, формирования ключевых компетентностей.

Список литературы

1. В. А. Болотов, В. В. Сериков "Компетентностная модель: от идеи к образовательной программе" // Педагогика, 2003 г. № 10.
2. Бояцис Р. Компетентный менеджер. Модель эффективной работы. Пер. с англ. М.: ГИППО, 2008. – с.16.
3. Економічна енциклопедія: У трьох томах. Т.1/ Редкол.: ...С.В. Мочерний (відп. ред.) та ін. – К.: Видавничий центр «Академія», 2000. – С.803.
4. Зимняя И. А. Ключевые компетенции - новая парадигма результата образования // Высшее образование сегодня, 2003. № 5.
5. Латино - русский и русско-латинский словарь/ Сост. А.В. Подосинов, Г.Г. Козлова, А.А. Глухов, А.М. Белов; под общ. ред. А.В. Подосинова. – М.: Флинта: Наука, 2004. - С.61.
6. Ожегов С.И. Словарь русского языка: Ок.57000 слов / Под ред. чл.- корр. АН СССР Н.Ю. Шведовой. – 17-е изд., стереотип. – М.: Рус. яз., 1985. – С.248.
7. Равен Дж. Компетентность в современном обществе: выявление, развитие и реализация - М., 2002.
8. Словарь иностранных слов. – 8-е изд., стереотип. – М.: Русский язык, 1981. – С.247.
9. Тихомиров Ю.А. Теория компетентности. – М.: 2001. - 335с.
10. Фруммин И. Д. Компетентностный подход как естественный этап обновления содержания образования. // Проблемы модернизации системы образования для новой экономики России - М.: Препринт WP5/2002/04 Серия WP5 Новая экономика - Новое общество - Новое государство.
11. Хуторской А. В. Практикум по дидактике и современным методикам обучения - СПб.: Питер, 2004. - 541 с.: ил. - (Серия "Учебное пособие").
12. <http://www.ubo.ru> – Е. Бурякова. Модель профессиональных компетенций сотрудников на службе конкурентоспособности организации.

Поступила в редакцию 30.05.2008 г.

Желудковський Е.А. Відповідність (поєднання) як ключовий принцип компетентності і ефективності виконання робіт // // Вчені записки ТНУ. Серія: Економіка, 2008. – Т. 21 (60). – № 1. – С. 65-74.

Розглянута суть компетентності і її корінної відмінності від компетенцій з урахуванням їх відповідності (поєднання). Запропонована модель ефективності робіт з урахуванням трьох основних критичних компонентів: необхідної і можливої компетентності, організаційного оточення (внутрішнього і зовнішнього) підприємства на основі дотримання принципу їх відповідності і поєднання.

Ключові слова: відповідність, поєднання, компетентність, компетенція, ефективність.

Evgeny Zheludkovskiy. Accordance (combination) as key principle of competence and efficiency of implementation of works // Uchenye zapiski TNU. Series: Economy, 2008. – Vol. 21 (60). # 1. – P. 65-74.

Essence of competence and its native difference is considered from jurisdictions taking into account their accordance (combination). The model of efficiency of works is offered taking into account three basic critical components: necessary and possible competence, organizational surroundings (internal and external) of enterprise on the basis of observance of principle of their accordance and combination.

Key-words: accordance, combination, competence, jurisdiction, efficiency.

УДК 911.3 (477.75)

ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ РЕСТОРАННОГО БИЗНЕСА В УКРАИНЕ И АВТОНОМНОЙ РЕСПУБЛИКЕ КРЫМ

Карташевская И.Ф.

Исследованы статистические данные, дающие представление об организации общественного питания в Украине и Автономной Республике Крым. Рассмотрены основные тенденции развития ресторанного обслуживания и внедрения прогрессивных форм питания, используемых за рубежом.

Ключевые слова: организация общественного питания, предприятия быстрого обслуживания, ресторан.

Актуальность выбранной темы связана с тем, что в последние годы в Украине активизировалась работа, связанная с гостиничным и ресторанным бизнесом. Новые учебные пособия в корне изменили организацию подготовки отечественных специалистов. При этом выпускники высших учебных заведений, на практике сталкиваются, как правило, с морально устаревшими подходами ведения гостиничного хозяйства, приспособленными под гостиницы и рестораны зданиями, оснащенными устаревшим оборудованием. Формирование сети предприятий общественного питания в Украине происходит стихийно и практически полностью зависит от ведомственной принадлежности и финансовых возможностей их владельцев. Особенно ярко этот процесс проявляется в Автономной Республике Крым. Статистические данные показывают деформированную структуру размещений, например, ресторанов, основная часть из которых открыта в Ялте и Симферополе. Обслуживающий персонал небольших частных кафе сезонного типа набирается стихийно, без профессиональной подготовки. В санаторно-курортных комплексах в летний сезон в основном работают студенты ПТУ. Сеть предприятий общественного питания в АРКрым является составной частью санаториев, пансионатов, гостиниц, принадлежащих более чем 80 ведомствам. Следовательно, вопросы государственного регулирования, статистического учета, стандартизации и сертификации, подготовки руководящих кадров ведомственных предприятий общественного питания на сегодняшний день в Украине не решены.

Цель исследования: изучить вопросы управления ресторанным бизнесом на государственном уровне.

Задачи:

- изучить результаты научных исследований в рамках определенной темы;
- проанализировать статистические данные по вопросам организации общественного питания в Украине и АР Крым;
- изучить круг проблем и нерешенных вопросов в сфере ресторанного бизнеса и общественного питания;
- изучить тенденции развития ресторанного бизнеса в международной практике.

Анализ последних публикаций. В мировой и отечественной практике исторически-обособленно сформировалось гостиничное хозяйство. Ресторанное обслуживание в международной практике - неотъемлемая часть гостиничного хозяйства. В бывшем Советском Союзе, а затем и в Украине сложилась многолетняя практика организации общественного питания. Лишь только с развитием туристских гостиничных сетей остро встал вопрос об организации и управлении предприятиями общественного питания всех форм собственности и ведомственной подчиненности. Отсутствие единых статистических данных затрудняет научное исследование в этой области.

Значительная часть публикаций связана с технологией приготовления пищи и организацией работы на предприятиях общественного питания: Волков Ю.Ф. [1], Богушева В.И. [2], Коршунов Н. В. [3], Ключников.В.П. [4], Усов В.В.[5].

Следует выделить вторую группу публикаций, в которых рассматриваются вопросы управления ресторанами как составляющей частью гостиниц: Квартальнов В.А [6], Чудновский А.Д.[7], Мунін Г.Б.[8], Байлик С.И.[9], Малюк Л.П. Москаленко И.И. [10], Ефимова О.П.[11].

Третья группа публикаций представлена переводной зарубежной литературой, среди которых работы Уокера Дж.Р..[12, 13] и др.

Четвертая группа научных публикаций, связанных с анализом работы непосредственно предприятий общественного питания и ресторанов представлена в основном и диссертационными и дипломными работами аспирантов и студентов: Сидоренко Л.А. [14], Расулова А.М.[15] В тематическом направлении отсутствуют научные публикации, связанные с особенностями регионального и государственного управления предприятиями общественного питания, ресторанами.

Результаты исследования. Рост украинской отрасли общественного питания тесно связан с экономическим ростом, реальными доходами населения. Специалисты отмечают тенденцию к снижению числа ресторанов и столовых, и ростом кафе и закусочных. Общие тенденции данной отрасли ярко видны на примере г. Киева. Если в 2004 году емкость столичного рынка ресторанов быстрого питания составляла 450 млн грн, то в 2007 году ожидается минимум 20%-е увеличение рынка. В Киеве на сегодняшний день работает 20 сетей фаст-фуда, т. е в целом 102 ресторана, но до конца года их число должно вырасти до 130. Причины такого бурного развития рынка легко объяснимы — в отличие от элитных, концептуальных ресторанов формат фаст-фудов более системный и технологичный, потребности населения в заведениях средней и ниже средней ценовой категории (10-17 грн) постоянно возрастают. Кроме того, ежегодно ресторан быстрого питания в среднем дает прирост доходов в 7-10% [14].

Поскольку сегмент элитных концептуальных ресторанов перенасыщен, наиболее перспективная ниша – заведения разных типов средней и ниже средней ценовой категорий. По мнению специалистов перспективными остаются заведения, рассчитанные на автомобилистов, в которых покупка еды осуществляется по принципу Мак-Драйв (из окошка выдачи по пути). А также фаст-фуды, основанные

ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ РЕСТОРАННОГО БИЗНЕСА В УКРАИНЕ И АВТОНОМНОЙ РЕСПУБЛИКЕ КРЫМ

на определенном продукте или типе кухни – японский («Якитория»), испанский, немецкий фаст-фуды, сосисочные, гриль-бары, кафе-барбекю, блинные, пельменные. Наиболее перспективные сегменты - заведения для детей, либо в форме комплекса с соответствующим набором услуг (игровая комната или площадка, кафе с оригинально поданными простыми блюдами, зверинец, парикмахерская, магазин игрушек и т. д.), либо в форме кафе или детского бара с игровыми элементами. Определенную нишу, хоть и рассчитанную на довольно ограниченную аудиторию, представляют заведения с декларируемой пользой для здоровья – салат-бары, витамин-бары, кафе с различными блюдами в паре с витаминными коктейлями. Не до конца освоенным можно считать формат клубных заведений – не ночных клубов как таковых, а именно клубов в действительном понимании этого слова, рассчитанных на узкий определенный круг лиц (сигарные клубы, дегустационные клубы). Свободную нишу можно искать не только в формате, но и в месторасположении заведения. Например, в недостаточном количестве еще загородных заведений с определенным комплексом услуг (ресторан, гостиничные номера, бассейн, детская площадка, бильярд, теннис и т.д.), рассчитанные на семейную аудиторию и проведение банкетов.

Украина начала внедрять предприятия быстрого питания с 1997 года, когда компания McDonald's открыла свой первый ресторан в столице страны. До этого местная отрасль предприятий быстрого питания была представлена лишь столовыми и кафетериями советского типа, которые мало изменились с советских времен в плане качества обслуживания и пищи. Но появление McDonald's предвещало коренные перемены в развитии бизнеса в области быстрого питания в Украине. В 1998 году стали появляться первые отечественные сети предприятий общественного питания быстрого обслуживания, и с 2000 года эта отрасль переживает настоящий бум на фоне мощного экономического роста и увеличения персонального дохода населения. Тем не менее, устаревшие кафетерии все еще составляют значительную долю рынка.

Предприятия общественного питания быстрого обслуживания в Украине в общем можно разделить на сети ресторанов с признанными торговыми марками, передвижные сети, отдельные точки/киоски, продающие хот доги, пиццу, печеные продукты, курицу на вертеле и т.д., частные рестораны и кафе, предлагающие еду по сравнительно невысоким ценам и, наконец, старые столовые советского типа (которые не следует путать с современными просторными кафетериями, которые используют тот же принцип самообслуживания, но намного отличаются по выбору и качеству пищи, санитарным условиям и другим аспектам). Важно отметить, что на организованный бизнес в области быстрого питания (сети) приходится незначительная доля рынка (хотя на рынке уже действуют около 20 сетей, имеющие в общей сложности около 200 ресторанов), в то время как частные киоски, многие из которых еще даже не имеют государственной регистрации, доминируют на рынке.

Основными характеристиками ресторанов быстрого обслуживания являются ограниченное количество блюд в меню, значительный поток клиентов, низкие и умеренные цены и интенсивный рабочий процесс. Концепция быстрого

обслуживания предполагает, что один клиент обслуживается за 1-7 минут, что в свою очередь предполагает, что типичный клиент проводит в торговой точке быстрого питания до 30 минут. Большинство местных точек быстрого питания предлагают алкогольные напитки, но их выбор обычно ограничивается пивом. Кроме того, для большинства местных ресторанов быстрого обслуживания является характерным предлагать в одном и том же месте гамбургеры, салаты, пиццу, кондитерские изделия и другие различные продукты питания, что является еще одним свидетельством того, что рынок находится на раннем этапе своего развития. По мере развития и роста бизнеса в области быстрого питания, рестораны вероятно, попытаются сузить свою специализацию в поисках незанятой ниши на рынке. Помимо еды, дифференциация также должна стать более заметной в качестве обслуживания (например, рестораны будут выбирать между самообслуживанием и обслуживанием официантами, одноразовой или многоразовой посудой и столовыми приборами и т.д.).

В развитых странах франчайзинг является одним из наиболее практичных способов увеличения продаж и доли рынка. Например, прогнозируется, что в среднесрочной перспективе в Соединенных Штатах, которые являются крупнейшим в мире экспортером франчайзинговых услуг, на рестораны быстрого обслуживания, работающие по франчайзинговой схеме, будет приходиться до 50% всего объема розничных продаж в стране. Кроме того, бизнес в области быстрого питания составляет крупнейшую долю (18%) общего оборота американских франчайзи. Средняя доходность инвестиций всех франчайзи в развитых странах, достигнутая за значительный период времени, оценивается на уровне 25%, что является очень высоким показателем. Поэтому ожидается, что количество франчайзи в Европе будет расти ежегодно на 10-15%. Следует отметить, что до сих пор процент банкротств франчайзи был довольно низким и за последние пять лет составил 8% от общего количества франчайзи в Европе.

Из-за вышеуказанных проблем регуляторного характера франчайзинг в Украине еще не получил такого признания, какое он имеет на Западе. McDonald's, будучи крупнейшим франчайзером в мире, открыл в Украине более 50 ресторанов, но лишь только собирается выдать свою первую франшизу в стране. Другим препятствием для развития франчайзинга является недостаточное признание прав интеллектуальной собственности в Украине, о чем свидетельствует непонимание многими местными бизнесменами того, что успешная торговая марка является чьей-то собственностью и что за ее использование нужно платить. Тем не менее, несколько местных игроков активно работают по схеме франчайзинга. Самым известным примером является львовская "Торгова Марка", которая с помощью франчайзинга вывела свои бренды "Пицца Челентано" и "Картопляна Хата" за пределы западной Украины в другие регионы и в настоящее время представлена примерно 50 ресторанами в основных регионах страны, а также в Польше. Местная плата за использование франшизы незначительна по сравнению с зарубежными странами (до 9 500 дол. США).

Основными характеристиками традиционного ресторана быстрого обслуживания являются ограниченное количество блюд в меню и быстрое

ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ РЕСТОРАННОГО БИЗНЕСА В УКРАИНЕ И АВТОНОМНОЙ РЕСПУБЛИКЕ КРЫМ

обслуживание клиентов. Средний чек составляет 2-4 дол. США. Обычно считается, что успешный ресторан быстрого обслуживания должен ежедневно обслуживать как минимум 100 клиентов на каждое посадочное место, но этот показатель, конечно же, зависит от местонахождения ресторана и организации его работы. Поэтому поток клиентов может варьироваться от 10-30 человек на одно посадочное место до 30 000 на один ресторан, как это было в первом ресторане McDonald's в Москве. Еще одним преимуществом традиционных ресторанов быстрого обслуживания является возможность видеть собственными глазами процесс приготовления пищи, что дает посетителям психологическую уверенность в том, что их пища является свежеприготовленной.

Чтобы постоянно обеспечивать сеть своих ресторанов полуфабрикатами, компании, специализирующиеся на традиционной быстрой пище, должны иметь комплекс для приготовления продуктов. Один такой комплекс может обслуживать как минимум 10 ресторанов и стоит от 100 000 дол. США, при этом срок его окупаемости составляет примерно пять лет. Такие комплексы обычно организовываются за пределами центральной части города. Это повышает значение факторов месторасположения и логистики, поскольку срок хранения многих продуктов быстрого питания очень короткий (до шести часов) и их необходимо доставлять в рестораны несколько раз в день.

Современные просторные кафетерии представляют собой еще один крупный сегмент местного бизнеса в области быстрого питания. По типу обслуживания они похожи на столовые советских времен (посетители сами себя обслуживают, выбирая блюда, выставленные на длинном прилавке, а затем приносят их на столы, чтобы поесть). Но это единственное сходство. Помимо современного оформления, лучшего качества еды и более приятного обслуживания новые рестораны самообслуживания с длинными прилавками для блюд предлагают намного более обширное меню (до 150 блюд), что также является их важным отличием от традиционных ресторанов быстрого обслуживания. Эти кафетерии стали очень популярными среди местных потребителей, которые продемонстрировали готовность ждать и платить немного больше в обмен на более широкий выбор блюд. Однако перспективы роста этого бизнеса зависят от наличия свободных помещений, поскольку для таких ресторанов может требоваться площадь до 500 кв. м. В этом случае необходимо отказаться от благоприятного месторасположения. Однако обширное меню не оказалось препятствием для быстрого обслуживания. В местных ресторанах самообслуживания с длинными прилавками для блюд посетители обслуживаются почти так же быстро, как и в традиционных ресторанах быстрого обслуживания - в среднем, за 5-7 минут - и платят почти столько же (в среднем, 2-3 дол. США). Но поскольку эти рестораны ориентированы на более широкую категорию потребителей (по возрасту), стоимость одной покупки может варьироваться в пределах от 50 центов до 6 дол. США. Еще одна особенность этого типа ресторанов быстрого обслуживания состоит в том, что каждый из них имеет свою собственную кухню. Местные рестораны самообслуживания с длинными прилавками для блюд имеют много общего с ресторанами формата Quick & Casual. Эти рестораны представляют собой смесь традиционного ресторана с рестораном

быстрого обслуживания. Обычно они имеют более простой интерьер, меньшее количество блюд в меню и получают меньшую прибыль по сравнению с традиционными ресторанами, но быстрое обслуживание является их важнейшим приоритетом. В то же время, средний размер чека ресторана Quick & Casual составляет 7-10 дол. США, что выше размера среднего чека типичного ресторана быстрого обслуживания. Как правило, рестораны Quick & Casual имеют уникальный дизайн интерьера, имеют свои собственные фирменные блюда и предлагают такие дополнительные услуги, как обслуживание официантов, бесплатная стоянка, книги и журналы для чтения, еда на вынос и доставка еды на дом, обслуживание банкетов и т.д. Рестораны Quick & Casual становятся все более популярными на Западе и ожидается, что в ближайшее время они станут так же более распространенными и в Украине. Ожидается, что в этой нише будут преобладать отдельные частные рестораны, но и существующие сети ресторанов также могут счесть привлекательным для себя специализироваться на национальной кухне (украинской, китайской, европейской). В настоящее время лишь несколько компаний позиционируют себя как Quick & Casual. Большинство иностранных сетей ресторанов быстрого обслуживания все еще не приходят в Украину из-за отсутствия законодательства в области франчайзинга, неудовлетворительного общего делового климата, включая бюрократию и сложную систему налогообложения, а также другие негативные факторы. Все это вселяет в них неуверенность относительно того, смогут ли они в долгосрочной перспективе вести успешный бизнес в Украине и обеспечить строгое соблюдение своих требований в отношении месторасположения ресторанов, их оформления и качества пищи. Тем не менее, сообщается, что такие международные сети ресторанов быстрого обслуживания, как KFC, Taco Bell и Sbarra присматриваются к Украине. Появление на рынке других западных сетей ресторанов быстрого обслуживания, помимо McDonald's, будет только приветствоваться. И хотя в краткосрочной перспективе их отсутствие может быть выгодным для местных сетей ресторанов быстрого обслуживания, облегчая их рост и развитие, появление западных сетей ресторанов в конечном итоге будет предварительным условием выведения стандартов украинского бизнеса в области быстрого питания на качественно новый уровень.

В Крыму уже действует филиал таких сетей как «Мак Дональдз» – Ялта, Симферополь, Севастополь, «Пицца Челентано» – Ялта, Симферополь, Севастополь, Евпатория, «Картопляна Хата» - Севастополь, а также существуют и развиваются местные сети – «МэджикБургер», «Амиго» и другие.

Анализируя отрасль общественного питания и розничный товароборот в АРК, следует оценить место АРК на украинском рынке.

Анализ статистических данных показывает, что основная сеть общественного питания в АР Крым представлена кафе (74 %), рестораны составляют 10% от общего количества предприятий общественного питания, столовые соответственно - 9%, бары - 7%. На 10 000 жителей полуострова приходится в среднем 7-8 ресторанов. Максимальное количество ресторанов сосредоточено в Ялте и Симферополе, что уже создает диспропорцию, снижает качество питания туристов, которые пользуются базой размещения в многочисленных курортных городах и

ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ РЕСТОРАННОГО БИЗНЕСА В УКРАИНЕ И АВТОНОМНОЙ РЕСПУБЛИКЕ КРЫМ

поселках полуострова. Приводимые цифровые данные можно принимать во внимание только приблизительно так как состояние статистики далеко несовершенно. В показатели государственной статистики не включены столовые, кафе, бары санаторно-курортных и туристических комплексов, число которых только в АР Крым насчитывает более 600.

Перспективы дальнейших исследований. Только поверхностный анализ организации общественного питания в Украине и в частности в АР Крым позволяет выявить целый ряд нерешенных проблем, которые в дальнейшем требуют научного обоснования. Среди них следующие:

- особенности государственного подхода в управлении и регулировании предприятиями общественного питания,
- территориальное размещение предприятий общественного питания,
- государственное стимулирование перспективных форм ресторанного обслуживания,
- инвестиционное и инновационное управление ресторанными комплексами,
- организация статистического учета предприятий общественного питания разных форм собственности.
- организация питания в санаторно-курортных, туристических и гостиничных комплексах,
- система подготовки руководителей ресторанного обслуживания,
- стандартизация, сертификация предприятий общественного питания для туристов.

Выводы. В связи с увеличением туристских потоков расширяется гостиничный и соответственно ресторанный бизнес. Однако появление предприятий общественного питания происходит стихийно. Новые прогрессивные формы в организации питания внедряются крайне медленно и не стимулируются государством. Отсутствие единой государственной политики в области организации питания многочисленных туристов, отдыхающих на курортах Украины снижает качество отдыха и соответственно препятствует укреплению имиджа Украины на международном уровне.

Список литературы

- 1 Волков Ю.Ф. Технология гостиничного обслуживания. – Ростов-на-Дону: Феникс, 2003. – 384 с.
- 2 Богушева В.И. Бары и рестораны. Искусство обслуживания. – Ростов-на-Дону: Феникс. – 1998.
- 3 Коршунов Н.В. Организация обслуживания в ресторанах. – М.: Высшая школа. – 1980.
- 4 Ключников В.П. Оборудование предприятий общественного питания: Справочник. – М.: Экономика, – 1985.
- 5 Усов В.В. Организация обслуживания в ресторанах: Практик. Пособие. – М.: Высшая школа, 1990.
- 6 Квартальнов В.А. Стратегический менеджмент в туризме: Современный опыт управления. – М., 1999.
- 7 Чудновский А.Д. Гостиничный и туристический бизнес. – М, 1998.

- 8 Мунін Г.Б. Управління сучасним готельним комплексом: Навч. Посіб./ За редакцією члена-кор. НАН України, д.е.н., професора Дорогунцова С.І. – К.: Ліра-К, 2005. – 520 с.
- 9 Байлик С.И. Гостиничное хозяйство. Проблемы, перспективы, сертификация. – К.: ВИРА-Р, 2001. – 208 с.
- 10 Малюк Л.П., Москаленко И.И., Байлик С.И. Гостиничные услуги, услуги общественного питания. Сборник информационно-методических и нормативных документов. – Х., 1999.
- 11 Ефимова О.П. Экономика гостиниц и ресторанов: учеб. Пособие/ О.П. Ефимова, Н.А. Ефимова, Т.А. Олифиренко; под ред. Н.И. Кабушкина – М.: Новое знание, 2005. – 392 с.
- 12 Уокер Дж.Р. Введение в гостеприимство. – М., 1999.
- 13 Европейский гостиничный маркетинг: Учеб. пособие: Пер. с англ. – М.: Финансы и статистика, 2002. – 224 с.
- 14 Управление человеческими ресурсами в европейском гостиничном бизнесе: Учебн. Пособие: Пер. с англ. – М.: Финансы и статистика, 2002. – 120 с.
- 15 Сидоренко Л.А. Управление конкурентоспособностью предприятия общественного питания // Дипломная работа. Таврический национальный университет им. В.И. Вернадского. – 2005 с.
- 16 Расулова А.М. Управление конкурентоспособностью ресторанов// Автореферат. Киевский национальный экономический у-т МОН Украины, –2006, 14 с.

Поступила в редакцию 30.05.2008 г.

Карташевська І.Ф. Особливості організації ресторанного бізнесу в Україні та Автономній Республіці Крим // Вчені записки ТНУ. Серія: Економіка, 2008. – Т. 21 (60). – № 1. – С. 75-82.

Вивчено статистичні дані, що дають уяву про організації суспільного харчування в Україні й Автономній Республіці Крим. Розглянуто основні тенденції розвитку ресторанного обслуговування і впровадження прогресивних форм харчування, використовуваних за рубежом.

Ключові слова: організація громадського харчування, підприємства швидкого харчування, ресторан.

Kartashevskaya I.F. The peculiarities of restaurant business in Ukraine and the Autonomous Republic of Crimea // Uchenye zapiski TNU. Series: Economy, 2008. – Vol. 21 (60). # 1. – P. 75-82.

The statistic data that provide the concept of public catering in Ukraine and in the Autonomous Republic of Crimea are examined. The basic tendencies of restaurant services development and implementing the progressive forms of catering, used abroad Ukraine are considered.

Key-words: public catering organizations, fast food enterprises, restaurant.

УДК: 338.48

ПОТРЕБНОСТИ В АКТИВНОМ ТУРИЗМЕ

Каталимова А.Н., Бузни А.Н.

Рассмотрены различные трактовки ключевых терминов, связанных с активным туризмом. Изложена сущность данного понятия. Приводятся результаты исследования предпочтений респондентов в различных видах активных форм отдыха.

Ключевые слова: Рекреация, туризм, путешествия, активный туризм, спортивный туризм, пассивный отдых, мотивация, потребности.

Постановка проблемы. Одной из негативных сторон всё ускоряющегося развития научно-технического прогресса является освобождение человека от физических нагрузок, снижение его двигательной активности в условиях, когда, с одной стороны современная техника ограничивает участие человека в производственном процессе лишь нажатием кнопки, а с другой стороны, вынуждает затрачивать основную часть рабочего, а часто и нерабочего времени, за компьютерами, разнообразными приборами или рулём автомобиля при минимальной мышечной активности. Если в прошлых веках затрата мышечной энергии в производстве составляла более 90%, то в настоящее время она порой не превышает 1%. И потому распространённой болезнью века стала гиподинамия, т.е. ослабление мышечной деятельности человека, обусловленное сидячим образом жизни и ограничением двигательной активности.

Такая ситуация стала одной из причин обращения внимания широких слоёв населения на активные виды отдыха и в частности на активный туризм, организационные формы которого в значительной мере отстают от быстро растущего спроса, проявляющегося, например, в увеличении количества самостоятельных туристов.

Цель данной статьи состоит в проведении дескриптивного анализа существующих теоретических положений в отношении активного туризма и агрегирование их по проблемам в данной сфере услуг, а также характеристики спроса на эти услуги рекреантов, занимающихся активным туризмом.

Результаты исследования. В литературе по туризму наблюдается множественность терминов, употребляемых для обозначения одной и той же социально-экономической реальности, отсутствует единство толкований в определении сущностных категорий. Неурегулированность прежде всего ключевых в теории и практике рекреации понятий «турист» и «туризм» приводит к отсутствию единства в статистическом учёте, затруднениям к планированию и организации рекреационно-туристических услуг.

По определению М.Б.Биржакова, в основном согласующегося с формулировкой Всемирной туристской организации, турист – это потребитель тура, туристского продукта или туристских услуг – временный посетитель местности, населённого пункта, территории или страны независимо от его гражданства, национальности, пола, языка и религии, находящийся в данной местности не менее чем 24 часа, но не более 6 месяцев в течение календарного года, или находящийся вне места своего

проживания в пределах своей страны и осуществляющий по меньшей мере одну ночёвку в коллективном или индивидуальном средстве размещения, путешествующий ради удовольствия или с познавательными, лечебными, деловыми целями и не занимающийся при этом деятельностью в месте временного пребывания, оплачиваемой из местного источника [1].

Однако в некоторых дефинициях указание на обязательное отсутствие деятельности, оплачиваемой из местного источника, постепенно исключается из определения туриста. Об этом свидетельствуют даже включаемые в перечень видов туризма понятия: «деловой туризм», «коммерческий туризм», «конгрессный туризм». Сюда же в ряде случаев можно отнести и научный туризм, при котором нередко приглашаемый учёный за участие получает гонорар из местного бюджета.

По принятому в 1993 г. ООН определению, туризм охватывает деятельность лиц, которые путешествуют и осуществляют пребывание в местах, находящихся за пределами их обычной среды, в течение периода, не превышающего одного года подряд, с целью отдыха, деловыми и прочими целями [2]. При этом основными характерными чертами туризма выделяются:

- выезд за пределы обычной среды;
- временный характер передвижения;
- отсутствие целей заработка.

Исходя из такого определения люди, покинувшие пределы своей обычной среды, чтобы позагорать на пляже или посмотреть спортивные соревнования, и люди, избравшие видом отдыха туристский поход, одинаково называются туристами. Такой подход удобен лишь для статистического учёта передвижения рекреантов в самом общем плане и в институциональном отношении требует общих организационных условий, связанных с таможенной, транспортом, размещением (включая питание), продвижением турпродукта и т.п. В этом случае туризм обычно отделяют от иммиграции; к нему не относят пересечение границы жителей приграничных регионов; не учитывают выезды студентов на учёбу, дипломатов и членов их семей к месту работы и т.п. Однако, если рассматривать требования к организации отдыха пассивного и активного, то они принципиально различны как по субъектам, так и по сфере услуг, их инфраструктуре, характеру деятельности, менеджменту.

Если обыденное понимание туриста как путешественника, передвигающегося с места на место, отличающее его от отдыхающего, проводящего время на пляже или в местах развлечений, может быть использовано для планирования услуг в сфере активного туризма, то определение туриста, даваемое в нормативных документах, относящее к этому понятию любого человека, выехавшего за пределы постоянного места проживания более чем на сутки с любой целью, кроме получения заработка, имеет значение при планировании и организации всей рекреационной сферы услуг. И в этом случае исключение лиц, прибывающих с коммерческой целью, представляется неправомерным, поскольку, во-первых, их выделить не всегда возможно, например, в деловом туризме, где часто совмещается бизнес с отдыхом, в конгрессном туризме и других подобных турах и, во-вторых, такое выделение попросту лишено смысла, т.к. лица, прибывающие в места рекреации с

коммерческой целью, тоже в определённой мере пользуются комплексом услуг, предоставляемых инфраструктурой рекреационно-туристского комплекса.

Неоднозначность толкования термина «туризм» связано и с антиномичностью [3] этой категории, которая состоит в том, что её определяют то как отрасль, обслуживающую туристов, то как непосредственную деятельность туристов, связанную с их перемещением в пространстве и во времени.

Так, по утверждению М.Б. Биржакова, туризм обладает дуализмом внутренней природы явления, рассматриваемый как:

(а) особый массовый род путешествий с чётко определёнными целями туризма, совершаемых собственно туристами, т.е. деятельность самого туриста;

(б) деятельность по организации и осуществлению (сопровождению) таких путешествий, туристская деятельность. Такая деятельность осуществляется различными предприятиями индустрии туризма и смежных отраслей. [1].

Позволим себе не согласиться с утверждением по пункту «б». Те, кто обслуживает туристов, не занимаются туризмом, а лишь обеспечивают его, содействуют ему. Аналогично не относят к музыкальной деятельности изготовление музыкальных инструментов, предоставление сценических площадок и т.п. Понятие «туризм» не обладает дуализмом и определяется лишь первой формулировкой М.Б. Биржакова под пунктом (а). Вторая же формулировка характеризует туристскую индустрию и её инфраструктуру.

Представляется необходимым и разграничение таких понятий как «путешествие» и «туризм». М.Б.Биржаков считает их неразрывно связанными понятиями, которые описывают определённый образ жизнедеятельности человека - это отдых, пассивное или активное развлечение, спорт, познание окружающего мира, торговля, наука, лечение и множество другого. Однако всегда при этом присутствует характерное действие, определяющее и обособляющее собственно путешествие от иных сфер деятельности, - временное перемещение человека в иную местность или страну, на континент, отличные от его обычного местонахождения или проживания [1].

В то же время из путешествий, как отдельного способа жизнедеятельности человека, Биржаков выделяет туризм в качестве совершенно иной формации, обладающей своими чётко выраженными свойствами и характеристиками. По его мнению, главное отличие туризма от путешествий – это цель и массовость. Так к категории туристов им не отнесены например известные чехословацкие исследователи Иржи Ганзелка и Станислав Зигмунд, совершившие автомобильное многолетнее путешествие по континентам мира, или Анисим Панкратов, проехавший вокруг света на велосипеде в 1913 г., и др. Они определяются им только как путешественники.

Особое значение для наших исследований имеет определение понятия «активный туризм», чёткая дефиниция которого в литературе отсутствует.

В отношении рекреации восстановление жизненных сил человека может происходить как в условиях активной деятельности, так и нередко при бездеятельности. Не случайно туриста в обыденной практике представляют с

рюкзак за плечами, а его антипода-отдыхающего – в пляжном костюме под тентом.

Активный туризм следует прежде всего рассматривать как частный случай путешествий, т.е. перемещение людей во времени и пространстве. Участником активного туризма может стать любой человек, посетивший ту или иную местность с любой целью: оздоровление, лечение, отдых или даже заработок. Врач может порекомендовать пациенту в качестве средства лечения небольшой терренкур, длительные прогулки, туристский поход; человек, прибывший на заработки, может в качестве кратковременного отдыха принять участие в пешеходной экскурсии по региону пребывания; просто пассивно отдыхающий на какое-то время меняет форму отдыха на активную и т.п. Субъектами активного отдыха могут оказаться как посетители района рекреации вне зависимости от цели прибытия, так и сами жители рассматриваемого региона, поскольку нередко жители, например, предгорья или лесных массивов отправляются в одно- а то и многодневные путешествия по близлежащим горам и лесам и не называть их туристами нет оснований. Поэтому для учёта фактического количества туристов и прогнозирования прибытий, для определения сегментов рынка услуг по активному туризму необходимы специальные методики, которые, конечно же, будут отличаться от принятой ВТО для общего учёта туристов.

В понятие «активный туризм» входят все виды туристских путешествий, которые характеризуются активным способом передвижения по маршруту, т.е. с затратой собственных физических усилий туриста.

Обычно функциональная классификация видов туризма определяется целью поездок. В соответствии с данным признаком различают следующие виды туризма: рекреационный; лечебный; познавательный; деловой; религиозный; этнический; транзитный [2].

Традиционно среди туристов по их активности во время отдыха выделяют шесть групп:

- любители спокойного отдыха, желающие освободиться от повседневных стрессов и отдохнуть в спокойной и приятной обстановке;
- любители развлечений, которые во время отдыха заняты поиском разнообразных удовольствий;
- любители активного отдыха, создающие активную нагрузку своему телу;
- любители спортивного отдыха, концентрирующиеся на соревнованиях;
- любители познания, изучения, заинтересованные в повышении своего образовательного уровня;
- любители приключений, острых ощущений, ищущие необычных впечатлений с определенной долей риска [4].

С нашей точки зрения, требуется особое выделение активного туризма как вида рекреации, требующего специфических организационных форм и обладающего собственным спросом.

При применении терминов «активные формы отдыха» и «активный туризм» необходимо учитывать что по С.И. Ожегову активный – это деятельный, энергичный, действующий в сравнении с пассивным, т.е. безучастным, вялым [5].

Туризм, рассматриваемый как разновидность рекреации, отличающейся активными формами отдыха, на наш взгляд, может дифференцироваться, в свою очередь, по степени активности, а именно как: спортивный туризм, активный туризм и пассивный туризм.

Спортивный туризм необходимо выделить из активного туризма, т.к. он имеет специфику в организации, обслуживании и т.п. Спортивный туризм – это туризм соревновательный, нацеленный на соперничество его основных участников, основанный на стремлении к победе. Это особая сфера деятельности главным образом спортивных клубных, профессиональных организаций, которая направлена не на отдых (не имея в виду туристов-болельщиков на больших спортивных мероприятиях), как в массовом активном туризме, а на достижение спортивных результатов. По существу это профессиональная деятельность, кстати, нередко высоко оплачиваемая, которая после определённых циклов требует отдыха, рекреации.

В плане рассмотрения сущности активного туризма, отличающегося от пассивного туризма деятельным, энергичным участием в передвижении с места на место с применением и развитием физических сил, следует отделить туризм с участием таких средств передвижения как автомобильный, железно-дорожный, воздушный (кроме спортивных летательных аппаратов), и водный (за исключением вёсельного, на плотках и т.п.). Они будут относиться к пассивному туризму.

Определяя активный туризм видом путешествия, понимаемого как перемещение в пространстве, важно обозначить минимальные размеры этого пространства. Ведь и занимаясь на спортивной арене гимнастикой или лёгкой атлетикой, человек перемещается в пространстве. В этом отношении туризм в первую очередь, дистанцируется от экскурсий, под которыми понимается не только однодневное (менее 24 часов) посещение туристом определённой местности вне района обычного места пребывания в целях туризма, но и коллективное посещение под руководством экскурсовода достопримечательных мест, музеев и пр., с учебными или культурно-просветительскими целями [6].

Однако, если отличие от экскурсий необходимо для определения туризма вообще, причём именно в целях статистики посещаемости туристских агломераций, то для активного туризма, видами которого являются не только многодневные, но и однодневные передвижения (пешком, на лыжах, велосипедах, байдарках и т.п.), такое отличие не существенно или вовсе не приемлемо с точки зрения именно времени. Например, местный житель, систематически участвующий в однодневных турпоходах в районе своего постоянного места обитания, вполне может быть отнесен к туристу, т.к., во-первых, вид его отдыха, даже не связанный с выездом за пределы постоянного места жительства, функционально соответствует понятию «туризм», а во-вторых, он будет пользоваться услугами, предоставляемыми в сфере активного туризма, и организаторы этих услуг должны учитывать и его как субъекта этой сферы.

Вместе с тем пешеходная экскурсия по городу, даже если она займёт несколько часов, не будет относиться к туризму вообще и активному в частности. Существенным отличием туризма будет не время, а преодолённое туристом

расстояние, которое должно быть не менее 10-15 км. за пределами населённого пункта, и характер передвижения: спортивный в походе, тогда как на экскурсии он прогулочный. Так например, на вёсельной лодке тоже можно совершать либо прогулку по озеру, либо путешествие по реке, морю или тому же озеру (если оно достаточно велико).

Бюро переписей США, отвечающее за ведение исследований национальных путешествий, дало следующее определение путешествию: «перемещение более чем на 100 миль от места постоянного проживания», однако в «Обзоре национальных путешествий» (1963 и 1967 гг.) используется определение, дополненное словами «или вне города на одну или более ночей». Как и Бюро переписей, Центр данных по туризму США исключил из определения путешествия следующие виды поездок:

- перемещение членов экипажей морских судов, железнодорожных поездов, воздушных судов и т.д.;
- путешествия лиц между регионами, странами с целью работы;
- путешествия лиц с целью обучения [2].

По статистике наибольшую долю занимает туризм выходного дня (2-3 дня), далее следуют небольшие туристские поездки (6-7 дней), значительную долю составляют 8-12-дневные туры. Все остальные, более длительные, туристские поездки выпадают из статистики по причине ничтожности своего удельного веса в общей массе [4].

Кроме того, турист характеризуется целевыми установками, отличаясь от тех, кто совершает то или иное передвижение (путешествие) по воле определённых обстоятельств, не связанных с рекреацией.

Исходя из изложенного, предлагается следующее определение: активный туризм – это перемещение человека в пространстве за пределы населённого пункта с длительностью перемещения не менее 15 км. в целях рекреации, осуществляемое с применением и развитием его физических сил.

То есть для активного туризма характерно:

- движение с применением физических сил;
- цели рекреации (отдых, развитие физических сил, познавательные цели и др.);
- передвижение за пределами населённого пункта;
- длительность преодолеваемого в пути расстояния (не менее 15 км.).

Исходя из данного определения к активным видам туризма из всего многообразия можно отнести: пешеходный туризм, туризм с использованием средств передвижения, требующих повышенных физических усилий, а именно: дирижаблей, воздушных шаров, дельтапланов, собачьих упряжек и т.п., а также велосипедный, лыжный, лодочный, конный, подводный, горный, охотничий и др.

Проведенный нами опрос около 500 рекреантов Крыма показал преимущественные потребности туристов в активных формах отдыха (табл. 1), но пассивный туризм предпочитают всё ещё более 40 % прибывающих в Крым, к которым хотя и относятся в основном люди преклонного возраста, однако и среди молодёжи пятая часть предпочла пассивный отдых.

ПОТРЕБНОСТИ В АКТИВНОМ ТУРИЗМЕ

С точки зрения проблемы сохранения здоровья населения такое положение вызывает озабоченность и необходимость принятия системы мер, направленных на развитие форм активного отдыха.

Таблица 1
Распределение ответов респондентов о целях приезда в Крым, %

	Всего ответов	Из всех ответов в строке по целям приезда				
		Расслабиться, отдохнуть у моря без физической активности	Отдохнуть и подлечиться без организационных хлопот	Посетить достопримечательности и отдохнуть	Принять участие в походах по Крыму	Развлечься (дискотеки, казино, аквапарки, рестораны и др.)
Всего ответов	100	21,5	21,5	43,6	6,0	7,4
Из них мужчин	39,3	21,7	16,0	43,4	8,5	10,4
женщин	60,7	21,3	25,0	43,9	4,3	5,5
По возрасту, лет:						
до 19	4,8	15,4	7,7	69,2	-	7,7
20-34	52,2	17,0	20,6	47,5	5,7	9,2
35-49	26,0	24,3	20,0	38,6	10,0	7,1
50-60	12,6	32,3	20,6	41,2	3,0	2,9
более 60	4,4	33,3	58,3	8,3	-	-
По доходам:						
низкий	2,6	14,3	14,3	42,8	14,3	14,3
ниже среднего	49,2	21,8	21,8	44,4	6,0	6,0
средний	10,4	28,6	14,3	50,0	3,6	3,5
выше среднего	9,3	20,0	32,0	32,0	8,0	8,0
достаточный	4,4	8,4	25,0	58,3	-	8,3
высокий	24,1	21,5	20,0	41,5	6,2	10,8

Приведенные данные получили развитие и по существу подтверждение в ответах на конкретный вопрос об активном отдыхе (табл. 2). В двух правых колонках таблицы отражены предпочтения и склонности к относительно пассивному отдыху.

Отмечается положительное отношение к более активному отдыху прежде всего у мужчин и в целом у молодёжи, а также у лиц преклонного возраста, когда они начинают ощущать необходимость активных движений для сохранения здоровья. При этом существенной дифференциации предпочтений по целям прибытия в зависимости от уровня доходов не наблюдается, что может иметь определённое значение в системе организации активного туризма.

Таблица 2

Распределение ответов респондентов о выделяемом ими времени
на активный отдых

Виды сегментов рынка туристских услуг	Всего ответов	Из всех ответов в строке по времени активного отдыха			
		90-100%, т.е. походы	50 % - активно, а 50% на пляже, в спокойной обстановке	Менее 50 %, иногда экскурсии, спортивные игры, развлечения	Нисколько. Предпочитаю пассивный отдых
Всего ответов	100	8,1	50,7	30,0	11,2
Из них мужчин	39,3	13,2	43,3	34,2	9,3
женщин	60,7	4,9	55,6	27,5	12,0
По возрасту, лет:					
до 19	4,8	-	76,9	23,1	-
20-34	52,2	10,6	52,5	28,4	8,5
35-49	26,0	5,7	45,7	32,9	15,7
50-60	12,6	8,8	47,1	32,3	11,8
более 60	4,4	-	41,7	33,3	25,0
По доходам:					
низкий	2,6	14,3	28,6	57,1	-
ниже среднего	49,2	7,5	54,9	27,1	10,5
средний	10,4	3,6	50,0	32,1	14,3
выше среднего	9,3	16,0	48,0	32,0	4,0
достаточный	4,4	-	75,0	25,0	-
высокий	24,1	41,5	32,3	16,5	18,5

Нами были рассмотрены и предпочтения респондентов по отношению к видам активного туризма в укрупнённой агрегации (рис. 1).

Приведенные данные свидетельствуют о явных предпочтениях для туристов старше 20 лет транспортного туризма (кривая 3), не относимого нами к видам активного отдыха, а среди видов активного туризма в разных возрастных группах по-разному:

Молодёжь до 19 лет оказывает предпочтение экстремальным турам, затем многодневным походам, в меньшей мере однодневным и практически не интересуется «зелёным» туризмом. В группе туристов от 20 до 34 лет предпочтение отдаётся однодневным походам, затем многодневным, затем экстремальному туризму.

В зрелом возрасте (35-49 лет) разница в предпочтениях между видами активного туризма сокращается и добавляется увлечение „зелёным” туризмом. К 50-летнему возрасту отмечается повышенная склонность к экстремальным видам туризма, однако к 60 годам она сходит на «нет». Возрастная группа старше 60 лет отказывается полностью от экстремальных туров и зелёного туризма, предпочитая в основном однодневные походы и в меньшей мере многодневные.

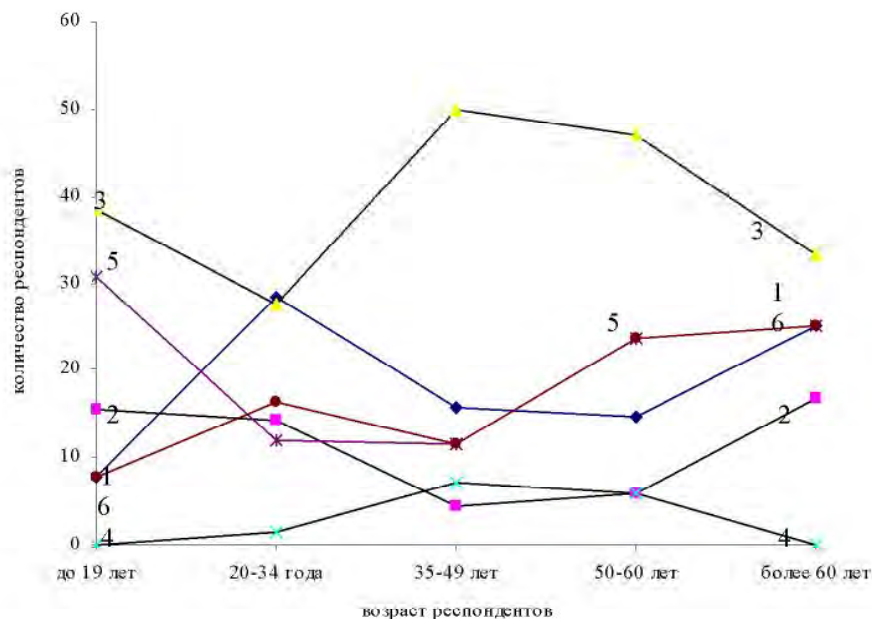


Рис. 1. Предпочтения рекреантов в выборе видов активного туризма
 Кривая 1 – Однодневные походы (пешие, конные, водные и т.п.)
 Кривая 2 – Многодневные походы (пешие, конные, водные и т.п.)
 Кривая 3 – Транспортный туризм (автомобиль, автобус, теплоход)
 Кривая 4 - Зелёный туризм с сельскохозяйственными работами
 Кривая 5 – Экстремальные туры (скалы, пещеры, парашют, дайвинг и др.)
 Кривая 6 – Разнообразные виды развлечений в системе аттракций

Проявляются естественные предпочтения в более напряжённых для мышечной энергии видов туризма (многодневные походы, зелёный туризм с выполнением сельскохозяйственных работ и экстремальный туризм) среди мужчин по сравнению с женщинами. Опять же существенных различий в предпочтениях по уровням доходов не проявляется. Это позволяет не учитывать данный фактор в сфере организации активных форм туризма, хотя на вопрос о трудностях в выборе желаемого вида туризма среди респондентов с достаточным и высоким уровнем доходов лишь четверть и менее опрошенных указали на неприемлемую стоимость тура, тогда как в других группах опрошиваемых на этот фактор указали более 40 % опрошенных. Однако этот фактор скорее может быть отнесен к транспортному туризму, который нами не рассматривается как форма активного туризма.

Классификация туристов на группы в зависимости от стиля их жизни предполагает выделение типов с учётом не отдельных критериев, а на основе общего отношения человека к своей жизни.

Представляет при этом интерес исследование мотивации и потребностей туристов в зависимости от стилей их жизни, которые проведено французской фирмой «Сентр де Коммуникасион Аванс» группы «Гавас-Евроком» [7].

В частности, ею разработана система «Евростиль» (рис. 2), представленная картой, поделенной осями ординат на четыре сектора социоцелей:

- «Движение», характеризуемое приверженностью к превосходству отдельной личности, скептическим отношением к законам, социальным нормам и авторитетам, свободой критики и, наконец, динамизмом поведения;

- «Устройство», подразумевающее защиту социального статуса, приоритет защищенности и переживаний отдельной личности, защиту с помощью групп и протекции, подчинение правилам общежития и приверженность к обычаям и традициям.

- «Значимые блага», отличающиеся предпочтениями цены наслаждения, чувственности и гедонизма;

- «Ценности», определяемые значимостью денег, осязаемых и неосязаемых благ, расходом и расточительством.

В результате исследования серий многовариантных анализов (кластерного, факторного и др.) выделено шестнадцать различных стилей жизни, в той или иной степени характерных для 15 стран Западной Европы. Например, стиль «Рокки» особенно распространен в Великобритании, Нидерландах, Франции и Швейцарии, «Дефенс» и «Романтик» распространены в Австрии, Бельгии, Великобритании, Германии, Дании, Италии, Франции и Швейцарии. С их учётом ими выделены стили, среди которых активные виды туризма предпочитают сквадра (терпимая сельская молодёжь) и романтик (сентиментальная рабочая молодёжь). При этом самым распространенным стилем жизни в Европе является так называемый образ «Рокки» (13,5%), далее идут «Дефенс» (8,5%) и «Романтик» (7,8%).

В качестве разведывательного подхода для аналогичного определения мотивации в использовании активных видов туризма нами проведено анкетирование среди молодёжи в возрасте до 35 лет, участников активного туризма в Крыму, с предложением к респондентам самим отнести себя к одному из стилей жизни системы «Евростиль».

Оказалось, что по стилям жизни большинство мужчин (25%) причислили себя к стилю «денди», на втором месте по количеству ответов (по 11%) были названы стили «роки» и «протест», на третьем месте (по 6,5%) «бизнес» и «романтик», затем были названы стили: «сквадра», «скаут», «пионер», «вигиланте», «моралист», «ситизен» и «олвидадос». Среди женщин на первом месте (30%) был назван стиль «роки», на втором (20%) – «денди».

Выводы: 1. Туризм, рассматриваемый как разновидность рекреации отличается активными формами отдыха и в свою очередь может различаться по степени активности, а именно как: спортивный туризм, активный туризм и пассивный туризм.

2. Потребителями услуг в сфере активного туризма являются преимущественно молодёжь и люди среднего возраста.

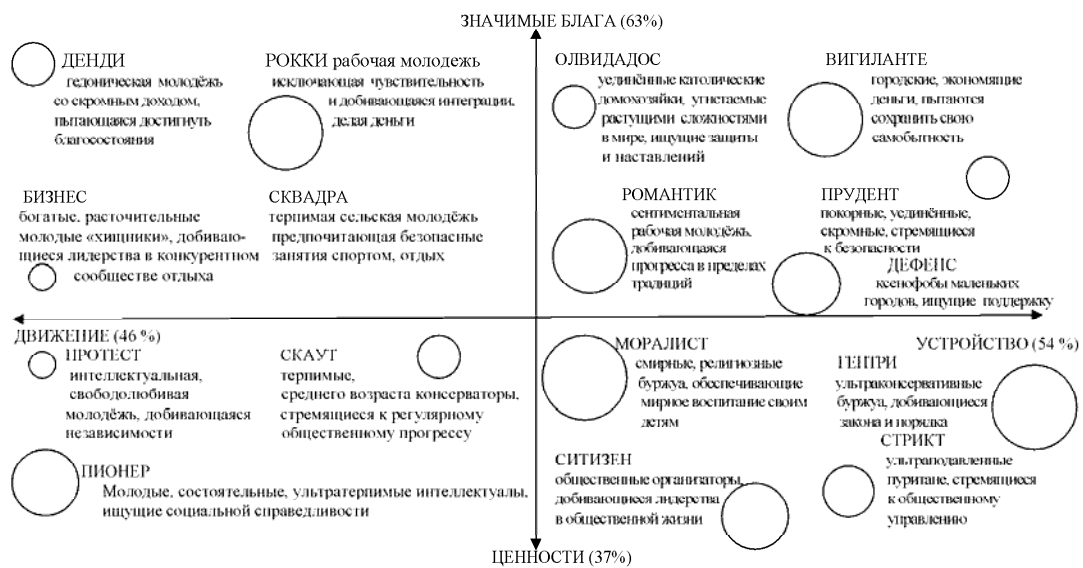


Рис. 2. Карта системы «Евростиль» для Европы

3. Активный туризм по своей функции наиболее соответствует социальной направленности на совершенствование человека как в физическом, так и в нравственном и духовном отношении. В экономическом отношении активный туризм менее затратный, более эффективный для региона и принимающий всё более широкие масштабы на мировом уровне.

Список литературы

1. Биржаков М.Б. Введение в туризм: Учебник. – СПб.: Невский Фонд - «Издательский дом Герда», 2004. - 448с.
2. Кабушкин Н.И. Менеджмент туризма. Мн.: Новое знание, 2001.
3. Менеджмент туризма. Туризм как вид деятельности: Учебник. - Финансы и статистика, 2002. – 288 с.
4. Туристский терминологический словарь: Справочно-методическое пособие / Авт.-сост. И. В. Зорин, В. А. Квартальное. - М.: Советский спорт, 1999.
5. Ожегов С.И. Словарь русского языка / Под ред. Н.Ю.Шведовой. – М.: Рус. яз., 1990. – 921 с.
6. Квартальнов В.А. Туризм: Учебник. –М.: Финансы и статистика, 2004. – 320 с.
7. Папирян Г.А. Международные экономические отношения: маркетинг в туризме. – М.: Финансы и статистика, 2001. – 160 с.
8. Береснева М.А. Исследование рынка потребителей туристских услуг в Крыму / М.А.Береснева, Д.С.Новикова; ред. В.П.Казарин; под общ. ред. Казарина В.П. – Симферополь: Крымский архив, 2002. – 29 с.

Поступила в редакцию 30.05.2008 г.

Каталімова А.М., Бузні А.М. Потреби в активному туризмі // Вчені записки ТНУ. Серія: Економіка, 2008. – Т. 21 (60). – № 1. – С. 83-94.

Розглянуто різні трактування ключових термінів, зв'язаних з активним туризмом. Викладено сутність даного поняття. Приводяться результати дослідження переваг респондентів у різних видах активних форм відпочинку.

***Ключові слова:** Рекреація, туризм, подорожі, активний туризм, спортивний туризм, пасивний відпочинок, мотивація, потреби.*

Katalimova A.N., Buzni A.N. The Active Tourism Needs // Uchenye zapiski TNU. Series: Economy, 2008. – Vol. 21 (60). # 1. – P. 83-94.

Different interpretations of the key terms relating to active tourism are under consideration. Essence of the conception is described. Studies data of some respondents' preferences to various recreation activities are given.

***Key-words:** recreation, tours, active tourism, sporting tourism, inactive rest, motivation, needs.*

УДК 373.61+331.52 (477)

АНАЛИЗ РЫНКА БИЗНЕС-ОБРАЗОВАНИЯ В УКРАИНЕ

Коцюбайло Н.А.

Проведен анализ рынка бизнес-образования в Украине, изучены вторичные данные результатов опроса, проведенного в 2006-2007 гг. среди слушателей и выпускников шести бизнес-школ в Украине, выявлены основные тенденции развития национального бизнес-образования.

Ключевые слова: бизнес-образование, магистр делового администрирования, рейтинг.

Постановка проблемы в общем виде и ее связь с важными практическими задачами. Современный этап развития бизнес-образования в Украине характеризуется переходом от ознакомительного образования к подготовке практиков предпринимательской деятельности, которые владеют не только глубокими теоретическими знаниями, но и способны разрабатывать эффективные стратегии функционирования предприятий на рынке [1, с. 49].

Главная проблема подготовки менеджеров в Украине заключается в том, что учебные заведения, специализирующиеся на подготовке специалистов в сфере бизнеса уделяют большое внимание теоретической подготовке студентов. Руководители предприятий считают, что наличие диплома о бизнес-образовании еще не гарантирует того, что работник способен выполнять практические задания, принимать обоснованные и эффективные управленческие решения, формировать адекватную рыночным условиям бизнес-стратегию [2, с. 477-484].

Подготовкой специалистов в сфере бизнеса в Украине занимаются 150 высших учебных заведений, которые подчинены Министерству образования и науки Украины, все они предлагают образование по специальности «Менеджмент». Данная специальность является наиболее распространенной в Украине. Следующими распространенными специальностями являются: «Финансы», предлагаются в 101 учебном заведении; «Экономика предприятия» – в 86 учебных заведениях; «Маркетинг» – в 50 учебных заведениях. Учебные программы и учебные планы отличаются между собой, а также существенно отличаются от западных «аналогов» по своей структуре и содержанию, и наличием структурно логических зависимостей [3, с. 11].

На первом этапе перестройки бизнес-образования перед высшими учебными заведениями Украины появилась необходимость самостоятельной разработки принципиально новых программ и подходов, которые в условиях советской экономики и образования не существовали. В результате чего, учебные заведения столкнулись со следующими трудностями, во-первых, не все сразу осознали, что главным критерием эффективной подготовки менеджеров является связь образования с бизнес-средой, а во-вторых, оказалось, что очень сложно изменить суть учебных программ, методику обучения, организацию учебного процесса и улучшить преподавательский уровень [4].

Анализ последних исследований и публикаций. Изучению комплекса проблем, связанных с организацией бизнес-образования и его становлением в

Украине активно содействовала научная и научно-практическая деятельность Степенко М.Ф., Яременко О.О., Опацька С.В., Красавцев Л. и другие исследователи. В Украине исследованиями в сфере бизнес-образования активно занимаются: Совет международных исследований и обмена (IREX), Консорциум по усовершенствованию менеджмент-образования (CEUME), Украинская Ассоциация по развитию менеджмента и бизнес-образования (УАРМБО).

Изменения в бизнесе, законодательной среде, информационных технологиях, процессы глобализации требуют постоянного усовершенствования и принципиальных изменений бизнес-образования. В соответствии с данными факторами, современное бизнес-образование нуждается в учете следующих ключевых факторов таких, как: развитие материально-технической базы учебного процесса; повышение квалификации профессорско-преподавательского состава; сотрудничество с украинскими и зарубежными коллегами, а также с бизнес-средой; возобновление и усовершенствование учебных планов, уменьшение давления обязательных дисциплин; распространение современных интерактивных методик преподавания; поддержка исследовательской работы; создание условий для применения новых информационных технологий, в частности дистанционного обучения [5, с. 20-33]. Актуальность указанных проблем обусловила выбор темы данной статьи.

Цель данной работы заключается в проведении анализа рынка бизнес-образования в Украине и выявлении основных тенденций развития.

Изложение основного материала.

1. ОБЗОР БИЗНЕС-ШКОЛ В УКРАИНЕ

Первая бизнес-школа в Украине – Международный институт менеджмента, появилась в 1989 году и была единственной на постсоветском пространстве [6, с. 17-18]. Украинские бизнес-школы условно можно разделить на 2 категории: школы, созданные по западному образцу при университетах, например, Киево-Могилянская бизнес-школа (КМБШ) и Центр магистерской подготовки Киевского национального экономического университета (КНЕУ) и школы, созданные без поддержки высших учебных заведений, например, Международный институт менеджмента (МИМ), Львовский институт менеджмента (ЛИМ), Международный институт бизнеса (МИБ), Киевская бизнес-школа (КБШ), а также Киевский институт бизнеса и технологий (КИБИТ).

Предметы, изучаемые в украинских бизнес-школах, условно делятся на четыре группы: дисциплины, изучающие бизнес-среду (экономическая теория, предпринимательское и налоговое право, профессиональная этика); научные основы бизнеса (финансы и бухучет, количественные методы, статистика, организационное поведение); базовые курсы (менеджмент, маркетинг, управление персоналом); специальные и специализированные дисциплины (управление проектами, управление инвестициями, логистика внешнеэкономической деятельности). Кроме того, слушатель готовит магистерскую диссертацию, основанную на

самостоятельной работе прикладного характера [7, с. 97].

По окончании обучения в бизнес-школе слушатель получает степень MBA (Магистр делового администрирования) – это последипломная степень бизнес-образования по общему менеджменту и управлению бизнесом, которая обеспечивает формирование высокопрофессиональных менеджеров-практиков, личностное развитие студентов и карьерный рост выпускников и отвечает высоким интеллектуальным и академическим стандартам [8, с. 7-10].

Украинские программы MBA напоминают западные, поскольку создавались по западному образцу. Как правило, в национальных бизнес-школах существует три основные программы: «национальные» программы MBA, рассчитанные на профессионалов, которые планируют работать исключительно в Украине; программы «Executive MBA» – для топ-менеджеров и руководителей компаний; программы «International MBA» – для менеджеров транснациональных корпораций, которые присутствуют на украинском рынке, а также для тех, кто планирует начать работать в международной компании за границей.

Все украинские программы MBA, также как и западные включают в себя обязательные дисциплины и предметы на выбор. В технологии преподавания используются кейсы, деловые игры, работа над проектами, а также существует лекционная часть, при которой создается интерактивный режим обучения и диалог студентов и преподавателей. В деятельности национальных бизнес-школ наблюдается недостаток высококвалифицированных преподавателей, поэтому распространенной практикой является приглашать на лекции иностранных преподавателей с западных бизнес-школ.

Большинство украинских бизнес-школ практикуют модульное (сессии 3-9 дней с периодичностью в 4-5 недель), а также вечернее (несколько дней в неделю, после обеда) образования. Средний срок обучения в бизнес-школах Украины не превышает 24 месяца (рис. 1) [9, с. 14-17].

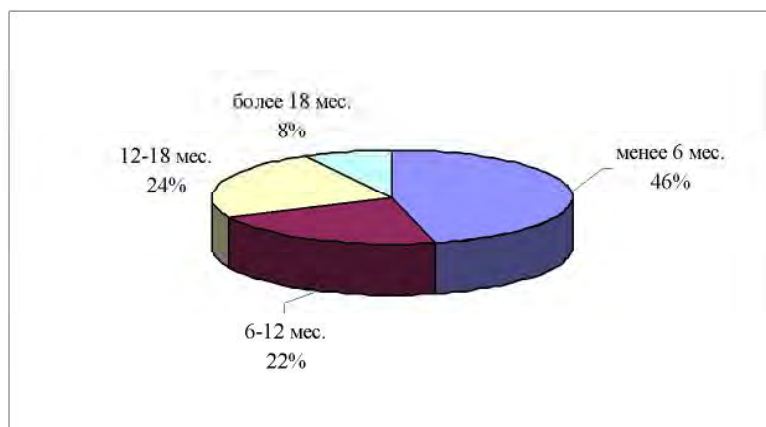


Рис. 1. Средний срок обучения в бизнес-школах Украины, 2007 г.

2. РЕЙТИНГИ БИЗНЕС-ШКОЛ В УКРАИНЕ

Исследуя рынок услуг бизнес-образования в Украине в 2006-2007 годы среди слушателей бизнес-школ был проведен опрос по оценке своих учебных заведений. Отбор бизнес-школ осуществлялся по следующим критериям: время существования на рынке (не менее 3 лет); количество студентов (более 50 студентов); наличие собственного состава преподавателей; относительная независимость (бизнес-школа действует как самостоятельное юридическое лицо или структурное подразделение, формально выделенное в вузе).

В соответствии с данными критериями, были отобраны 6 бизнес-школ: Международный институт менеджмента (МИМ), Львовский институт менеджмента (ЛИМ), Киево-Могилянская бизнес-школа (КМБШ), Киевская бизнес-школа (КБШ), Международный институт бизнеса (МИБ), Институт международных деловых отношений (ИМДО — IBR). Итоговое количество опрошенных студентов бизнес-школ составило 265 человек (табл. 1).

Таблица 1

Количество опрошенных студентов бизнес-школ Украины, 2007 г.

Название бизнес-школы	Количество студентов	Количество опрошенных студентов	Процент опрошенных студентов (%)
МИМ	176	88	50
ЛИМ	57	21	37
КМБШ	87	44	51
КБШ	53	31	58
МИБ	66	33	50
IBR	96	48	50
Итого:	535	265	50

В ходе опроса студенты использовали 5-балльную шкалу (1 балл — минимальная оценка, 5 баллов — максимальная). В результате исследования был составлен рейтинг узнаваемости бизнес-школ и рейтинг доверия к бизнес-школам (табл. 2, 3).

Таблица 2

Рейтинг узнаваемости украинских бизнес-школ, 2007 г.

Респонденты	Оценка в баллах					
	МИМ	ЛИМ	КМБШ	КБШ	МИБ	IBR
Рекрутинговые компании	20	9	23	6	15	1
Топ-менеджеры	63	23	81	28	53	12
Менеджеры по работе с персоналом	66	21	84	27	65	17
Итого:	149	53	188	61	133	30

Таблица 3

Рейтинг доверия к украинским бизнес-школам, 2007 г.

Респонденты	Оценка в баллах					
	МИМ	ЛИМ	КМБШ	КБШ	МИБ	IBR
Топ-менеджеры	180	38	267	59	124	19
Менеджеры по работе с персоналом	174	38	257	49	154	46
Итого:	354	76	524	108	278	65

Студенты оценивали бизнес-школы по следующим 7 критериям: уровень профессионализма преподавателей; соотношение стоимости обучения и качества программы; материальное и техническое обеспечение; теоретическая ценность получаемых знаний; практическая ценность получаемых знаний; актуальность и инновационность получаемых знаний; график и формат обучения.

По каждой бизнес-школе отдельно для всех параметров выведено среднее значение оценок и на основании полученных результатов предоставлено семь рейтингов бизнес-школ (табл. 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10).

Таблица 4

Рейтинг украинских бизнес-школ по уровню профессионализма преподавательского состава, 2007 г.

Место в рейтинге	Название бизнес-школы	Оценка
1	МИБ	4,818
2	КМБШ	4,700
3	МИМ	4,621
4	IBR	4,604
5	ЛИМ	4,286
6	КБШ	3,917

Таблица 5

Рейтинг украинских бизнес-школ по уровню теоретической ценности получаемых знаний, 2007 г.

Место в рейтинге	Название бизнес-школы	Оценка
1	КМБШ	4,532
2	IBR	4,521
3	МИБ	4,455
4	МИМ	4,355
5	ЛИМ	4,286
6	КБШ	4,258

Таблица 6

Рейтинг украинских бизнес-школ по уровню практической ценности получаемых знаний, 2007 г.

Место в рейтинге	Название бизнес-школы	Оценка
1	МИБ	4,576
2	МИМ	4,465
3	КМБШ	4,461
4	ІВР	4,458
5	ЛИМ	4,143
6	КБШ	4,032

Таблица 7

Рейтинг украинских бизнес-школ по уровню материально-технического обеспечения, 2007 г.

Место в рейтинге	Название бизнес-школы	Оценка
1	МИМ	4,689
2	ЛИМ	4,550
3	КМБШ	4,547
4	МИБ	4,242
5	ІВР	3,906
6	КБШ	3,790

Таблица 8

Рейтинг украинских бизнес-школ по степени актуальности и инновационности знаний, 2007 г.

Место в рейтинге	Название бизнес-школы	Оценка
1	КМБШ	4,670
2	МИБ	4,667
3	ІВР	4,552
4	ЛИМ	4,525
5	МИМ	4,447
6	КБШ	4,355

Таблица 9

Рейтинг украинских бизнес-школ по графику и формату обучения, 2007 г.

Место в рейтинге	Название бизнес-школы	Оценка
1	ЛИМ	4,800
2	МИМ	4,639
3	КМБШ	4,581
4	МИБ	4,515
5	ІВР	4,458
6	КБШ	3,935

Таблица 10

Рейтинг украинских бизнес-школ по соотношению
цены к уровню программы обучения, 2007 г.

Место в рейтинге	Название бизнес-школы	Оценка
1	ІВР	4,458
2	МИБ	4,438
3	КМБШ	4,395
4	МІМ	4,373
5	ЛІМ	4,350
6	КБШ	4,258

Восьмой рейтинг — интегральный рейтинг, представляет собой итоговую оценку бизнес-школы, полученную путем суммирования средних значений по семи критериям (табл. 11).

Таблица 11

Интегральный (итоговый) рейтинг украинских бизнес-школ, 2007 г.

Место в рейтинге	Название бизнес-школы	Оценка
1	КМБШ	31,887
2	МИБ	31,710
3	МІМ	31,587
4	ІВР	30,958
5	ЛІМ	30,939
6	КБШ	28,546

3. ОСНОВНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ БИЗНЕС-ОБРАЗОВАНИЯ В УКРАИНЕ

В результате исследований в 2006-2007 годы были выявлены основные тенденции развития бизнес-образования в Украине:

1) повышение стоимости обучения в бизнес-школах в 2007 году по сравнению с 2006 годом. Ежемесячный уровень оплаты за обучение в среднем возрос на 100 у.е., в целом за 18 месяцев на 2 тыс. у.е. (табл. 12);

Таблица 12

Стоимость обучения в бизнес-школах Украины, 2006-2007 гг.

Название бизнес-школы	Год основания	Программы обучения			
		Название	Срок, мес.	Стоимость, 2007 г.	Стоимость, 2006 г.
МІМ	1989	МВА	24	13,8 тыс. у.е.	9,8 тыс. у.е.
		Senior Executive MBA	24	16,7 тыс. у.е.	15 тыс. у.е.
		РМД "mini-MBA"	9	3,5 тыс. у.е.	3,2 тыс. у.е.
		РМД "финансы"	6	2,5 тыс. у.е.	2,5 тыс. у.е.

Продолжение таблицы 12

ЛИМ КМБШ	1990 1999	Executive MBA	24	31,5 тыс. грн.	24,2 тыс. грн.
		Executive MBA	16-18	15,5 тыс. у.е.	12,75 тыс. у.е.
КБШ	2000	Presidents' MBA	24	20 тыс. у.е.	15 тыс. у.е.
		International MBA	18-20	7,5 тыс. у.е.	7,5 тыс. у.е.
МИБ	1993	MBA National Advantage	18-20	4,5 тыс. у.е.	4,5 тыс. у.е.
		Executive MBA	24	14,6 тыс. у.е.	9,9 тыс. у.е.
		International MBA	24	11,9 тыс. у.е.	9,9 тыс. у.е.
IBR	1997	International MBA	18	10,75 тыс. евро	9 тыс. евро

2) повышение уровня спроса на услуги бизнес-образования со стороны руководителей высшего и среднего уровней управления. Исследования показали, что 58% опрошенных студентов находятся на позициях руководителя высшего и среднего уровней управления, 21% являются топ-менеджерами, 15% являются собственниками. Также определено, что 32% учащихся бизнес-школ приходится на отрасль торговли/дистрибуции (табл. 13);

Таблица 13

«Портрет студента» украинских бизнес-школ, 2007 г.

Управленческий стаж	МИМ, %	ЛИМ, %	МИБ, %	IBR, %	КБШ, %	КМБ Ш %	В среднем для всех школ (%)
До 3 лет	32	37	18	11	23	7	21
3-5 лет	32	11	36	46	52	41	37
5-10 лет	30	47	30	30	19	34	31
Свыше 10 лет	7	5	15	13	6	18	11
Позиция в компании							
Руководитель высшего звена	36	29	30	38	23	30	33
Руководитель среднего звена	26	33	21	30	32	14	25
Топ-менеджер	17	0	24	21	26	30	21
Собственник	14	14	18	9	10	27	15

Продолжение таблицы 13

Специалист низшего звена	7	24	0	2	10	0	6
Отрасль							
Торговля/дистрибуция	33	33	42	30	26	28	32
Высокие технологии	18	14	15	17	10	21	17
Промышленность	11	5	24	9	23	2	12
Финансовый сектор	7	5	3	13	19	19	11
Фармацевтика	11	10	3	4	6	7	8
Другие отрасли	7	5	3	9	10	2	6
Рекламный бизнес	3	10	0	2	6	5	4
Услуги	3	0	0	6	0	7	3
Транспорт	0	5	6	9	0	2	3
Топливо и энергетика	2	14	3	0	0	2	3
Автомобильный рынок	2	0	0	2	0	5	2

3) тенденция роста среднемесячных доходов выпускников бизнес-школ. В результате опроса в 2006 году выпускников бизнес-школ Украины, общее количество опрошенных выпускников – 197 человек (табл. 14), был составлен рейтинг по показателю «Рост среднемесячных доходов выпускников» (табл. 15). В среднем доход выпускников увеличился в 1,5 раза, при этом у 33% респондентов – более, чем в 2 раза, у 14% – не изменился [10, с. 22-29].

Таблица 14

Количество опрошенных выпускников бизнес-школ Украины, 2006 г.

Название бизнес-школы	Количество выпускников	Количество опрошенных выпускников	Процент опрошенных выпускников (%)
МИМ	1400	100	7
ЛИМ	323	22	7
КМБШ	64	25	39
КБШ	38	16	42
МИБ	43	13	30
IBR	55	21	38
Итого:	1923	197	10

Таблица 15

Рейтинг украинских бизнес-школ по показателю
«Рост среднемесячных доходов выпускников», 2006 г.

Изменение среднемесячных доходов после окончания бизнес-школы, %	МИМ	КМБШ	КБШ	МИБ	ІВР
Доход не изменился	14	0	7	0	2
На 25%	20	12	4	6	14
На 50%	48	15	3	9	9
На 75%	36	4	0	4	4
Более чем на 100%	205	45	20	15	20
Итого баллов:	323	76	34	34	49
Количество позитивных ответов	90	21	14	10	17
Рейтинг (сумма баллов/количество позитивных ответов)	3,59	3,62	2,43	3,40	2,88

Выводы. В ходе анализа рынка бизнес-образования в Украине использованы вторичные данные результатов опроса, проведенного в 2006-2007 годы среди слушателей и выпускников шести бизнес-школ в Украине, в результате которого были выявлены основные тенденции развития национального бизнес-образования, в частности: повышение стоимости обучения в бизнес-школах в 2007 году по сравнению с 2006 годом – ежемесячный уровень оплаты за обучение в среднем возрос на 100 у.е.; повышение уровня спроса на услуги бизнес-образования со стороны руководителей высшего и среднего уровней управления – 58% опрошенных студентов находятся на позициях руководителя высшего и среднего уровней управления; рост среднемесячных доходов выпускников бизнес-школ – в среднем доход выпускников увеличился в 1,5 раза, при этом у 33% респондентов – более, чем в 2 раза, у 14% – не изменился. По итогам данных исследований был составлен интегральный рейтинг украинских бизнес-школ, где первое место занимает Киево-Могилянская бизнес-школа.

В связи с тем, что в Украине в сфере бизнес-образования составление рейтингов бизнес-школ является новым направлением, необходимо проанализировать зарубежную практику по составлению рейтингов, изучить их методику и основные показатели, использующие при оценке эффективности бизнес-школ с дальнейшей адаптацией и имплементацией данного опыта в нашей стране с целью интеграции национального бизнес-образования в международное образовательное пространство.

Список литературы

1. Черкасова Т. І. Якісні зміни ринку праці в умовах реалізації інноваційної моделі розвитку // Економіка та держава. – 2005. – №2. – С. 49.
2. Янковська Л. А. Підготовка менеджера: основні риси і вимоги // Вісник НУ «Львівська політехніка». – 2005. – № 526. – С. 477–484.
3. Опацька С.В. Розвиток бізнес-освіти в Україні в умовах трансформації економіки. Автореф. дис... канд. ек. наук: 08.09.01 / Ін-т рег. досліджень НАН Укр. – К., 2002. – 18 с.
4. Степенко М. Ф. Модернізація вищої освіти України і Болонський процес. Інформаційні матеріали Міністерства освіти і науки України // Освіта України. – 2004. – № 64–65. – С. 12–17.
5. Колот А. Реалізація основних принципів Болонської декларації при підготовці фахівців економічного профілю // Вища школа. – 2004. – № 2–3. – С. 20–33.
6. Яременко О.О. Рейтинг вищих навчальних закладів освіти III, IV рівнів акредитації // Маркетингові дослідження в Україні. 2003. №1. С. 17-18.
7. Шеремета П. Война за талант // Деловой. – 2006. – №5. – С.97.
8. Задерей Н. Диплом особливого призначення // Контракти. – 2005. – №05. – С. 7-10.
9. Струк О. Бізнес освіта: атестат сміливості // Український діловий тижневик Контракти. – 2007. – № 5. – С. 14-17.
10. Красавцев Л. Тесты для бизнес-школ // Деловой. – 2006. – №8. – С. 22-29.

Поступила в редакцію 30.05.2008 г.

Котюбайло Н.О. Аналіз ринку бізнес-освіти в Україні // Вчені записки ТНУ. Серія: Економіка, 2008. – Т. 21 (60). – № 1. – С. 95-105.

Проведено аналіз ринку бізнес-освіти в Україні, вивчені вторинні дані результатів опитування, проведеного у 2006-2007 рр. серед слухачів та випускників шістьох бізнес-шкіл в Україні, виявлено основні тенденції розвитку національної бізнес-освіти.

Ключові слова: бізнес-освіта, магістр бізнес-адміністрування, рейтинг.

Kotsubailo N.A. Analysis of the business education market in Ukraine // Uchenye zapiski TNU. Series: Economy, 2008. – Vol. 21 (60). # 1. – P. 95-105.

The analysis of the business education market in Ukraine has been conducted, the secondary data of the survey conducted in years 2006-2007 among participants and graduates of six Ukrainian business schools were learned, and the main tendencies of the national business education development were revealed.

Key-words: business education, Master of Business Education, rating.

УДК: 332.3(477.75):711.455(210.5)

ДЕФИЦИТ ЗЕМЕЛЬНЫХ РЕСУРСОВ КУОРТНО-РЕКРЕАЦИОННОГО НАЗНАЧЕНИЯ КАК ФАКТОР ПОИСКА ЭФФЕКТИВНЫХ МЕТОДОВ ЗЕМЛЕПОЛЬЗОВАНИЯ

Кравченко Н.А.

Выполнен анализ проблем Крымского региона в контексте дефицита земельных ресурсов курортно-рекреационного назначения. Особое внимание в ходе исследования уделяется вопросам целевого и рационального использования земельных ресурсов предприятиями туристской сферы, что, в свою очередь, обуславливает необходимость разработки механизма повышения эффективности землепользования.

Ключевые слова: земельные ресурсы, курортно-рекреационный комплекс, эффективное землепользование.

Введение. Сфера курортов и туризма в Крыму является одним из основных направлений развития экономики и культуры автономии, важнейшим фактором повышения авторитета на международной арене, обеспечения занятости местного населения и снятия социального напряжения. Главным приоритетом социально-экономического развития Крыма является курортно-рекреационная и туристическая отрасль, которая благодаря геополитическому положению Крыма, уникальным природно-климатическим условиям, бальнеологическим, историко-культурным и национально-этнографическим ресурсам может обеспечить условия для развития других отраслей экономики, достаточно быстро сформировать устойчивый рынок товаров и услуг, повысить конкурентоспособность Украины.

Анализ публикаций по проблеме исследования. Проблемам Крымского полуострова посвящены труды многих ученых: Ефремова А.В., Ветровой Н.М., Бережной И.В, Трощенковского А.П., Кононова В.В, Шурды К.Э., Жигалова Е.А. Рассматривая различные аспекты все ученые отмечают ряд проблем, которые являются на данный момент наиболее актуальными для Крыма: проблемы экологической безопасности, целевого использования территорий, снятия социальной напряженности, эффективности работы курортно-рекреационной отрасли [3].

Постановка проблемы и цели исследования. Целью данного исследования является анализ проблемы дефицита земельных ресурсов на территории АР Крым в совокупности всех проблем региона, который должен способствовать поиску более эффективных способов эксплуатации земли, а значит и повышению эффективности работы курортно-рекреационного комплекса. Актуальность исследования обусловлена процессами интенсификации развития туристской сферы на территории АР Крым, улучшения инвестиционного климата в регионе, а также объективной необходимостью перехода к рациональному эффективному землепользованию.

**ДЕФИЦИТ ЗЕМЕЛЬНЫХ РЕСУРСОВ КУРОРТНО-РЕКРЕАЦИОННОГО
НАЗНАЧЕНИЯ КАК ФАКТОР ПОИСКА ЭФФЕКТИВНЫХ МЕТОДОВ
ЗЕМЛЕПОЛЬЗОВАНИЯ**

Характеристика основных проблем Крымского региона в контексте нехватки земельных ресурсов курортно -рекреационного назначения. Все виды хозяйственной деятельности на территории курортного Крыма должны соотноситься с потребностями и задачами курорта по оздоровлению и организации отдыха. Любые проекты по развитию промышленности, транспорта, сельскохозяйственного производства должны проходить государственную и общественную экспертизу на предмет их соответствия основным целям и задачам курортного Крыма.

Земельный фонд Автономной Республики Крым (без г. Севастополя), в соответствии с данными государственного земельного учета, по состоянию на 01.01.2003 г. составляет 2608,1 тыс. га. Преобладающая часть земель находится в интенсивном сельскохозяйственном пользовании. Уровень сельскохозяйственной освоенности равен 71,4%. Данный показатель является чуть ниже, чем средний по Украине (79,6%). Площадь сельскохозяйственных угодий составляет 1801,8 тыс. га (69,1% от общего фонда), в том числе пашни – 1250,7 тыс. га (48%)[1].

Автономная Республика Крым (без г. Севастополя) характеризуется в среднем невысоким уровнем урбанизации: в границах населенных пунктов сосредоточено 6,4% земельного фонда (по Украине – 11,9%). Значительная часть территории (в основном горная) занята лесами (11,4%) [2]. Но особым земельным ресурсом является прибрежная зона – максимум 100 тыс. га рекреационных и курортно-оздоровительных земель вблизи Черного моря. Общая площадь самых элитных земель, на которых размещены предприятия и учреждения курортно-оздоровительного, рекреационного, историко-культурного и природоохранного назначения, не превышает 9,5 тыс. га, из которых одна треть приходится на Южнобережье.

Гиперурбанизованным является южнобережный ареал (Феодосийский, Алуштинский, Ялтинский, Севастопольский горсовет). Здесь проживает 91% городского населения. Сельхозугодия, из которых основную часть составляют многолетние насаждения, занимают не больше одной трети территории ареала, пашня – 26% сельхозугодий [1]. В этой зоне размещена основная часть наиболее ценных земель – рекреационного, курортно-оздоровительного, историко-культурного назначения.

Значительное разнообразие естественных условий и особенности рельефа Крымского полуострова существенно повлияли на характер и степень освоенности земельного фонда. С этой точки зрения выделяются 5 ареалов – северный, восточный, западный, предгорный и южнобережный. Распределение земельных территориальных ресурсов по целевому назначению в своем большинстве носит произвольный характер и до этого времени не имеет четкой экономической и экологической обоснованности.

Ареал (Феодосийский, Алуштинский, Ялтинский, Севастопольский горсовет) в котором проживает 91% городского населения. Сельхозугодия, из которых основную часть составляют многолетние насаждения, занимают не больше одной трети территории ареала, пашня – 26% сельхозугодий. В этой зоне размещена

основная часть наиболее ценных земель – рекреационного, курортно-оздоровительного, историко-культурного назначения [1].

Неотложными мероприятиями по сохранению, охране и улучшению функционирования земель большой социальной и экономической ценностью есть установление научно обоснованных приоритетов функционального использования и охраны земель оздоровительного, рекреационного, природоохранного и историко-культурного назначения, резервирования территорий уникальных грязевых и пляжных приморских ресурсов, а также территорий будущего природно-заповедного фонда (всего по АРК Национальной программой предусмотрено зарезервировать до 2010 года для следующего завещания 165,7 тыс. га земель) [2].

В перспективе до 2015 года можно ожидать дифференциации структуры землепользования по принципу самодостаточного социально-экономического развития территории, соответственно требованиям обеспечения экологической стойкости естественных и антропогенных ландшафтов и наращивания развития рекреационного и санаторно-лечебного потенциала

Таким образом Крымский регион может быть охарактеризован как проблемный по ряду параметров. Автором предлагается следующая классификация проблем региона с точки зрения эффективности использования природно-ресурсного потенциала (рис. 1).

Данная классификация является условной и может быть расширена и дополнена различными компонентами. В рамках данного исследования акцент целесообразно сделать на следующие проблемы:

1. Природного характера: проблемы укрепления берегов в местах массового отдыха и районов обвалов и оползней, обеспеченности водными ресурсами, ремонт поврежденных автодорог и т.д. Проведение данных мероприятий позволит обезопасить и повысить качество отдыха, наладить инфраструктуру, что в свою очередь будет способствовать привлечению туристов, а следовательно и повысит эффективность работы курортно-рекреационного комплекса.

2. Законодательного характера: отсутствие законодательных актов по регулированию приватизации, реприватизации и самозахвату земельных участков, отсутствие контроля над частным туристическим бизнесом, создание и введение Государственных кадастров природных лечебных ресурсов и природных территорий курортов, организация учета приезжих пр. Нерешенность подобных законодательных вопросов отрицательно сказывается как на качестве предоставляемых туристических услуг, так и на объемы отчислений в бюджеты различных уровней.

3. Инвестиционного характера: высокий уровень теневого бизнеса, финансовая закрытость инвестиционных проектов, нецелевое использование земель и т.д. Приток инвестиций во многом будет способствовать повышению эффективности использования земельных ресурсов курортно-рекреационного назначения, позволит в совокупности с решением законодательных вопросов разрешить проблему с объектами незавершенного строительства и проблему нецелевого использования земли.

**ДЕФИЦИТ ЗЕМЕЛЬНЫХ РЕСУРСОВ КУРОРТНО-РЕКРЕАЦИОННОГО
НАЗНАЧЕНИЯ КАК ФАКТОР ПОИСКА ЭФФЕКТИВНЫХ МЕТОДОВ
ЗЕМЛЕПОЛЬЗОВАНИЯ**

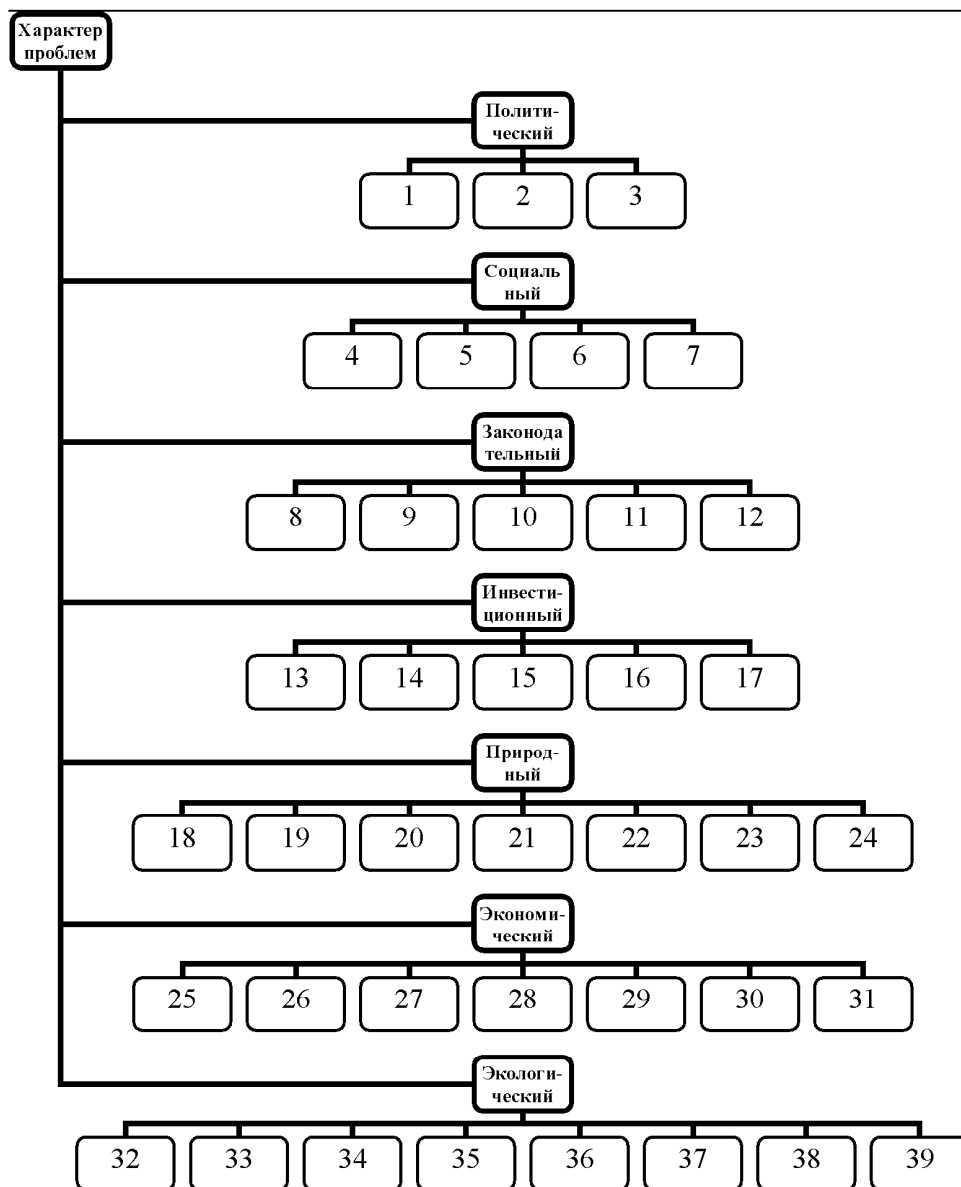


Рис. 1. Кадастр проблем крымского региона в разрезе эффективного использования природно-ресурсного потенциала Крыма с целью повышения конкурентоспособности Украины

Условные обозначения:

1. Конфликт геополитических интересов Европы, России и США

2. Политическая обособленность крымского региона
3. Нерешенность вопросов в энергетической сфере
4. Социальная напряженность в связи с возвращением на родину депортированных народов
5. Низкий уровень социальной ответственности и образования в сельских районах
6. Высокий уровень миграции населения
7. Трудоустройство репатриантов
8. Отсутствие законодательных актов по регулированию приватизации, реприватизации и самозахвату земельных участков
9. Отсутствие контроля над частным туристическим бизнесом
10. Создание самостоятельного центрального органа управления курортно йсферой
11. Организация учета приезжих
12. Создание и введение Государственных кадастров природных лечебных ресурсов и природных территорий курортов
13. Высокий уровень теневого бизнеса
14. Строительство перехода через Керченский пролив
15. Финансовая поддержка инвестиционных проектов
16. Нецелевое использование земель
17. Развитие альтернативных видов туризма
18. Укрепление берегов в местах массового отдыха
19. Укрепление районов обвалов и оползней
20. Ремонт поврежденных автодорог
21. Обеспеченность водными ресурсами
22. Освоение шельфа Азовского и Черного морей
23. Сохранение средообразующих форм ландшафтов
24. Сочетание промышленного освоения территорий и рекреационного хозяйствования
25. Неэффективное использование природно-ресурсного потенциала и земель курортно-рекреационного назначения
26. Неэффективное использование санаторно-курортного комплекса
27. Низкий уровень сервиса
28. Стихийность рынков
29. Недостаточность финансирования государственных. предприятий санаторно-курортного комплекса
30. Газификация приморских и сельских районов
31. Превращение Крыма в круглогодичный курорт
32. Загрязненность территорий
33. Отсутствие системы утилизации отходов различного характера
34. Выработка и использование альтернативной э/э
35. Обеспечение охраны биологических границ заповедных зон
36. Внедрение экологического образования
37. Неудовлетворительное состояние пляжей
38. Загрязненность водных источников
39. Преодоление последствий катастрофы в Керченском проливе в 2007 г.

**ДЕФИЦИТ ЗЕМЕЛЬНЫХ РЕСУРСОВ КУОРТНО-РЕКРЕАЦИОННОГО
НАЗНАЧЕНИЯ КАК ФАКТОР ПОИСКА ЭФФЕКТИВНЫХ МЕТОДОВ
ЗЕМЛЕПОЛЬЗОВАНИЯ**

4. Экономического характера: неэффективное использование природно-ресурсного потенциала и земель курортно-рекреационного назначения, низкий уровень сервиса, превращение Крыма в круглогодичный курорт, газификация приморских и сельских районов и пр. Проблемы экономического характера неоспоримо связаны с понятием эффективности и качества работы курортно-рекреационного комплекса.

5. Экологического характера: загрязненность территорий, отсутствие системы утилизации отходов различного характера, обеспечение охраны биологических границ заповедных зон, неудовлетворительное состояние пляжей и т.п. Вопросы эколого-экономической безопасности и целесообразности использования территорий на сегодняшний день должны рассматриваться наряду с вопросами эффективности, качества и интенсивности функционирования туристкой сферы.

6. Политического характера: конфликт геополитических интересов Европы, России и США, политическая обособленность крымского региона, нерешенность вопросов в энергетической сфере, обуславливают нестабильность политической ситуации в Украине, что отрицательно сказывается на всех экономических показателях.

Все проблемы крымского региона должны рассматриваться в непосредственной взаимосвязи и взаимозависимости. При этом к их решению необходимо применять комплексный подход, учитывающий системность факторов, порождающих проблемную ситуацию. Так, в пределах курортных и лечебно-оздоровительных зон и вблизи них должна быть запрещена деятельность, которая противоречит их целевому назначению, может отрицательно влиять на лечебное качество и санитарное состояние территорий. Традиционному курортно-рекреационному развитию Крыма нет альтернативы, так как только такое развитие обеспечивает устойчивость экосистем, экономики, социума, воспроизводство чистой воды, воздуха, бальнеологических и биоресурсов на длительную перспективу.

Для обеспечения структурной перестройки экономики Крыма в сторону рекреации и туризма необходимо осуществить ряд неотложных государственных и региональных мероприятий, среди которых:

- модернизация материальной базы курортно-рекреационной отрасли;
- расширение объемов и видов услуг, предоставляемых курортами и туристическими учреждениями;
- создание собственной индустрии отдыха, включающей производство оборудования и технических средств, бытовых товаров и сувениров;
- производство полноценных продуктов питания для населения и отдыхающих;
- организация производства эффективных медицинских препаратов с использованием местного растительного и минерального сырья;
- конверсия "грязных" производств (необходимо воплотить программу по переработке и утилизации вторичного сырья из промышленных и бытовых отходов, а также очистке сточных вод городов, поселков и предприятий);

- оптимизация строительной индустрии и минерально-сырьевого комплекса;
- повышение эффективности использования земельных ресурсов различного целевого назначения;
- создание современной транспортной инфраструктуры и других коммуникаций связи;
- обеспечение качественного обслуживания на курортах Крыма и санитарно-гигиенических условий на уровне международных стандартов.

Устойчивое эколого-социально-экономическое развитие Крыма возможно при решении ряда общественно-политических, социально-экономических и экологических задач. Для этого необходимы совершенствование общественно-политической системы, формирование гражданского общества, правового государства, цивилизованного рыночного хозяйства, осуществление принципа разделения власти на законодательную, исполнительную и судебную на всех уровнях, поддержка социальных программ (здравоохранение, образование и наука, культура, борьба с бедностью)[1].

Проблема дефицита земельных ресурсов курортно-рекреационного назначения в АР Крым и пути ее разрешения. Кроме того, на сегодняшний момент существует ярко выраженная необходимость решения проблемы нехватки земельных участков на территории и АРК. Особенно актуальным данный вопрос становится в отношении земельных участков курортно-рекреационного назначения прибрежных зон полуострова. Явления самозахвата земель, произвольного их распределения создают ситуацию социально-экономической напряженности, которая негативно отражается на экономике АРК, а значит и на экономике всей Украины. Неоспоримым остается тот факт, что доходы от туристической деятельности являются основным источником пополнения бюджета автономии. Поэтому целесообразно проводить исследования в направлении повышения эффективности и отдачи курортно-рекреационного комплекса АРК для улучшения социально-экономической ситуации в регионе.

Одним из путей выхода из кризисной ситуации связанной с землей на территории полуострова является решение вопросов с объектами незавершенного строительства (ОНС) курортно-рекреационного назначения. Согласно данным ГУС в АРК на 01.01.2007 на территории АРК находятся 1119 ОНС. Из них количество инженерных сооружений (597 объектов) увеличились за 2006 год на 6,6%, а количество незавершенных зданий на 1,8% и составляет 522 объектов (из которых 299 – это нежилые здания и 223 – жилые). Подавляющее количество незавершенных зданий и инженерных сооружений (1007 объектов или 90,0%) являются новостройками. Это свидетельствует о положительной тенденции освоения земельных участков и увеличении инвестиций в капитальное строительство. Однако с точки зрения эффективности использования земельных ресурсов в целом и земельных ресурсов курортно-рекреационного назначения в частности, такое количество ОНС неизбежно снижает показатели эффективности и отдачи от земельных ресурсов. Расширением охвачено 3,2% объектов, реконструкцией – 6,8%. В текущем году в стадии строительства находится каждая третья новостройка.

**ДЕФИЦИТ ЗЕМЕЛЬНЫХ РЕСУРСОВ КУРОРТНО-РЕКРЕАЦИОННОГО
НАЗНАЧЕНИЯ КАК ФАКТОР ПОИСКА ЭФФЕКТИВНЫХ МЕТОДОВ
ЗЕМЛЕПОЛЬЗОВАНИЯ**

Строительные мероприятия по расширению действующих зданий и сооружений осуществляются на 1,0% всех объектов, реконструкции – на 2,9%[7].

Для выделения средств на покрытие расходов связанных с завершением строительства на такого рода объектах необходимо разработать прогнозно-целевую программу, которая будет интегрировать социально-экономическую программу крымского региона и планы и программы по капитальному строительству[5]. Кроме того, необходимо выработать систему приоритетного отбора объектов незавершенного строительства по количеству инвестиций, по срокам завершения работ над объектом и т.д. Во многом ситуация усложняется в связи с отсутствием постоянных инвентаризаций ОНС со стороны контролирующих органов правительства АРК, нормативных документов, регламентирующих этот процесс, особого контролирующего органа, который будет заниматься только вопросами ОНС.

Динамику изменения количества ОНС начиная с 1990 можно проследить на диаграмме (рис.2)



Рис. 2. Количество объектов незавершенного строительства сгруппированных по годам остановки работ над объектом в АР Крым [7]

На рис.2. прослеживается сначала положительная динамика, когда в связи с распадом СССР было приостановлено строительство большого количества объектов по причине отсутствия финансирования, распада производственных связей с другими союзными государствами. Затем прослеживается явно отрицательная динамика, что свидетельствует об уменьшении общего количества ОНС на

территории Крыма. И уже начиная с 2000 года количество ОНС опять возрастает, что связано, прежде всего, с процессами накопления капитала, постепенного выхода Украины из экономического кризиса и интенсификацией строительства на всей территории Крыма. Однако на сегодняшний момент существует также проблема неофициального строительства, по которому не ведется учет ни сдачи объекта в эксплуатацию, ни степени его готовности, ни качества его строительства. Это, безусловно, мешает полноценному анализу и, во многом, способствует снижению искажению статистических данных и показателей эффективности использования земельных ресурсов, так как не является контролируемым фактором.

Решить проблему нехватки земельных участков и одновременно повышение эффективности их использования, особенно в отношении прибрежной зоны полуострова, можно путем продажи земельных участков, на которых расположены ОНС. Стоимость земельного участка с ОНС меньше стоимости такого же участка без какого-либо строения на стоимость этого недостроенного объекта[8]. Однако, согласно действующему законодательству, с реализацией участка, содержащего ОНС, возникают определенные трудности. Это связано с тем, что для реализации земли вместе со строением необходимо иметь право собственности на последнее, а получить право собственности на недостроенный объект невозможно, что говорит о том, что невозможно и реализовать земельный участок с ОНС. Если же снести недостроенный объект, то автоматически повышается и стоимость земельного участка.

Возникновение ОНС курортно-рекреационного назначения во многом было обусловлено распадом СССР, поскольку резко прекратилось финансирование строящихся объектов, были разорваны производственные связи между государствами, а Украина была занята строительством собственной экономики. В дальнейшем в упадок пришли уже действующие объекты курортно-рекреационного назначения, что было обусловлено в первую очередь низким уровнем платежеспособности большей части населения Украины и других стран СНГ. Сократилось количество отдыхающих более чем в два раза: до 1990 года в Крым приезжало на отдых и лечение ежегодно до 8-9 млн. человек (в отдельные годы достигала 10 млн. чел), 1994 г в Крыму отдохнуло около 4 млн. человек[6]. Динамика численности и вместимости рекреационных предприятий и отдыхающих приобрела отрицательный характер. Позднее ситуация выровнялась, однако состояние многих объектов санаторно-курортного комплекса Крыма и сейчас может быть оценено как неудовлетворительное[2].

Санаторно-курортный и туристский комплекс Крыма в настоящее время включает 644 предприятия, имеющих собственную базу размещения. 63 из них - являются нерезидентами, в том числе к собственности Российской Федерации относятся 60 предприятий, Белоруссии – 2, Узбекистана – 1. Из 644 предприятий комплекса только 228 предприятий предназначены для круглогодичного функционирования, остальные являются сезонными[6].

Выводы. Основой повышения эффективности использования земель курортно-рекреационного назначения является создание организационно-территориальных,

**ДЕФИЦИТ ЗЕМЕЛЬНЫХ РЕСУРСОВ КУРОРТНО-РЕКРЕАЦИОННОГО
НАЗНАЧЕНИЯ КАК ФАКТОР ПОИСКА ЭФФЕКТИВНЫХ МЕТОДОВ
ЗЕМЛЕПОЛЬЗОВАНИЯ**

социальных, экономических, экологических и правовых условий, обеспечивающих организацию рационального землепользования, защиту прав собственников земли, землепользователей и землевладельцев, функционирование земли в гражданском обороте, установление платежей за землю и развитие устойчивого целевого землепользования.

Таким образом, проблема нехватки земель на территории Крыма обуславливает необходимость проведения исследования в направлении поиска и разработки механизма повышения эффективности использования данного невозобновимого ресурса, делая непосредственно акцента на курортно-рекреационные территории.

В связи с этим особую значимость приобретает определение критериев эффективности использования земель и разработка методологии моделирования организации рационального землепользования с учетом эколого-экономических факторов, а также установление показателей качественного учета и оценки, контроля и методов планирования использования земель в условиях трансформирующейся экономики. Установление эффективных механизмов с точки зрения обоснования организации рационального использования земель курортно-рекреационного назначения с учетом эколого-экономических факторов и методов оценки и управления земельными ресурсами в условиях формирующегося земельного рынка имеет важное научное и практическое значение в рекреационной сфере экономики Крыма и Украины.

Список литературы

1. <http://www.k-telegraph.kiev.ua/N18/privatiz.htm>, <http://www.minek.crimea-portal.gov.ua/rus/index.php?v=5&tek=343&par=331&art=592>
2. <http://www.obzor.crimea.ua/stare.php?mark=65&day=19&month=04&year=2006>
3. Ефремов А.В., Ветрова Н.М., Бережная И.В. Сфера рекреации: роль и значение в жизни общества. // Формирование окружающей среды на урбанизированных территориях Крыма / Ред. А.П. Трошеновский. - Симферополь: КИПКС, 1996. - С. 24
4. Ефремов А. В. Экономическая эффективность и ее оценка: монография // Экономика и управление. - Симферополь: Пирамида-Крым, 2002. - 47-54
5. Касьяненко Н.А. Зона закрытого инвестирования. - // Эксперт. – 2007. - № 27 (124), С. 85.
6. Кудрявцев В.Б., Шумский В.М. Рекреационное хозяйство Крыма, Крым настоящее и будущее: сб. статей. – Симферополь, 1995. – с.114
7. Статистический бюллетень // Состояние зданий и сооружений незавершенного строительства в АР Крым на 1 января 2007г. - С. 28
8. Строительство и проблемы экологии: тезисы докладов научно-технической конференции профессорско-преподавательского состава, студентов и аспирантов КИПКС по результатам научно-исследовательской работы за 2003 г. / Крымская академия природоохранного и курортного строительства. - Симферополь: НАПКС, 2003. -С. 123

Поступила в редакцию 30.05.2008 г.

Кравченко Н.А. Дефіцит земельних ресурсів курортно-рекреаційного призначення як чинник пошуку ефективних методів землекористування // Вчені записки ТНУ. Серія: Економіка, 2008. – Т. 21 (60). – № 1. – С. 106-116.

Виконаний аналіз проблем Кримського регіону в контексті дефіциту земельних ресурсів курортно - рекреаційного призначення. Особлива увага в ході дослідження приділяється питанням цільового і раціонального використання земельних ресурсів підприємствами туристської сфери, що, у свою чергу, зумовлює необхідність розробки механізму підвищення ефективності землекористування.

Ключові слова: земельні ресурси, курортно- рекреаційний комплекс, ефективне землекористування.

Kravchenko N.A. Deficit of the resort recreation land resources as factor of effective methods of land-tenure // Uchenye zapiski TNU. Series: Economy, 2008. – Vol. 21 (60). # 1. – P. 106-116.

It is made an analyze of Crimean region problems in the context of deficit of the resort recreation land resources . The special attention during research is given to the questions of principal and rational use of land resources by enterprises of tourist sphere, that, in same queue, determine necessity of increase efficiency of land-tenure mechanism

Key-words: land resources, resort recreation complex, effective land-tenure.

УДК 339.9:001:070

ИНФОРМАЦИОННО-ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНАЯ ЭКОНОМИКА В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ

Крамаренко В.И.

В статье исследуются социально-экономические проблемы и противоречия информационно-интеллектуальной экономики и перспективы развития Украины в условиях глобализационных процессов.

Ключевые слова: глобализация, информатизация, интеллектуальная экономика, проблемы, противоречия, Украина.

Постановка проблемы в общем виде и её связь с важными практическими задачами. Современные тенденции развития Украины и ее переход к информационно-интеллектуальной экономике выдвигают на одно из ведущих мест по своей значимости науку об информационных процессах и их общественно-трансформирующей роли. Информатизация становится не просто специальной областью научного познания, а приобретает действенный статус своеобразного фундамента базовых структурных элементов современного общества. Ее категории и понятия хоть уже и вошли в научный оборот, но требуют углубленного мировоззренческо-методологического анализа с позиции глобализационных процессов.

Отличительной чертой современного этапа развития общества является возникновение и стремительное расширение информационного рынка – рынка знаний, средств их переработки и использования. Как отмечает В. Кращенко, «... все центры знаний на планете могут быть связаны в единую глобальную сеть, которая принесет поразительную эру инноваций...» [1, с. 56]. Развитие информационного рынка является ключевым фактором интеллектуализации, как основы широкомасштабных социально-экономических преобразований современного уровня глобализации, создания реальных условий построения "новой экономики". Доминирующими факторами и мирового, и национального развития становятся интеллектуально-информационные составляющие, которые получают мощный импульс в результате научно-технологической революции. Индустриальная модель развития теперь определяется приоритетом знаний, человеческого капитала, формированием "экономики ума", "экономики идей".

Термины "информационная экономика", "экономика знаний" появились еще в 1970-х гг. [2]. В настоящее время они широко употребляются в связи с усложнением всех сфер хозяйственной жизни и внедрением коммуникационных технологий. Знания и другие нематериальные ценности становятся решающим фактором эффективной работы предприятий, их конкурентоспособности. «Информация, знания и цели определяют движение субъекта в экономической среде или его волю к движению, но и то, и другое, в свою очередь, порождает знания и информацию» [3, с. 87].

Для Украины актуальным и злободневным становится учет современных тенденций мирового развития, становления информационно-интеллектуальной экономики. Достижение нашей страной политического, экономического, социального, духовного успеха возможно только на основе постоянных качественных изменений в структурных подразделениях национального хозяйства, основанных на немедленном и эффективном внедрении обширного комплекса инноваций и нововведений, порождаемых как информатизационными явлениями, так и процессами глобализации.

Анализ последних исследований и публикаций. Среди зарубежных ученых, которые исследовали процессы глобализации необходимо выделить работы А.В. Аникина, Г.П. Анилониса, О. Братимова, Д. Гелд, П. Герст, Ч. Гил, Ю. Горского, М. Делягина, В.И. Дудорина, Н.А. Зотовой, Е.Г. Кочеткова, А. Коваленко, Дж. Маджиони, Е. Мак-Грю, Г. Томпсона, Д. Стиглица, Дж. А. Хансона, П. Хохон. Кроме этого, среди известных отечественных авторов, формирующих концептуальные подходы к осмыслению проблем глобализации и направлений их решения в нашей стране, следует отметить таких как: Билорус О.Г., Бузько И.Р., Гайдуцкий А., Гальчинский А., Губский Б., Дахно И.И., Захожай В., Корецкий М.Х., Лукьяненко Д.Г., Луцишин З.О., Левочкин С.В., Макаренко В.И., Макогон Ю.В., Новицкий В.Е., Пахомов Ю.М., Рогач О., Соколенко С.И., Стукало Н.В., Филиппенко А.С. Эти ученые внесли весомый вклад в развитие разделов экономической науки, которые связаны с мировой экономикой и глобализацией. В то же время вопрос относительно уточнения теоретических подходов к оценке процесса глобализации, его сущности во взаимосвязи с развитием информационно-интеллектуальных процессов еще не достаточно исследованы.

К проблемам непосредственно информатизации социально-экономических процессов неоднократно обращались как зарубежные, так и отечественные ученые: Л.С. Винарик, В.В. Дик, В.П. Завгородный, А.В. Иоффе, М.М. Лепи, Ю.Г. Лысенко, В.С. Рожнов, А.Н. Щедрин и др. Однако многогранность и высокий уровень актуальности темы обуславливают необходимость ее дальнейшего исследования.

Формулирование целей и задач исследования. Целью данной научной статьи является исследование проблем и противоречий информационно-интеллектуальной экономики, возникающих под влиянием глобализационных процессов на основе методологических принципов экономической теории. Поставленная цель предполагает решение следующих задач:

1. уточнить сущность и критериальные характеристики формирования глобализационных процессов как в контексте развития мировой экономики, так и генезиса информатизации общества;
2. конкретизировать содержание проблем, порождаемых становлением и развитием информационно-интеллектуальной экономики;
3. определить место и роль информатизации в разрешении социально-экономических противоречий информационно-интеллектуальной экономики;

4. обосновать объективную необходимость учета глобальных процессов информатизации и интеллектуализации в социально-экономическом развитии Украины.

Общая методология исследования. Мировая экономическая система в условиях глобализации развивается как диалектическое единство производительных сил и производственных отношений, взаимозависимость и взаимодействие которых отражается в механизме их функционирования. Задача исследователей – раскрыть данный механизм, понять его природу, принципы и функции, определить те структурные составляющие, которые характеризуют закономерности и тенденции поступательного движения мирового сообщества, достижения им нового качественного уровня. Особое внимание при этом следует обратить на информатизацию и интеллектуализацию, поскольку в настоящее время эти процессы во многом определяют высокие темпы социально-экономического развития многих стран мира.

Учитывая рассмотренные цели, задачи и направления дальнейших научных поисков, методологическим инструментом исследования стал метод экономической теории как комплекс средств и приемов проникновения в сущность социально-экономических процессов и явлений. Исторический опыт убедительно доказал, что данный научный подход к изучению различных сторон общества требует учета диалектики всеобщего, общего и особенного в экономических системах, их видах и структурных составляющих, что позволяет научно обосновывать цели и механизмы управления национальной экономикой на микро- и макро-, мезо- и мега- уровнях.

Проведенное исследование. В экономической теории указывается, что «Економічна система – це надзвичайно складна категорія, яка має дуже розгалужену структуру, цілу систему законів її функціонування та розвитку. Причому йдеться не про простий набір різних елементів, а про їх ієрархічну побудову, де є основні системоутворюючі елементи, які визначають природу економічних систем, поєднання загальноекономічного і специфічного, загальноекономічних і специфічних економічних законів» [4, с. 84].

В настоящее время мировая экономическая система характеризуется такими важными процессами, как информатизация и глобализация. Особый интерес среди исследователей дальнего и ближнего зарубежья, а также отечественных ученых приобрели проблемы определения причин данных явлений, их влияния на повышение эффективности социально-экономического развития как отдельных государств, так и мирового сообщества в целом.

Интересен подход американского внешнеэкономического обозревателя Т. Фридмана к периодизации становления глобализации, критериальным характеристикам отдельных этапов. Так, на первом этапе – со времен Колумба, проложившего торговые пути, и примерно до 1800 года, основными двигателями развития глобальной экономики служили человеческие мускулы и лошадиные силы. Второй этап глобализации продолжили следующие два столетия до конца прошлого века. Компании "глобализовались" в поисках новых рынков сбыта и дешевой

рабочей силы, движимые вперед сначала паровой машиной и железной дорогой, позднее – снижавшейся стоимостью телекоммуникаций – телеграфа, телефона, компьютера, спутников, оптоволокна и, наконец, Интернета. Незадолго до начала XXI века начался третий период глобализации, в ходе которого рычагом стали программное обеспечение и наличие глобальной коммуникационной сети.

Противостоять глобализации нелегко, поскольку ее усиливает развитие информационной среды. Оставаться в стороне от процесса информатизации тоже нельзя – это веление времени, обусловленное научно-техническим прогрессом. Информация в XXI в. становится главным ресурсом, отодвигающим на второй план те, что доминировали в течение прошлых столетий, – сырье и энергию [5, с. 45-49].

Если на первом этапе субъектом глобализации были отдельные страны, то на втором – национальные и международные компании. Особенность же третьего этапа состоит в том, что его ключевой ресурс – это люди. Иными словами, технологическое превосходство теперь перестало определять лидерство в конкурентной гонке государств, на первое место вышел "человеческий фактор":

1) расширяющийся средний класс, который задает квалифицированный потребительский спрос на товары и услуги, т.е. формирует широкий внутренний рынок;

2) среда динамичного предпринимательства. Глобализация, стимулируя развитие средств коммуникации и информационных технологий, способствует нацеленности инвестиций на освоение нововведений и активизирует инновационное предпринимательство. Тенденция к глобализации проявляется, в частности, в росте доли иностранного финансирования научных исследований в большинстве развитых и новых индустриальных стран, массированном создании исследовательских подразделений транснациональных корпораций (ТНК) в благоприятных для такой деятельности регионах;

3) в дополнение к традиционной научно-исследовательской среде утвердилась прослойка творческих людей технических и высокотехнических профессий – инженеров, электронщиков, программистов [1, с. 57]. «Несмотря на то, что наука продолжает быть "фабрикой инноваций и прогресса", она гораздо меньше влияет на судьбы миллионов людей на планете, на миропорядок в целом... С середины XX века надо брать в расчет так называемый экономический фактор. Или, говоря точнее, фактор экономического знания. Сегодня этот когнитивный слой претендует на самостоятельную систему экономических аксиом, на собственную точку зрения о вселенной, на свою уникальную институционализацию. Нужна особая практика, основанная на новом гуманитарном синтезе. ER – мировая инфраструктура нового поколения ученых» [7, с. 51-52].

Второй ресурс глобализационного роста – капитал, в частности, три его элемента: 1) финансовые средства; 2) производственные технологии; 3) управленческие технологии. Последние два элемента, согласно точке зрения В. Крашенинковой, образуют "качественный капитал". "Качественный капитал" позволяет, во-первых, повысить конкурентоспособность в глобальной экономике; во-вторых, завоевывать мировые рынки быстрыми темпами; и в-третьих, провести стандартизацию действий, процессов, товаров и услуг и т.п. Конечным итогом

**ИНФОРМАЦИОННО-ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНАЯ ЭКОНОМИКА
В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ**

является то, что «современные производственные и управленческие технологии, приходящие с капиталом, позволяют более глубоко использовать интеллектуальный потенциал, органично интегрироваться в процесс глобализации мировой экономики» [1, с. 58].

В системе международных экономических отношений главными действующими лицами выступают уже не государства и даже не отдельные региональные или международные организации, а именно всеисильные ТНК. На наших глазах мировое пространство стремительно идет к формированию глобального экономического пространства, в пределах которого создается новый тип экономики. Характерными признаками этого пространства являются ликвидация всех барьеров на путях перемещения товаров, капитала и услуг, унифицированное регулирование рынков, стандартизация требований к движению капитала. По мнению О. Билоруса, полноценная глобальная парадигма приемлема лишь для наиболее развитых больших и малых государств, достигших максимально высокого уровня конкурентоспособности [8, с. 7-11]. Роль и место Украины в этом процессе требуют научной оценки, и без аргументированных ответов на вопросы о социально-экономических последствиях глобализации не следует утверждать, что Украина должна стремительно интегрироваться в международную рыночную систему.

Жесткая конкуренция в условиях глобализации требует от участников рынка не только скорости в принятии действенных управленческих решений руководителями бизнес-структур, но и скорости дальнейшего прохождения рабочей информации по всем звеньям исполнительных и партнерских сетей компании. Во многом эта проблема решается за счет открытого доступа к всемирной сети Интернет по скоростным каналам связи. При этом Интернет, глобальное телевидение и т.п. – это атрибуты глобализации, ее инструменты. «Из вертикалей и горизонталей... власть, как самый древний и самый консервативный институт управления системами человеческого общения, уходит в сферу информационных технологий. XXI век за теми политическими элитами и "мозговыми центрами", которые первыми найдут эффективную систему управления таким миром» [6, с. 7-8]. «Мощность современных государств начинает определяться не концентрацией новых технологий на квадратном метре Манхэттена, а производным новых технологий на национальную историю и культуру» [10, с. 23].

Итак, содержанием информационно-интеллектуальной революции, которая началась в 1990-х гг., стало изменение предметов труда. Если раньше человечество всю свою историю занималось тем, что влияло на природу и изменяло ее, то теперь самым выгодным бизнесом, благодаря новым компьютерным информационным технологиям, стало влияние на сознание человека, как индивидуальное, так и общественное. И это стало практически революцией, последствия которой до сих пор не осознаны. Появился термин "high hume", то есть воздействие и формирование живого человеческого сознания. PR (public relations) – информационная работа по формированию в обществе благоприятного восприятия кого-либо или чего-либо. Если реклама и маркетинг приспособливают товар к вашим потребностям, то PR приспособливает вас к уже имеющемуся товару.

Глобализацию нельзя оценивать только лишь положительно: ведь и собственно сам процесс, и его последствия, бесспорно, могут быть отрицательными для определенных государств и экономик, а особенно для инновационно неконкурентоспособных.

Новые технологии качественно изменяют и главные ресурсы регионального развития. Если раньше главным ресурсом развития было производство, закрепленное на территории, то теперь главными ресурсами стали территориально мобильные финансы и интеллект. И для того, чтобы их освоить, вам не нужно развивать тот или иной регион, в которых они есть, а наоборот, нужно ухудшить максимально ситуацию в этом регионе, чтобы эти ресурсы направились бы к вам. Данные глобальные изменения кардинально меняют не только соотношение между материальными и нематериальными факторами развития производительных сил, но и взаимоотношения между развитыми и развивающимися странами. Развитые страны больше не заинтересованы в прогрессе развивающихся стран. Это крайне опасная тенденция, противостоять которой человечество еще не в состоянии.

Информационно-интеллектуальная экономика породила и новый вид товара – "мировой продукт". Мировой продукт подрывает рыночную конкуренцию, поскольку мировой рынок работает только с мировыми продуктами, т.е. товарами и услугами, которые уже на стадии проектирования рассчитаны на мгновенное завоевание всего мирового рынка, и которыми могут воспользоваться самые разные категории или целевые группы потребителей, независимо от пола, расы, возраста, социального положения, и которые практически доступны потребителю в любой точке мира.

Противоречия в информационно-интеллектуальной экономике усиливаются еще и под воздействием того, что реализация мировых продуктов зависит от финансовых возможностей каждой из групп потребителей. Представляется, что одним из способов разрешения данной проблемы становится развитие мирового кредитования. В то же время глобальная система мирового финансового управления находится в руках стратегических инвесторов – мировых группировок – владельцев финансовых ресурсов, имеющих прибыль как от инвестиций, так и огромные процентные прибыли от игры на биржах. Данное противоречие еще более ухудшает социально-экономическое положение развивающихся государств, усиливает их не только экономическую, но и военно-политическую зависимость от развитых стран.

Для Украины глобализация может породить определенные проблемы: с одной стороны, открываются перспективы привлечения финансовых ресурсов, которых не хватает для того, чтобы развивать инновационный процесс; а с другой, обостряется международная конкуренция за эти ресурсы, и отечественным фирмам не под силу соревноваться с ТНК, применяющими последние научно-технические и информационно-технологические достижения в сфере управления производством и потреблением. Инновационный процесс включает в себя реализацию инвестиций, в ходе которой соединяются наука, техника, экономика, предпринимательство и управление [9].

**ИНФОРМАЦИОННО-ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНАЯ ЭКОНОМИКА
В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ**

Выводы. Глобальная экономика – это форма проявления концентрации и централизации капитала в условиях интернационализации мировой экономики, отражающая обобществление производительных сил на мировом уровне.

Глобализация и интеллектуализация экономики вызваны невиданными темпами и масштабами инноваций, в корне изменяющих ресурсный потенциал развития, социально-экономическую структуру общества и организационно-производственных отношений. Становится очевидным, что для решения социально-экономических противоречий требуются качественно новые подходы и изменения. Непрерывно возникая в пространстве и времени, такие перемены являются характерным признаком инновационно-интеллектуальной экономики.

Усиление финансовой взаимозависимости национальных экономик в глобальной мировой экономике, формирование своеобразной виртуальной финансовой экономики, оторванной от материально-вещественных потоков товаров и услуг, в совокупности с информационной глобализацией создает потенциальные условия для финансовой нестабильности и кризисных явлений.

В условиях технологического разрыва между Украиной и промышленно развитыми странами, мирового финансового кризиса, возникает неотложная проблема активного использования инноваций как средства развития и адаптации к процессу глобализации. Отечественным предприятиям необходимо разрабатывать и воплощать передовые технологии управления для обеспечения конкурентоспособности на мировом рынке товаров и услуг, устойчивости финансовой системы к мировым потрясениям.

Процесс глобализации и информатизации обуславливает развитие инновационного предпринимательства, которое, в свою очередь, облегчает интеграцию страны в систему мирового хозяйства. Неотложными стратегическими задачами инновационной политики Украины должны быть подъем конкурентоспособности отечественной промышленности и сельского хозяйства на основе обеспечения внедрения инноваций, модернизации производства. От того, как государство справится с этой задачей, зависит также становление малого и среднего отечественного инновационного предпринимательства.

Диалектико-материалистический метод исследования позволяет рассматривать информатизацию в плоскостях:

1. всеобщего – это процесс, функциональное назначение которого – удовлетворение потребностей в общих условиях, обслуживающих информационно-интеллектуальную экономику;

2. общего – это материальная основа для создания вспомогательных функций в воспроизводственном процессе, обеспечивая единство производства, распределения, обмена и потребления;

3. особенного – это процесс формирования социально-экономических условий развития экономической системы как единства производительных сил и производственных отношений: а) в виде исторически определенных моделей экономики; б) в виде организационных структур хозяйствующих субъектов в отрасли или регионе, в стране в целом или же в международном бизнесе.

Перспективными направлениями дальнейших исследований влияния глобализации на развитие информационно-интеллектуальной экономики может быть анализ процессов информатизации с точки зрения:

– во-первых, организации управления производством, распределением, обменом и потреблением на различных уровнях: мировом, региональном, национальном и в его разнообразных формах: организационно-экономических, организационно-производственных, организационно-технологических и др.;

– во-вторых, удовлетворения потребностей: а) производителя (информатизация условий развития производительных сил и производственных отношений, формирования различных организационно-правовых структур и т.д.); б) потребителя (персональная компьютеризация и т.д.).

Список литературы

1. Крашенникова В. Окно экономических возможностей: Россия как центр знаний и технологий // Внешнеэкономические связи. 2006. №1. С. 56-58.
2. Белл Д. Грядущее постиндустриальное общество. Опыт социального прогнозирования. Пер с англ. М.: Academia, 1999.
3. Зянько В. Глобализация и инновационный процесс: их взаимовлияние // Экономика Украины. – 2006. – №2. – С. 87.
4. Основи економічної теорії. Частина I / За загальн. редакцією А.А. Чухно. – К., 1994. – 84 с.
5. Дубас А. Информатизация – основа моделирования и прогнозирования общественно-политической деятельности // Персонал. – 2003. – №1. – С. 45-49.
6. Федоренко М.А. ER – стратегии ответ на вызовы XXI века // Внешнеэкономические связи. – 2006. – №1. – С. 6-8.
7. Парамонов Д.О. External Relations как новая гуманитарная практика // Внешнеэкономические связи. – 2006. – №1. – С. 50-52.
8. Білорус О. Глобалізація і глобалізм: парадокси чи закономірність постіндустріальної цивілізаційної еволюції? // Економічний часопис – XXI. – 2004. – №3. – С. 7-11.
9. Крупка М.І. Фінансово-кредитний механізм інноваційного розвитку економіки України. Львів, видавничий центр Львівського національного університету ім. Івана Франка, 2001, С. 28.
10. Мальцев В.А. Парадокс Усама Бен Ладена // Внешнеэкономические связи. – 2006. – №1. – С. 22-24.

Поступила в редакцию 30.05.2008 г.

Крамаренко В.И. Інформаційно-інтелектуальна економіка в умовах глобалізації // Вчені записки ТНУ. Серія: Економіка, 2008. – Т. 21 (60). – № 1. – С. 117-124.

У статті досліджуються соціально-економічні проблеми та протиріччя інформаційно-інтелектуальної економіки та перспективи розвитку України в умовах глобалізаційних процесів.

Ключові слова: глобалізація, інформатизація, інтелектуальна економіка, проблеми, протиріччя, Україна.

Kramarenko V.I. Informational and Intellectual Economy in Conditions of Globalization // Uchenye zapiski TNU. Series: Economy, 2008. – Vol. 21 (60). # 1. – P. 117-124.

Social and economic problems and contradictions of informational and intellectual economy and prospects of development of Ukraine in conditions globalization processes are considered in the paper.

Key-words: globalization, informatization, intellectual economy, problems, contradictions, Ukraine

УДК 631.158:658

**ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ
МАТЕРИАЛЬНОГО СТИМУЛИРОВАНИЯ РАБОТНИКОВ СЕЛЬСКОГО
ХОЗЯЙСТВА**

Кулипанов К.А.

В статье определены особенности организации оплаты и стимулирования труда руководителей и специалистов в условиях рыночной экономики; обоснованы предложения по усилению связи системы оплаты и стимулирования труда основных категорий руководителей и специалистов с конечным результатом производства.

Ключевые слова: оплата труда, стимулирование труда, руководитель.

Постановка проблемы. Основными направлениями совершенствования оплаты и стимулирования труда являются: обеспечение роста реальной заработной платы работников в зависимости от конечных результатов их работы, квалификации и профессионализма, с тем, чтобы оплата труда стала главным источником денежных доходов населения; повышение уровня государственных гарантий оплаты труда; достижение такого уровня заработной платы наемных работников, который позволил бы обеспечить устойчивый платежеспособный спрос населения и экономические стимулы для развития производства, а также активизировать личное участие работников в своем социальном обеспечении и страховании.

Нерешенные части общей проблемы. Специфика сельского хозяйства, где результаты труда определяются в конце года, и когда отсутствуют денежные средства у предприятий в течение года, обуславливают необходимость более тесно увязывать размеры оплаты труда с его конечными результатами и в то же время определяют необходимость интенсивного стимулирования на промежуточных этапах производства. К сожалению, в условиях кризиса сельского хозяйства и крайне неблагоприятной экономической ситуации происходит сокращение совокупных доходов работников предприятий за счет снижения оплаты труда, усиливается роль натуральных выплат, поступлений в виде оказываемых услуг.

Анализ исследований и публикаций. Важный вклад в развитие теории и практики организации материального стимулирования труда работников сельскохозяйственного производства внесли такие экономисты-аграрники, как Арутюнян Ф.Г., Линевич А.В., Дисперов В.С., Бугуцкий О.А., Малик М.И., Шкурин Г.Т. [1,2].

Цель статьи: разработать направления совершенствования организации материального стимулирования труда работников сельского хозяйства.

Изложение основного материала. В СПК «Изумрудный» Джанкойского района АР Крым используют сдельные расценки при оплате труда комбайнеров на уборке урожая зерновых и зернобобовых культур. Норма выработки комбайна

зависит от марки используемого комбайна и агрегата (в данном случае ЖВН-6 или ЖРБ-4,2) и от срока эксплуатации агрегата.

Помощнику комбайнера начисляется 80% заработка комбайнера, если он имеет удостоверение тракториста-машиниста, и 70% получают помощники без удостоверения.

Большой удельный вес при расчете с работниками по оплате труда имеет выдача натуральной продукции в счет заработной платы. Многие работники сельскохозяйственных предприятий охотно получают заработную плату в натуральной форме, так как она позволяет обеспечить работников сельскохозяйственной продукцией, что способствует развитию личного подсобного хозяйства населения, ведет к закреплению кадров на селе, способствует сокращению хищений сельскохозяйственной продукции.

Комбайнерам и помощникам за намолот зерна в бункерном весе за каждые 1000 ц выдают: СК-5 «НИВА» - 6 ц зерна (3 ц пшеницы и 3 ц ячменя); Дон-1500 – 4,8 ц зерна (2,4 ц пшеницы и 2,4 ц ячменя).

Существующая система оплаты труда для комбайнеров на уборке урожая зерновых и зернобобовых культур в сельскохозяйственном производственном кооперативе "Изумрудный" Джанкойского района АР Крым, на наш взгляд, не совершенна, не полностью охватывает круг решаемых проблем в оплате труда и материальной заинтересованности работников хозяйства.

Таблица 1

Расценки для оплаты труда комбайнеров в СПК «Изумрудный»
Джанкойского района АР Крым

Показатели	Ед. изм.	Подбор и обмолот зерна	Прямое комбайнирование	Подбор и обмолот гороха
1. Норма выработки	га	13,0	13,5	11,0
2. Урожайность	н/га	30	30	25
3. Сменная норма намолота	ц	390	405	275
4. Тарифная ставка	грн.	337,54	337,54	337,54
5. Повышенная оплата на уборке (100%)	грн.	337,54	337,54	337,54
6. Доплата за работу на старой технике (с учетом эксплуатации свыше 6 лет) (50%)	грн.	118,77	118,77	118,77
7. Доплата за качество работы:				
	отличное (100%)	грн.	337,54	337,54
хорошее (50%)	грн.	118,77	118,77	118,77
8. Премия за выполнение нормы	грн.	337,54	337,54	337,54

**УПРАВЛЕНИЕ ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГОМ НА ТУРИСТИЧЕСКИХ
ПРЕДПРИЯТИЯХ**

Продолжение таблицы 1

9. Итого оплата:				
отличное качество работы	грн.	168,93	168,93	168,93
хорошее качество работы	грн.	150,16	150,16	150,16
10. Доплата за классность 10%				
отличное качество работы	грн.	116,89	116,89	116,89
хорошее качество работы	грн.	115,02	115,02	115,02
11. Всего оплата за норму:				
отличное качество работы	грн.	185,82	185,82	185,82
хорошее качество работы	грн.	165,18	165,18	165,18
12. Расценка за 1 ц при качестве работы:				
отличное	грн.	4,76	4,59	6,76
хорошее	грн.	4,24	4,08	6,01
13. Натуральное премирование за 1 т. намолота	кг	2	2	2

Данные показывают, что сельскохозяйственное предприятие не использует ни доплаты за качество выполняемой работы и классность, ни премии за выполнение нормы, повышающие материальную заинтересованность работников. Поэтому мы предлагаем следующий вариант оплаты труда комбайнера, в котором учитываются стаж, классность, стимулирующие выплаты за качество выполненной работы, повышающие материальную заинтересованность работника.

В таблице 1 расчет расценок эффективен при высокой сменной норме намолота и высокой урожайности зерновых и зернобобовых культур. Использование различных доплат и премий даст возможность повысить материальную заинтересованность, у комбайнеров появиться стимул к труду, если он выполнит или перевыполнит норму намолота при определенной урожайности. Тарифная ставка находится в прямой зависимости от качества выполненной работы и увеличивается при отличном качестве на 100%. Из этого следует, что комбайнер, который работает качественно, без потерь повышает свою оплату труда по сравнению с комбайнером работающим «хорошо».

Данная система оплаты труда позволяет повысить заинтересованность работников в конечных результатах труда, ведет к снижению затрат и сроков уборки зерновых и зернобобовых культур, увеличивает заработок комбайнеров, повышает уровень оплаты труда.

Для реализации себя как работника каждый член трудового коллектива совместно с другими работниками должен иметь в пользовании средства производства, необходимые для существования трудовой деятельности коллектива. В совместном пользовании средствами производства за определенную плату их собственнику и владении конечным продуктом каждый трудовой коллектив реализует себя как хозяин средств производства. Следовательно, при данной формуле внутрипроизводственных отношений существует объективная

необходимость определения оптимальной платы за землю и основные производственные фонды, арендуемые у коллективного собственника.

С целью создания условий для расширенного воспроизводства в арендных коллективах рекомендуется соблюдать необходимые в данных условиях соотношение между фондами накопления и потребления. Исходя из этого, рекомендуется установить отчисления от хозрасчетного дохода в фонд развития производства, рассчитанные по каждому арендному коллективу отдельно.

Резервный фонд оплаты труда рекомендуется сформировать из хозрасчетного дохода однократно и поддерживать на уровне прожиточного минимума, установленного на данный период.

Фонд оплаты труда рекомендуется формировать по остаточному принципу, но не ниже установленного минимума заработной платы по предприятию.

Выводы. На наш взгляд, при организации материального стимулирования труда работников сельского хозяйства необходимо опираться на функции заработной платы, трудовое законодательство, и накопленный опыт применения прогрессивных систем материального стимулирования аграрного труда. С этой целью нами были разработаны следующие направления совершенствования:

1. Заработок работника должен зависеть от трех основных факторов: личного трудового вклада, хозрасчетных результатов деятельности первичного трудового коллектива и предприятия в целом;

2. Должна быть повышена роль индивидуальных и коллективных договоров при решении вопросов, связанных с оплатой труда, социальными гарантиями и условиями труда;

3. Должна осуществляться постоянная индексация заработной платы в связи с ростом потребительских цен. Необходимо предусмотреть не просто повышение оплаты труда, а рост ее покупательной способности хотя бы в рамках основных продовольственных товаров;

4. На предприятиях должны создаваться резервные фонды заработной платы в размерах и порядке, предусмотренном в коллективном договоре;

5. Законодательно должна быть определена материальная ответственность работодателя за несвоевременную выплату заработной платы;

6. Руководителям сельскохозяйственных предприятий заработная плата должна выплачиваться одновременно со всеми работниками;

7. Необходимо выделение субсидий на повышение уровня оплаты труда в сельском хозяйстве и доведение его до среднего уровня заработной платы в народном хозяйстве.

Список литературы

1. Никитин М.А. Оплата труда в условиях индустриализации сельского хозяйства. – М.: Россельхозиздат, 1987.
2. Тарасов И.Г. Коллективные формы оплаты труда в земледелии. – М.: Россельхозиздат, 2002.
3. Трейси М. Сельское хозяйство и продовольствие в экономике развитых стран / Пер. с англ. – СПб.: Экономическая школа, 2005. – с. 431.

Поступила в редакцию 30.05.2008 г.

Куліпанов К.О. Особливості механізму стимулювання високопродуктивної праці керівників сільськогосподарських підприємств і підвищення в ньому ролі заробітної плати // Вчені записки ТНУ. Серія: Економіка, 2008. – Т. 21 (60). – № 1. – С. 125-129.

У статті визначені певні особливості організації оплати і стимулювання праці керівників і фахівців в умовах ринкової економіки; обґрунтовані пропозиції щодо посилення зв'язку системи оплати і стимулювання праці основних категорій керівників і фахівців з кінцевим результатом виробництва.

Ключові слова: оплата праці, стимулювання праці, керівник.

Kulipanov K.A. Peculiarities of agrobusiness managers motivation mechanism for high productivity performance and the role of pay rise in it // Uchenye zapiski TNU. Series: Economy, 2008. – Vol. 21 (60). # 1. – P. 125-129.

Managers and various specialists payment an motivation systems organization in the market economy is considered in the paper. Suggestions on strengthening the correlation between managers and specialists payment and motivation systems and the final enterprise output, - are given grounds in the paper.

Key-words: remuneration of labor, labor stimulation, manager.

УДК 658.8:004.738.5 + 338.48

УПРАВЛЕНИЕ ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГОМ НА ТУРИСТИЧЕСКИХ ПРЕДПРИЯТИЯХ

Мартовой А.В.

В статье предложена структурно-логическая схема управления интернет-маркетингом на туристическом предприятии. Схема представлена тринадцатью этапами и, в отличие от других, состоит из таких дополнительных этапов, как: определение целевых групп-пользователей модели интернет-маркетинга, решение относительно степени интеграции интернет-маркетинга с другими процессами на предприятии.

Ключевые слова: интернет-маркетинг, управление интернет-маркетингом, туристическое предприятие, модель интернет-маркетинга, ценность для пользователей

Постановка проблемы в общем виде и ее связь с важными практическими задачами. В современных условиях бизнеса маркетинговая деятельность туристических предприятий является одной из тех сфер, где интернет-технологии находят свое широкое применение. Туристические интернет-рынки отличаются своим динамизмом, сезонностью и изменчивостью. Это существенным образом влияет на процессы управления интернет-маркетингом на предприятиях.

Под интернет-маркетингом (ИМ) туристических услуг понимается опосредованная интернет-технологиями совокупность процессов ценообразования, распределения, продвижения и обеспечения оплаты туристических услуг с целью удовлетворения потребностей индивидов и/или организаций [1, с. 224].

Решение проблемы эффективного управления ИМ услуг на туристических предприятиях в условиях постоянно изменяющихся внешних и внутренних факторов является важной научно-практической задачей, что и определило актуальность темы данного исследования.

Анализ последних исследований и публикаций. В теории и практике ИМ существуют два основных подхода к процессу стратегического планирования: активный и реактивный [2, с. 6-9]. В настоящий момент появилось определенное количество модификаций данных подходов.

Применительно к электронной коммерции Рейпорт Д. и Джаворски Б. выделяют 6 основных стратегических этапов: поиск рыночных возможностей, определение модели бизнеса, разработка интерфейса, рыночная коммуникация и брендинг, реализация и оценка результатов [2, с. 12]. Недостатком данной концепции является то, что она не учитывает этап проведения внутреннего аудита на предприятии на предмет готовности к использованию Интернета в коммерческих целях.

Семь этапов процесса маркетингового планирования предложены Страуссом Д. и Фростом Р.: ситуационный анализ (внешние и внутренние факторы), определение целевого рынка, постановка задач, разработка комплекса маркетинга, разработка плана деятельности (тактика), бюджетирование, оценка эффективности. Слабой стороной данного подхода является отсутствие этапа разработки модели ИМ [3, с. 332].

Успенский И.В. предложил подробную схему построения системы маркетинга на основе сайта: определение целей и задач, планирование; реализация сайта (первоначальная реализация сайта, поддержка сайта и его совершенствование); реализация маркетинговой программы продвижения; оценка эффективности системы маркетинга [4, с. 158].

На основе подхода Успенского И.В. Самойленко Л.Б. определяет следующие этапы создания и сопровождения сайта: определение целей и задач сайта, реализация сайта, поддержка и развитие сайта, реализация маркетинговой программы продвижения сайта, оценка результативности функционирования сайта [5, с. 112].

Обобщая, хотелось бы отметить, что не следует абсолютизировать тот или иной подход к стратегическому планированию, как в маркетинге, так и ИМ. Каждый из них является ценным при определенных обстоятельствах. Однако наличие широкого комплекса подходов к управлению ИМ, отмеченных выше, а также особенностей традиционного маркетинга в сфере туризма [6, с. 36], [7, с. 49-50], [8] приводит к необходимости разработки методических подходов к управлению ИМ на туристическом предприятии.

Таким образом, **целью** данной статьи является разработка методических подходов к управлению интернет-маркетингом на туристическом предприятии. Объектом исследования является интернет-маркетинг на туристическом предприятии, а предметом – процессы управления интернет-маркетингом на туристическом предприятии.

Изложение основного материала. Авторский подход к управлению ИМ на туристическом предприятии представлен на рис. 1.

На первом этапе осознания проблемы/возможности руководители, менеджеры/маркетологи среднего уровня или персонал туристического предприятия приходят к необходимости решения определенной проблемы/использования возможностей посредством ИМ. К проблемам можно отнести: снижение объемов продаж, снижение доли рынка, неудовлетворенность потребителей уровнем предоставляемых услуг, коммуникациями и др. Возможности могут быть представлены перспективами выхода на новые рынки, увеличением доходов потенциальных клиентов, появлением свободных финансовых ресурсов, появлением в штате специалистов в области информационных технологий.

Второй этап характеризуется анализом маркетинговой среды, включающей в себя экзогенные и эндогенные факторы. Результатом данного этапа является составление SWOT-анализа и определение основных стратегических ориентиров.

Содержанием третьего этапа является определение целевых групп – пользователей системы ИМ туристического предприятия, которые могут быть классифицированы на внешние и внутренние. К внутренним группам могут быть отнесены персонал, акционеры, собственники предприятия. К внешним – потребители, конкуренты, потенциальные работники, посредники, финансовые учреждения, партнеры, СМИ и другая контактная аудитория. Каждая из данных групп имеет свои специфические цели и интересы, что будет влиять на разработку модели ИМ. В случае выбора любой из групп, кроме потребителей, следующим этапом структурно-логической схемы будет определение модели ИМ. В случае

группы, представленной потребителями, следующий шаг представлен сегментированием.

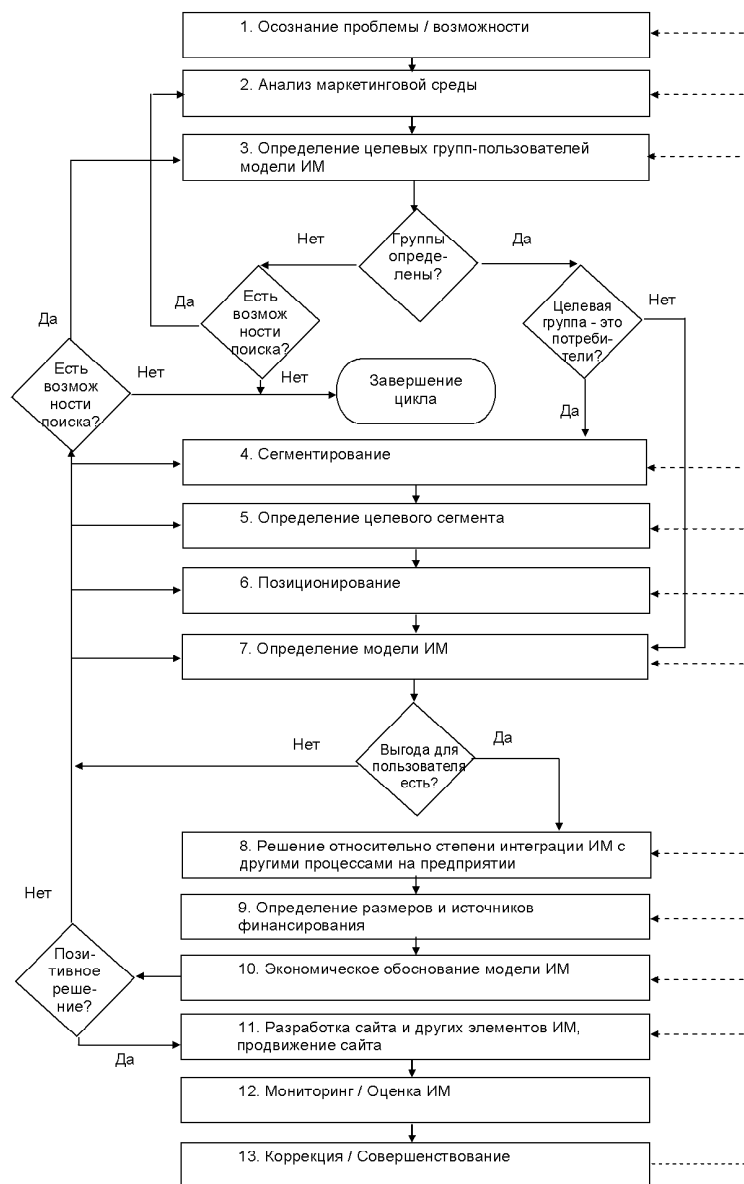


Рис. 1. Структурно-логическая схема управления интернет-маркетингом на туристическом предприятии

**УПРАВЛЕНИЕ ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГОМ НА ТУРИСТИЧЕСКИХ
ПРЕДПРИЯТИЯХ**

Сегментирование (четвертый этап), определение целевого сегмента (пятый этап) и позиционирование (шестой этап) являются классическими (традиционными) инструментами маркетинга, имеющими не меньшее значение и в случае ИМ. Решения, принятые на данных этапах, повлияют на все последующие, в частности, на разработку модели ИМ.

Седьмой этап представлен разработкой модели ИМ и состоит из трех шагов: 1) определение типа цели/результата ИМ: транзакционная, коммуникативная, комбинированная [9]; 2) решение относительно комплекса ИМ; 3) анализ и тестирование предполагаемой ценности для ожидаемых пользователей модели ИМ.

Первый шаг. Интернет-маркетинг может быть: инструментом коммуникаций между предприятием и потенциальными/существующими клиентами; инструментом транзакций или их комбинацией. Окончательное решение будет зависеть от готовности целевого рынка и возможностей самого предприятия. При прочих равных условиях транзакционная составляющая является самой сложной в аспекте реализации.

Второй шаг. Комплекс маркетинга и его приложение к Интернету является центральным шагом в организации ИМ на туристическом предприятии. Именно от его комбинации, основанной на предпочтениях и характеристиках целевых групп, и будет зависеть ценность предложения и, следовательно, успешность ИМ.

Так, например, в то время как за рубежом большинство туристических предприятий использует модели ИМ для содействия непосредственным продажам и/или бронированию, в Автономной Республике Крым большая часть предприятий подобного типа использует модели ИМ, ориентированные на коммуникации и отличающиеся меньшей степенью интерактивности [10, 11, 12]. Интересно заметить, что за рубежом чем меньше, например, гостиница по таким параметрам, как количество номеров (мест) и обслуживающего персонала, тем выше роль моделей ИМ в обеспечении заполняемости номеров. Чем крупнее гостиница, тем более сложные и многофункциональные модели ИМ используются в коммерческой деятельности и транзакционная функция не является основной. Соотнося характеристики целевого интернет-сегмента со степенью интерактивности моделей ИМ в гостиничном бизнесе, получим следующее (рис. 2) [13].

Низкая степень интерактивности моделей ИМ	Поле «НВ»	Поле «НС»	Поле «НН»
Средняя степень интерактивности моделей ИМ	Поле «СВ»	Поле «СС»	Поле «СН»
Высокая степень интерактивности моделей ИМ	Поле «ВВ»	Поле «ВС»	поле «ВН»
	Высокая степень развитости целевого интернет-сегмента	Средняя степень развитости целевого интернет-сегмента	Низкая степень развитости целевого интернет-сегмента

Рис. 2. Матрица моделей интернет-маркетинга в зависимости от степени развития целевых интернет-сегментов

Поля «ВВ», «СС» и «НН» являются наиболее адекватной реакцией предприятия гостиничного бизнеса в ответ на характеристики целевого интернет-сегмента. Поля «СВ» и «НС» представляют собой слабую сторону предприятия, когда оно «отстает» от темпов развития целевых интернет-сегментов. Поля «ВС» и «СН» отражают чрезмерное использование внутренних ресурсов организации, неадекватное текущим характеристикам интернет-сегментов. И, наконец, поля «НВ» и «ВН» представляют собой наиболее крайние ситуации, грозящие потерей конкурентоспособности в первом случае и неадекватным использованием ресурсов (увеличению издержек) во втором случае. Данная матрица представляет собой полезный инструмент формирования и разработки моделей ИМ не только в сфере туризма, но и в других секторах экономики.

Третий шаг седьмого этапа представляет собой ключевой момент разработки ИМ на туристическом предприятии. Именно от того, насколько ценной для пользователя (потребителя) будет предлагаемая модель ИМ, будет зависеть успешность последней.

Именно это является одной из основных причин неудачи ряда интернет-проектов турагентов и туроператоров расположенных на территории АР Крым [10, 11, 12]. Зачастую интернет-представительства данных предприятий создавались по инерции общих тенденций в индустрии без учета их важности и выгоды для потребителей или других пользователей модели ИМ. Или же, будучи созданными, интернет-представительства не получили дальнейшей поддержки и развития со стороны руководства предприятий. Таким образом, модели ИМ, не представляющие ценности для потребителей или иных пользователей, обречены на провал. Именно те модели, которые предлагают наибольшую ценность для них, и будут успешными.

Потребительская ценность является интегральным и трудно измеримым показателем. Например, ценностью ИМ для потенциального туриста может быть система управления взаимоотношениями, низкие цены на услуги, высокое качество, система оплаты турпродукта в Интернете, возможность сравнения цен с другими поставщиками, удобная и понятная навигация по сайту, интернет-купоны.

Тестирование предполагаемой ценности может осуществляться посредством двух инструментов: логико-аналитических и эмпирических. Если первый представляет собой кабинетное исследование, то второй предполагает тестирование модели ИМ на потенциальных пользователях (опрос, эксперимент, наблюдение).

Содержание восьмого этапа является принципиально важным в ситуации, когда туристическое предприятие намеревается использовать Интернет в качестве основной среды маркетинга. В данном случае предприятие будет ориентировано на достижение транзакционной цели, что вызовет необходимость в интеграции ИМ с такими процессами, как финансы, бухгалтерский учет, управление, транзакции [1, с. 224]. Фактически это приведет к перестройке всей системы управления предприятием и его основными процессами. Матрицы готовности предприятия к интеграции с интернет-технологиями и схемы определения вероятности успеха хорошо представлены в работах Рублевской Ю.В., Рублевского Р.В. и Попова Е.В. [14, с. 99], [15, с. 23].

Девятый этап заключается в определении размеров и источника финансирования. Как показал анализ, расходы на создание и поддержание простейших моделей ИМ не являются значительными и могут быть освоены большинством туристических предприятий [12]. Однако качественные системы ИМ, ориентированные на транзакции, требуют значительно больших финансовых средств, что может быть существенным барьером для ряда предприятий сферы туризма. При прочих равных условиях, чем больше финансовых средств может быть выделено на создание модели ИМ, тем больше вероятности того, что при адекватной организации она может оказаться эффективной. В общем случае расходы, связанные с ИМ, могут быть классифицированы по следующим группам:

1. По критерию изменения в зависимости от объема предоставления услуг: постоянные расходы; переменные расходы.
2. По критерию отнесения к этапу жизненного цикла модели ИМ: расходы на создание модели ИМ; расходы на поддержание модели ИМ.
3. По критерию отнесения к определенным видам затрат: расходы на оборудование; расходы на программное обеспечение; расходы на оплату труда; организационные расходы.

Принимая за основу классификацию затрат, разработанную Gartner's Group и представленную в работе Рудых Е. [16, с. 4], предложим дополненную и обобщенную классификацию затрат на ИМ в туристическом предприятии (табл. 1).

Данная классификация затрат не является окончательной (так, например, Gartner's Group выделяет около 900 видов прямых и переменных затрат создания и поддержания сайта), а только очерчивает общие рамки возможных видов затрат, связанных с созданием и функционированием ИМ.

Десятый этап организации ИМ на туристическом предприятии предполагает проведение экономического обоснования с целью того, насколько оправданным будет создание системы ИМ на туристическом предприятии, исходя из необходимых затрат. На этом этапе могут применяться стандартные методы принятия управленческих решений или анализ эффективности/результативности инвестиций.

Одиннадцатый этап подразумевает работы над фактическим созданием и продвижением сайта, являющийся ядром ИМ на туристическом предприятии. Как следует из схемы (рис. 1), сайт, его структура и характеристики представляют собой один из завершающих этапов формирования системы ИМ, а не его начальный этап, как это зачастую можно наблюдать на практике. Подходы к организации деятельности по созданию, поддержанию сайта подробно рассмотрены в работах Успенского И.В., Самойленко Л.Б., Ковалева А. и Курдюмова И. [4, 5, 17].

Двенадцатый этап предполагает проведение мониторинга/оценки результативности выбранной модели ИМ [18].

Тринадцатый этап является инструментом поиска/исправления ошибок, связанных с ИМ. От того, насколько быстро и точно проведена коррекция, будет зависеть успех выбранной модели ИМ.

Таблица 1

Классификация затрат на создание и поддержание модели интернет-маркетинга на туристическом предприятии

Затраты:	
постоянные	переменные
<ul style="list-style-type: none"> - проектирование сайта - оборудование - разработка программного обеспечения - покупка программного обеспечения - лицензионные отчисления за право использования программного обеспечения - обновление оборудования - обновление программного обеспечения - техническая поддержка - размещение (хостинг) - доменное имя - дизайн - тестирование сайта - контент (первичное наполнение сайта) - первичное обучение персонала - статистика и мониторинг сайта - потеря стоимости - первичный анализ маркетинговой среды - аутсорсинг 	<ul style="list-style-type: none"> - анализ маркетинговой среды - продвижение сайта - обновление информации на сайте (информационная поддержка) - связь и телекоммуникации - расходы на разграничение доступа и защиту - программное и техническое обеспечение транзакций - доставка атрибута собственности на услугу - реклама - связи с общественностью - прямой маркетинг - пропаганда - стимулирование продаж - оплата труда персонала компании на обеспечение оплаты, распределения услуг, обслуживание посетителей онлайн (коммуникации, ответы на вопросы и тому подобное) - обучение и повышение квалификации персонала - оплата труда по управлению ИМ на предприятии

Выводы. Таким образом, в статье предложена усовершенствованная структурно-логическая схема управления ИМ на туристическом предприятии в соответствии с подходом «внезапно появляющейся стратегии», отмеченной в работе Рейпорта Д. и Джаворски Б. [2, с. 10]. Схема представлена тринадцатью этапами и, в отличие от других, состоит из таких дополнительных этапов, как: определение целевых групп-пользователей модели интернет-маркетинга, решение относительно степени интеграции интернет-маркетинга с другими процессами на предприятии.

Сформулировав первоначальную стратегию, туристическое предприятие находится в постоянном контакте с потребителем/окружающей рыночной средой для получения адекватной информации о происходящих изменениях, необходимой для того, чтобы оставаться максимально быстрым и гибким. Кроме того, преимущество предложенного подхода к управлению ИМ является его

УПРАВЛЕНИЕ ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГОМ НА ТУРИСТИЧЕСКИХ ПРЕДПРИЯТИЯХ

универсальность и применимость к предприятиям других сфер экономической деятельности.

К направлениям дальнейших исследований можно отнести уточнение и дополнение классификации постоянных, переменных, условно-постоянных и условно-переменных затрат в интернет-маркетинге.

Список использованных источников

1. Мартовой А.В. Интернет-маркетинг в международном туризме: понятие, отношения и характеристики // Тенденции развития экономики и формирование современной системы управления внешнеэкономическими связями: региональный аспект: монография / Под общей ред. д.э.н., проф. Крамаренко В.И. – Симферополь: Культура народов Причерноморья, 2007. – 263 с.
2. Rauport J.F., Jaworski B.J. Introduction to e-Commerce. – New York: McGraw-Hill, 2002. – 664 p.
3. Strauss, Judy and Frost, Raymond. E-marketing. – Upper Saddle River: Prentice-Hall, 2001. – 519 p.
4. Успенский И.В. Интернет как инструмент маркетинга. – СПб.: БХВ-Петербург, 2001. – 256 с.
5. Самойленко Л.Б. Організаційно-економічні методи електронного бізнесу в маркетинговій діяльності підприємства: Дис... канд. Екон. наук: 08.06.01. – К., 2004. – 182 с.
6. Жукова Н.Л. Розвиток системи маркетингу туристичних послуг: Дис... канд. екон. наук: 08.06.01.- Донецьк, 2002.- 231 с.
7. Ведмідь Н.І. Управління системою маркетингових комунікацій туристичних підприємств: Дис... канд. екон. наук: 08.06.01.- Київ, 2003.- 207 с.
8. Янкевич В.С., Безрукова Н.Л. Маркетинг в гостиничній індустрії в туризмі: російський і міжнародний досвід / Под ред. В.С. Янкевича. – М.: Финансы и статистика, 2003. – 416 с.
9. Мартовой А.В. Стратегия и модель интернет-маркетинга: сущность, основные характеристики и виды // Культура народов Причерноморья. – 2005. – №67. – С. 105-116.
10. Мартовой А.В., Коцюбайло Н.О. Сайти туроператорів і турагентів Криму: показники відвідуваності // Маркетинг в Україні. – 2006. – № 1 (35). – С. 23-28.
11. Мартовой А.В., Коновалова Ю.В. Интернет-маркетинг в курортно-рекреационных и туристских учреждениях Крыма: роль интернет-посредников // Маркетинг в России и за рубежом. – 2006. – №1 (51). – С. 75-88.
12. Мартовой А.В. Роль интернет-маркетинга в деятельности туроператоров и турагентов Крыма // Экономика и управление. – 2004. – №4-5. – С.77-85.
13. Мартовой А.В. Модели интернет-маркетинга в международном гостиничном бизнесе // Материалы первой междунар. научно-практической конф. «Развитие внешнеэкономической деятельности в условиях глобализации». – Симферополь: ТНУ им. В.И.Вернадского. – 2005.– С. 132-133.
14. Рублевская Ю.В., Попов Е.В. Моделирование бизнеса в интернет-среде // Маркетинг в России и за рубежом. – 2001. – №2 (22). – С. 87-102.
15. Рублевская Ю.В., Рублевский Р.В., Попов Е.В. Стратегии развития отраслевых интернет-ресурсов // Маркетинг в России и за рубежом. – 2002. – №2 (28). – С. 23-40.
16. Рудых Е. Оценка общей стоимости владения сайтом // Интернет-маркетинг.– 2001. – №4. – С. 2-9.
17. Ковалев А., Курдюмов И. Управление проектом по созданию интернет-сайта. – М.: Альпина Паблишер, 2001. – 337 с.
18. Мартовой А.В. Методика оценки эффективности интернет-маркетинга туристских услуг // Ученые записки Таврического национального университета им. В.И. Вернадского. – 2005. – Т. 18 (57), №1. – С. 108-125.

Поступила в редакцию 30.05.2008 г.

Мартовой А.В. Управління інтернет-маркетингом на туристичних підприємствах // Вчені записки ТНУ. Серія: Економіка, 2008. – Т. 21 (60). – № 1. – С. 130-138.

У статті запропонована структурно-логічна схема управління інтернет-маркетингом на туристичному підприємстві. Схема представлена тринадцятьма етапами та, на відміну від інших, складається з таких

додаткових етапів, як: визначення цільових груп-користувачів моделі інтернет-маркетингу, рішення щодо ступеня інтеграції інтернет-маркетингу з іншими процесами на підприємстві.

Ключові слова: інтернет-маркетинг, управління інтернет-маркетингом, туристичне підприємство, модель інтернет-маркетингу, цінність для користувачів.

Martovoy A.V. E-Marketing Management at Tourism Enterprises // Uchenye zapiski TNU. Series: Economy, 2008. – Vol. 21 (60). # 1. – P. 130-138.

Structural and logical chart of e-marketing management at tourism enterprises is proposed in the article. The chart consists of thirteen stages and in contrast to other ones includes such additional stages: definition of target user groups of e-marketing models, and decision in regards to level of e-marketing integration with other processes at an enterprise.

Key-words: e-marketing, e-marketing management, tourism enterprise, e-marketing model, value for user.

УДК 332.14

ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ ПРЕОДОЛЕНИЯ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДИФФЕРЕНЦИАЦИИ РЕГИОНОВ

Миронова Т. Л.

В статье исследованы особенности системы государственного регулирования территориального развития в западно-европейских странах, даны рекомендации по преодолению социально-экономической дифференциации регионов Украины.

Ключевые слова: формы, методы государственной поддержки территориального развития, зарубежный опыт.

Постановка проблемы. Разрабатываемые стратегии социально-экономического развития регионов Украины базируются на глубоких структурных преобразованиях в их экономике, создании конкурентоспособных предприятий, максимально эффективно использующих имеющиеся благоприятные факторы и предпосылки для обеспечения устойчивого экономического роста. В полной мере реализовать это невозможно без адекватной государственной помощи на государственном и региональном уровнях. Государственная поддержка территориального развития рассматривается в качестве краеугольного камня всей системы государственного регулирования межрегиональной экономической дифференциации. В связи с этим представляется важным исследование и использование в условиях нашей страны богатого зарубежного опыта, касающегося политики реструктуризации экономик проблемных территорий, их системной трансформации с учетом полученных как ее позитивных, так и негативных результатов. Большое практическое значение приобретает использование зарубежного опыта по стимулированию развития проблемных (экономически слаборазвитых и депрессивных) территорий. Особенно значительный интерес для нас представляет европейский опыт, охватывающий широкий спектр используемых форм и методов государственной поддержки регионального развития.

Анализ исследований по данной проблеме. В последние годы был опубликован ряд крупных исследований. В их числе необходимо отметить коллективную монографию «Региональное развитие: опыт России и Европейского Союза» под редакцией Гранберга А. Г., работы Лариной Н. И. и Кисельникова А.А. «Региональная политика в странах рыночной экономики», Иванова И.Д. «Европа регионов», Артоболевского С.С. „Regional Policy in Europe” , коллективную монографию «Регионы Украины: проблемы и приоритеты социально-экономического развития» под редакцией Варналия З.С. В этих работах приводится опыт государственного регулирования как на национальном (США, Германия, Франция, Италия, Испания и др.), так и на наднациональном (Европейский Союз) уровнях.

Цель статьи. Исследование особенностей сложившейся системы государственного регулирования развития проблемных территорий в западно-

европейских странах для подготовки рекомендаций по построению модели государственной поддержки территориального развития, адаптированной к украинским условиям.

Основные результаты исследования. Осмысление процессов регионального развития произошло в 80-е годы после значительных перемен, произошедших в США и Западной Европе: реструктуризации экономики, обновления политических систем стран и изменения идеологической парадигмы. Исходя из этого, перспективным для Украины является изучение моделей и инструментов реализации региональной политики в контексте регионализации, содержания деятельности специализированных институтов территориального развития, формирования новых отношений между правительствами стран и органами местной власти.

По существу, региональная политика это согласованная деятельность национальных и местных региональных органов государственной власти, институтов местного самоуправления, целью которой является обеспечение эффективного использования внутреннего потенциала территорий и создание благоприятной среды для их внешней поддержки, содействие устойчивому пространственному развитию страны, повышение конкурентоспособности регионов как основы национальной конкурентоспособности, поощрение инновационных подходов и уменьшение существенных дисбалансов в уровнях их развития.

В конце 70-х годов в европейских странах наиболее распространенными были такие механизмы стимулирования регионального развития как инвестиционные премии на промышленные сооружения, гарантии и кредиты, помощь при покупке земель и промышленных площадок, содействие в подготовке человеческих ресурсов, предоставление займов под льготные проценты, субсидий на трудоустройство, премирование за перемещение предприятий. Этот перечень свидетельствует, что без государственного вмешательства преодоление территориальных кризисов фактически невозможно.

Эту функцию на протяжении 90-х годов в Европе выполняет Европейский Союз, используя как инструмент перераспределение финансовых ресурсов между развитыми регионами и аутсайдерами. Основным достижением политики регионального развития ЕС является разработка фундаментальных основ такого развития. В ЕС создан Комитет регионов, который определяет наиболее острые проблемы регионального развития и предлагает Совету министров ЕС пути их решения. Основными принципами региональной политики в ЕС являются:

предоставление финансовой помощи регионам с ярко выраженным отставанием в экономическом развитии;

проведение согласованной политики между ЕС, национальными правительствами и местными органами власти при подготовке планов регионального развития, определении стратегических целей структурной политики ЕС и т.п.;

ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ ПРЕОДОЛЕНИЯ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДИФФЕРЕНЦИАЦИИ РЕГИОНОВ

признание мультипликаторной роли институтов ЕС, которые стимулируют частные капиталовложения в слаборазвитые регионы и предоставляют ресурсы только как дополнение к национальным программам;

тесная координация региональной политики с другими направлениями экономической политики ЕС;

согласование региональной политики ЕС с макроэкономической социальной политикой каждой из стран – членов Союза;

прямое взаимодействие между государствами ЕС при реализации ими национальной региональной политики [1]

Основное направление региональной политики ЕС – содействие социально – экономической конвергенции стран и регионов, т. е. выравнивание территориальных диспропорций путем поддержки не конкурентоспособных регионов. В региональной политике ЕС выделяются следующие основные цели:

Цель 1 – содействие структурной перестройке и развитию отсталых регионов. К их числу относятся регионы, где производство валового внутреннего продукта в расчете на 1 человека составляет менее 75% среднего уровня в ЕС. Список регионов, попадающих под цель 1, пересматривается каждые 5 лет. Полностью или частично распространяется на 7 стран: Грецию, Ирландию, Португалию – полностью, Италию и Испанию – частично, заморские департаменты Франции и Северную Ирландию.

Цель 2 – содействие перестройке и развитию депрессивных ареалов, приграничных ареалов, частей ареалов, включая ареалы рынков труда и города (агломерации) с высокой безработицей и снижающимся уровнем промышленного развития. Под эту цель попадают ареалы, где средняя доля безработных за последние 3 года вследствие сокращения числа занятых в промышленности выше средней величины в ЕС в целом. Кроме того, целью 2 были охвачены общины, в которых за последние 3 года наблюдалась существенная потеря рабочих мест или обострение проблемы безработицы. Цель 2 охватывает полностью или частично 60 регионов, в которых сосредоточено около 16% населения сообщества.

Цель 3 – борьба с долговременной безработицей. Критерием здесь служит количество лиц старше 25 лет, ищущих работу и находящихся без работы более 12 месяцев.

Цель 4 – помощь по включению молодежи в трудовую жизнь. Критерий отбора- ищущая работу молодежь до 25 лет.

Цель 5 – содействие проведению реформы общей аграрной политики с целью модернизации и развития обслуживающих сельское хозяйство производств (заготовка, переработка и сбыт сельскохозяйственной продукции), а также с целью содействия развития сельских ареалов с низким уровнем социально-экономического развития [2].

В странах Центральной и Восточной Европы, где за последнее десятилетие активизировались процессы регионализации, на центральном уровне созданы государственные институты, которые непосредственно регулируют региональное развитие. Министерства, заданиями которых являются вопросы регионального и

местного развития, созданы в Польше, Болгарии, Латвии, Чешской Республике, Литве.

Кроме того, в европейских странах получили развитие специальные институты национального уровня. В Румынии создан Национальный совет регионального развития, Национальное агентство регионального развития; в Словении – Национальное агентство регионального развития, Фонд регионального развития и сбережения сельских поселений; в Польше – Польское агентство регионального развития; в Чешской Республике – Центр регионального развития, Национальный комитет программирования и мониторинга, экономического и социального объединения.

В качестве важнейших особенностей сложившейся системы государственного стимулирования развития проблемных территорий в Европейских странах выделяются следующие:

- строгое соответствие применяемых стимулов определенным задачам государственной стратегии территориального развития;

- учет целеполагания других направлений государственной отраслевой политики;

 - четкое официальное выделение зон-реципиентов государственной поддержки;

 - безусловная адресность применительно к конкретным хозяйственным субъектам;

 - приоритетность поддержки малых и средних предприятий;

 - паритетное участие государства, регионов и хозяйственных субъектов в реализации стимулируемых мероприятий;

 - сочетание различных стимулов с целью достижения синергетического эффекта;

 - поддержка региональных инициатив по разработке и координации собственной социально-экономической политики регионов с общегосударственной политикой;

 - контроль за использованием выделяемых государственных средств в соответствии с заявленными целями, задачами и критериями [3].

Государственная помощь проблемным регионам, как правило, направляется на модернизацию региональной инфраструктуры, стимулирование создания новых рабочих мест на реструктурируемых или вновь вводимых предприятиях, субсидирование фермерских хозяйств, реализацию различных форм поддержки малого бизнеса, финансовое обеспечение проектов в сфере образования, повышения квалификации и переподготовки кадров, экологии и т.д. Особенно богатый опыт государственного регулирования территориального развития накоплен в Германии, системная трансформация экономики новых земель (территорий бывшей ГДР) активно поддерживается как на общефедеральном уровне, так и на уровне ЕС [4].

Повышение важности инструментов содействия региональному развитию ЕС способствовало определённому изменению содержания термина «региональная политика». Если ранее региональная политика понималась как совокупность мер по поддержке предприятий в кризисных регионах и развитию инфраструктуры, то в последнее время её синонимами стали термины «политика пространственного развития», «пространственная политика».

ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ ПРЕОДОЛЕНИЯ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДИФФЕРЕНЦИАЦИИ РЕГИОНОВ

Интеграция в Европу привела к относительному выравниванию роли регионов как административно-территориальных единиц, большое значение получило обеспечение сбалансированного развития всей территории Европы, замена её моноцентричной структуры экономического роста на полицентричную, уменьшение существенной асимметрии между уровнем развития европейского экономического ядра и периферии, направления средств из государственных региональных бюджетов и структурных фондов ЕС, прежде всего, на микроуровень.

Ещё недавно общепринятым было мнение, согласно которому децентрализованное управление отдаёт предпочтение привлечению граждан к этому процессу, учёту их потребностей в осуществляемой политике и предоставлению им общественных функций, а также формированию новой политической элиты. Однако, за последние десятилетия появились другие соображения [5]. Именно на региональном уровне, в частности в регионах-аутсайдерах, управленческие функции сосредоточены в руках немобильной элиты, которая распоряжается значительными политическими, институциональными и финансовыми ресурсами. Уменьшение контроля государства за процессами, которые происходят на территории, может восприниматься как возможность распоряжаться этими ресурсами на собственное усмотрение и консервировать структуры бизнеса, систему принятия решений по развитию местной территории и др. Именно такие опасения высказываются в Украине. Поводом для этого стали противоречия между местными и региональными органами власти вследствие действия законодательства о местном самоуправлении, по которому мэры городов практически выведены из-под контроля как правительства, так и местных государственных администраций. В этих условиях предотвратить нарушения и откровенные злоупотребления в расходовании средств местных и государственного бюджетов, формировании «карманных» структур, защищающих собственные интересы, государственным органам удастся редко. Кроме того, слабо развиты механизмы контроля за действием местных властных элит со стороны территориальных громад.

Избежать неблагоприятной социально-политической схемы развития территории можно, расширив содержимое понятия децентрализации и демократизации власти до использования модели институализации коллективных интересов населения. Именно региональные институциональные нормы могут стать инструментом мотивации общественной активности населения, внедрения новых «правил игры» общества. Экономическое возрождение регионов возможно путём совместных согласованных усилий представителей бизнеса, управленческой элиты, органов местного самоуправления, организованной общественности.

Основной целью этого процесса является не децентрализация государственной власти, а активизация «социального капитала» региона. На практике это может означать установление партнёрских отношений между местной властью и предприятиями и организациями, формирование муниципальных фондов развития, вложение правительственных инвестиций в развитие социальной инфраструктуры. В основе такого подхода – убеждение в том, что проблемы местного и

регионального развития уже не могут решаться с использованием одного унифицированного подхода – государственных программ поддержки.

Регионализация объединяет централизованные и децентрализованные подходы к решению проблем регионального развития.

В странах Европы выработаны механизмы регионального развития, среди которых особое место занимают механизмы взаимосогласования деятельности центральных правительств и местной власти по совместному решению проблем регионального и местного развития. В этом плане представляют интерес французские контракты планирования, а также польский опыт внедрения контрактов по региональному развитию.

Выводы. Общеввропейский процесс регионализации требует от Украины внедрения механизмов регионального развития, используемых в странах Европы. Исследование западно-европейского опыта, охватывающего различные формы и методы государственной поддержки регионального развития, позволяет сделать следующие выводы.

Результативность мер государственного и территориального регулирования в индустриально-развитых странах во многом определяется их системной взаимосвязкой. Речь идёт о формировании адекватной институциональной среды и законодательной базы, совершенствовании методологии и практики планирования территориального развития, рациональном сочетании механизмов, реализующих финансово-экономическое выравнивание территорий и непосредственное стимулирование регионального развития.

Формирование государственной системы регулирования социально-экономического развития территорий, преодоление социально-экономической дифференциации регионов основывается

а) на необходимости учёта региональной специфики во время разработки финансово-экономической и социальной политики государства;

б) на формировании для каждой административно-территориальной единицы собственного хозяйственного механизма, охватывающего все сферы социального и экономического развития, и построенного на основе общесукраинских принципов и законов с учётом местных особенностей и интересов населения;

в) на принципах взаимодействия центральных и региональных органов управления, механизме принятия решений и системе нормативных актов, регулирующих отношения в региональной сфере.

Список литературы

1. Коровкин В. Европейская интеграция и региональная политика // Мировая экономика и международные отношения. – 1997, №4. – С. 99-100.
2. Миронова Т.Л. Размещение и развитие производительных сил: теория и практика. – Симферополь: Изд-во ТНУ им. В.И. Вернадского, 2007 – 258 с.
3. Введенский В.Г., Яйель М. Региональная политика в странах Европейского Союза // Региональное развитие: опыт России и Европейского Союза. М.: Экономика, 2000. – С. 138.
4. Полынев А.О. Межрегиональная экономическая дифференциация: методология анализа и государственного регулирования. – М.: Едиториал УРСС, 2003. – 208 с.

**ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ ПРЕОДОЛЕНИЯ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОЙ
ДИФФЕРЕНЦИАЦИИ РЕГИОНОВ**

5. Регіони України: проблеми та пріоритети соціально-економічного розвитку: Монографія / За ред. З.С. Варналя. – К.: Знання України, 2005 – 498 с.

Поступила в редакцію 30.05.2008 г.

Миронова Т.Л. Зарубіжний досвід подолання соціально-економічної диференціації регіонів // Вчені записки ТНУ. Серія: Економіка, 2008. – Т. 21 (60). – № 1. – С. 139-145.

В статті досліджені особливості системи державного регулювання територіальним розвитком в західно-європейських державах, дані пропозиції з подолання соціально-економічної диференціації регіонів України.

Ключові слова: форми, методи державної підтримки територіального розвитку, зарубіжний досвід.

Mironova T.L. Foreign experience of social and economic regions difference overcome // Uchenye zapiski TNU. Series: Economy, 2008. – Vol. 21 (60). # 1. – P. 139-145.

The peculiarities of the system of territorial development state control in West-European countries are examined in the article. The propositions as for social and economic Ukrainian regions difference are provided.

Key-words: forms, methods of State support territorial development, foreign experience.

УДК 338.22.001

ДИАГНОСТИКА ОБЕСПЕЧЕНИЯ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ РЕГИОНА

Миронова Т.Л., Панова А.С.

В статье выполнена систематизация основных составляющих экономической безопасности страны на региональном уровне и определены проблемно-ориентированные задачи по обеспечению экономической безопасности АР Крым.

Ключевые слова: экономическая безопасность страны и региона, оценка безопасности, устойчивость, развитие экономики.

Постановка проблемы. Национальная безопасность Украины зависит от экономической безопасности ее регионов. Обеспечение экономической безопасности регионов предполагает, с одной стороны, интеграцию региональной экономики с экономикой государства, с другой – сохранение региональной независимости. Принятая в мае 2001 г. Концепция государственной региональной политики четко определила обязанности государства в отношении развития регионов и в то же время обособила и конкретизировала ответственность самих регионов за их социально-экономическое развитие. В Концепции обозначены такие составляющие экономической безопасности региона:

- экономическая самостоятельность, которая в первую очередь должна проявляться в осуществлении контроля над ресурсами региона и возможности наиболее полного использования конкурентных преимуществ региона;

- стабильность региональной экономики, которая предусматривает надежность всех элементов экономической системы, защиту всех форм собственности, создание гарантий для эффективной предпринимательской деятельности, сдерживание влияния дестабилизирующих факторов;

- способность к развитию и прогрессу, т.е. возможность самостоятельно реализовывать и защищать региональные экономические интересы, осуществлять постоянную модернизацию производства, эффективную инвестиционную и инновационную политику, развивать интеллектуальный и трудовой потенциал региона.

Развитие рыночных отношений в экономике Украины в существенной степени усилили рост дестабилизирующих факторов – угроз экономической безопасности, включающих несовершенство нормативно-законодательной базы, разрушение научно-технического потенциала, тенезацию экономики, отсутствие финансового обеспечения и многие другие. Это обуславливает необходимость разработки специального инструментария для оценки экономической безопасности регионов, использование которого позволит сформировать механизм обеспечения социально-экономической безопасности государства с учетом особенностей каждого отдельного региона.

Исследованию принципов формирования системы обеспечения экономической безопасности государства на уровне регионов посвящены труды украинских ученых: Пирожкова С., Долишнего М., Данилишина Б., Злупко С., Козориз М.,

ДИАГНОСТИКА ОБЕСПЕЧЕНИЯ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ РЕГИОНА

Побурко Я., Губского Б., Козаченко Г и многих других. Однако, ряд вопросов, связанных с определением содержания экономической безопасности региона, оценкой уровня экономической безопасности региона, формированием стратегии обеспечения экономической безопасности региона остаются нерешенными, что обуславливает необходимость дальнейших исследований в этом направлении.

Цель статьи - систематизация основных составляющих экономической безопасности страны на региональном уровне и определение проблемно-ориентированных заданий по обеспечению экономической безопасности АР Крым.

Основные результаты исследования. Наиболее общим представлением безопасности является отсутствие опасности для функционирования или развития объекта, процесса, явления. Эта характеристика процесса выступает в качестве состояния защищенности объекта от каких-либо угроз. Применительно к обществу безопасность означает: а) отсутствие опасностей для нормальной жизнедеятельности человека (коллектива, общества, человечества); б) надежную защищенность жизненно важных интересов при возникновении угроз; в) способность преодолевать и устранять угрозы, имея для этого адекватные структуры, силы и средства.

Безопасность вообще как характеристика состояния социальной общности должна рассматриваться в функциональном плане, т.е. вместе с процессом ее обеспечения. При этом безопасность и обеспечение безопасности должны толковаться как разнопорядковые понятия: безопасность – как существенная характеристика состояния социальной общности, а обеспечение безопасности – как деятельностная характеристика, т.е. как деятельность элементов социума по поддержанию безопасности.

Обеспечение безопасности населения занимает ведущее место в ряду программных макроэкономических целей социально-экономического развития страны, региона. Значение этих стратегических целей непрерывно возрастает. На смену представления о безопасности как военной или (и) государственной приходит более системное представление об экономической безопасности страны, региона.

Экономическая безопасность – это состояние национальной экономики, обеспечивающее удовлетворение жизненно важных потребностей страны в материальных благах независимо от возникновения в мировой экономической системе или внутри страны форс-мажорных обстоятельств социально-политического, экономического или экологического характера.

Экономическая безопасность тесно связана с такими понятиями как «развитие» и «устойчивость». Если экономика не развивается, то у нее резко снижается возможность выживания, сопротивляемость и приспособляемость к внутренним и внешним угрозам. Устойчивость не следует противопоставлять понятию безопасность, т.к. это важнейшая характеристика экономики страны, отражающая прочность и надежность ее элементов, вертикальных горизонтальных и других связей внутри системы, способность выдерживать внешние и внутренние нагрузки.

Повышенное внимание безопасности в современном мире обусловлено тем, что проблемы обеспечения устойчивости экономики вышли по своей значимости на уровень проблем обеспечения экономического роста и высокого благосостояния. Как свидетельствует отечественный и мировой опыт, достижение значительных по величине показателей, характеризующих экономический потенциал, объем производства и потребления, величину валового внутреннего продукта страны, не предотвращает опасность потери устойчивости, экономического кризиса, финансового дефолта, экологических катастроф, если не обеспечено устойчивое, безопасное в достижимых пределах развитие.

Параметры безопасности характеризуют, прежде всего, то, насколько далека экономика и социальная сфера страны от порога устойчивости, переход через который способен приводить к разрушению экономики, кризису финансовой системы, сопровождается острыми социальными конфликтами и глубоким спадом.

Потеря устойчивости гораздо более опасна, чем низкие темпы экономического роста и показатели социального прогресса, т.к. приводит к провалам, выбираться из которых приходится многие годы. В тоже время длительное отсутствие экономического роста, сопровождаемое социальным застоём, представляет опасность потери устойчивого состояния экономики. Следует отметить, что экономические и финансовые угрозы отягощаются экологическими, природными бедствиями, истощением доступных природных ресурсов и их удорожанием, международным политическим, национальным фанатизмом и терроризмом. Поэтому включение в систему целевых ориентиров уровня экономической, экологической, военной безопасности является необходимым. Поддержание требуемых уровней безопасности обеспечивает экономическую, социальную, политическую, экологическую устойчивость, предотвращает в той мере, в которой это возможно с учетом ресурсных и иных ограничений, глубокие спады, кризисы. Если же наяву наличие опасной близости уровня угроз к их предельно допустимым пороговым значениям, необходимо срочно разрабатывать и осуществлять государственные целевые программы подавления угроз к устойчивому состоянию.

Построение системы обеспечения экономической безопасности должно основываться на учете всего комплекса угроз жизненно важным экономическим интересам личности, общества и государства как потенциальных, так и реальных, как внешних, так и внутренних. Угроза экономической безопасности проявляется в возможном негативном воздействии на экономические интересы личности, общества, условия и возможности их реализации, на систему отношений, выраженных данными интересами. Это воздействие может быть осуществлено самыми разными факторами: природными, социальными, экономическими – как уже существующими, протекающими, так и потенциальными. Следует отметить, что экономические угрозы могут проявляться не только в виде конкретных условий или факторов, но и выражаться в виде противодействия отдельных личностей, определенных социальных групп или других представителей экономических отношений, например, общественных организаций и др., удовлетворению как общенациональных, так и личных жизненно важных экономических интересов.

В табл.1 приведена классификация различных видов экономических угроз.

**ДИАГНОСТИКА ОБЕСПЕЧЕНИЯ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОЙ
БЕЗОПАСНОСТИ РЕГИОНА**

Таблица 1

Классификация угроз экономической безопасности страны

№ п/п	Классификационный признак	Содержание угрозы
1.	По расположению источника опасности	<u>Внутренние угрозы</u> : производственно-ресурсные, финансово-инвестиционные, социальные, законодательно-управленческие. <u>Внешние угрозы</u> : обусловленные геополитическим положением страны; обусловленные низким уровнем экономической мощи и конкурентными позициями на мировом рынке; угрозы, обусловленные импортной интервенцией на внутреннем рынке стратегически важных товаров и услуг.
2.	По уровню, масштабу возможных негативных последствий	Международные (глобальные), национальные, локальные (региональные), частные.
3.	По степени вероятности, возможности осуществления	Реальные, потенциальные.
4.	По свойствам угроз	Физические, политические, информационные, психологические.
5.	По временному фактору (по продолжительности, устойчивости действия)	Долговременные, постоянные, текущие (временные), угрозы, возникающие неожиданно.
6.	По сферам распространения (по направленности на отдельные отрасли и сферы деятельности)	Производственные, финансовые, экспортно-импортные, социальные (уровень бедности, криминализация, социальная напряженность), демографические, экологические.

Оценка степени опасности той или иной угрозы или совокупности угроз экономической безопасности позволяет выбрать приоритетные направления по предотвращению и ликвидации последствий потенциальных угроз. Научная литература предлагает группы показателей оценки уровня экономической безопасности. Так, Глазьевым С. [1] рассмотрена система показателей, призванных охарактеризовать состояние экономической безопасности национальной экономики, построенная по принципу сравнения значений, достигнутых в России, со значениями, характеризующими состояние национальных экономик стран «семерки» и среднемировыми (последние только по душевому ВВП). Среди этих показателей: доля в промышленном производстве обрабатывающей промышленности, объем инвестиций в % к ВВП, продолжительность жизни, уровень безработицы, уровень инфляции, объем наличной иностранной валюты к

объему наличных рублей, доля импорта во внутреннем потреблении, всего, в том числе продовольствия и др. Всего таких показателей 22.

Вместе с тем, оценить предел степени зависимости национальной экономики от мировой экономической системы достаточно сложно из-за большого числа одновременно действующих противоречивых факторов, обладающих к тому же высоким уровнем неопределенности воздействия. Тем более сложно оценить возможные последствия возникновения угроз экономической безопасности. Поэтому разработка информативной системы оценки, позволяющая не только зафиксировать расхождение достигнутых в стране значений отдельных показателей и показателей, характеризующих состояние экономики других стран, но и выявить характер, интенсивность и значимость угроз экономической безопасности является актуальной научной задачей.

Градов А.П. [2] в качестве интегрального показателя уровня экономической безопасности предложил маржинальную (предельную) склонность к импорту, которая определяется отношением дополнительного прироста импорта к приросту национального дохода:

$$S_{imp} = \frac{\Delta M}{\Delta R}, \quad (1)$$

где ΔM – дополнительное увеличение (прирост) импорта при увеличении национального дохода на агрегированную денежную единицу;

ΔR – прирост национального дохода на одну агрегированную денежную единицу.

Этот показатель позволяет определить, насколько национальная экономика зависит от внешнего мира. Если ситуация в стране спокойная: отсутствует социальная напряженность, нет природных катаклизмов, национальная экономика достаточно полно удовлетворяет потребности общества в материальных благах без существенного прироста импорта, значит страна оградила себя от различного рода угроз. Этот показатель дает информацию самого общего характера: насколько зависит страна от мировой экономической системы, настолько существенны потенциальные угрозы, находится ли страна (с позиции экономической безопасности) в удовлетворительном, критическом, кризисном или катастрофическом состоянии.

На современном этапе развития украинской государственности важнейшее значение начинают приобретать региональные аспекты безопасности. Анализ ситуации показывает, что причины, складывающихся угроз экономической безопасности страны имеют ярко выраженный региональный характер. Они регионально дифференцированы, будь то глубокий экономический спад или безработица, высокий уровень задолженности по заработной плате, пенсиям и социальным пособиям, низкая финансовая дисциплина, слабая защищенность отечественных товаропроизводителей и др. Положение усугубляется возрастающей дифференциацией экономического развития украинских регионов и уровня жизни их населения.

Все это позволяет определить сущность экономической безопасности региона как возможность и способность его экономики обеспечить качество жизни

ДИАГНОСТИКА ОБЕСПЕЧЕНИЯ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ РЕГИОНА

населения на уровне соответствующих стандартов, социально-экономическую и общественно-политическую стабильность, способность противостоять влиянию внутренних и внешних угроз при оптимальных затратах всех видов ресурсов и при неистощаемом использовании природных факторов.

Совокупность существующих для региона угроз может быть разделена на внешние (по отношению к региону) и внутренние угрозы экономической безопасности. Внешние, в свою очередь, можно разделить на угрозы мега- и макроэкономические [3]. В числе первых, связанных с утратой внешнеэкономических позиций Украины и ее регионов: рост внешнего долга; недостаток валютных средств; нерациональное использование валютных ресурсов для импорта; уменьшение золотого запаса страны, вытеснение ее с внешних рынков (оружия, авиации, легкой промышленности и др.).

Среди макроэкономических угроз безопасности региона в первую очередь следует выделить: отсутствие единой интегральной региональной политики государства; нарушение системы обеспечения регионов; деградацию природной среды в национально-государственном масштабе; криминализацию экономики; снижение уровня жизни населения.

Среди угроз внутреннего характера (т.е. мезоуровня экономики) следует выделить потерю внутреннего рынка, потерю воспроизводственной независимости, утрату продовольственной независимости. Эти угрозы экономической безопасности порождены просчетами в макроэкономической и, в частности, во внешнеэкономической политике: отказом от разумного протекционизма по отношению к отечественным производителям, открытием внутренних рынков для импорта продуктов, обострением разрыва цен между промышленностью и сельским хозяйством и др. Что касается потери воспроизводственной независимости региона, то она вызвана, главным образом, спадом производства, деиндустриализацией основных отраслей, разрушением научно-технического потенциала региона. Последнее специфическими формами своего проявления имеет свертывание НИОКР, распад научных коллективов, резкое сокращение заказов на высокотехнологическую продукцию, ведущие к оттоку высококвалифицированных специалистов из наукоемких отраслей, из региона, из страны.

Сказанное выше позволяет сделать вывод о чрезвычайности ситуации в экономической безопасности региона. При этом некоторые угрозы отождествляют собой предел, за которым уже не кризисная ситуация, а распад экономики и деградация. Это является серьезным сигналом для принятия мер в области развития системы экономической безопасности региона.

В теории экономической безопасности региона наибольшее распространение получили следующие группы показателей оценки социально-экономической безопасности региона [4].

В области экономической безопасности программные цели могут быть сформулированы следующим образом:

1) недопущение чрезмерной импортозависимости экономики страны, при которой она теряет способность самостоятельного существования;

Таблица 2

Основные направления и показатели оценки социально-экономической безопасности региона

№ п/п	Направление	Показатели оценки социально-экономической безопасности региона
1.	Уровень бедности и безработицы в регионе	Численность населения с доходами меньше прожиточного минимума, % к общей численности населения. Соотношение денежных доходов 10% наиболее и 10% наименее обеспеченного населения, раз. Безработные, имеющие официальный статус в службе занятости на конец периода, % от экономически активного населения. Средний размер пенсий в месяц с учетом компенсационных выплат, грн. Стоимость потребительской корзины, грн.
2.	Качество жизни	Расходы на здравоохранение на душу населения, % к ВВП. Количество психических патологий на 1000 исследуемых единиц, расходы на культуру на душу населения, % к ВВП. Обеспеченность населения жильем, общая площадь, м ² /чел. Ввод в действие жилых домов. Плотность выбросов вредных веществ в атмосферу, т/км ² . Удельные сбросы загрязненных сточных вод, т/м ² . Потребление основных продуктов питания на душу населения за год, т: мясные продукты; молочные продукты; яйца, шт.; хлебобулочные изделия. Количество преступлений на 1000 человек населения. Продолжительность жизни, лет.
3.	Демографическая составляющая социально-экономической безопасности региона	Естественный прирост населения, чел. на 1000 населения. Рождаемость, чел. на 1000 населения. Смертность, чел. на 1000 населения. Младенческая смертность, чел. на 1000 населения.
4.	Способность экономики региона к устойчивому росту	Объем ВВП в текущих ценах на душу населения Темп роста ВВП к соответствующему периоду прошлого года, %. Индекс-дефлятор ВВП к соответствующему периоду прошлого года, раз. Индекс физического объема промышленности к соответствующему периоду прошлого года.

**ДИАГНОСТИКА ОБЕСПЕЧЕНИЯ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОЙ
БЕЗОПАСНОСТИ РЕГИОНА**

Продолжение таблицы 2

		<p>Индекс физического объема продукции сельского хозяйства, % к соответствующему периоду прошлого года.</p> <p>Объем розничного товарооборота в ВВП, %.</p> <p>Доля регионального бюджета в государственном.</p> <p>Инвестиционный капитал, % к ВВП.</p> <p>Доля региона в промышленном производстве страны, в том числе угледобывающей промышленности.</p> <p>Доля новых видов продукции в общем объеме выпуска.</p>
5.	Устойчивость финансовой системы региона	<p>Дефицит регионального бюджета, % к ВВП.</p> <p>Доходная часть регионального бюджета (фактическое исполнение), % к ВВП.</p> <p>Расходная часть регионального бюджета, % к ВВП.</p> <p>Индекс потребительских цен, %.</p> <p>Денежная масса, % к ВВП.</p> <p>Объем внутреннего долга, % к ВВП.</p> <p>Объем внешнего долга, % к ВВП.</p> <p>Объем иностранной валюты в наличной форме, % к объему наличных грн.</p>
6.	Поддержание научного потенциала региона	<p>Ассигнования на развитие науки, % к ВВП на душу населения.</p> <p>Доля лиц с высшим образованием на 1000 чел.</p> <p>Количество студентов на 1000 чел.</p> <p>Численность работающих в науке от всего занятого населения, %.</p> <p>Расходы на образование.</p>
7.	Зависимость экономики региона от импорта важнейших видов продукции	<p>Отношение импорта к экспорту, %.</p> <p>Доля импорта во внутреннем потреблении населения, % в том числе продовольствия.</p> <p>Доля импорта:</p> <ul style="list-style-type: none"> -мясных продуктов от всего импорта продовольствия -молочных продуктов от всего импорта продовольствия -растительного масла от всего импорта продовольствия <p>Доля импорта в потреблении:</p> <ul style="list-style-type: none"> -молочных продуктов -мясных продуктов -растительного масла
8.	Взаимоотношение региона со странами СНГ и дальнего зарубежья	<p>Экспорт в СНГ, % к общему объему экспорта.</p> <p>Импорт из СНГ, % к общему объему импорта.</p> <p>Объем иностранных инвестиций в экономику государственных участников СНГ.</p> <p>Объем иностранных инвестиций в экономику региона, % к соответствующему периоду.</p>

2) наличие резервов, запасов ключевых видов экономических ресурсов, обеспечивающих функционирование экономики страны и регионов в чрезвычайных ситуациях;

3) ограничение безработицы на уровне, не вызывающем социальных потрясений;

4) предотвращение сверхнормативного физического и морального старения, износа основных средств производства, зданий, сооружений, средств коммуникации, жилых объектов;

5) обеспечение воспроизводства трудовых ресурсов и научно-технического потенциала страны;

6) обеспечение конкурентоспособности отечественной продукции и товаропроизводителей на внутренних и мировых рынках;

7) создание и поддержание условий экономического роста и прогрессивного изменения структуры экономики посредством современного и полного инвестирования;

8) обеспечение банковских гарантий сохранности вкладов юридических и физических лиц со стороны государства;

9) обязательная государственная регистрация доходов и имущества юридических и физических лиц.

Цели экологической безопасности включают: предотвращение хищнического использования природных ресурсов; недопущения загрязнения окружающей земной, водной, воздушной среды сверх предельно-допустимых норм; обязательное проведение мер по охране окружающей среды и восстановлению ее естественного состояния; предотвращение и ликвидация последствий экологических катастроф, уменьшение риска населения или экономического ущерба и возникновения угроз жизни и здоровью людей.

Выводы. Теоретическое исследование основных составляющих экономической безопасности страны на региональном уровне позволяет определить экономическую безопасность Автономной Республики Крым как совокупность действия комплекса таких условий и факторов, благодаря которым сохраняется возможность поддержания адекватного состояния экономического потенциала республики, как широкий круг геополитических, экономических, административно-правовых, научно-технологических, социально-культурных, демографических и экологических факторов. С привязкой к особенностям АР Крым и относительно экономической безопасности они должны выполнять следующие проблемно-ориентированные задания:

- сохранение функциональных структур автономии в вероятных кризисных ситуациях будущего развития;
- обеспечение внешнего и внутреннего иммунитетов экономики автономии от дестабилизационного влияния источников угроз экономической безопасности;
- защита ресурсного потенциала и экономических интересов автономии;
- обеспечение конкурентоспособности экономики на внутреннем и мировых рынках;

ДИАГНОСТИКА ОБЕСПЕЧЕНИЯ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ РЕГИОНА

- обеспечение качества жизни населения на уровне высококвалифицированных стран мирового сообщества.

Достижение необходимого уровня экономической безопасности автономии требуют решения комплекса задач, в частности:

- создание эффективной системы мониторинга и идентификации угроз экономической безопасности, разработка стратегии и тактики по их демпингованию и блокированию;

- существенное повышение качества государственного и хозяйственного управления с четкой координацией всех уровней принятия решений и подчинения их работы единым целям;

- внедрение новых методов управления, апробированных мировой практикой, адекватных особенностям экономики АР Крым;

- существенное снижение теневого сектора экономики на основе мер административного, экономического и правового характера;

- усиление финансового потенциала реального сектора экономики с параллельным обеспечением сбалансированного развития сферы и максимальным улучшением инвестиционного климата АРК;

- осуществление структурной перестройки экономики с соблюдением соответствующих воспроизводственных, функциональных, социально-экономических и экономико-экологических пропорций.

Список литературы

1. Глазьев С. Основа обеспечения экономической безопасности страны – альтернативный реформаторский курс // Российский экономический журнал. – 1997, № 1. – С. 3-19.
2. Градов А.П. Национальная экономика. – СПб.: Питер, 2005. – 240 с.
3. Татаркин С.Н. Комплексное обеспечение экономической безопасности предприятия – СПб: Алетей, 1999. – 38 с.
4. Казаченко Г.В., Пономарьев В.П., Ляшенко О.М. Економічна безпека підприємства: сутність та механізм забезпечення: Монографія. – К.: Лібра, 2003. – 280 с.

Поступила в редакцию 30.05.2008 г.

Миронова Т.Л., Панова Г.С. Діагностика забезпечення соціально-економічної безпеки регіону // Вчені записки ТНУ. Серія: Економіка, 2008. – Т. 21 (60). – № 1. – С. 146-155.

У статті здійснено систематизацію основних складових економічної безпеки країни на регіональному рівні і визначені проблемно-орієнтовані завдання по забезпеченню економічної безпеки АР Крим.

Ключові слова: економічна безпека країни і регіону, оцінка безпеки, стійкість, розвиток економіки.

T.L. Mironova, A.S. Panova: Diagnosing regional socio-economical security provision // Uchenye zapiski TNU. Series: Economy, 2008. – Vol. 21 (60). # 1. – P.

The article provides a systematic account of the basic components of economic security of the country on the regional scale and determines problem-oriented tasks on the economic security provision for the Autonomous Republic of Crimea.

Key-words: economic security of the country, of a region, security evaluation, sustainability, economic development

УДК 503.34 + 502.36

ЭКОЛОГИЧЕСКОЕ ЛИЦЕНЗИРОВАНИЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Нагорская М. Н., Пашенцев А. И.

Рассматривается алгоритм оценки целесообразности экономического и экологического лицензирования промышленного предприятия, предложен механизм оплаты экологической лицензии экономическим субъектом.

Ключевые слова: экологическая лицензия, цена лицензии, промышленное предприятие

Постановка проблемы в общем виде. Экологическая лицензия экономических субъектов организовывается и проводится на основании Закона Украины «Об экологической экспертизе». Она проводится с целью проверки соответствия хозяйственной деятельности предприятия требованиям экологической безопасности общества и осуществляется на основании принципов научной обоснованности и законности выводов, независимости и широкой гласности. Экологическая экспертиза, предусматривающая проведение лицензирования, направлена на определение возможных экологических последствий воздействия промышленного предприятия на окружающую природную среду и их сравнения с допустимым уровнем состояния природной среды. При этом предполагается, что предприятие не должно сверхнормативно воздействовать на окружающую среду и препятствовать жизнедеятельности близлежащих населенных пунктов и предприятий. Однако применение экологического лицензирования должно основываться на экономической целесообразности, учитывающей величину возможного ущерба (загрязнение атмосферного воздуха, водных и земельных ресурсов) и стоимость лицензии. Только сопоставляя эти показатели можно сделать окончательный вывод о эколого-экономической целесообразности лицензирования для конкретного предприятия.

Анализ последних публикаций и исследований. Проблемам снижения негативного воздействия предприятия на окружающую природную среду посвящены работы многих украинских ученых, среди последних работ (1-2 года) можно назвать работы: Бондаревского А.О. [1,с. 22-25] – исследует вопросы экологического аудита, Домолевского А.А. [2,с.45-48] – рассматривает проблемы совершенствования механизма экологического страхования, Стровского А.Т.– рассматривает эффективность системы штрафных санкций за загрязнение окружающей природной среды промышленными предприятиями [3,с.67-71]. Однако практически отсутствуют публикации по обоснованию алгоритмов определения экономической и экологической целесообразности лицензирования предприятия.

Цель исследования. Обосновать и предложить алгоритм оценки целесообразности приобретения промышленным предприятием экологической

ЭКОЛОГИЧЕСКОЕ ЛИЦЕНЗИРОВАНИЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

лицензии, предложить модель формирования цены экологической лицензии, а также механизм оплаты экологической лицензии промышленным предприятием.

Изложение основного материала. Экологическую лицензию предприятия целесообразно рассматривать исходя из возможности предприятия получить право на изменение окружающей природной среды, то есть, право на выбросы, согласно экологического паспорта, определенной структуры и объема загрязняющих веществ при производстве продукции. В этой связи, экологическая лицензия (ЭЛ) – это документ, который предоставляет право промышленному предприятию на выбросы конкретного загрязняющего вещества в определенном количестве и в определенный период времени.

Принятие решения экономическим субъектом о приобретении экологической лицензии должно основываться на анализе факторов:

- экономическая целесообразность лицензии;
- стоимость лицензии;
- экологическая целесообразность лицензии.

Предприятие будет заинтересовано в приобретении экологической лицензии на выбросы загрязняющих веществ в атмосферный воздух, если выполняется условие:

$$S_i + S_j + S_n > \varphi_i \cdot \sigma \cdot f_i \cdot a_i \cdot m_i; \quad (1)$$

где, S_i – затраты проектного характера на снижение выбросов загрязняющих веществ, гр.;

S_j – затраты эксплуатационного характера на снижение выбросов загрязняющих веществ, гр.;

S_n – затраты строительного характера на снижение выбросов загрязняющих веществ, гр.;

φ_i – нормативный показатель экологического убытка от выброса загрязняющего вещества i -ого вида;

σ – показатель, который характеризует относительную опасность загрязнения атмосферного воздуха в зависимости от типа местности;

f_i – коэффициент рассеивания загрязняющего вещества i -ого вида в атмосфере.

m_i – количество выбросов загрязняющего вещества i -ого вида, ус. ед.;

a_i – показатель агрессивности загрязняющего вещества i -ого вида усл. т./т.

При осуществлении выбросов загрязняющих веществ в водные источники приобретение экологической лицензии предприятием будет оправдано, если выполняется условие:

$$S_i + S_j + S_n > \varphi_i \cdot K \cdot d \cdot m; \quad (2)$$

где, K – коэффициент, который зависит от места сброса сточных вод предприятия в водный источник;

d – показатель относительной опасности загрязняющего вещества i -ого вида, ус.т./т.

Если экономический субъект негативно воздействует на земельные ресурсы, то приобретение экологической лицензии целесообразно при выполнении условия:

$$S_i + S_j + S_n > H \cdot S \cdot K_d; \quad (3)$$

где, H – нормативная стоимость земель i -ого вида, тыс.гр./ га;

S – площадь земель, которые находятся под негативным воздействием предприятия, га;

K_d – коэффициент деградации земель.

Располагая данными по динамике деградации земель (дегумификация, подтопление, вторичное засоление, слитизация, дефляция, водная эрозия), были рассчитаны коэффициенты деградации земель по регионам Крыма (табл.1).

Таблица 1

Коэффициенты деградации земельных ресурсов Крыма [4, с. 153]

Районы и города Крыма	Значения коэффициента деградации земель, %
Бахчисарайский	3,30
Белогорский	6,10
Джанкойский	9,60
Кировский	4,10
Красногвардейский	10,50
Краснопереконский	4,90
Ленинский	9,10
Нижнегорский	5,30
Первомайский	8,20
Раздольненский	7,60
Сакский	10,10
Симферопольский	7,60
Советский	5,70
Черноморский	5,50
Алушта	0,40
Армянск	0,50
Севастополь	1,70
Судак	0,60
Феодосия	1,0
Ялта	0,20

Однако большинство промышленных предприятий Крыма осуществляют выбросы загрязняющих веществ как в атмосферный воздух, так и водные источники. К таким предприятиям относятся предприятия химической, машиностроительной отраслей, а также энергетики. Поэтому целесообразность приобретения экологической лицензии должна быть определена, исходя из условия, которое учитывает комплексность негативного воздействия предприятия на окружающую природную среду:

**ЭКОЛОГИЧЕСКОЕ ЛИЦЕНЗИРОВАНИЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРОМЫШЛЕННЫХ
ПРЕДПРИЯТИЙ**

$$(S_i + S_j + S_T) > (\varphi_i \cdot \sigma \cdot f \cdot a_i \cdot m_i) + (\varphi_i \cdot K \cdot d \cdot m_i) + (H \cdot S \cdot K_d) \quad (4)$$

Функционирующее промышленное предприятие, осуществляя выбросы загрязняющих веществ, воздействует на окружающую природную среду, которая характеризуется величиной убитка, выраженного в стоимостной форме. Правая часть неравенств 4 представляет собой величину экономического убитка, который наносится предприятием окружающей среде. Экологическая лицензия, которая предоставляет право предприятию осуществлять выбросы загрязняющих веществ, также должна быть выражена в стоимостной форме и в ее основе должна находиться величина убитка. Но цена ЭЛ должна быть справедливой и позволять экономическому субъекту осуществлять и расширять производственный процесс. При этом стоимость экологической лицензии должна учитывать спрос на продукцию предприятия, который может изменяться в зависимости от времени года, а значит будет изменяться и количество произведенной продукции, и количество выбросов загрязняющих веществ. Это может быть учтено коэффициентом спроса на продукцию предприятия, определяемый по формуле 5 за период 3-5 лет:

$$K_{спп} = \sqrt[4]{K_{спзп} \cdot K_{спвп} \cdot K_{сплп} \cdot K_{споп}}; \quad (5)$$

где, $K_{спзп}$; $K_{спвп}$; $K_{сплп}$; $K_{споп}$ - интегральные коэффициенты спроса на продукцию предприятия в зимний, весенний, летний, осенний периоды времени.

Экономический субъект осуществляет выбросы загрязняющих веществ в определенной видовой структуре как в объеме лимита выброса, так и в сверхлимитном объеме. Поэтому цена экологической лицензии должна быть рассчитана для каждого загрязняющего вещества. В случае выброса загрязняющих веществ в атмосферный воздух, водные источники и загрязнение земельных ресурсов в пределах лимита цена экологической лицензии может быть определена по формулам 6-9:

$$C_{элав} = K_{спп} \cdot (\varphi_i \cdot \sigma \cdot f \cdot a_i \cdot m_{ил}); \quad (6)$$

$$C_{элов} = K_{спп} \cdot (\varphi_i \cdot K \cdot d \cdot m_{ил}); \quad (7)$$

$$C_{ээр} = K_{спп} \cdot (H \cdot S \cdot K_d); \quad (8)$$

$$C_{эл} = C_{элав} + C_{элов} + C_{еев}; \quad (9)$$

где, $C_{элав}$, $C_{элов}$, $C_{ээр}$ – цена экологической лицензии для предприятия за выбросы загрязняющих веществ соответственно в атмосферный воздух, водные источники и земельные ресурсы, гр;

$m_{ил}$ – количество выбросов загрязняющих веществ i -ого вида по лицензии, т.;

$C_{эл}$ – общая стоимость экологической лицензии предприятия, гр.

Если предприятие допускает сверхлимитный выброс загрязняющих веществ в атмосферный воздух, водные источники и земельные ресурсы, то цена экологической лицензии может быть определена:

$$C_{элавф} = K_{спп} \cdot ((\varphi_i \cdot \sigma \cdot f \cdot a_i \cdot (m_{иф} - m_{ил}))); \quad (10)$$

$$C_{эловф} = K_{спп} \cdot ((\varphi_i \cdot K \cdot d \cdot (m_{иф} - m_{ил}))); \quad (11)$$

$$C_{\text{элзф}} = K_{\text{шт}} \cdot K_i (H \cdot S \cdot K_d); \quad (12)$$

$$C_{\text{эл}} = C_{\text{элавф}} + C_{\text{эловф}} + C_{\text{элзф}}; \quad (13)$$

где, $m_{\text{иф}}$; $m_{\text{ил}}$ – фактическое и лимитное количество выбросов загрязняющих веществ в атмосферный воздух и водные источники, т.

K_i – нормативный показатель относительной агрессивности i -ого вида загрязняющего вещества.

Общая цена экологической лицензии определяется:

$$C_{\text{эл}}^{\text{про}} = (C_{\text{элап}} + C_{\text{элов}} + C_{\text{элз}}) + (C_{\text{элапф}} + C_{\text{эловф}} + C_{\text{элзф}}) \quad (14)$$

Экологическое лицензирование предприятий основывается на природоохранных нормах, в основе которых лежат научно обоснованные и законодательно установленные величины предельно допустимых концентраций загрязняющих веществ. Экологическую целесообразность лицензии можно рассматривать с двух позиций: сопоставление фактической и нормативной концентраций загрязняющих веществ и определения количества продукции, которое предприятие может произвести, не превышая нормативных значений предельно допустимых концентраций. Экологическую целесообразность лицензии можно оценить по следующему алгоритму:

1. Установление предельно допустимых концентраций по каждому виду загрязняющего вещества, которые присутствуют при производстве продукции (принимая по экологическому паспорту согласно перечня загрязняющих веществ).

2. Определение значения приземной концентрации загрязняющего вещества

[5, с.14]:

$$K_{\text{пк}} = (A \cdot M \cdot F \cdot m \cdot n \cdot \eta) / (H^2 \cdot \sqrt[3]{V \cdot T}); \quad (15)$$

где, A – коэффициент, который зависит от температурной стратификации атмосферы;

M – количество сбрасываемого загрязняющего вещества в единицу времени, определяется по формулам 17-20 в зависимости от вида загрязняющего вещества;

F – коэффициент, учитывающий оседание вредных веществ в атмосферном воздухе;

m , n – коэффициенты, учитывающие условия выхода загрязняющей смеси из устья источника;

η – коэффициент, учитывающий влияние рельефа местности;

H – высота источника выброса загрязняющего вещества над уровнем земли, м;

V – расход смеси загрязняющих веществ, рассчитываемый по формуле [5, с. 14]:

$$V = (\pi D^{2/4}) \cdot \omega_0; \quad (16)$$

где, D – диаметр источника выброса загрязняющего вещества, м;

ω_0 – средняя скорость выхода смеси загрязняющих веществ, м/с.

2.1 Количество выбросов твердых частиц [5, с. 11]:

**ЭКОЛОГИЧЕСКОЕ ЛИЦЕНЗИРОВАНИЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРОМЫШЛЕННЫХ
ПРЕДПРИЯТИЙ**

$$M = B \cdot A^2 \cdot f \cdot (1 - \eta_T); \quad (17)$$

где, B – затраты топлива, ус. ед.;

A – зольность топлива;

η_T – доля твердых частиц, улавливаемых в пылеулавливателе [5, с.11]:

$$f = Q_1 \cdot (100 - \Gamma_1); \quad (18)$$

где, Q_1 – частица золы топлива в уносе;

Γ_1 – содержание горючих веществ в уносе.

2.2 Количество выбросов оксида серы [5, с.12] :

$$M = 0,02 \cdot B \cdot S^2 \cdot (1 - \eta_{SO_2}) \cdot (1 - \eta_{SO_2}); \quad (19)$$

где, B – затраты топлива, ус./ед;

S – содержание серы в топливе на рабочую массу, кг/100м³;

η_{SO_2} – частица окислов серы, которая связывается летучим веществом топлива;

η_{SO_2} – частица окислов, которые улавливаются в пылеулавливателе.

2.3 Количество выбросов оксида углерода [5, с.12]:

$$M = 0,001 \cdot g_3 \cdot R \cdot Q_1 \cdot B \cdot (1 - g_4/100); \quad (20)$$

где, g_3 – затраты теплоты вследствие неполноты сгорания топлива;

R – коэффициент, который учитывает частицу потери тепла вследствие химической неполноты сгорания топлива;

Q_1 – низшая теплота сгорания натурального топлива, мДж/кг;

B – затраты топлива, ус/ед;

g_4 – затраты тепла механической неполноты сгорание топлива, %.

3. Определение экологической целесообразности лицензии:

$$C_i^{\Phi} < C_i^H; \quad (21)$$

C_i^{Φ} , C_i^H – фактическая и нормативная концентрация i-ого вида загрязняющего вещества.

Проведя проверку экологической целесообразности лицензии, предприятие может принять решение, исходя из своих экономических возможностей, или ограничиться производством продукции в пределах нормативной концентрации, или учетом спроса на продукцию произвести большее количество, но при этом покрыть возможный убыток окружающей среде приобретением экологической лицензии.

Движение денежных потоков между государственным органом, который выдает экологическую лицензию, и предприятием должно носить двусторонний характер. Для этого должен применяться такой механизм, который позволяет не только осуществить взимание денежных ресурсов с предприятия-покупателя экологической лицензии, но и обеспечить возвращение остатка ресурсов в случае, если экономический субъект осуществил производственную деятельность с объемом выбросов загрязняющих веществ меньшим, чем указанный в лицензии. На рис. 1 представлен механизм взаиморасчетов между предприятием-покупателем экологической лицензии и государственным органом, который ее выдает.

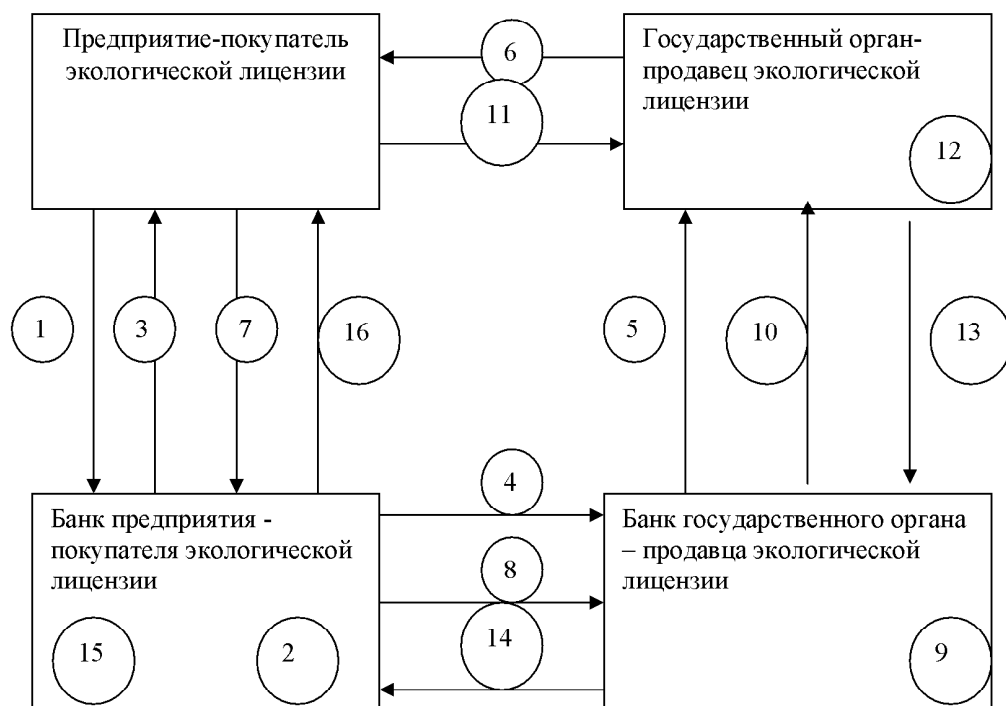


Рис. 1 Механизм оплаты экологической лицензии промышленным предприятием

Алгоритм действия механизма:

1. Предприятие поручает обслуживающему его банку открыть экологический аккредитив.
2. Банк покупателя экологической лицензии открывает экологический аккредитив.
3. Банк покупателя экологической лицензии извещает предприятие об открытии экологического аккредитива.
4. Банк покупателя экологической лицензии извещает банк продавца ЭЛ об открытии экологического аккредитива на определенную сумму.
5. Банк продавца ЭЛ извещает государственный орган об открытии в его пользу экологического аккредитива.
6. Государственный орган предоставляет предприятию оформленную в законодательном порядке экологическую лицензию.
7. Предприятие покупатель ЭЛ извещает свой банк о выполнении государственным органом условий оформления экологической лицензии.
8. Банк покупателя ЭЛ перечисляет банку продавцу ЭЛ сумму согласно договору по экологическому аккредитиву.

ЭКОЛОГИЧЕСКОЕ ЛИЦЕНЗИРОВАНИЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

9. Банк продавца зачисляет деньги на счет государственного органа-продавца экологической лицензии

10. Банк продавца извещает своего клиента о зачислении на его счет определенной суммы.

11. Предприятие – покупатель ЭЛ направляет подтверждающие документы в государственный орган-продавец ЭЛ о выбросах загрязняющих веществ в количестве меньшем, чем установлено лицензией.

12. Государственный орган проверяет правильность расчетов и определяет сумму возврата по экологической лицензии.

13. Государственный орган направляет в свой банк документы, подтверждающие сумму возврата предприятию по экологической лицензии.

14. Банк государственного органа–продавца экологической лицензии проверяет документы и переводит сумму остатка на счет предприятия – покупателя экологической лицензии.

15. Банк покупателя ЭЛ зачисляет сумму на счет предприятия–покупателя экологической лицензии.

16. Банк покупателя извещает своего клиента о зачислении на его счет суммы остатка по экологической лицензии.

Выводы:

1. Предложенный алгоритм оценки целесообразности экологической лицензии, позволяет предприятию принять решение, исходя из своих экономических возможностей, или ограничиться производством продукции в пределах нормативной концентрации выбросов загрязняющих веществ, или с учетом спроса на продукцию произвести большее количество, но при этом покрыть возможный убыток окружающей среде приобретением экологической лицензии.

2. Предложенный механизм оплаты экологической лицензии позволяет не только осуществить взимание денежных средств с предприятия– покупателя экологической лицензии, но и обеспечить возвращение остатка ресурсов в случае, если экономический субъект осуществил производственную деятельность с объемом выбросов загрязняющих веществ меньшим, чем указанный в лицензии.

Список литературы

1. Бондаревский А.О. Проблемы применения экологического аудита в Украине. *Економіка і бізнес.* – № 4. – 2006. – С. 22-25.
2. Домолевський О.О. Екологічне страхування в Україні. *Економіка і бізнес.* – № 5. – 2007. – С. 45-48.
3. Стровський О.Т. Штрафні санкції підприємств. *Економіка, підприємництво, бізнес.* – № 2. – 2006. – С. 67-71.
4. Пашенцев А.И. Сучасний стан і методи управління екологічною безпекою Криму. – Сімферополь, Доля. – 2006. – 254 с.
5. Позаченюк Е.А., Алексапкин И.В. Охрана атмосферного воздуха. Методические указания к практическим работам. – Сімферополь, ТНУ. – 2005. – 65 с.

Поступила в редакцию 30.05.2008 г.

Нагорська М. М., Пашенцев О.І. Екологічне ліцензування діяльності промислових підприємств // Вчені записки ТНУ. Серія: Економіка, 2008. – Т. 21 (60). – № 1. – С. 156-164.

Розглядається алгоритм оцінки доцільності економічного й екологічного ліцензування промислового підприємства, запропоновано механізм оплати екологічної ліцензії економічним суб'єктом.

Ключові слова: екологічна ліцензія, ціна ліцензії, промислове підприємство

Nagorskya M., Pashentsev A. Ecological licensing of activity of the industrial enterprises // Uchenye zapiski TNU. Series: Economy, 2008. – Vol. 21 (60). # 1. – P. 156-164.

The algorithm of a rating of expediency of economic and ecological licensing of the industrial enterprise is considered, the mechanism of payment of the ecological license by the economic subject is offered.

Key-words: the ecological license, price of the license, industrial enterprise

УДК 331.101.38

ОЦЕНКА ВНУТРЕННЕГО СОДЕРЖАНИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ – МЕХАНИЗМ УСИЛЕНИЯ ЭМОЦИОНАЛЬНОЙ МОТИВАЦИИ К ТРУДУ

Нагорский Ю.А.

Оценка организационной лояльности сотрудников предлагается в качестве инструмента стимулирования их психологической вовлеченности в процесс деятельности. Развитие таким путем эмоционального интеллекта работников – мощный резерв повышения эффективности их труда.

Ключевые слова: внутреннее содержание деятельности, эмоциональный интеллект.

Постановка проблемы в общем виде и ее связь с важными научными или практическими заданиями. Качество трудовой жизни для подавляющего большинства людей в странах с развивающейся, растущей рыночной экономикой, к которым относится и Украина, сегодня становится определяющим не только по материальным причинам. Посредством трудовой деятельности человек имеет возможность реализовать свои внутренние (психологические) потребности как в ощущении сопричастности, принадлежности определенным общественным группам и ценностям, так и в самоуважении и самоутверждении. Для современного компетентного специалиста – профессионала в определенной области деятельности – приоритетность потребностей в самосовершенствовании и самореализации означает непрерывное стремление к новизне (информационной и коммуникативной), эффективному освоению мира, прежде всего, ценой личных достижений, интеллектуального и духовного развития. Удовлетворение этих потребностей является источником сильных положительных эмоций, что способствует подъему энтузиазма сотрудников организации.

Анализ последних исследований и публикаций, в которых заложена развязка данной проблемы и на которые опирается автор. Вызвать неподдельное воодушевление сотрудников своими целями способна только организация, исповедующая устойчивую систему корпоративных ценностей, где «развитие персонала предполагает развитие ресурса человека, активно познающего себя и окружающий мир...» [1, с. 68]. Научно доказано, что в основе самопознания и саморазвития личности лежит эмоциональная саморегуляция [2, с. 101]. Развитию эмоционального фактора в деятельности работника способствует процесс его вхождения в организационную культуру – процесс социальной адаптации [3, с. 574–575]. На этом этапе в результате оценки работника менеджментом «включаются» стимулы, воздействующие на эмоциональную составляющую его мотивации.

Эмоциональная мотивация объединяет те мотивы поступков, устремлений и желаний человека, которые обусловлены эмоционально-чувственной стороной его жизни. Современные исследования убедительно показывают, что жизненный (естественно, и трудовой) успех индивида зависит не столько от коэффициента его умственного развития (так называемого IQ, оценивается лишь в 20%), сколько от коэффициента его эмоционального развития [2, с. 100]. Проблемы на работе часто

возникают из-за эмоциональной незрелости (например, неумения эффективно общаться, отсутствия толерантности, капитуляции перед проблемами), а не по причине профессиональной некомпетентности. Тогда как коэффициент интеллекта IQ, согласно научным данным, устанавливается уже к концу школьного периода, то эмоциональные качества, формирующие эмоциональный интеллект, совершенствуются на протяжении всей жизни. Соответственно, и эмоциональная мотивация, отвечающая за широкий спектр чувств, восприятий и эмоций – от оптимистического взгляда на вещи и события, видения жизненных целей, хладнокровия в решении проблем до сиюминутного настроения (тонуса) на рабочем месте – куда в большей степени, чем логическая (прагматическая) мотивация может быть подвержена воздействию трудовыми стимулами. Трудовой процесс и рабочая среда социально «нагружаются» не только личными мнениями и взглядами человека, но и его эмоциями. Ценности и эмоции работника выступают «как самостоятельные регуляторы подготовки и осуществления деятельности, ... отвечают за энергетическую мобилизацию организма» [4, с. 93–94].

Выделение нерешенных ранее частей общей проблемы, которым посвящается данная статья. Последний тезис важен тем, что подтверждает необходимость учитывать ценностно-эмоциональную подоплеку поведения сотрудников в предметной базе оценки. Результатом же должно быть формирование стимулирующих факторов, благоприятных именно этой, «тонкой» сфере, которая наравне с прагматической побуждает людей к деятельности. Эти стимулы, так называемые внутренние (т.е. соответствующие внутренней, эмоциональной мотивации работника), в отличие от внешних, обеспечивающих материальное вознаграждение и социальные льготы, в совокупности формируют организационную культуру и способствуют развитию и реализации лучших эмоциональных качеств личности работника, насыщают полноценным содержанием трудовую жизнь.

Поэтому следует искать резервы повышения эффективности деятельности в области улучшения качества трудовой жизни путем обогащения ее внутреннего содержания, т.е. определяемого ценностными убеждениями и эмоциональными реакциями работника. Механизм оценки внутреннего содержания деятельности, «включая» соответствующие стимулы, будет «подпитывать» эмоциональную мотивацию, что в действиях работника должно проявляться в виде воодушевления особого рода, увлеченности самим процессом труда, иначе говоря, непоказным трудовым энтузиазмом.

Формулирование целей статьи. Задачей исследования является расширение предметной базы оценки персонала организации за счет учета эмоциональной мотивации сотрудников. Ставится целью обоснование понятия внутреннего содержания трудовой деятельности и механизма его оценки, который должен стимулировать ценностные убеждения сотрудников организации и способствовать развитию их эмоционального интеллекта. Такой подход в конечном итоге

**ОЦЕНКА ВНУТРЕННЕГО СОДЕРЖАНИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ – МЕХАНИЗМ УСИЛЕНИЯ
ЭМОЦИОНАЛЬНОЙ МОТИВАЦИИ К ТРУДУ**

направлен на повышение энтузиазма (вдохновения) работников в процессе труда как важнейшего фактора роста его эффективности.

Изложение основного материала исследования с полным обоснованием полученных результатов. Закономерно, что в странах с развивающейся рыночной экономикой в массовом сознании всячески культивируется образ успешного на службе и предприимчивого в бизнесе индивидуума. Поэтому вопрос о событиях, обстоятельствах и планах трудовой жизни (ее содержании) приобретает особую актуальность.

По классическому определению, качество трудовой жизни – это «степень удовлетворения важных личных потребностей через деятельность в трудовой организации» [3, с. 685]. Удовлетворенность трудом выступает производной качества трудовой жизни, так как характеризует «отношение работника к различным сторонам своей трудовой деятельности» [5, с. 190], а это отношение формируется в зависимости от удовлетворения тех или иных потребностей человека. В соответствии с принятой классификацией потребностей и мотиваций на материальные, социальные, профессионально – деловые (достижения, карьера) и ценностно – эмоциональные (личностные), качество трудовой жизни и его производную – удовлетворенность работой – можно представить как результат совокупного действия факторов, непосредственно влияющих на удовлетворение различных потребностей работника (рис. 1).



Рис. 1. Формирование удовлетворенности трудом в зависимости от степени удовлетворения потребностей разного уровня

Факторы 1-3 – это те самые «различные стороны трудовой деятельности», которые удовлетворяя потребности работника в диапазоне от чисто прагматических (заработок) до возвышенно – духовных (служение идеалам), естественно, по – разному и в различной степени влияют на качество его трудовой жизни. Для многих людей удовлетворенность трудом вполне обеспечивается, например, весомостью 1–го фактора и умеренностью 2–го, или наоборот, когда работник прежде всего ценит благоприятные условия труда (не в последнюю очередь его режим) и «хороший коллектив», при этом соглашаясь на пристойный, но невысокий оклад. И лишь для амбициозных людей, отличающихся стремлением к максимальной самореализации путем развития личных качеств и достижения значимых результатов, приобретает особую важность 3–й фактор.

Личное восприятие работником значимости своего труда подразумевает его большей частью осознанные представления о месте и роли, которые трудовая деятельность занимает (играет) в его жизни. С одной стороны, это понимание или ощущение того, как выполняемая им работа влияет на личное благополучие, (материальное и социальное), и развитие – интеллектуальное, профессиональное, духовное. С другой стороны, это видение того, что означает его деятельность для окружающих и окружающей социальной среды, то есть общественная значимость этой деятельности.

Выделение личного восприятия значимости работы в специфический фактор влияния на качество трудовой жизни подчеркивает «важнейшую черту человеческого труда – принятие решений с учетом ценностных ориентаций, жизненных смыслов» [4, с. 89]. Исходным здесь выступает процесс восприятия работником обстоятельств, событий, целей трудовой жизни и особенностей трудовой среды (пунктирные линии рис.1). Факторы 1-2 могут влиять на качество трудовой жизни как непосредственно, так и с учетом 3-го фактора – воспринимаемой значимости (смысла) деятельности, который имеет тот или иной вес в зависимости от ценностных установок конкретного человека. В то же время идет обратный процесс – индивидуальная система ценностей «преломляется» за счет новых смыслов, возникающих в результате восприятия работником трудовых реалий.

С помощью рис. 1 можно прояснить роль, которую в формировании определенного качества трудовой жизни играет собственно содержание трудовой жизни (события, обстоятельства, планы). Очевидно, что трудовой процесс и параметры, его характеризующие, априори дают представление о содержании деятельности. В то же время восприятие работником трудовой жизни в значительной степени «отвечает» за искомое содержание. В целом же можно описать содержание трудовой деятельности комплексом параметров, характеризующих объем (задачи), организацию, условия и атмосферу труда работника, в сочетании с его личным восприятием обстоятельств (что приводит к осознанию значимости) своей деятельности. В табл. 1 предложен перечень показателей, определяющих те или иные стороны содержания трудовой деятельности.

**ОЦЕНКА ВНУТРЕННЕГО СОДЕРЖАНИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ – МЕХАНИЗМ УСИЛЕНИЯ
ЭМОЦИОНАЛЬНОЙ МОТИВАЦИИ К ТРУДУ**

Таблица 1

Характеристика ключевых параметров содержания деятельности	
Параметры содержания трудовой деятельности	Основные характеристики
Объем работы	1) Загруженность (физическая, интеллектуальная, функциональная) 2) Занятость (временная)
Трудовые задачи	Диктуются спецификой организации и индивидуальным уровнем компетентности специалиста
Организация деятельности	1) Технологические особенности трудового процесса: – субординация; – доступ к информационным ресурсам; – участие в выработке решений; – возможности реализации идей. 2) Степень самостоятельности в действиях
Условия труда	1) Режим 2) Техническая оснащенность рабочего места и рабочего процесса 3) Социально–бытовые удобства
Атмосфера труда	Обусловлена спецификой формальных и неформальных отношений в организации (корпоративным фоном) и индивидуальной линией поведения сотрудника
Воспринимаемая значимость деятельности	Зависит от индивидуальной системы ценностей работника

Модель содержания трудовой деятельности, которая представлена в табл.1, предлагает описание различных параметров содержания труда с перспективой их оценки и корректировки в ходе деятельности. Очевидно, что трудовые задачи, показатели объема, особенности организации, а также условия труда (фактор 2) устанавливаются для работника в результате оценки менеджментом его индивидуальных качеств и способностей. Атмосфера (культурная среда) формируется в организации вокруг работника также в результате внешнего оценивания его деловых и личностных особенностей руководством и коллегами.

Все перечисленные в табл. 1 характеристики содержания труда, установившиеся или сформировавшиеся в результате оценки специалиста, будут для него стимулами деятельности в той степени, в какой соответствуют его устремлениям и требованиям (мотивациям) к различным сторонам трудовой жизни (от профессионально–деловой до бытовой), что в свою очередь обусловлено его индивидуальными данными, т.е. личными компетенциями. По такому принципу работает механизм стимулирующей оценки [6, с. 123], когда каждому

оцениваемому качеству специалиста «предлагаются» конкретные стимулы, по природе своей призванные это качество усилить.

Чтобы разграничить понятия внешнего и внутреннего содержания деятельности, следует признать, что любой работник осуществляет ее по определенному плану, в котором можно усмотреть как внешнюю, так и внутреннюю составляющие. Внешний план деятельности подразумевает формальное регламентирование исполнения работником определенных обязанностей или выполнения им конкретной работы в соответствии с должностной инструкцией (или заданием руководства) с учетом его квалификации, опыта, навыков, а также индивидуальных особенностей.

Внутренний план деятельности, который возникает в сознании работника в результате восприятия им содержания этой деятельности и реализуется в принятии им решений и совершении конкретных трудовых действий, имеет две стороны – чисто рациональную и иррациональную. Если первая (логико – аналитическая) отвечает за последовательность и прагматическую обоснованность действий по достижению цели деятельности, то вторая (ценностно–эмоциональная) обуславливает внутреннюю сущность этих действий, происходящую из нравственных убеждений, социальных ориентаций или «душевных порывов» (эмоциональных реакций) человека.

Очевидно, что принципиальное отличие внешнего от внутреннего плана деятельности заключается в том, что последний содержит наряду с рациональной эмоциональную компоненту в результате восприятия работником содержания его деятельности. Исходя из концепции стимулирующей оценки, можно предположить, что оценка содержания трудовой деятельности, соответствующего внутреннему плану этой деятельности в сознании работника, будет усиливать его эмоциональную мотивацию за счет внутренних стимулов.

Если вернуться к определению внешнего плана деятельности, то очевидно, что он, прежде всего, согласовывается с протеканием процесса деятельности, то есть выполнением последовательности действий и задач, соблюдением установленных в организации правил поведения и должностных нормативов, что зависит от реализации работником специальных навыков и индивидуальных способностей. Такая характеристика вполне отвечает классическому определению содержательности труда (Job Depth) как «относительной степени того влияния, которое рабочий может оказать на саму работу и рабочую среду» [3, с. 695]. Речь, понятно, идет о формальном влиянии работника на процесс и условия выполнения им своих обязанностей, а это определяется его возможностями участвовать в постановке задач и принятии решений, получать необходимую информацию, регламентировать свой рабочий день и ритм, вообще, действовать самостоятельно (см. табл.1). В свою очередь, эти возможности зависят от тех качеств работника, которые в совокупности формируют его компетентность. Фактически это означает, что компетентность специалиста – решающий фактор содержательности его труда.

Тогда, внешнее содержание трудовой деятельности (ее содержательность) – это степень влияния компетенций работника на формальные обстоятельства его работы. Разумеется, внешнее содержание (объем, организация, условия), а соответственно, и

ОЦЕНКА ВНУТРЕННЕГО СОДЕРЖАНИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ – МЕХАНИЗМ УСИЛЕНИЯ ЭМОЦИОНАЛЬНОЙ МОТИВАЦИИ К ТРУДУ

внешний план деятельности делегированы работнику руководством в результате оценки его компетентности, но в то же время можно утверждать, что сам работник непрерывно регулирует этот план за счет воздействия собственной компетентности на трудовой процесс и трудовую среду.

Но, «понятие деятельности шире, чем просто воздействие на окружающие объекты. Оно предполагает обращение в процессе труда к лежащему на стороне личности внутреннему мыслительному плану», который включает помимо аналитической также ценностно-эмоциональную информацию [4, с. 90]. Нельзя считать, что внешний и внутренний план деятельности дополняют друг друга в буквальном смысле. Вернее будет сказать, что они сосуществуют в сознании человека так же, как, например, уживаются в нем рациональные рассуждения, основанные на «житейском опыте», и «душевные муки», вызванные нравственно-эмоциональной оценкой себя и окружающих.

Можно сделать вывод, что внешнее содержание деятельности является процессуальной, а внутреннее – значимостной его составляющей, или смысловой (рис. 2).

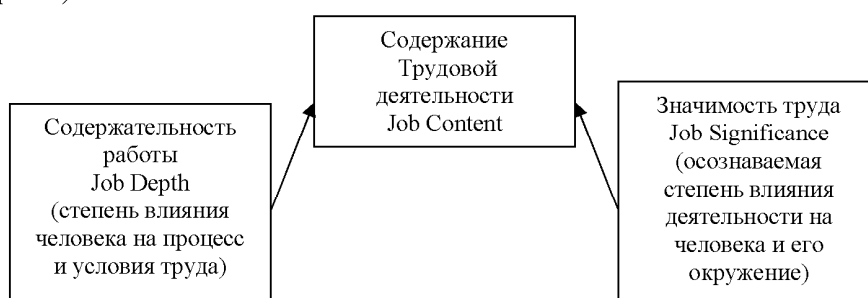


Рис. 2. Содержание трудовой деятельности как совокупность внешней и внутренней составляющих

Представление содержания трудовой деятельности в виде двух составляющих соответствует двум основным вопросам, которыми любой человек задается по отношению к своей работе, например: 1) что я могу предпринять, чтобы дела шли лучше; 2) ради чего я это делаю? Понятно, что первый вопрос апеллирует к рациональному мышлению и призывает «напрячь» все свои способности. А второй исходит из эмоций и обращается к внутренней системе ценностей. Первая составляющая – содержательность работы, как было принято выше, соответствует внешнему содержанию деятельности, вторая – значимость – внутреннему ее содержанию. Оно базируется на понимании, ощущении, видении работником того, как выполняемая работа и ее результаты влияют на его личные благополучие и развитие, на окружающих людей и окружающую действительность (здесь решающим является осознание своей роли в организации и ее роли в жизни общества). Осознаваемая человеком степень такого влияния и есть внутреннее содержание его деятельности.

Задача менеджмента – с помощью механизма оценки распознавать целеустремленных сотрудников, готовых расширять диапазон применения своих компетенций, стимулируя их на решение действительно целостных задач. Целостная деятельность (с учетом концепции индивидуального восприятия) подразумевает непосредственное участие специалиста в решении определенной проблемы, выполнении конкретной задачи организации или ее подразделения, когда, с одной стороны, он имеет четкое представление о своих месте и роли в механизме достижения поставленной цели, с другой, получает однозначное подтверждение правильности (или неправильности) своих действий по ее достижению от менеджмента.

В дальнейшем необходимо рассматривать обратную связь не только в качестве инструмента банального знания результатов работы, а прежде всего в роли «ключевого фактора повышения вовлеченности сотрудников», что предполагает на основе «создания эффективных каналов коммуникации между менеджментом и рядовыми сотрудниками... привлечь внимание работника к тому, что от его труда зависят результаты работы и эффективность всей компании» [6, с.12–13]. Следует отметить, что вовлеченность работников современным менеджментом часто рассматривается как решающий довод или показатель при характеристике корпоративной культуры организации, поскольку повышение вовлеченности сотрудников максимально сближает их мотивационные устремления с целями компании и задачами ее менеджмента. Интересен опыт французской компании GGB France EURL, где на основании регулярного анкетирования сотрудников как механизма оценки удовлетворенности персонала был определен так называемый индекс трудовой вовлеченности. Он показывает, какие факторы и в какой степени мотивируют работников в процессе трудовой деятельности [6, с. 14].

В компаниях такого уровня сотрудники незначительную (сравнительно) роль отводят материальному вознаграждению и социальным льготам. Трудовая вовлеченность связывается с такими параметрами, как владение профессией, эффективность руководства. Наиболее весомым (в процентном отношении) оказывается фактор лояльности к компании, базирующейся на совокупности психологических состояний работника, описывающих его отношение к своей организации и работе в ней: гордость за фирму, доверие к ее лидерам, уверенность в правильности своего выбора. В этот перечень органично вписывается и отношение человека к общей атмосфере в коллективе, возможности с пользой сотрудничать (конкурировать) с коллегами и бесконфликтно сосуществовать.

Таким образом, анализ конкретной методики оценки удовлетворенности персонала работой и компанией через индекс трудовой вовлеченности подтверждает ранее сформулированный тезис о том, что ценностно-эмоциональная информация в процессе труда является для личности работника основой внутреннего содержания его деятельности.

Стремление к самосовершенствованию как одну из основных внутренних потребностей человека возможно реализовать только в рамках целостной деятельности, тогда как потребности в самоуважении и сопричастности могут быть удовлетворены при наличии лояльного отношения работника к своей организации.

ОЦЕНКА ВНУТРЕННЕГО СОДЕРЖАНИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ – МЕХАНИЗМ УСИЛЕНИЯ ЭМОЦИОНАЛЬНОЙ МОТИВАЦИИ К ТРУДУ

Тогда справедливо утверждать, что целостность деятельности, а вернее, стремление к ней, как и лояльность к организации, является фактором, по которому следует судить о внутреннем содержании трудовой деятельности. Взаимосвязь этих двух факторов заключается в том, что менеджмент будет создавать условия–предпосылки (в качестве стимулов) для решения целостных задач исключительно лояльным сотрудникам – в этом смысле целостность зависима от лояльности, и реализуется эта зависимость через механизм оценки (рис. 3).

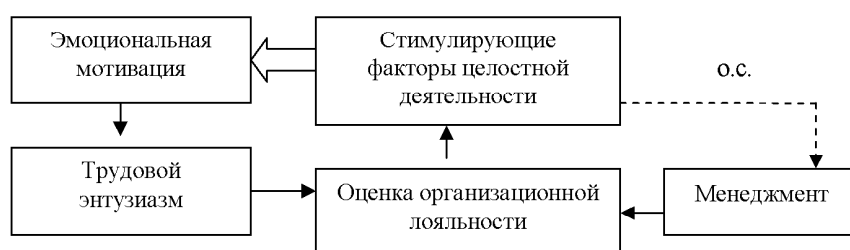


Рис. 3. Механизм оценки организационной лояльности (внутреннего содержания деятельности) в системе стимулирования трудового энтузиазма

Подобно тому, как характеристики объема и условий труда устанавливаются в результате оценки компетентности работника, так и предпосылки целостной деятельности регулируются оценкой лояльности сотрудника. Учет механизмов оценки (с помощью соответствующих критериев) проявлений, осознаваемой работником значимости деятельности, позволяет вырабатывать более совершенные формы организации труда сотрудников. Отсюда задача менеджмента в данной сфере: стимулировать энтузиазм работников формированием предпосылок целостной деятельности, основываясь на критериях оценки внутреннего содержания труда.

Выводы по данному исследованию и перспективы дальнейших поисков в данном направлении. В данной статье решена задача по расширению предметной базы оценки благодаря учету эмоциональной мотивации работников организации. Введение понятия внутреннего содержания трудовой деятельности позволило увидеть резервы повышения эффективности работы в стимулировании ценностных убеждений и ориентаций сотрудников, что способствует развитию их эмоционального интеллекта.

Необходимость и возможность использования этих резервов основана на особенностях личного восприятия работником трудовых реалий, которые обусловлены индивидуальной системой ценностей и в значительной степени могут влиять на его общую удовлетворенность работой. Ценностно–эмоциональная мотивация находит свое выражение во внутреннем содержании деятельности работника, которое проявляется в определенном уровне энтузиазма работника при исполнении им своих обязанностей. Поддерживать его на высоком уровне призван

механизм оценки, ориентирующийся на смысловые (значимостные) мотивы поведения сотрудников, которые обуславливают внутренний план их деятельности.

Предметом оценки внутреннего содержания деятельности должна быть лояльность работника к организации, которая в лучшей степени показывает соответствие его личных убеждений и жизненных ориентиров корпоративным ценностям организации. На данном уровне согласования интересов организации и работника (корпоративные ценности – личные убеждения) эффект стимулирующей оценки будет реализован формированием предпосылок и факторов целостной деятельности, в рамках которой работник адекватно воспринимает значимость своего труда.

Дальнейшие исследования направлены на выработку конкретных критериев и методики оценки организационной лояльности и, соответственно, обоснование наиболее эффективных стимулирующих факторов (предпосылок) целостной деятельности.

Список литературы

1. Колпаков В. Управление развитием персонала: теория и практика // Персонал.– 2004.– №11.– С. 64–69.
2. Филатова О. Эмоциональный интеллект как показатель целостного развития личности // Персонал.– 2000.– №5.– С. 100–102.
3. Мескон М., Альберт М., Хедуори Ф. Основы менеджмента.– М.: Дело, 2002.– 704 с.
4. Каз М. Мотивация труда: трансформация структуры теоретико-методологического знания и когнитивно-ценностный подход // Вопросы экономики.– 2005.– №12.– С. 82–95.
5. Олегов Ю.Г., Карташова Л.В. Управление персоналом, оценка эффективности. Учебное пособие для вузов.– М.: Издательство «Экзамен», 2004.– 256 с.
6. Нагорский Ю.А. Эффект стимулирующей оценки в системе менеджмента персонала // Бизнес Информ.– 2006.– №11.– С. 120–125.
7. Дезекюр К. Реструктуризация предприятия и ее влияние на вопросы управления персоналом // МенеджеR по персоналу.– 2006.– №4.– С. 4–15.

Поступила в редакцию 30.05.2008 г.

Нагорський Ю.А. Оцінка внутрішнього змісту діяльності – механізм посилення емоційної мотивації до праці // Вчені записки ТНУ. Серія: Економіка, 2008. – Т. 21 (60). – № 1. – С. 165-174.

Оцінку організаційної лояльності співробітників запропоновано в якості інструмента стимулювання їх психологічної залученості до процесу діяльності. Розвиток цим шляхом емоційного інтелекту робітників є потужним резервом підвищення ефективності їх праці.

Ключові слова: внутрішній зміст діяльності, емоційний інтелект.

Nagorskiy Yu.A. An estimation of inner job content as a mechanism to intensify emotional motivation of employees // Uchenye zapiski TNU. Series: Economy, 2008. – Vol. 21 (60). # 1. – P. 165-174.

An estimation of organizational loyalty of employees is suggested as an instrument to stimulate their psychological involvement into work. The development of labourer's emotional intellect by that way is the powerful source of job efficiency.

Key-words: inner job content, emotional intellect.

УДК 338.24:334.716

ВЛИЯНИЕ МАРКЕТИНГА НА ХОЗЯЙСТВЕННУЮ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЯ

Нехай В.В.

В статье проанализированы функциональные возможности службы маркетинга, которые способствуют улучшению показателей хозяйственной деятельности предприятия.

Ключевые слова: маркетинг, фактор, функция, организация, отрасль.

Постановка проблемы. Актуальность задачи изучения целесообразности маркетинга определяется необходимостью обновления подходов к управлению предприятием в рыночных условиях хозяйствования. Реализуя весь комплекс функций маркетинга, можно решить такие практические задания, как более полное использование производственного и кадрового потенциала предприятий, повышение социальных показателей, налаживание реальных долгосрочных, взаимовыгодных отношений между производителями и потребителями, что позволит повысить результативность хозяйственной деятельности. Это понятно многим, однако остается нерешенным для большинства отечественных предприятий, что создает для них много проблем.

Анализ публикаций. Вопросам внедрения маркетинга на предприятиях посвящали свои труды такие ученые, как Котлер Ф., Друкер П., Корнаи Я., Хершген Х., Амблер Т., Кохинаки Ф., Холл Р. и др. В трудах этих авторов обоснована необходимость изучения принципов маркетинга, внедрения его на предприятиях. Среди отечественных авторов, которые касались проблем совершенствования маркетингового управления промышленными предприятиями – Аверченко Л., Бандурка А., Гаркавенко С., Гирняк О., Лазановский П., Герасименко М., Чернявский А. и др. Однако, такие вопросы, как определение значимости маркетинга посредством рассмотрения степени влияния основных его функций на показатели работы предприятия изучена недостаточно. Этот аспект является ключевым для данной статьи.

Цель статьи: проанализировать влияние отдельных функций маркетинга на хозяйственную деятельность предприятия.

Для этого необходимо решить следующие задачи:

- определить функции маркетинга, способные оказывать влияние на показатели деятельности предприятия;
- определить критерии оценки маркетингового участия в эффективном функционировании предприятия;
- рассмотреть варианты мотивации работников службы маркетинга к результативному труду.

Основные результаты исследования. Практика деятельности предприятий машиностроения, как и предприятий иных отраслей, показывает, что руководство предприятием поддерживает процесс внедрения маркетинга на предприятиях только тогда, когда есть доказательства того, что без него предприятие в современных условиях будет работать хуже, а то и совсем не сможет выстоять в конкурентной борьбе. Теорией неоднократно доказана необходимость этого процесса, а для практиков все же требуются аргументы в пользу реализации всего комплекса функций маркетинга на предприятиях машиностроения, которые находятся в настоящее время в довольно сложных условиях.

Описывая процесс контроля маркетинговой деятельности, Гаркавенко С. [2], отмечает, какие показатели работы предприятия можно взять в качестве критериев эффективности деятельности маркетинговых служб (табл. 1).

Заметим, что Гаркавенко С. называет несколько иной перечень функций, чем определен в работах других авторов, однако среди названных так же есть группы функций управления и контроля, аналитические и производственно- сбытовые.

Таблица 1
Количественные критерии эффективности деятельности маркетинговых служб

Функции маркетинговых служб	Показатели эффективности деятельности маркетинговых служб
Маркетинговые исследования	Объем продаж
Прогнозирование объема продаж	Объем продаж
Планирование производственной стратегии и выпуска продукции	Объем продаж
Разработка новых продуктов и совершенствование тех, которые выпускаются	Объем продаж
Ценообразование	Часть рынка Прибыль
Упаковка, выбор торговой марки	Увеличение объема продаж
Регулирование объемов товарных запасов	Количество оборотов товарных запасов Оборот товарных запасов в днях
Распределение товаров	Объем продаж
Стимулирование продаж	Увеличение объема продаж
Сбыт продукции- поддержание заинтересованности сотрудников маркетинговых служб	Объем продаж
Реклама	Увеличение объема продаж

Наименее полно представлена группа функций управления и контроля. Как видим, наиболее подверженным влиянию маркетинговых мероприятий является такой показатель, как объем продаж.

Разнообразие функций маркетинговых служб сводится к получению прибыли, что является одной из основных целей каждого предприятия. Гаркавенко С. называет логичным то, что результативность поиска прибыльных товаров и рынков оценивается количеством оборотов товарных запасов [2].

Рассматривая зависимость улучшения показателей хозяйственной деятельности от реализации функций маркетинга, необходимо отметить, что каждый работник должен быть заинтересован в достижении предприятием наилучших результатов. Как и иные подразделения, это должно иметь механизм поощрений, взысканий, стимулирования к плодотворному труду. Для этого необходимо усилить стимулирующую роль регулирования средств на оплату труда сотрудников службы маркетинга.

Опыт функционирования подразделений маркетинга предприятий машиностроения, а также теория данного вопроса показывает, что совершенного механизма практически нет. Учитывая, что машиностроение занимает лидирующие позиции в экономике Украины, можно сделать вывод, что не лучше обстоит дело и на большинстве предприятий других отраслей.

Исследованию системы оценки работы управленческого персонала и, в частности, маркетологов были посвящены научные работы таких известных экономистов, как Хершгена Х. [7], Ковалева А. [4], в Украине – Перервы П. [7], Гаркавенко С. [2], Акимовой И. [1] и многих других. Так, Акимова И. [2], указывая на значение систем измерения результатов труда и его стимулирования для корректировки поведения, приводит утверждения Уэбстера Ф. о том, что ключевым моментом в создании ориентированного на рынок и сфокусированного на потребителе бизнеса является система оценки и стимулирования менеджеров. Если они оцениваются с точки зрения достижения краткосрочной рентабельности и роста объема продаж, то велика вероятность того, что они будут игнорировать такие важные рыночные факторы, как удовлетворенность потребителя, которые обеспечивают долгосрочный успех предприятия.

Ориентация системы оценки и стимулирования менеджеров на достижение краткосрочных целей является распространенной чертой организационной системы многих предприятий развитых стран Запада. “Однако, в еще большей степени эта черта присуща предприятиям трансформационной экономики, где в условиях острого кризиса основными стратегическими приоритетами становится выживание, а улучшение результатов экономической деятельности в краткосрочном периоде воспринимается как большой рыночный успех” [1].

Труд работников службы маркетинга связан с производством продукции не прямо, а опосредованно, а это делает его мало приспособленным к прямому нормированию. Поэтому оплата труда специалистов службы маркетинга чаще всего строится на основе повременной оплаты, в виде твердых должностных окладов.

Мотивация деятельности персонала службы маркетинга индивидуальна, в ней присутствуют специфические мотивы, связанные с маркетинговой деятельностью. К

особенностям мотивации работников службы маркетинга можно отнести повышение имиджа предприятия и его продукции, высокую степень удовлетворения спроса потребителей. Мотивационное воздействие на работника этого, как и других подразделений, оказывают результаты его деятельности такие, как признание значимости его труда для предприятия, степень самовыражения в виде творческой инициативы и материальное вознаграждение. Эти обстоятельства учтены при разработке механизма стимулирования к результативному труду.

В системах оплаты труда работника любого подразделения и, в частности, службы маркетинга имеет значение заинтересованность в повышении эффективности функционирования предприятия. Чтобы стимулировать эффективность труда служащих производственного предприятия, кроме твердых окладов часто применяются премиальные выплаты, обычно соотносимые с эффективностью производства, с прибылью предприятия в процентах или долях от выручки.

Доход служащего предприятия включает следующие элементы:

- 1) оплата по тарифным ставкам и окладам в соответствии со сложностью и ответственностью труда;
- 2) рыночная составляющая (соотношение спроса и предложения на рынке труда);
- 3) доплата за личный вклад в повышение эффективности и прибыльности предприятия;
- 4) доплата за выполнение срочных и ответственных заданий, за повышение качества продукции;
- 5) доплаты за условия труда;
- 6) премии за качественное и своевременное выполнение договоров;
- 7) авторские вознаграждения;
- 8) социальные выплаты;
- 9) дивиденды по акциям предприятия.

Третий пункт данного перечня «Доплата за личный вклад в повышение эффективности и прибыльности предприятия» в наибольшей степени определяет стимул работника службы маркетинга к улучшению прямо и косвенно показателей работы предприятия, что необходимо развивать и поддерживать.

Опрос работников различных служб таких предприятий, как ОАО «Мелитопольский завод тракторных гидроагрегатов», Государственного предприятия «Гидромаш», ОАО «Мелитопольский компрессор», Мелитопольского завода холодильного машиностроения «Рефма», ОАО «Мелитопольпродмаш», Хозрасчетного предприятия «АвтоЗАЗ-Мотор» показал, что основными показателями хозяйственной деятельности, улучшению которых способствует работа службы маркетинга и которые можно соотнести с эффективностью ее работы, являются: прибыль, валовой оборот, рентабельность. Кроме того, работники подразделений маркетинга ОАО «Мелитопольский завод тракторных гидроагрегатов», Государственное предприятие «Гидромаш», ОАО «Мелитопольский компрессор» назвали такие показатели: издержки на покрытие, объем заказов (для предприятий сельскохозяйственного машиностроения

показатель зависит от сезона сельскохозяйственных работ), удовлетворенность спроса. Улучшение иных показателей, по общему мнению, является прежде всего результатом работы производственных и других подразделений. К числу перечисленных уместно было бы добавить еще и такой показатель, как доля рынка.

Выводы. На достижение наилучших результатов хозяйственной деятельности в конкретно сложившихся условиях для предприятия должно направлять свои усилия подразделение маркетинга. Этого можно достичь путем комплексной реализации функций маркетинга.

Оценка маркетинговой деятельности предприятия возможна методом анализа и сопоставления отдельных показателей хозяйственной деятельности всего предприятия, что определяет их зависимости от реализации конкретных функций маркетинга. Это является адекватным подходом к оценке экономической эффективности маркетинга предприятия. Необходима также мотивация персонала соответствующей службы к результативному для всего предприятия труду.

Список литературных источников

1. Акимова И.М. Промышленный маркетинг. – К.: О-во «Знания», КОО, 2001. – 294 с.
2. Гаркавенко С.С. Маркетинг: підручник для вузів. – К.: Лібра, 1998. – 384 с.
3. Маркетинг / Под ред. М. Бейкера. – СПб.: Питер, 2002. – 1200 с.
4. Ковалев А.И., Войленко В.В. Маркетинговый анализ. – М.: Центр экономики и маркетинга, 2000. – 256 с.
5. Котлер Ф. Основы маркетинга: Пер. с англ./ Под ред. Е.М.Пеньковой. – М.: Прогресс, 2001. – 752 с.
6. Панкрухин А.П. Маркетинг. – М.: Институт международного права и экономики имени А.С. Грибоедова, 1999. – 398 с.
7. Перерва П.Г. Управление маркетингом на машиностроительном предприятии: учебное пособие для машиностроительных специальностей инженерно-технических вузов. – Харьков: Основа, 1993. – 288 с.
8. Хершген Х. Маркетинг: основы профессионального успеха: учебник для вузов: пер. с нем. – М.: ИНФРА-М, 2000. – 334 с.

Поступила в редакцию 30.05.2008 г.

Нехай В.В. Вплив маркетингу на господарську діяльність підприємства // Вчені записки ТНУ. Серія: Економіка, 2008. – Т. 21 (60). – № 1. – С. 175-179.

Стаття представляє функціональну господарську діяльність підприємства та вказує на заходи служби маркетингу, які сприяють її покращенню.

Ключові слова: маркетинг, фактор, функція, організація, галузь.

Nekhay V.V. The influence of the marketing on the economic activity of the enterprise // Uchenye zapiski TNU. Series: Economy, 2008. – Vol. 21 (60). # 1. – P. 175-179.

The article represents a function of indexes of economic activity and shows some measures of the marketing services that help their improvement.

Key-words: marketing, factor, function, organization, branch.

УДК 339.9

ВЛИЯНИЕ ПРЯМЫХ ИНОСТРАННЫХ ИНВЕСТИЦИЙ НА ОСНОВНЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ АВТОНОМНОЙ РЕСПУБЛИКИ КРЫМ

Онищенко К.Н., Онищенко С.К.

Проанализировано состояние инвестирования и кредитования экономики АР Крым, выявлено, что базовым рычагом регулирования роста производства, увеличения объема инвестиций в основной капитал, развития внешней торговли Автономной республики Крым, являются прямые иностранные инвестиции.

Ключевые слова: инвестиции, валовой региональный продукт, экспорт товаров и услуг.

Постановка задачи. Регулирование внешнеэкономической деятельности страны, региона или предприятия, а также внешней торговли и финансовых потоков на международном уровне приобретают все большее значение в контексте интернационализации хозяйственной жизни и роста экономической взаимозависимости стран.

Увеличение количества субъектов ВЭД, которое объективно присуще Украине в связи с переходом к рыночной экономике и либерализацией внешнеэкономической деятельности, появление новых форм и методов ее реализации, а также усложнение внешнеэкономических операций объективно обусловили формирование системы регулирования ВЭД, которая представляет собой совокупность взаимосвязанных принципов, норм, правил и процедур влияния на формирование соответствующей эффективной сферы деятельности с помощью политических, экономических, финансовых, правовых и административных инструментов.

Анализ последних достижений и публикаций. Многочисленные исследования отечественных и зарубежных специалистов показывают, что в Украине в настоящее время не создано благоприятных условий для эффективного регулирования ВЭД предприятий. Об этом убедительно свидетельствуют частые изменения в действующем законодательстве Украины вопросов, регламентирующих внешнеэкономическую деятельность; низкий уровень исполнительской дисциплины как со стороны предпринимателей, так и со стороны властных структур; высокий уровень коррумпированности среди управленческого аппарата и теневой хозяйственной деятельности; неотработанность экономических отношений между предприятиями и властными государственными структурами.

Проблемы формирования системы регулирования внешнеэкономической деятельности в условиях глобализации раскрыты в работах Бураковского И., Гальчинского А., Гребельника О., Мокия А., Савельева Е., Сиденко В., Филипенко А., и др. [1, 2, 3]. Практическая направленность всех взглядов на регулирование внешнеэкономической деятельности заключается в том, чтобы рационализировать действия менеджеров разных уровней в сфере международного бизнеса, поднять

**ВЛИЯНИЕ ПРЯМЫХ ИНОСТРАННЫХ ИНВЕСТИЦИЙ НА ОСНОВНЫЕ
РЕЗУЛЬТАТЫ ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ АВТОНОМНОЙ РЕСПУБЛИКИ
КРЫМ**

эффективность инвестиций в сфере ВЭД. Это и есть современное понимание теории управления бизнесом.

Цель статьи. Цель данной статьи – проанализировать состояние инвестирования и кредитования экономики АР Крым, выявить влияние прямых иностранных инвестиций на основные экономические показатели и на этой основе предложить мероприятия по совершенствованию регулирования внешнеэкономической деятельности региона.

Инвестирование и кредитование экономики Автономной республики Крым является одной из форм взаимоотношений субъектов хозяйствования с зарубежными странами. По состоянию на 1 января 2007 г. совокупный капитал нерезидентов (инвестиции и задолженность по кредитам и займам), размещенный в экономике Автономной республики Крым, составил 635,8 млн.долл.США. При этом объем прямых иностранных инвестиций за 2006 год увеличился на 25,4% и составил 577,4 млн.долл. США, взято кредитов от прямых инвесторов на сумму 58,4 млн. долл. США. В международном инвестиционном сотрудничестве на конец 2006 года принимали участие 307 предприятий Автономной республики Крым и предприниматели из 41 страны мира.

Положительным фактором в сфере инвестирования является значительный рост объемов капиталовложений от прямых инвесторов в экономику республики. Так, объем прямых иностранных инвестиций в АР Крым, по сравнению с 1996 годм, возрос в 6 раз.

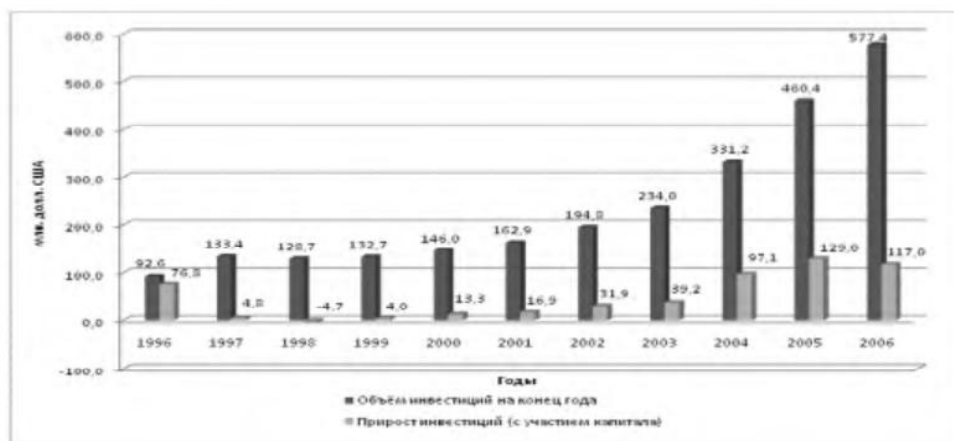


Рис. 1. Динамика поступлений прямых иностранных инвестиций в экономику АР Крым за 1996-2006гг. (на конец периода)

Удельный вес инвестиций АР Крым в общем объеме поступивших в Украину инвестиций составляет 2,7%. По этому показателю АРК занимает восьмое место после г. Киева (26,1%), Днепропетровской (11%), Харьковской (4,8%), Киевской (4,1%), Донецкой (4%), Одесской (3,3%) и Запорожской (2,9%) областей.

Объем прямых иностранных инвестиций в расчете на 1 жителя АР Крым по состоянию на 1 января 2007 года составил 292,8 долл. США, аналогичный показатель по Украине достиг 454,6 долл. США.

За 2006 год в экономику Автономной республики Крым от зарубежных предпринимателей поступило прямых иностранных инвестиций 120,5 млн.долл. США, в том числе из стран СНГ – 48,7 млн.долл. США (40,4% общего объема), из других стран мира – 71,8 млн.долл. США (59,6%). Основными формами привлечения капитала были денежные взносы, которые составили 92,5 млн.долл. США (76,8% поступивших средств) и взносы в виде движимого и недвижимого имущества – 24,6 млн.долл. США (20,4%).

Результатом налаженных долгосрочных связей между странами является активное инвестиционное сотрудничество АР Крым с партнерами из Российской Федерации, на долю которой приходится 31,3% общего объема прямых иностранных инвестиций, Германии – 20,5%, Кипра – 9,2%, Виргинских Островов, Британских – 9,2%, Объединенного Королевства – 5%, США – 3,7%, Венгрии – 3,4% и Узбекистана – 3,2%.

Ситуация с притоком капитала, в целом по Украине, несколько иная, чем в АРК. Основными странами-инвесторами являются европейские страны: Германия – (26,5% общего объема), Кипр (14,2%), Австрия (7,6%), Объединенное Королевство (7,4%), Нидерланды – (7,0%), США (6,7%), Российская Федерация (4,6%).

Если ранжировать сферы экономики по размеру поступления иностранного капитала, значительные объемы иностранных инвестиций в Автономной республике Крым сосредоточены в промышленности (28,9%), сфере охраны здоровья (22,5%), гостиничном комплексе (14%), строительстве (10,6%), транспорте (10,2%).

Среди регионов инвестиционная деятельность наиболее активно развивается в г. Ялте – на предприятиях, лечебных и оздоровительных учреждениях города по состоянию на 1.01.2007 года размещено 223,2 млн.долл. США, или 38,7% общего объема поступлений в Автономную республику Крым. Далее располагается г. Симферополь – 15,6% общего объема поступлений инвестиций, г. Армянск – 12,6%, г. Красноперекоск – 8,2%, г. Алушта – 7,9% (рис. 2).

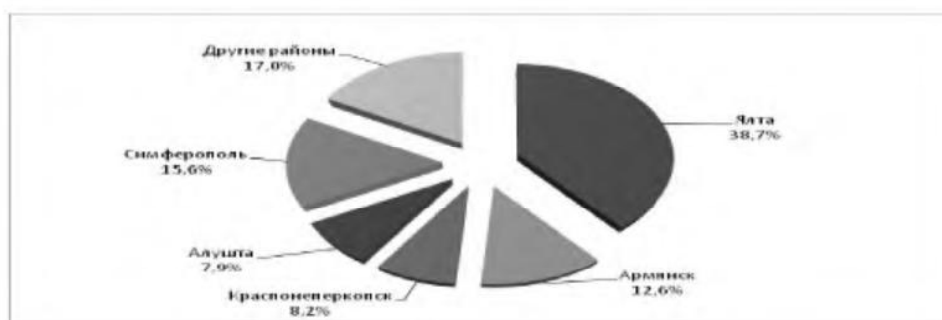


Рис. 2. Распределение иностранных инвестиций по регионам Крыма по состоянию на 01.01.2007 г., (%)

**ВЛИЯНИЕ ПРЯМЫХ ИНОСТРАННЫХ ИНВЕСТИЦИЙ НА ОСНОВНЫЕ
РЕЗУЛЬТАТЫ ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ АВТОНОМНОЙ РЕСПУБЛИКИ
КРЫМ**

С целью дополнения динамического и структурного анализа развития инвестиций в экономику АРК целесообразно применить еще и корреляционно-регрессионный анализ, который даёт возможность обнаружить и охарактеризовать зависимости между экономическими величинами, описать количественное выражение связей. Для снижения влияния валютных колебаний все показатели переведены в доллары США (табл. 1).

Таблица 1

Показателями общеэкономического и внешнеэкономического характера
АР Крым за 2000-2006 гг. (млн. долл. США)

Год	Прямые иностранные инвестиции	Валовой региональный продукт (в фактических ценах)	Инвестиции в основную капитал (в фактических ценах)	Экспорт товаров	Экспорт товаров и услуг	Объём реализованной промышленной продукции (в фактических ценах)
	X_1	Y_1	Y_2	Y_3	Y_4	Y_5
2000	146,00	750,95	144,11	173,40	250,30	-
2001	162,90	1022,32	224,87	218,30	293,60	697,75
2002	194,80	1132,62	278,41	220,50	331,70	691,21
2003	234,00	1370,60	358,73	318,00	449,00	802,00
2004	331,20	1749,89	515,12	274,90	428,10	1122,95
2005	460,40	2329,31	658,58	355,60	502,10	1443,67
2006	577,40	-	927,52	400,10	555,10	1617,11

Проведённые расчёты с использованием средств MS Excel выявили наличие тесной связи между прямыми иностранными инвестициями и валовым региональным продуктом, объёмом инвестиций в основную капитал, экспортом товаров и экспортом товаров и услуг, объёмом реализованной промышленной продукции в фактических ценах. Обобщенные данные исследования связи между величинами приведены в табл. 2.

Таблица 2

Результаты исследования зависимостей между показателями общеэкономического и внешнеэкономического характера АРК по данным за 2000-2006 гг.

№ п/п	Зависимая переменная (Y_i)	Независимая переменная (X_i)	Уравнение регрессии	коэффициент корреляции ($r_{x,y}$)
1.	Валовой региональный продукт (Y_1)	Прямые иностранные инвестиции (X_1)	$Y_1 = 196,81531 + 4,69156 X_1 + \varepsilon$	0,9914

Продолжение таблицы 2

2.	Объем инвестиций в основной капитал (Y_2)	Прямые иностранные инвестиции (X_1)	$Y_2 = -18,4786 + 1,50995 X_1 + \varepsilon$	0,9903
3.	Экспорт товаров (Y_3)	Прямые иностранные инвестиции (X_1)	$Y_3 = 142,45340 + 0,45741 X_1 + \varepsilon$	0,9156
4.	Экспорт товаров и услуг (Y_4)	Прямые иностранные инвестиции (X_1)	$Y_4 = 211,69032 + 0,63040 X_1 + \varepsilon$	0,9189
5.	Объем реализованной промышленной продукции (Y_5)	Прямые иностранные инвестиции (X_1)	$Y_5 = 271,85570 + 2,41931 X_1 + \varepsilon$	0,9157

Как видно из уравнений регрессии, (табл. 2) b -коэффициенты, которые отображают влияние уровня независимой переменной на формирование уровня зависимой переменной, являются значительными, а следовательно, их можно считать базовыми рычагами регулирования соответствующих величин.

Выводы. Географическая структура внешней торговли предприятий АР Крым существенно отличается от соответствующих характеристик общенационального масштаба. Это объясняется, во-первых, географическим расположением региона, во-вторых, установлением более тесных хозяйственных связей с экономическими агентами стран СНГ, прежде всего, Российской Федерации, на долю которой приходится почти треть от общего объема прямых иностранных инвестиций.

Проведенный корреляционно-регрессионный анализ соответствующих массивов данных, выявил существование тесной связи между прямыми иностранными инвестициями и показателями экономического развития АРК: валовым региональным продуктом ($r = 0,9914$); объемом инвестиций в основной капитал ($r = 0,9903$); экспортом товаров и услуг ($r = 0,9189$); экспортом товаров ($r = 0,9156$); объемом реализованной промышленной продукции в фактических ценах ($r = 0,9157$).

Рассчитанные b -коэффициенты уравнений регрессии, свидетельствуют о том, что базовым рычагом регулирования роста производства, увеличения объема инвестиций в основной капитал, а также развития внешней торговли Автономной республики Крым, являются прямые иностранные инвестиции.

Список литературы

1. Бураковский І. Теорія міжнародної торгівлі. — К.: Основи, 1996. — 241с.
2. Мокій А. Регіонально-секторальна модель зовнішньоекономічної інтеграції: передумови і стратегія реалізації. — Львів: Вид-во „Коопосвіта”, 1999. — 346с.
3. Савельєв Є.В. Міжнародна економіка: теорія міжнародної торгівлі і фінансів. — Тернопіль: Економічна думка, 2001. — 504с.
4. Статистичний щорічник Автономної Республіки Крим за 2006 рік: / Головне управління статистики в Автономній Республіці Крим. — Сімферополь, 2007. — 618 с.

**ВЛИЯНИЕ ПРЯМЫХ ИНОСТРАННЫХ ИНВЕСТИЦИЙ НА ОСНОВНЫЕ
РЕЗУЛЬТАТЫ ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ АВТОНОМНОЙ РЕСПУБЛИКИ
КРЫМ**

Поступила в редакцию 30.05.2008 г.

Онищенко К.М., Онищенко С.К. Вплив прямих іноземних інвестицій на основні результати економічного розвитку Автономної республіки Крим // Вчені записки ТНУ. Серія: Економіка, 2008. – Т. 21 (60). – № 1. – С. 180-185.

Проаналізовано стан інвестування та кредитування економіки АР Крим, визначено, що базовим важелем регулювання росту виробництва, збільшення об'єму інвестицій в основний капітал, розвитку зовнішньої торгівлі Автономної республіки Крим. є прями іноземні інвестиції.

Ключові слова: інвестиції, валовий регіональний продукт, експорт товарів та послуг.

Onischenko K.N., Onischenko S.K. The influence of the direct foreign investments on the economic development of the Crimean Autonomous Republic // Uchenye zapiski TNU. Series: Economy, 2008. – Vol. 21 (60). # 1. – P. 180-185.

The state of invest and credit of the economy of the Crimean Autonomous Republic is analyzed here, it is exposed that the basic lever of production growth, the invest enlargement into the main capital, the development of the foreign trade in the Crimean Autonomous Republic are the direct foreign investments.

Key-words: invest, gross regional product, export of products and services.

УДК 330.341

ИННОВАЦИОННАЯ СТРАТЕГИЯ РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ В КРЫМУ И УКРАИНЕ

Подсолонко В.А., Скоробогатова В.В.

Рассмотрено состояние социально-экономического развития Автономной Республики Крым более чем за 10 лет. Выполнена оценка воздействия на это развитие уровня топливной и энергетической зависимости экономики Украины и Крыма от внешних поставщиков. Предложены инновационные пути устранения этой зависимости на основе агрессивной политики мотивационного и образовательного характера.

Ключевые слова: инновации, энергозависимость, мотивация.

Проблемная ситуация. Ситуацию следует рассматривать для условий социально-экономического развития Крыма в динамике не менее 10 лет с целью выявления в ней устойчивых тенденций, которые нельзя будет не учитывать при рассмотрении стратегии этого развития и определении потребности управлять этой стратегией и соответственно готовить для этих процессов специалистов-управленцев (бакалавров, специалистов, магистров, кандидатов и докторов наук).

Социально-экономические показатели, характеризующие развитие Крыма, весьма разнознаковые. К примеру, совершенно успокаивают руководителей региона и всей Украины данные о динамике роста Валового регионального продукта (ВРП) в фактических ценах, как в общем объеме, так и в расчете на душу населения (табл. 1). Вообще, динамика почти всех стоимостных показателей развития Крыма положительна и не дает возможности оценить уровень эффективности этого развития. Однако, рассмотрение некоторых натуральных показателей этого развития и соотношений ряда стоимостных показателей уже позволяет дать характеристику такой эффективности и результативности развития.

Таблица 1

Динамика и тенденции изменения отдельных показателей социально-экономического развития Автономной Республики Крым в 1995-2006 гг.

Наименование показателей	1995	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Валовой региональный продукт (в фактических ценах) всего, млн. грн.	1417	4085	5492	6033	7309	9901	12848	16044
в расчете на 1 чел., грн.	540	1937	2691	2979	3633	4951	6460	8101
Наличные доходы населения: в расчете на 1 чел., грн.	504	1489	2074	2422	2974	3838	5433	6641

ИННОВАЦИОННАЯ СТРАТЕГИЯ РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ В КРЫМУ И УКРАИНЕ

Продолжение таблицы 1

всего, млн. грн.	1140	2812	4233	4906	5983	7676	10806	13152
Розничный товарооборот предприятий (фактические цены) млн. грн.	472	946	1215	1412	1763	2434	3518	4784
Объем реализованных услуг в фактических ценах, млн. грн.	335	1634	1944	2483	3122	3781	4681	5717
Вклады населения в банки, млн. грн.		252	400	713	1263	1523	2494	3806
Прожиточный минимум, грн. в месяц		270	311	342	360	420	423	472
Наличные доходы населения в месяц на 1 чел., грн.	42	124	173	202	248	320	453	553
Коэффициент прожиточности наличных доходов		0,46	0,56	0,59	0,69	0,76	1,07	1,17
Доля населения с среднедушевыми расходами: ниже прожиточного минимума в месяц, %		88	92,7	93,7	91,8	84	72,5	53,6
ниже средних наличных доходов, %		38,7	67,4	67,6	67	74	75	68,5
вдвое ниже прожиточного минимума, %		48	57,1	68,4	49,6	45	25	10,6
Доля наличных доходов населения в ВРП, единиц	0,805	0,688	0,771	0,813	0,819	0,775	0,841	0,82
Бюджет, млн. грн.:								
доходы	480,1	895,3	1122,6	1227,7	1639,1	2146,1	2558,8	3408,5
расходы	516,5	895,7	1132,9	1234,3	1599	2119,8	2502,9	3462,1
Доля доходов бюджета в величине ВРП, доли единицы	0,339	0,219	0,204	0,204	0,224	0,217	0,199	0,212
Количество зарегистрированных браков, тыс.	16,9	11,6	12,6	12,6	14,2	11,4	13,6	14,8

Продолжение таблицы 1

Количество родившихся, тыс. чел.	19	15,2	15,1	16,1	17,4	17,9	17,9	20
Количество умерших, тыс. чел.	31,8	28,8	28,8	29,9	30,5	30,1	31,2	30,6
Естественный прирост (снижение (-)) населения, тыс.	-12,8	-13,6	-13,7	-13,8	-13,1	-12,2	-13,3	-10,6
Число постоянного населения, тыс.	2175,8	2038,1	2024	2009,7	1996,4	1985,5	1975,1	1968,4
Количество зарегистрированных безработных, тыс.	3,5	26,2	27,8	42,1	41,1	40,8	35,5	28,7
Среднемесячная номинальная заработная плата, грн.	70	225	301	358	433	543	730	952
Доля наличных доходов населения в зарплате, %	60	55	57	56	57	59	62	58

Очевидно, первый показатель для рассмотрения – из словосочетания социально-экономического развития, может быть – число постоянного населения и его прирост или снижение. Судя по динамике этих показателей – наблюдается устойчивое вымирание и вырождение населения в Крыму (табл. 1). Всего за 10 лет численность постоянного населения в Крыму уменьшилась на 200 тыс. человек, что составило 10%. Ежегодно число умерших опережает число родившихся на 12-13 тыс. человек. Что послужило причиной такой ситуации? Ведь среднемесячная номинальная заработная плата возрастает втрое за каждое пятилетие, аналогично возрастали наличные денежные доходы населения в расчете на душу населения, которые, однако, составляли от 55 до 62 % от этой заработной платы. В сравнении с величиной прожиточного минимума наличные денежные доходы населения многие годы также были на уровне 46% в 2000 г. году, 56% в 2001 г., 59% в 2002 г., увеличившись до 69% в 2003 г., 76% в 2004 г., и превысив 100% в 2005 г. (табл.1). Вроде бы эта динамика может успокоить не только руководителей экономики, но и все население. Однако, - это «средняя температура по госпиталю». Если сравнить не средние показатели, то в 2005 г. доля населения со среднедушевыми расходами ниже прожиточного минимума составляла 72,5% (в 2004 г. – 84%, в 2001-2003 гг. – более 90%). Почти все годы последнего пятилетия только от 8 до 16% населения Крыма имели расходы сверх прожиточного минимума, а почти половина и более половины населения имели эти расходы даже вдвое ниже прожиточного минимума (табл.1). Возможно, что это тотальное обнищание населения и привело к его вымиранию: пожилым людям сложно прожить в нищете, а молодым - заводить семью и рожать детей. Не случайно количество зарегистрированных браков,

составляющее еще в 1995г 16,9 тыс., в 2004 г. снизилось до 67,5% от этого уровня (табл. 1). Имевшийся в 2005-2006 гг. некоторый подъем этого показателя (до 80,5-87,5%) базируется на некоторой стабилизации числа молодежи в возрасте 20-29 лет (в 1995 г. – 330 тыс. чел., в 2004 г. – 303 тыс., в 2005 г. – 311 тыс., в 2006 г. – 317 тыс.). Однако уже в 2010 г. это их число ожидается в размере 314 тыс., в 2015 г. – 287 тыс., а в 2017 г. – 270 тыс. человек (рис. 1).

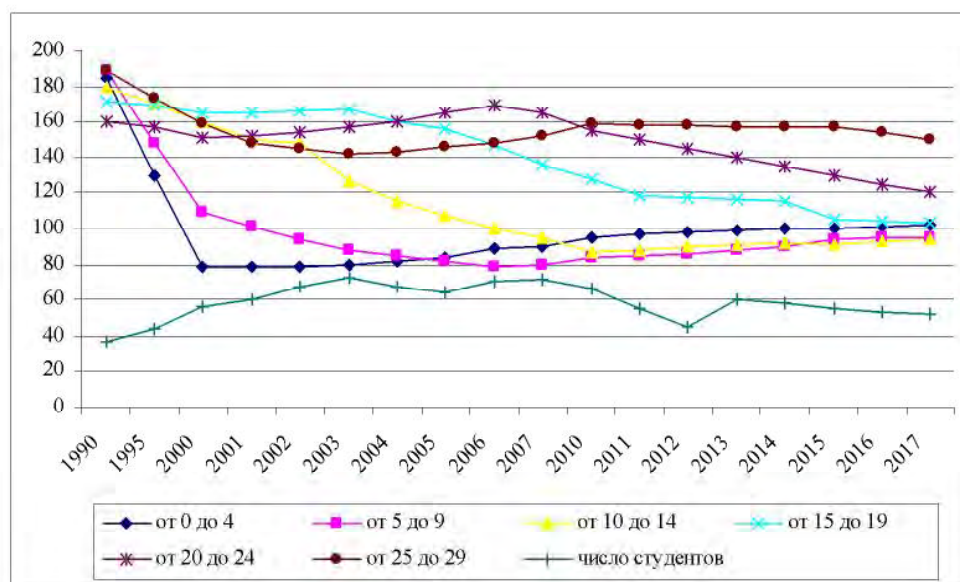


Рис. 1. Динамика и тенденции изменения возрастной структуры детей и молодежи в 2000-2015 гг. и числа студентов в ВУЗах АРК

Это ожидаемое уменьшение числа наиболее продуктивного по возрасту населения на 60 тыс. человек за 22 года (на 18%) и на 47 тыс. за период с 2006 по 2017 г. – за 11 лет (на 15%) будет сопровождаться снижением числа студентов с 70 тыс. человек в 2006 г. до ожидаемого в 2017 г. – 52 тыс. – на 18 тыс. за 11 лет (на 25,7%), рис.1. Студенты здесь упомянуты не столько как звено ускорения воспроизводства населения, а прежде всего – как стратегическое звено инновационной перестройки структуры региональной экономики в направлении повышения ее эффективности, позволяющей устранить преобладающую нищету населения.

О низкой эффективности экономики в Крыму свидетельствует стабильно высокая доля наличных денежных доходов населения в ВРП, достигшая в 2005 г. величины 0,841 (табл. 1). Такое положение свидетельствует о низкой величине прибыльности предприятий и низких налоговых поступлений от экономики в регионе. К примеру, налог с доходов физических лиц, именуемый в народе как

подходный налог, в величине налоговых поступлений в бюджет Автономной Республики Крым составил в 2006 г. 63,7% против 59,5% в 2005 г., 33,2% в 2001 г. и 29,8% в 2001 г., тогда как налог на прибыль в эти годы в отмеченной величине составлял 0,9% в 2006 г., 0,73% в 2005 г., 22,4% в 2001 г. и 32% в 2000 г. [1, с. 41]. При этом размеры убытков устойчиво превышают остаточные размеры прибыли (за минусом этих убытков) по всем видам экономической деятельности: в 2001 г. в 3 раза, а в 2005 г. – в 0,38 раза и в 2006г в 0,44 раза [1, с. 48, 50, 51].

Причины стабильной убыточности в деятельности почти 40% отелей и ресторанов и 30% торговых организаций, а также 30-50% предприятий сельского хозяйства и 36-43% предприятий промышленности весьма существенно отличаются. Однако в сложившейся ситуации во всех случаях они во многом опираются на необходимость вовлечения инновационной деятельности в развитие.

Анализ структуры процессов развития экономики. В теории управления социально-экономическими системами достаточно обоснованно сформировалась структура этих систем [2, с. 47]. Исходя из этой структуры любая такая система имеет: на входе количественно ограниченные исходные природные ресурсы, внутри – процессы и технологии преобразования ресурсов в готовую продукцию и услуги; на выходе – обширный ассортимент готовых продукции и услуг, потребляемых человеком, и бесконечно изменяющийся в соответствии с меняющимися потребностями человека и возможностями технологий по преобразованию ресурсов природы. Последнему этапу подчинены все составляющие системы, а эффективность и результативность их взаимодействия обеспечивается специальной составляющей по координации их взаимодействия и по управлению уровнем их состояния для достижения оптимальных конечных результатов развития системы.

Традиционно в мире развивались технологии производства, в которых не учитывался теоретический постулат ограниченности ресурсов. Недостаточность ресурсов на своей территории многие страны стремились восполнить завоеваниями территорий и ресурсов в других странах. Однако, в 21 веке человечество, количественно возросшее только за последние 50 лет почти втрое, совершенно прагматично столкнулось с нарастающим дефицитом основы всех технологий – топлива и энергии, добываемых традиционными технологиями. Но самое главное, с чем вошел человек в 21 век, - с пониманием неминуемости самоуничтожения в совершенно обозримом будущем к концу 21 века в случае сохранения традиционных технологий производства топливных и энергетических ресурсов.

Анализ статистических данных показывает, что современная экономика стран Европы и Украины в основном построена на потреблении топливных ресурсов в виде нефти и природного газа, отсутствующих в потребном количестве на их территориях и поставляемых из других стран. Эти углеводородные виды топлива, возрастающие в цене в связи с ростом сложности их добычи и во многом иссякаемые на протяжении второй половины 21 века, постоянно снижают конкурентоспособность экономики европейских стран.

На примере Украины можно показать изменения в добыче нефти и природного газа за последние 40 лет. Так, если в 1965 г. добыча нефти в Украине составляла 7,6

млн. т, а в 1970 г. – 13,9, то уже в 1975 г. она снизилась до 12,8, в 1980 г. – до 7,5, в 1990 г. – до 5,3, в 2000 г. – до 3,7, незначительно увеличившись в 2006 г. – до 4,6 млн.т. Аналогичная динамика и в производстве природного газа: в 1965 г. – 39,4 млрд. м³, в 1975 г. – 68,7 млрд. м³, в 1985 г. – 42,9 млрд. м³, в 1990 г. – 28,1 млрд. м³, в 2000 г. – 17,9 млрд. м³ и в 2006 г. – 21,1 млрд. м³ [3, с. 112]. На этом фоне объемы переработки этих двух видов топливных ресурсов исходя из потребностей экономики в стране составляли по нефти в 1990 г. – 59 млн. т, в 2000 г. – 9,1 млн. т и в 2006г – 14,4 млн. т, а по природному газу – в 2000 г. – 68,4 млрд. м³ и в 2006 г. – 71 млрд. м³ [3, с. 114]. На этой основе вычислим коэффициент или уровень топливной зависимости экономики Украины от внешних поставщиков в 2000 г. по нефти (100% - (3,7/9,1*100%)) – 59,34% и по природному газу (100% - (17,9/68,4*100%)) – 73,83%, а также - в 2006 г. – (100% - (4,6/14,4*100%)) – 68,05% по нефти и (100% - (21,1/71*100%)) – 70,28% по природному газу.

Следует отметить, что эти два вида топливно-энергетических ресурсов в Украине занимают в общей структуре потребления таких ресурсов устойчиво высокий удельный вес – в 1990 г. – 49,6% в т.ч. нефть – 21,4%, газ – 28,2%, в 2000 г. – 52,2% (нефть – 7,6%, газ – 44,6%) и в 2006 г. – 49,9% (нефть – 10,6%, газ – 39,3%) [3, с. 93]. В этой связи с учетом их пропорций уровень суммарной зависимости всей экономики Украины от внешних поставщиков нефти и газа составил в 2000 г. – 37,44% (59,34*7,6+73,83*44,6), а в 2006 г. – 34,83% (68,05*10,6+70,28*39,3). Снижение уровня топливной зависимости в 2006 г. от внешних поставщиков на 2,61% в сравнении с 2000 г. произошло из-за некоторого роста своей добычи нефти и газа в Украине в этот период. Здесь следует подчеркнуть, что в 2006 г. 65,1% всего используемого в Украине природного газа расходуется в промышленности [3, с. 92], а 36,7% от общего его объема на преобразование его в другие виды топлива и энергию [3, с. 95]. Для сведения подчеркнем, что в 2006 г. из 193,4 млрд.кВт-час произведенной в Украине электроэнергии – 90,1 млрд.(46,6%) были получены на тепловых электростанциях, работающих преимущественно на использовании природного газа. В этой связи можно обобщенно считать, что в 2000 г. уровень энергозависимости Украины от других стран составляет 32,75% (46,6*70,28). Очевидно отдельного рассмотрения требует оценка уровня зависимости экономики Украины от внешних поставщиков по основным видам продуктов нефтепереработки.

В сравнении с 1990 г. в 2000 г. объемы первичной переработки нефти снизились в 6,5 раз (с 59 млн. т до 9,1 млн. т), производство из нее бензина – в 4 раза (с 8,4 млн.т. до 2,1 млн.т.) и дизельного топлива – в 4,7 раза (с 12,7 млн.т. до 2,7 млн.т.). С 2001 г. начался подъем их производства, достигший максимума по всем трем видам в 2004 г. и начавший снижаться в 2005 г. до уровня ниже 2001 г., в 2006 г. соответственно по нефти до 14,4 млн.т., бензину 3,9 млн.т. и дизельному топливу – до 4,3 млн.т.

Принимая во внимание объем потребления в 2006 г. бензина 4,4 млн.т., а дизельного топлива – 5,47 млн.т. определим уровень зависимости по ним от внешних поставщиков: по бензину – 11,4% (100% - 3,9/4,4*100%) и по дизельному топливу – 21,4% (100% - 4,3/5,47*100%) [3, с. 114]. Для сравнения покажем, что в

2004 г. при производстве бензина в объеме 5 млн.т. его потребление было всего лишь 3,74 млн.т., соответственно – дизельного топлива – 6,3 млн.т. произведено, а 5,59 млн.т. потреблено [4, с. 97].

Таким образом, общая зависимость Украины от внешних поставщиков по нефти, бензину и дизельному топливу в 2006 г. составила суммарно 71,55% $(38,75+11,4+21,4)$, где $38,75=68,05*((3,9+4,3)/14,4)*100$.

Сохранение такой энерго- и топливозависимости всей экономики Украины от внешних поставщиков усиливает в самые ближайшие годы риск разрушения всей экономики страны и держит ее на грани кризиса. Поскольку многие страны Европы оказались почти в такой же ситуации, они проводят ряд экстренных мер по выходу из энерго- и топливозависимости от внешних источников.

Анализ опыта передовых стран мира по выходу из углеводородной топливной и энергозависимости их экономики. В последнее десятилетие наиболее прогрессивные страны Европы достаточно интенсивно внедряют технологии выработки топлива и энергии из возобновляемых ресурсов: энергия ветра, солнца, геотермальная, биоисточников и т.д.

В настоящее время доля электроэнергии, вырабатываемой на ветровых электростанциях (ВЭС), в мировой экономике составляет 1,3%, а в отдельных странах и регионах мира достигает 40%. В среднем страны Европы занимают свыше 60% в выработке такой электроэнергии. Лидером среди стран Европы выступает Германия, где установленные мощности ВЭС составляют 22274 МВт [5, с.4] из 93849 МВт в мире, в сравнении с 16818 МВт в США, 15145 МВт в Испании, 8000 МВт в Индии и 6050 МВт в Китае [6, с. 45]. Для сравнения отметим, что в Украине установленная мощность ВЭС, принятых в промышленную эксплуатацию, достигла всего лишь 74,3 МВт [5, с.4], в том числе в Крыму в 2006 г. было 58,4 МВт, что позволило выработать 26,8 млн.кВт.час электроэнергии (4,48% от общего объема ее производства в АПК), [1, с. 106]. Остальные 95,5% электроэнергии в Крыму вырабатаны на тепловых электростанциях (571,8 млн.кВт.час). Ежегодное приращение новой установленной мощности ВЭС в странах мира составило в 2007 г. в США – 5216 МВт, в Испании 3515 МВт, в Китае 3313 МВт, в Германии 1625 МВт, в Индии 1580 МВт, во Франции 888 МВт, в Италии 608 МВт, в Турции 142 МВт [5, с. 4].

На этом фоне можно отметить, что в Крыму в 2008г ведутся работы по реализации инвестиционного проекта по строительству ВЭС суммарной установленной мощностью 300 МВт [5, с. 5]. Однако на фоне приведенных выше данных по другим странам Европы и мира – это пока не прорыв в светлое независимое энергопотребление не только для всей Украины, но даже и для Крыма.

Как известно, солнце за один час дает энергии больше, чем ее потребляют за один год все жители Земли [6, с. 49]. Исходя из этого во многих странах мира ведутся большие работы по промышленному производству электроэнергии на базе энергии солнца. В США солнечная энергия используется в 1,5 млн. частных и государственных домов, давая возможность экономить 1400 МВт в год или 5 млн.т. нефти. В настоящее время доля выработки солнечной электроэнергии от общего ее

объема составляет в Европе 6%, а в США – 3% [7]. Производство электроэнергии из солнечного света развивается не столь высокими темпами в связи с достаточно высокой первоначальной стоимостью его основы – кремниевых фотоэлектрических батарей. Однако за 25 лет их стоимость снизилась в 20-30 раз. По оценке специалистов к 2012 году солнечные батареи будут сопоставимы по цене получаемого с их помощью электричества с углем [8]. В России, отстававшей от всех стран, использовавших солнечную энергию, с 2003 г. ведутся работы по солнечно-водородной энергетике [9]. В Украине накоплен большой опыт производства кремниевых пластин для изготовления панелей для солнечных батарей в Киеве. На мировом рынке производства кремния для соляных энергетических установок киевляне с объемом производства 35 т. в месяц занимают 8% рынка, более 90% их продукции идет на экспорт. Отметим, что в Украине такое производство ранее существовало также в Донецкой области (Волноваха), в Светловодске на заводе «Чистые металлы» и в Запорожье на титаномагнитомагнетитовом комбинате (до 220 тонн в год) [10]. Таким образом, в Украине имеется стартовая база для распространения соляных технологий, имеются и регионы с большим количеством солнечных дней в году – все области Южной Украины и Крым, имеется и громадная потребность в срочном переходе экономики этих регионов и всей страны на возобновляемые источники энергии.

Геотермальные источники энергии даже в передовых странах по использованию возобновляемых энергоресурсов пока не занимают передовых позиций. Так, в Германии их доля среди экологически чистых энергоисточников в 2006 г. составила всего лишь 1%. Во всем мире работающие геотермальные электростанции производят электроэнергию в объеме, равном производству семи АЭС [6, с. 55]. Пример эквивалента через атомные электростанции для Украины имеет не только символическое значение. Трагедия Чернобыля и сегодня остро воспринимается населением стран Европы, в отдельных из которых идет постоянное противодействие атомной энергетике. В Украине в 2006г. объем выработки электроэнергии на АЭС составлял 46,6% от общего ее производства [3, с. 112].

Может быть на фоне альтернативных возобновляемых источников энергии, совершенно безопасных на фоне атомной технологии, следует не снимать с повестки дня для Украины опасную ее зависимость от атомной энергетике?

По поводу энергии геотермальных источников, имеющихся в Украине не повсеместно, можно ставить задачу использования их хотя бы в отопительных целях или для строительства круглогодичных бальнеологических центров, в частности, в Крыму. Даже такой подход позволит частично решить проблему снижения топливной и энергетической зависимости Украины от углеводородных невозобновимых источников и от опасного для человечества развития атомной энергетике.

Все большую популярность в мире получает биоэнергетика, базирующаяся на ежегодно возобновляющихся биоресурсах. В этом направлении уже выработано несколько технологических направлений, позволяющих получить жидкое и газообразное топливо, тепло и электроэнергию. Ряд из этих технологий реализован

в странах мира, что принесло как положительные, так и отрицательные результаты. К числу положительных результатов относится уменьшение зависимости экономики стран от количественно ограниченных ископаемых ресурсов и переход на переработку биомассы, ежегодно воспроизводимой в сельскохозяйственном производстве как отходы как в растениеводстве, так и в животноводстве, в лесном и лесоперерабатывающем производстве, в рыбной промышленности. В отрицательные результаты отнесены тенденции выработки в отдельных странах биотоплива непосредственно из пищевого сырья, а не из его отходов, либо из растений, выращиваемых специально для биотоплива взамен пищевых растений. Более того, в Евросоюзе рекомендовано фермерам перестраиваться с производства нерентабельных сельхозкультур на «энергетические культуры» в целях сокращения энергетической зависимости от поставщиков нефти. Вместе с тем специалисты считают, что «если сектор производства биологического топлива будет развиваться по оптимистическому сценарию, то его доля в общем потреблении приблизится к 25 процентам» [11].

Набор технологий, уже накопленных в мире, сегодня достаточно разнообразен по своим возможностям и результатам в переработке биологических ресурсов – от примитивного прямого сжигания соломы или других отходов в виде брикетов (пеллет) [12, с. 112] в котлах для получения тепла, до многостадийных процессов, позволяющих последовательно получать тепло, газообразное и жидкое топливо. Техника осуществления этих технологий ориентирована как на отдельные домохозяйства, так и на целые сельскохозяйственные предприятия, на их региональные объединения. Страны, отставшие от других в производстве биотоплива, получили возможность, начиная с 2009 г. в последующих годах выбирать наиболее эффективные сочетания этих технологий, позволяющие одновременно решать производственные, экономические, социальные и экологические проблемы в своих сельскохозяйственных регионах. Украину с полным основанием можно отнести к числу таких стран, где биотехнологии помогут полностью устранить проблемы внешней зависимости села от поставок бензина, дизельного топлива и природного газа.

Природа подарила Украине и Черному морю, на котором она находится, уникальное свойство постоянного образования на глубинах ниже 100 м. частично 200 м. полностью – сероводорода, ядовитого для животных и растений вещества. Вместе с этой отрицательной характеристикой сероводород, запасы которого в Черном море нарастающе составляют 10^{12} - 10^{13} м³, является энергетическим источником. В настоящее время ученые разработали технологии, позволяющие извлекать из сероводорода до 15 кг. из 1000 м³ химически чистой серы, водород как топливо, производить дешевую электроэнергию с себестоимостью 1 кВт час до 4 коп, а также обессоленную воду из опресненной морской воды [5, с. 9,10].

В Крыму зоны наибольшей близости к берегу глубин Черного моря свыше 200 м. находятся в районах Севастополя – мыс Фиолент (15 км.), Ялты (Никита – 5 км.), Алушты (10 км.), Судака (мыс Меганом – 8 км). Поскольку предложенная технология комплексной переработки сероводорода позволяет создавать плавучие комплексы, вырабатывающие электрическую энергию в объеме, позволяющем

обеспечить электроэнергией город в 200 тыс. человек [5, с. 10], то эти города и могут быть первыми потребителями сероводородной энергетики, устранив почти 90%-ю зависимость Крыма в электроэнергии.

Мотивационные основы развития углероднезависимой энергетики в экономике стран мира. В Германии в 2000 г. вступил в силу Закон о возобновляемых источниках энергии (ВИО), который гарантирует производителям налоговые льготы и ориентирует на увеличение доли ВИО до 25-30% в 2020 г.

Аналогичные законы приняты уже в 47 государствах [6, с. 45]. Аналитики считают, что отсутствие в Украине законов по внедрению альтернативной энергетики соответственно сдерживает эти процессы. Кроме того к помехам относят и реальный избыток в стране электроэнергии, которая экспортируется в другие страны [5, с. 5]. Действительно, в 2006 г. за пределы Украины было отпущено 12,5 млрд.кВт.час, что составило 6,46% от ее общего производства. Обратим внимание, что производство электроэнергии на гидроэлектростанциях в 2006 г. составило 13 млрд.кВт.час, а в 2005 г. – 12,5 млрд.кВт.час, то есть все ГЭС Украины работают на соседей, а для своих потребностей в стране производят электроэнергию на ГРЭС, покупая для этого в других странах природный газ [3, с. 92]. Конечно, на этом фоне поставки электрозависимому Крыму электроэнергии в объем 6 млрд.кВт.час для Украины не выглядят крупными, но это не означает, что не следует для Крыма искать эффективные пути обеспечения полной энергозависимости с учетом уже имеющихся создаваемых или улучшаемых современных инновационных технологий.

Возможно прямые указания государства на производство конкретных количеств конкретных видов топлива, заменяющих бензин, не всегда целесообразны и могут принести для общества новые потери. Например, биотопливо этанол производится из кукурузы и проса – чисто пищевых культур. Президент США Джордж Буш 19 декабря 2007 года подписал Указ об энергетической независимости и безопасности, по которому производство этанола в стране должно к 2022 году достичь 136 млрд. л в год, увеличившись в 6 раз. Американские исследователи по этому поводу заявляют, что широкое применение этанола из кукурузы взамен бензина может привести почти к двойному увеличению количества парниковых газов, влияющих на глобальное потепление [13].

В Болгарии принят Закон об энергетической эффективности, который специалисты пока относят разряду благих намерений [14].

В Украине в 2006 г. была разработана государственная программа экономического и социального развития Украины на 2007 год. В числе приоритетов достижения цели «Положительные структурные сдвиги на инновационной основе и стимулирование создания новых знаний» в программе намечено «Создание долгосрочных условий энергетической безопасности страны». Важным заданием по реализации этого приоритета установлено «Снижение энергопотребления на основе современных технологий» [15 с. 13-16]. В стратегии экономического и социального развития Украины на период 2004-2015 гг. выстроена достаточно четкая цепочка по достижению главной цели по осуществлению глубоких качественных

преобразований в экономической, социальной, политической и духовной сферах жизни. В этой цепочке как локальная цель рассматривается «Утверждение инновационной модели развития», приоритетами в достижении которой служат «структурная перестройка экономики» и «построение экономики знаний и новых технологий». Для реализации этих приоритетов намечено решение задач по «устранению сырьевого вектора развития экономики», «применению ресурсо- и энергосберегающих технологий», «получению новых материалов и видов продукции», «развитию наукоёмкого производства», «развитию реальной экономики по улучшению жизни населения», «интеграции инновационного вектора в получение и обновление знаний», «опережающему развитию отраслей инфраструктуры», «моделированию развития инновационной экономики». Решение этих задач обеспечивается совокупностью мотивационных рычагов и методов, в числе которых: трансформация бюджетных ресурсов в фактор экономического роста, снижение налоговой нагрузки; повышение дееспособности власти и государства, его открытости и подотчетности перед обществом; государственная поддержка малого предпринимательства и развитие кооперативного сектора экономики; устранение монополизма и теневизации в экономике, развитие приватизации и института банкротства [2, с. 277, 278].

Приведенная цепочка действий по реализации локальной цели по утверждению инновационной модели развития экономики Украины уже должна функционировать пятый год. Однако, как и в приведенном выше примере с Болгарией – это тоже пока благие намерения. В этой связи в стране появилась новая наработка прогрессивной общественности «Национальная стратегия развития Украина-2015», где намечены пути перехода от намерений к действиям [17].

Необходимость агрессивной политики для обеспечения создания условий инновационного развития экономики [17, с. 40]. Анализ реальных данных об источниках развития экономики в Украине и в других странах мира показал, что прирост ВВП в результате введения новых технологий в нашей стране составляет всего лишь 0,7%, в то время как в развитых странах – от 6% до 9% [17, с. 40]. В Украине с 2000г имеется Закон «Про інноваційну діяльність» [18]. С 2007г. во всех ведущих университетах страны были открыты магистерские программы по специальностям «Менеджмент инновационной деятельности» и «Управление инновационной деятельностью». Факультет управления Таврического национального университета им. В.И. Вернадского уже второй год ведет подготовку магистров по этим специальностям.

В соответствии с отмеченным Законом главной целью государственной инновационной политики является создание социально-экономических, организационных и правовых условий для эффективного воссоздания, развития и использования научно-технического потенциала страны, обеспечения внедрения современных экологически чистых, безопасных, энерго- и ресурсосберегающих технологий производства и реализации новых видов конкурентоспособной продукции. В числе принципов отмеченной инновационной политики на первом месте значится ориентация на инновационный путь развития экономики Украины и

подготовка кадров в сфере инновационной деятельности. Поскольку в этом Законе к объектам инновационной деятельности отнесены инновационные программы и проекты, а также новые знания и интеллектуальные продукты, можно утверждать, что первый вид из них реализован в Государственной программе экономического и социального развития Украины на 2007 год [15, с. 13-29], а также в двух вариантах стратегии развития Украины по 2015 год [16, 17].

Второй вид через реализацию отмеченного выше принципа подготовки кадров также реализован через открытие упомянутых ранее магистерских программ. Однако от включения проблем инновационного развития экономики Украины в пункты стратегии ее развития до их реализации весьма сложный путь. Одним из этапов этого пути и тоже сложным является формирование новых знаний и интеллектуальных продуктов в процессе подготовки кадров в сфере инновационной деятельности. Принимая Закон об инновационной деятельности в Украине за конструктивный и объективно необходимый в современных условиях, но констатируя его неработоспособность в 2008 г. [17, с. 41], попытаемся выявить пути обеспечения его реализации, а также обосновать необходимость агрессивной политики для этого.

Анализируя структуру исходных составляющих государственной инновационной политики (рис. 2), представленных в Законе, следует подчеркнуть их достаточно полный набор. Упомянутый в числе основных принципов необходимый выбор государственных приоритетов инновационного развития реализован в специальном Законе о приоритетных направлениях инновационной деятельности в Украине (№ 433-IV 16.01.2004 г. Верховна Рада Украины). В этом законе предложены восемь стратегических приоритетных направлений, детализированных в соответствующие среднесрочные направления. Возможно, разработчики этого Закона опирались на такие же методические подходы как в настоящей работе, поскольку среди стратегических и среднесрочных рекомендованных приоритетных направлений на первом месте находятся новые и обновленные источники энергии, модернизация электростанций, новые ресурсосберегающие технологии, а на втором – машиностроение и приборостроение как основа высокотехнологического обновления всех отраслей производства и развитие высококачественной металлургии. Все остальные шесть направлений (нанотехнологии, микроэлектроника, информационные технологии, телекоммуникации; совершенствование химических технологий, новые материалы, развитие биотехнологий; высокотехнологическое развитие сельского хозяйства и перерабатывающей промышленности; транспортные системы: строительство и реконструкция; охрана и оздоровление человека и окружающей среды; развитие инновационной культуры общества) и все среднесрочные их составляющие принципиально важны для решения проблем ускорения развития национальной экономики на новой основе. Для контроля за их реализацией в Законе предусмотрен систематический мониторинг как по обобщенной информации, так и по группе детализирующих ее показателей.

Вся система государственного регулирования инновационной деятельности в Украине в этих законах четко расписана по функциям между Верховной Радой,

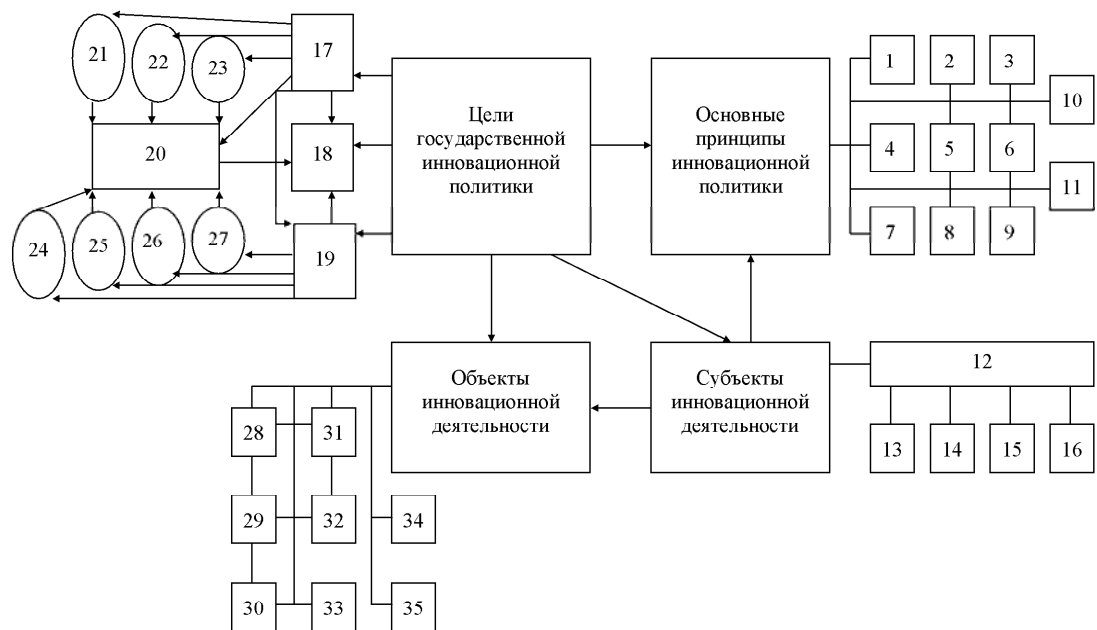


Рис. 2. Структура исходных составляющих государственной инновационной политики:

ИННОВАЦИОННАЯ СТРАТЕГИЯ РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ В КРЫМУ И УКРАИНЕ

1. Инновационный путь развития экономики.
2. Содействие развитию инновационной инфраструктуры.
3. Финансовая, кредитная и налоговая поддержка инновационной деятельности.
4. Выявление государственных приоритетов инновационного развития.
5. Сохранение, развитие и использование отечественного научно-технического и инновационного потенциала.
6. Взаимодействие науки, образования, производства, финансово-кредитной сферы в развитии инновационной деятельности.
7. Формирование нормативно-правовой базы инновационной деятельности.
8. Информационное обеспечение субъектов инновационной деятельности.
9. Защита отечественной продукции на внутреннем и внешнем рынке, поддержка международной НТ кооперации, трансферта технологий.
10. Подготовка кадров в сфере инновационной деятельности.
11. Эффективное использование рыночных механизмов для содействия инновационной деятельности; поддержка предпринимательства в научно-производственной сфере.
12. Осуществляют инновационную деятельность. Привлекают имущественные и интеллектуальные ценности. Вкладывают собственные или заемные средства для реализации инновационных проектов.
 13. Физические лица Украины и других стран.
 14. Юридические лица Украины и других стран.
 15. Лица без гражданства.
 16. Объединения физических, юридических и лиц без гражданства.
 17. Создание условий.
 18. Создание и реализация новых видов конкурентоспособной продукции.
 19. Обеспечение внедрения современных технологий.
 20. Эффективное воссоздание, развитие и использование научно-технического потенциала страны.
 21. Социально-экономических.
 22. Организационных.
 23. Правовых.
 24. Ресурсосберегающих.
 25. Энергосберегающих.
 26. Безопасных.
 27. Экологически чистых.
 28. Организационно-технические решения по улучшению структуры и качества в производстве и социальной сфере, в административной, коммерческой и прочих сферах деятельности.
 29. Инфраструктура производства и предпринимательства.
 30. Производственное оборудование (техника) и процессы (технологии).
 31. Механизм формирования потребительского рынка и сбыта товарной продукции.
 32. Товарная продукция.
 33. Сырьевые ресурсы, средства их добычи и переработки.
 34. Инновационные программы и проекты.
 35. Новые знания и интеллектуальные продукты.

Кабинетом Министров и региональными звеньями власти. Весь процесс их взаимоотношений в этой сфере деятельности детально регламентирован. Однако, во

всех взаимоотношениях отсутствует мотивационный механизм, позволяющий с нижнего уровня от предприятий и организаций по всем звеньям власти сформировать полноценную систему руководства и управления с обязательными в ней элементами обратной связи, включающими заинтересованность всех исполнителей и их руководителей в результативности этих процессов и их ответственность, в случае низких результатов или их отсутствии.

Отмеченная необходимость усиления агрессивности в проведении политики инновационного развития экономики имеет несколько составляющих. Первая из них лежит на поверхности – это органы власти. Но легче всего увидеть отсутствие в их деятельности главной функции управления: в нашей стране так было всегда. Все звенья в стране – и отраслевые, и территориальные – были приучены к централизованным решениям, зачастую не обеспеченным ресурсно. Отмеченные законы Украины – это тоже централизованные решения, они тоже не подкреплены ресурсами. Однако это не означает, что в таком случае их не надо выполнять. Рыночная экономика предполагает инициативу на местах большую, нежели в органах власти, она рассчитана на включение механизма самофинансирования, самоорганизации и самоуправления на предприятиях и в организациях.

Поэтому главной составляющей ускорения инновационного развития экономики страны, ее отраслей и регионов является низовое, начальное ее звено – предприятия, организации и учреждения. Ни для кого не является секретом, что на этом уровне главным мотивационным рычагом служит уровень их компетенций, в основе которых лежат знания. Уровень знаний работающего населения зачастую прямопропорционально определяет результативность их работы. Поскольку уровень оплаты труда, устанавливаемый адекватно его результативности, может воздействовать на поступательное инновационное развитие экономики, возникает настоятельная необходимость обучить работников знаниям по умению воздействовать на эти процессы, по разработке экономического механизма и системы, обеспечивающих такое воздействие.

Согласованные университетами в Министерстве образования и науки Украины учебные планы по обучению магистров по управлению инновационной деятельностью могут иметь такую же результативность для экономики, как и упомянутые законы Украины. Они охватывают все важнейшие составляющие процессов инновационного развития экономики, дают возможность получить большие объемы информации по всем элементам этих составляющих, но могут оставить в растерянности слушателей, если их не подчинить решению четко определенной проблемы в море инновационных процессов. Именно здесь университеты должны проявить определенную агрессивность в выборе и обосновании стержневой инновационной проблемы. Далее для учебных и научных целей следует на примере региона, где размещается университет, сформировать информационную базу, характеризующую уровень технологического совершенства по всем видам экономической деятельности и по всем административным территориям с возможно полной детализацией по формирующим их предприятиям и организациям. На этой основе можно исследовать динамику и тенденции изменения уровня развития и совершенства экономики. В принципе, в объемах этих

ИННОВАЦИОННАЯ СТРАТЕГИЯ РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ В КРЫМУ И УКРАИНЕ

данных тонут даже специалисты Министерств экономики, финансов, комитетов по статистике, по труду и социальной политике и др. Поэтому ранее обоснованный приоритет для экономики Украины и Крыма – устранение энерго- и топливо зависимости за счет перехода на возобновляемые ресурсы, позволит более четко ориентировать процессы подготовки специалистов по управлению инновационной деятельностью на примере решения этой проблемы.

Выводы и предложения. Реальное состояние экономики в Автономной Республике Крым свидетельствует об ее стабильно низкой эффективности. Доля наличных доходов населения в валовом региональном продукте держится на стабильно высоком уровне составив в 2005 г. – 0,841, в 2006 г. – 0,82 в сравнении с 0,688 в 2000 г. и 0,771 – в 2001 г., что не оставляет места для отчислений от прибыли в этом показателе ввиду низкой эффективности производства.

Доля населения, имеющего среднедушевые расходы ниже прожиточного минимума достигла в 2006 г. 53,6%, уменьшившись с 92-93% в 2001-2003 гг.

Количество зарегистрированных браков в динамике постоянно опережает количество родившихся детей на 20-30%, так как молодые, но малообеспеченные семьи не стремятся заводить детей.

Динамика количества зарегистрированных безработных корреспондируется с динамикой количества умерших в регионе.

Число молодежи в возрасте от 20 до 29 лет в период 2007-2017 гг. снизится на 15%, что приведет к уменьшению числа студентов на 25,7%.

Экономика Крыма имеет 90%-ю зависимость по поставкам электроэнергии из-за пределов региона.

Экономика Украины имеет внешнюю зависимость от поставщиков нефти, бензина и дизельного топлива в 2006 г. в размере 71,55%, а по природному газу – 70,28% и постоянное снижение своей эффективности из-за возрастающих цен на эти виды топлива.

Вопросы снижения энергозависимости от внешних поставщиков поставлены в число первого приоритетного направления в государственной инновационной политике Украины.

Реализация государственной инновационной политики требует усиления агрессивного подхода на уровне отдельных предприятий и организаций.

Предлагается реализовать два подхода для уровня предприятий и организаций:

- поставить зависимость оплаты труда всех руководителей предприятий и их подразделений от степени достижения мирового уровня инновационного развития в вопросах замещения традиционных энерго- и топливных ресурсов возобновляемыми ресурсами;

- предусмотреть в университетах Украины подготовку магистров по специальностям, связанным с инновационной деятельностью, ориентацию всего учебного процесса на решение проблем приоритетных направлений инновационной деятельности, специфичным для региона, где размещены университеты.

Список литературы

1. Статистичний щорічник Автономної Республіки Крим за 2006 рік. – Сімферополь: ГУС АРК, 2007. – 616 с.
2. Подсолонко Е.А. Региональная экономика: конкурентоспособность и управление компетенциями. – Симферополь: КРП Крымучпедгиз, 2007. – 642 с.
3. Статистичний щорічник України за 2006 рік. – К.: Консультант, 2007. – 552 с.
4. Статистичний щорічник України за 2004 рік. – К.: Консультант, 2005. – 592 с.
5. Энергосбережение. № 3(7). 2008. Севастополь. Флаг Родины. – 16 с.
6. Deutschland.RU № 2/2008. Социететс-ферлаг. Франкфурт-на-Майне.- 68с.
7. А.Прохоренко. Кладовая солнца. <http://www.np.kz/index.php?Newsid=646>
8. <http://ht.ua/news/49432/html>
9. Пивнюк В.А. Почему солнечно-водородная энергетика. В мире науки. Перспективы, апрель 2008, № 4. <http://www.sciam.ru/2008/4/perspektive.shtml>
10. Солярий, солнечный <http://news.metalloprokat.com.ua/?p=60>
11. Биодизель из стеблей и соломы. Экономика. 04.11.2006 <http://www.dw-world.de/dw/article/0,2144,2221616,00.html>
12. Велигорский В. 100 гран для сугреву. Бизнес. №38. 22.09.2008. Киев. – 164 с.
13. <http://eplus.com.ua/news/2008-02-08-15-41-52.html>
14. Бузин Н. Что нам могут дать альтернативные источники энергии? Инвестиции. 2006/04/06. №12(134) за 2006 год.
15. Державна програма економічного і соціального розвитку України на 2007 рік. Проект. 2006. – 443 с.
16. Стратегія економічного і соціального розвитку України (2004-2015 роки). Шляхом європейської інтеграції. Гальчинський А.С., Гесць В.М. та ін. – К.: ІВЦ Держкомстату України, 2004. – 416 с.
17. Україна-2015: національна стратегія розвитку. – Київ, 2008. – 73 с.
18. Закон України Про інноваційну діяльність. (Відомості Верховної ради (ВВР), 2002, № 36, ст. 266) (Із змінами...)

Поступила в редакцію 30.05.2008 г.

Подсолонко В.А., Скоробогатова В.В. Інноваційна стратегія розвитку економіки в Криму і Україні // Вчені записки ТНУ. Серія: Економіка, 2008. – Т. 21 (60). – № 1. – С. 186-202.

Розглянуто стан соціально-економічного розвитку Автономної Республіки Крим більш ніж за 10 років. Виконано оцінку впливу на цей розвиток рівню паливної і енергетичної залежності економіки України і Крима від зовнішніх постачальників. Запропоновано інноваційні шляхи усунення цієї залежності на основі агресивної політики мотиваційного та образотворчого характеру.

***Ключові слова:** інновації, енергозалежність, мотивація*

Podsolonko V.A., Skorobogatova V.V. Innovative Strategy of Development of Economy in Crimea and Ukraine // Uchenye zapiski TNU. Series: Economy, 2008. – Vol. 21 (60). # 1. – P. 186-202.

The condition of social and economic development of Autonomous republic Crimea more than for 10 years is considered. The estimation of influence on this development of a level of fuel and power dependence of economy of Ukraine and Crimea from external suppliers is executed. Innovative ways of elimination of this dependence are offered on the basis of an aggressive policy of motivational and educational character.

***Key-words:** innovations, volatility, motivation*

УДК 332.1.:001.26:339.137.2(477)

СТРУКТУРНАЯ ОПТИМИЗАЦИЯ РЕГИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ, ОРИЕНТИРОВАННАЯ НА ПОВЫШЕНИЕ ЕЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ

Подсолонко Е.А.

Исследована динамика конкурентоспособности экономики и ее составляющих в регионе. Сформированы варианты достижения стратегических результатов конкурентоспособности экономики в регионе, направленные на рост благосостояния населения. Предложены методы совершенствования управления процессами улучшения структуры региональной экономики, направленные на обеспечение целенаправленного роста ее конкурентоспособности.

Ключевые слова: конкурентоспособность, экономика, регион, структурная оптимизация, моделирование социально-экономического развития регионов.

Постановка проблемы в общем виде и ее связь с важными практическими задачами. В 2008 г. по результатам рейтинга Индекса Глобальной Конкурентоспособности Украина заняла 73 место среди 131 стран, продолжая наращивать отставание от всех стран Европы, кроме Болгарии и Румынии. За последние три года по мере увеличения количества стран в рейтинге наша страна переместилась на более дальние позиции – в 2006 г. 64 место среди 114 стран, в 2007 г. – 69 среди 122 [1, с. 7, 22, 23, 26, 69].

Конкурентоспособность является результатом интеграции компетенций руководителей высшего уровня, профессиональных кадров во внутренние и внешние процессы, формирующие стабильное экономическое развитие страны, рост благосостояния населения.

Распоряжением кабинета министров Украины от 03.09.08 № 1663 – р «План заходів на 2009 рік щодо реалізації Державної стратегії регіонального розвитку на період до 2015 року» [2] определено: «Визначити структурні проблеми у кожному регіоні, які мають вплив на конкурентоспроможність і потенціал зростання, і подати ... пропозиції щодо їх розв'язання».

Исследование динамики конкурентоспособности экономики и ее составляющих в конкретном регионе позволит сформировать варианты достижения стратегических результатов конкурентоспособности экономики в регионе, осязаемых всем населением региона и касающихся его благосостояния. Необходимость осуществления структурной оптимизации региональной экономики, является важным аспектом, способствующим повышению конкурентоспособности регионов и страны в целом.

Анализ последних публикаций по теме исследования. В работах современных ученых конкурентоспособность регионов Украины продемонстрирована с позиции ее оценки (Амоша АИ., Дубнина М., Качура С., Ляшенко В. [3]), стратегии ее повышения (Голикова Т.В. [4]). Особая роль в исследованиях уделяется непроизводственной сфере (Долишний М.И. [5]).

профилирующей и приоритетной сфере хозяйствования в регионе (Ефремов А.В. [6], Осландер М.А., Милашко О.Г. [7]), поиску путей конкурентоспособности, как основного направления устойчивого развития (Ткаченко Т.И. [8, 9]), а в ней – повышение конкурентоспособности персонала (Гаврилюк С.П., Музыка О.Н. [10]).

Стратегия социально-экономического развития региона изучена с позиции структуры (Гринева В.М., Новикова М.Н. [11]), комплексной оценки ее эффективности на основе критериев качества жизни населения (Артеменко В.Б. [12]), методологического подхода к интегральным оценкам результатов социально-экономической деятельности региона (Побурко Я.О., Пушак Я.Я. [13]), представлена классификация комплексных программ территориального развития (Пулинский И. [14]), продемонстрированы аспекты планирования и прогнозирования (Минченко М.В., Чижов Л.П., Фролов А.В. [15]), социально-экономическая динамика, проблемы и перспективы развития регионов страны (Чмырь Е.С., Пила В.И., Гарасюк О.А. [16]).

Изучены вопросы формирования архитектуры регионального экономического пространства (Василенко В.Н. [17]). Вопросы районирования государственного экономического пространства рассмотрены с позиции развития теоретических и практических составляющих (Фашевский М.И. [18]), разработки концепции (Данилишин Б.М. [19]), создания условий равномерного экономического развития регионов Украины (Долишний М.И., Побурко Я.О., Карпов В.И. [20]), трансформации структуры региональной экономики (Мельник Л.В., Мельник Л.М. [21], Симоненко В. [22], Долишний М.И. [23]), поиска стратегии оптимального развития (Голиков А.П., Эпштейн В.М., Черномаз П.А. [24]). Определены проблемы и приоритеты регионального развития страны (Варналий З.С. [25]), базирующиеся на анализе проблем и их решений на инновационном пути (Амоша А.И. [26]).

Зарубежные авторы вносят значимый вклад в решение проблем конкурентоспособности регионов (Морозова Г.А. [27], Белякова Г.Я. [28]) в сравнении с достижениями стран мира (Куликов Г.В. [29]), в соответствии с поставленными целями развития (Цыгичко А. [30]) и оценки конкурентных позиций регионов (Шнипер Р.И. [31], Селезнев А.З. [32]), стратегией управления конкурентоспособностью экономики (Фатхутдинов Р.А. [33]). Разработаны методы создания (Шеховцева Л.С. [34]) и теоретические модели конкурентоспособности (Ахматова М. [35]).

Нерешенные части проблемы. Для придания системности имеющимся солидным результатам исследований украинских и зарубежных ученых в данной статье изучена динамика конкурентоспособности экономики и ее составляющих в конкретном регионе, предложены варианты достижения стратегических результатов конкурентоспособности экономики в регионе, осязаемых всем населением региона и касающихся его благосостояния.

Цели и задачи. Целью данной статьи является создание механизма формирования совокупности профессиональных команд, воздействующих своими компетенциями на процесс поэтапного роста конкурентоспособности в регионе до достижения показателей мирового уровня.

**СТРУКТУРНАЯ ОПТИМИЗАЦИЯ РЕГИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ,
ОРИЕНТИРОВАННАЯ НА ПОВЫШЕНИЕ ЕЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ**

Достижение поставленной цели подчинено решению следующих задач:

– обосновать приоритетность системообразующей сферы деятельности в регионе, проанализировать долю ее вклада в ВДС региона в сравнении с другими видами экономической деятельности.

– сформировать графические модели поэтапного приращения конкурентоспособности, обеспечивающие повышение результативности управления конкурентоспособностью региональной экономики;

– показать реальные преимущества прогноза управляемого роста ВДС (ВРП) в регионе на основе гармонизации структуры видов экономической деятельности при формировании этого показателя с поэтапным приближением к результатам, принятым за эталон в периодах в моделях стратегических расчетов на период по 2015, 2020 и 2025 гг.;

– сформировать модель актуализации знаний руководителей их подразделений, модель инновационного обучения управлению повышением конкурентоспособности региональной экономики с учетом выработанных рекомендаций по опережающим темпам развития отраслей, оказывающих услуги, в сравнении с отраслями, вырабатывающими товары, для формирующих их видов экономической деятельности.

1. ОБОСНОВАНИЕ ПРИОРИТЕТНОЙ СФЕРЫ ХОЗЯЙСТВОВАНИЯ В КРЫМСКОМ РЕГИОНЕ

В настоящее время существенно изменились соотношения в результативности отраслей хозяйствования. В 1990 г. прибыль предприятий и хозяйственных организаций в Крыму была выше величины всех доходов в местных бюджетах Крыма в 2,29 раза [36, с. 175, 176], в 2005 г. – ниже в 4,23 раза, а в 2006 г. – в 5,34 раза [37, с. 41, 48]. Несмотря на проблемы в развитии экономики Украины и Крыма в конце 80-х годов, удельный вес промышленности в формировании отмеченной прибыли колебался от 41,57% в 1985 г. до 33,87% в 1990 г., составляя при этом в 1985 г. 127,79% от величины доходов в местных бюджетах, в 1989 г. – 115,09% и только в 1990 г. – 77,51%. Соответственно доля сельского хозяйства в общей прибыли составляла в 1985 г. 24,72%, в 1987 г. – 32,84%, в 1989 г. – 35,93% и в 1990 г. – 41,52%, достигнув 95,03% от величины доходов в местных бюджетах [38, с. 175, 176]. Годы нового столетия не отличаются устойчивостью в эффективности развития региональной экономики Крыма по видам экономической деятельности. К примеру, в 2001 г. промышленность Крыма принесла 62,9% прибыли из общей ее массы, а сельское хозяйство дало 27,17% убытков, а вместе с рыболовством – 36,44% убытков. Уже в 2002 г. все эти отрасли, плюс строительство давали только убытки. В 2003 г. промышленность была по-прежнему убыточна. В 2004 и 2005 гг. сельское хозяйство приносило прибыли больше чем промышленность втрое (2004 г.) и на 26% (2005 г.), но в 2006 г. сельское хозяйство имело лишь 5,2% прибыли от ее величины в промышленности и 4,4% – от общей величины прибыли по Крыму (в 2005 г. – 58,5%, а в 2004 г. – 63,1%). Строительство из этих шести лет имело три года убытки и три года – прибыль (в 2006 г. – 4,6% от общей прибыли по Крыму) [37, с. 48].

На фоне постоянного роста величины ВДС по всем видам экономической деятельности в Крыму за последнее пятилетие, эффективность этой деятельности постоянно колебалась (табл. 1).

Таблица 1
ВРП / Валовая добавленная стоимость и финансовый результат до налогообложения по видам экономической деятельности в Крыму за 2001-2005 гг. [37, с. 37, 48]

	ВДС в фактических ценах, млн. грн.					Прибыль (убытки), млн. грн.					
	2001	2002	2003	2004	2005	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Всего	5492	6033	7309	9308	11937	168,2	-107,3	51,9	317,2	605,6	637,8
Сельское хозяйство, охота, лесное хозяйство	996	893	950	1175	1371	-45,7	-87,4	34,4	200	354,5	28,2
Рыбалка, рыболовство	67	64	54	57	66	-15,6	-18,6	-32,9	-21,7	- 2	22
Добывающая промышленность	99	114	126	156	235						
Перерабатывающая промышленность	678	682	877	1178	1679	105,8	-139,1	-119,5	70	281,4	535,6
Производство электроэнергии, газа и воды	189	183	231	313	411						
Строительство	298	324	403	567	670	3,9	-14,4	4,1	-33	-2,3	29,5
Торговля; ремонт автомобилей, бытовых предметов и предметов личного потребления	646	766	975	1129	1489	24	28,7	-10,1	12,1	12,7	106,7
Деятельность отелей и ресторанов	117	129	151	234	255	-0,5	1	-22,4	-17,6	-16,3	-30,3
Деятельность транспорта и связи	730	872	1150	1297	1447	77,5	137	237,5	101,9	-38,4	-16,4
Финансовая деятельность	125	129	149	280	291	4,9	-1,6	3	12,1	4,9	9,3
Операции с недвижимым имуществом, аренда, инжиниринг и предоставление услуг предпринимателям	307	356	442	631	1007	-0,3	-17,7	-26,4	-15,4	-3,4	-28,8

**СТРУКТУРНАЯ ОПТИМИЗАЦИЯ РЕГИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ,
ОРИЕНТИРОВАННАЯ НА ПОВЫШЕНИЕ ЕЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ**

Продолжение таблицы 1

Государственное управление	331	429	458	636	902	0,3	0,2	-0,4	0,7	0,5	0,4
Образование	362	411	516	637	786	1,3	1,7	2,3	0,8	-0,4	-
Охрана здоровья и предоставление социальной помощи	436	519	642	811	1024	7,8	3,3	-17,5	3,5	8	-15,1
Предоставление коммунальных и индивидуальных услуг; деятельность в сфере культуры и спорта	111	162	185	207	304	4,8	-0,3	-0,2	3,8	6,4	-3,3

В основном это было вызвано достаточно большим удельным весом количества убыточных предприятий в общем их числе (от 39% в 2001 г. до 32,8% в 2006 г.) [37, с. 50, 51], где большие суммарные убытки приносили предприятия как материальных отраслей деятельности – промышленности 29,2% в 2005 г., 32,6% в 2006 г., сельского хозяйства 12,7% в 2005 г., 11,2% в 2006 г. и строительства 9% в 2005 г., 8,1% в 2006 г., так и сферы услуг – торговли 16,7% в 2005 г., 10,4% в 2006 г., транспорта 12% в 2005 г., 9% в 2006 г., операций с недвижимостью 10,2% в 2005 г., 14,4 в 2006 г. [37, с. 50, 51].

Как правило, убытки – это неполученная прибыль из-за повышенных расходов на материалы, основные фонды или на заработную плату. Превышение затрат на заработную плату, уменьшая прибыль не снижает величину ВДС, поскольку они вместе ее формируют. Однако при этом происходит перераспределение налогов: вместо налога на прибыль предприятий возрастает величина налогов с доходов физических лиц, поступающих в бюджет. Разница в величинах процентных отношений по отчислению в бюджет между ними и определяет потери или приращения бюджета. При этом может быть затронута еще и величина поступлений в бюджет от налогов на увеличение рыночной стоимости [37 с. 304] (табл. 2).

Чтобы не погрязнуть в ухищрениях обмана системы налогообложения предприятиям необходимо решать четкую задачу: обеспечивать высокий уровень оплаты труда своих работников и уровень прибыли, не приводящий к увеличению рыночной стоимости продукции и услуг. Анализ показывает, что основную долю убытков в динамике развития, начиная с 2001 г., приносит деятельность малых предприятий в регионе [37, с. 304], (табл. 2).

Причем, если в 2001 г. их величина составляла всего лишь 17,5 млн. грн. на фоне общей прибыли в 168,2 млн. грн. (10,4%), то в 2005 г. – 134, 5 млн. грн. (22,2%), а в 2006 г. – 76,6 млн. грн. (12%). Учитывая, что среднегодовая численность наемных работников в малых предприятиях региона составляла 76,5 тыс. чел., то каждый работник усредненно своей деятельностью в год принес 1001 грн. убытков (в 2005 г. – 1698 грн.) (табл. 2). Если учесть, что в 2006 г. в регионе величина среднемесячной номинальной заработной платы наемных работников составляла 952 грн., то условно можно считать, что каждый работник малых

предприятий получал каждый месяц сверх зарплаты 83 грн. (1001 : 12), а в 2005 г. – 142 грн. в виде «премии» за перерасход себестоимости продукции, что составляло всего лишь 8,75% от ежемесячной зарплаты (а в 2005 г. – 19,5%) [37, с. 403].

Таблица 2

Предпринимательство и малый бизнес
Основные показатели динамики развития предприятий – субъектов
предпринимательской деятельности и малых предприятий [37]

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Количество предприятий, имевших объемы реализации	10237	10418	10350	10479
в т.ч. МП (с. 304)	6761	7845		8788	8906	8835	8874
Объем реализованной продукции (работ, услуг), млн. грн.	9854,1	11634,6	12521,4	15114,9	19129,7	23458,2	29812
в т.ч. МП (с. 304)	1386,6	1696,7	1850,5	2167,1	2566,6	2788,9	3105,9
в %	14,1	14,6	14,8	14,3	13,4	11,9	10,4
Операционные затраты с реализованной продукцией (работ, услуг), млн. грн.	14972,4	18607,7	23327,7	29337,4
в т.ч. МП (с. 304)				2187,1	2689,2	2945,6	3324,8
Финансовый результат от обычной деятельности до налогообложения, млн. грн.	172,7	168,2	- 107,2	51,9	317,2	605,6	637,8
в т.ч. МП (с. 304)	21,1	-17,5	-68,1	-57,2	-110,6	-134,5	-76,6
Среднегодовая численность наемных работников, тыс. чел.* (с. 385)	508,74	481,87	458,58	436,08	413,82	407,86	403,33
всего по региону, из них – предпринимателей, тыс. чел.	375,2	359,7	344,1	324,1	319,4	307,5	301,9
в т.ч. малые предприятия	65,5	75,6	81	85,1	92,3	79,2	76,5
в %	17,5	21	23,5	26,3	25,8	25,8	25,3
процентов к предыдущему году	93,8	95,9	95,7	94,2	98,5	96,3	98,2
в т.ч. МП	99,7	115,4	107,1	105	96,7	96,2	96,6

* Штатных и внештатных работников

Абсолютно наибольшие убытки в 2006 г. принесли своей деятельностью малые предприятия промышленности – 27 млн. грн., транспорта и связи – 26,7 млн. грн., сельского хозяйства – 25,4 млн. грн., отелей и ресторанов – 18,9 млн. грн. и оптовой

**СТРУКТУРНАЯ ОПТИМИЗАЦИЯ РЕГИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ,
ОРИЕНТИРОВАННАЯ НА ПОВЫШЕНИЕ ЕЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ**

торговли – 15,6 млн. грн. [37, с. 313]. При этом, если в промышленности на одного работника малых предприятий приходилось 2110,86 грн. убытков за год, то в сельском хозяйстве – 4792,455 грн., в транспорте и связи – 4333,71 грн., в деятельности отелей и ресторанов – 3067,18 грн., в оптовой торговле – 2785,71 грн., в финансовой деятельности – 3389,83 грн., тогда как в строительстве – 1304,58 грн., а в операциях с недвижимостью – только 243,2 грн. убытков, а в услугах – 301,98 грн. прибыли на одного работника (табл. 3).

На основе этих примеров возникает вопрос о необходимости выбора эффективных путей развития в регионе малого предпринимательства. Как показывает анализ, из 10479 предприятий, производивших и реализовавших продукцию и услуги в 2006 г. в регионе, 8874 – малые предприятия (табл. 3). В промышленности на одно МП пришлось 24,48 тыс. грн. убытков в год при 12791 человек наемных работников в транспорте – 40,64 тыс. грн. при 6161 работнике, в строительстве – 13,46 тыс. грн. при 9275 работнике, в сельском хозяйстве – 66,49 тыс. грн. при 5300 работниках, в ресторанах и отелях – 28,81 тыс. грн. при 6162 наемных работников, в оптовой торговле – 11,92 тыс. грн. при 5600 работниках. На этом фоне – 3,5 тыс. грн. прибыли в год на одно малое предприятие из 400 сферы услуг вроде бы не очень крупный результат для 4636 ее работников. Однако для всего населения региона этот результат более предпочтителен, чем убытки в размере казалось бы всего лишь 1,79 тыс. грн. на каждое из 2180 малых предприятий при 16036 занятых на них наемных работников по операциям с недвижимым имуществом. К примеру, одно предприятие сферы услуг в 2006 г. принесло объем реализованных услуг в размере 241 тыс. грн. или 20,79 тыс. грн. на одного работника, а в операциях с недвижимостью – 201 тыс. грн. и 27,35 тыс. грн. соответственно. Следовательно, с позиций производительности предприятий и обеспечения занятости населения региона развитие в сфере услуг числа малых предприятий более предпочтительно в сравнении с деятельностью по операциям с недвижимостью, где в 2006 г. было занято 20,96% всего числа наемных работников малых предприятий региона. Для сведения подчеркнем, что выработка объема реализованных услуг даже отелями и ресторанами составила в Крыму в 2006 г. 236 тыс. грн. на одно малое предприятие и 25,14 тыс. грн. на одного их работника (табл. 3). Какие выводы можно сделать из приведенных примеров? Как можно вернуть преобладание величины прибыли всех предприятий региона над величинами всехчетырехкратного отставания в 2005 г. и пятикратного в 2006 г.? Можно ли это сделать, просто вернув объемы производства по всем видам экономической деятельности в последующие годы к его уровню в 1990 г.?

Однозначно можно ответить лишь одно, что так просто эту задачу решить уже невозможно. За прошедшие с 1990 г. годы изменился состав предприятий и организаций как количественно, так и содержательно. Если в Украине еще в 2000 г. в статистической отчетности отсутствовал учет числа субъектов единого государственного реестра предприятий и организаций, то в последующие годы появилась возможность проследить динамику изменения их числа и структуры.

За последнее десятилетие в Крыму количество таких объектов существенно возросло, с 28409 единиц на начало 1997 г. (4,6% от Украины в целом) до 47600 на начало 2007 г. (4,2% от Украины), [38, с. 80]. Не исключено, что это отставание

Таблица 3

Основные показатели деятельности предприятий – субъектов предпринимательской деятельности и малых предприятий по видам экономической деятельности в 2006 г. [37]

	Количество предприятий – субъектов предпринимательской деятельности		Количество предприятий, реализовавших продукцию и предоставивших услуги		Объем реализованной продукции (работ, услуг), млн. грн.		Операционные затраты с реализованной продукцией (работ, услуг), млн. грн.		Финансовый результат от обычной деятельности до налогообложения, млн. грн.		Среднее количество занятых работников, чел.*		Среднее количество наемных работников, чел.*		Всего наемных работников
	всего	в т.ч. МП	всего	в т.ч. МП	всего	в т.ч. МП	всего	в т.ч. МП	всего	в т.ч. МП	всего	в т.ч. МП	всего	в т.ч. МП	
Всего	17220	15612	10479	8874	29812	3105,9	29337,3	3324,8	637,8	-76,6	30883,5	83288	30193,4	76491	403334
С/х, охотничье-ство и лесное хозяйство	983	810	553	382	973,6	152,7	992,6	171,6	28,2	25,4	38361	5621	38032	5300	42285
Промышленность	2158	1797	1364	1103	8890,6	360,4	8372,2	423,6	535,6	27	102741	13443	102081	12791	69546
Строительство	2072	1879	1091	899	3908,2	441,6	3900,5	465,5	29,5	-12,1	31658	10101	30813	9275	20409
Торговля; ремонт авто-, бытовой техники и предметов личного потребления	4844	4261	2867	2284	12203	1112	11593,2	1138,6	107,6	8,4	38494	14883	36482	12925	23443
торговля автомобил-ми и мотоциклами, их техобслуживание и ремонт			283	221	1216,6	101,7	1201,4	101,5	33,5	19,6	4093	1693	3927	1533	10575
оптовая торговля и посредничество в оптовой торговле			1724	1308	9583,8	720,8	8996,9	745,3	60,2	-15,6	19199	6805	17954	5600	
розничная торговля, ремонт бытовых приборов и предметов личного потребления			860	755	1402,6	289,5	1394,9	291,8	13	4,4	15202	6385	14601	5792	

Продолжение таблицы 3

Деятельность отелей и ресторанов	1173	1126	703	656	446,9	154,9	474,3	173,2	-30,3	-18,9	12295	6617	11840	6162	9890
Деятельность транспорта и связи	1271	1165	763	657	1318,1	266,4	1353,2	296,1	-16,4	-26,7	23261	6739	22676	6161	42176
Финансовая деятельность	104	98	51	45	55,6	29,6	23,1	13,4	9,2	-1	496	342	447	295	8182
Операции с недвижимостью, аренда, инжин-ринг и предоставление услуг предпринимателям	3465	3349	2296	2180	1061,8	438,6	1628,2	480	-28,8	-3,9	32188	17459	30762	16036	20213
Образование	122	117	74	69	35,4	13,9	35,8	14,8	0	-0,1	1747	1-32	1673	960	59089
Охрана здоровья и предоставление социальной помощи	360	287	236	163	601	30,9	616,6	32,9	-15,1	-1,6	17033	1678	16898	1544	67454
Предоставление коммунальных и индивидуальных услуг; деятельность в сфере культуры и спорта	673	636	437	400	235,1	96,4	255,7	105	-3,3	1,4	8991	4929	8698	4636	17842
	с. 300	с. 307		с. 313		с. 310		с. 313		с. 313		с. 313		с. 312	с. 313, 385

* Включая штатных, внештатных и неоплачиваемых (собственников, основателей предприятий и членов их семей) работников.

*Включая штатных и внештатных работников.

роста числа предприятий и организаций в Крыму в сравнении со всей Украиной за последнее десятилетие привело к отмеченному ранее отставанию развития экономики в регионе (до 69% от уровня Украины в 2005 г. в выработке ВРП на одного человека). Однозначно, однако, нельзя утверждать, что отставание в развитии экономики Крыма базируется на количественном отставании приращения числа предприятий и организаций от среднего по Украине. Не исключено, что здесь могла сказаться структура этих предприятий и организаций в Крыму, эффективность и результативность их деятельности. Сравнивая удельный вес предприятий и организаций Крыма в их числе в целом в Украине – 4,2% с удельным весом производимой ими прибыли в 2006 г. в прибыли в целом в Украине – 0,84% (табл. 4) можно утверждать о низкой эффективности сформировавшейся в Крыму экономики в сравнении с остальными регионами Украины.

Число предприятий отраслей материального производства в Крыму 25,39% в сравнении с 24,97% в среднем в Украине. Однако их удельный вес в общей прибыли Крыма составил 93% против 51% в Украине. Но величина этой прибыли материальных отраслей Крыма имела долю в прибыли этих отраслей в Украине лишь в размере 1,52% при 42,7% удельного веса их числа.

Проанализируем пошагово истоки проявления этого отставания отдельно по видам этой группы экономической деятельности в регионе. К примеру, удельный вес предприятий и организаций сельского хозяйства Крыма составлял 4,09% от среднего по Украине, а создаваемая ими прибыль – только 1,03%. В промышленности эти соотношения были в 2006 г. как 3,67% и 1,54%, а в строительстве – 5,42% и 1,84%. Принимая соотношение доли прибыли региона в каждом i -ом виде экономической деятельности в средней ее величине в Украине Π_y^i к удельному весу числа предприятий i -го вида N_y^i ($\Pi_y^i : N_y^i$) за своеобразный условный коэффициент эффективности деятельности предприятий конкретного вида экономической деятельности K_s^i можно рассчитать коэффициенты эффективности для любого вида экономической деятельности в регионе: $K_s^i = \frac{\Pi_y^i}{N_y^i}$.

Обычно во всем мире поддерживают, прежде всего, деятельность наиболее прибыльных видов деятельности. Следует ли из полученных результатов, что в Крыму необходимо поддерживать именно развитие промышленности, как наиболее эффективной в экономике региона в конкретном 2006 г.?

В результате выполненных расчетов по этой формуле (табл. 4) явно просматривается провал в эффективности региональной экономики в Крыму в сравнении с достигнутой средней эффективностью в Украине по всем видам экономической деятельности в 2006 г. Видно, что самая высокая эффективность в Крыму поддерживается в промышленности как в абсолютных размерах доли ее прибыли в регионе (84 %), так и в средней отдаче ее предприятий по прибыльности против усредненной в Украине в 2006 г. (0,42).

Население региона рассредоточено в своей деятельности среди наемных работников более чем на 82% в других видах экономической деятельности и только на 17,24% – в промышленности (табл. 3). Для рекреационного региона Крым трудно

Таблица 4

Структура и эффективность деятельности предприятий и организаций Украины и Крыма по видам экономической деятельности в 2006 г. [38, с. 55, 82], [37, с. 48, 75]

	Количество предприятий и других организаций					Финансовый результат от текущей деятельности					Коэффициент текущей эффективности и региональной экономики
	Всего		в %		Крым в Украине	Млн. грн.		в %		Крым в Украине	
	Украина	Крым	Украина	Крым		Украина	Крым	Украина	Крым		
Всего	113200	47600	100	100	4,2*	76253,4	637,8	100	100	0,84 ¹	0,2
С/х, охотничье и лесное хозяйство	86792	3546	7,66	7,45	4,09	2731,8	28,2	3,58	4,42	1,03	0,25
Рыбалка, рыболовство	1671	155	0,15	0,33							
Промышленность	119181	4376	10,52	9,19	3,67	34699,6	535,6	45,5	83,98	1,54	0,42
Добывающая промышленность	3323	196	0,29	0,41							
Перерабатывающая промышленность	110534	3815	9,75	8,02							
Производство, распределение электроэнергии, газа и воды	5324	365	0,47	0,77							
Строительство	76934	4166	6,79	8,75	5,42	1603,1	29,5	2,1	4,63	1,84	0,34
Торговля; ремонт автомобилей, бытовых приборов и предметов личного потребления	288089	10883	25,42	22,86	3,78	10334,8	106,7	13,55	16,73	1,03	0,27
Деят. отелей и ресторанов	20914	2091	1,85	4,39	10	-63,2	-30,3	-0,08	-4,75	-47,9	-4,79

Продолжение таблицы 4

Деятельность транспорта и связи	34770	2289	3,07	4,81	6,58	8499,7	-16,4	11,15	-2,57	-0,19	-0,03
Финансовая деятельность	17154	618	1,51	1,3	3,6	11664,7	9,3	15,3	1,46	0,08	0,02
Операции с недвижимым имуществом, аренда, инжиниринг и предоставление услуг предпринимателям	127192	5539	11,22	11,64	4,35	6051,2	-28,8	7,94	-4,52	-0,48	-0,11
Государственное управление	50234	1804	4,43	3,79							
Образование	40747	1334	3,6	2,8							
Охрана здоровья и предоставление социальной помощи	27510	1547	2,43	3,25							
Предоставление коммунальных и индивидуальных услуг; деятельность в сфере культуры и спорта	141866	6519	12,52	13,7	4,6	546	-3,3	0,72	-0,52	-0,6	-0,13
Деятельность домашних хозяйств		1									

*Удельный вес показателя в Крыму в его величине в целом по Украине

обосновать развитие промышленности. По официальной статистике в материальном производстве наибольшая занятость в виде наемных работников в 2006 г. была в промышленности (108,6 тыс. наемных работников из 115,5 тыс. занятых в ней человек, или 95,7%). Поэтому можно условно считать, что внутренние резервы в развитии промышленности на основе улучшения экстенсивного использования человеческого ресурса в Крыму в основном исчерпаны (табл. 5).

Аналогично и в строительстве, где число наемных работников составляет 92,6% от числа занятого населения, чего нельзя сказать о сельском хозяйстве, где эта величина равна всего лишь 31,6%, при 191,4 тыс. занятых и 60,5 тыс. из них наемных работников при 40,3 тыс. штатных сотрудников.

В сфере услуг, где только в торговле, ресторанном и гостиничном бизнесе заняты 220,6 тыс. чел., к числу наемных работников относятся лишь 60,7 тыс. работников или 27,5% при 32 тыс. штатных работников.

Практически только два последние направления отвлекают из 908,6 тыс. чел., занятых в Крыму полезной деятельностью, 412 тыс. человек или 45,3%, из которых в штатной численности 403,3 тыс. работников представлены только 72,3 тыс. или 17,9%, а в числе наемных 580,4 тыс. работников – 121,2 тыс. или 20,9%. Очевидно разница в 24,4-27,4% – это резерв человеческого потенциала в экстенсивном росте производства в сельском хозяйстве, в торговле, ресторанном и гостиничном бизнесе.

Отставание числа занятого населения в сфере оказания коммунальных и индивидуальных услуг, деятельности в сфере культуры, отдыха, развлечений и спорта, включая туризм, (38,6 тыс. чел.) от всех остальных видов деятельности (строительство 41,9 тыс., государственное управление – 43,2 тыс., операции с недвижимостью – 48,5 тыс., деятельность транспорта и связи – 60,8 тыс.) по всей видимости свидетельствует о непонимании руководителями региональной экономики роли этого вида экономической деятельности вообще для региональной экономики и для экономики крымского региона в частности. В Крыму этот вид деятельности занимает 4,25% от всего занятого населения региона в сравнении с 4,01% в среднем по Украине [38, с. 356]. Однако, в среднем по Украине промышленность имеет долю в занятом населении в 19,5% в сравнении с 12,5% в Крыму. Поэтому вполне логично было бы увидеть разницу в 7% в услугах в Крыму против Украины в среднем, а не в 0,24% как оказалось фактически.

Начальной точкой отсчета уровня жизни населения и социально-экономического развития, приближающегося к мировым стандартам в регионе может служить показатель ВДС. Динамика ВДС по видам деятельности в Крыму показывает, что в новом веке в нее устойчиво уменьшается вклад только сельского хозяйства, а увеличивается в операциях с недвижимостью и в государственном управлении (табл. 6).

Туризм, по официальной статистической отчетности, входит в вид экономической деятельности по оказанию коммунальных и индивидуальных услуг в раздел деятельности в сфере развлечений, отдыха, спорта и культуры. Динамика развития этого раздела по его доле в ВДС Крыма устойчиво положительна, хоть доля и незначительна (в 2001 г. – 0,9%, в 2003 г. – 1,2%, в 2005 г. – 1,3%) (табл. 6).

Таблица 5

Структура человеческого потенциала в Крыму по видам экономической деятельности
в 2006 г. [37, с. 338, 367, 369, 388, 389, 476, 478]

	Население, тыс. чел. на 01.01.07	Экономически активное население, тыс. чел.	Безработные	Заняты, тыс. чел., 2006 г.	из них наемные работницы	в т.ч. платные	с высшим образованием		пенсионеры	Обучен. новым профессиям	Повысили квалификацию	Число обучающихся		
							баз. и нетрудовое	полным				ПТУ	I-II	III-IV
Всего	1977,1	957,2	48,6	908,6	580,4	403,3	98,1	106,9	71,4	9,3	32,2	16,1	11,2	58,9
С/х, охотничье и лесное хозяйство				191,4	60,5	40,3	6	3,5	5	1,6	0,6			
Рыбалка, рыболовство						1	0,15	0,1	0,2	0,07	0,1			
Промышленность				113,5	108,6	70,4	17,3	12,7	14,5	4,3	10,4			
Добывающая промышленность														
Перерабатывающая промышленность														
Производство, распределение электроэнергии, газа и воды														
Строительство				41,9	38,8	20,7	3,9	3,9	3,1	0,5	0,7			
Торговля; ремонт автомобилей, бытовых приборов и предметов личного потребления				220,6	60,7	23,6	6,3	5,4	3	0,3	0,5			
						8,4	3,3	2,2	1,8	0,07	0,3			

Таблица 6

Динамика ВДС в Крыму по видам экономической деятельности
с 2001 по 2005 гг. [39, с. 38; 40, с. 41; 37, с. 37; 38, с. 29, 30]

	Условные обозначения	Валовая добавленная стоимость									Украина	
		в фактических ценах, млн. грн.			в % к итогу			доля в выпуске, %			доля в выпуске, %	
		2001	2003	2005	2001	2003	2005	2001	2003	2005	2005	2006
Всего	РЭ	5492	7309	11937	100	100	100	44,8	46,9	45,1	39	39
<i>Отрасли, вырабатывающие товары</i>	ОМ	2327	2641	4432	42,4	36,1	37,1	33,2	33,7	32,5	28,6	28
С/х, охотничество и лесное хозяйство	СХ	996	950	1371	18,2	13	11,5	45,3	43,9	40,8	42,8	41,9
Рыбалка, рыболовство	РХ	67	54	66	1,2	0,7	0,6	24,3	25,4	23		
Промышленность												
Добывающая промышленность	ДП	99	126	235	1,8	1,7	2	45,2	45,2	47,8	43,6	42,8
Перерабатывающая промышленность	ОП	678	877	1679	12,3	12	14	22,3	24,6	25,1	21,8	20,8
Производство и распределение электроэнергии, газа и воды	ПЭ	189	231	411	3,4	3,2	3,4	40,6	43,7	45,1	41,3	42,2
Строительство	С	298	403	670	5,5	5,5	5,6	37,3	36,8	35,2	35,6	37,8
<i>Отрасли, оказывающие услуги</i>	ОУ	3165	4668	7505	57,6	63,9	62,9	60,3	55,9	58,5	58	57,9
Торговля; ремонт автомобилей, бытовых приборов и предметов личного потребления	Т	646	975	1489	11,8	13,3	12,5	60,6	62,5	60,2	56,2	55,9
Деятельность отелей и ресторанов	ГР	117	151	255	2,1	2,1	2,1	44,1	43	37,7		

Продолжение таблицы 6

Деятельность транспорта и связи	ТС	729	1150	1447	13,3	15,7	12,1	60,2	58,1	52,4	52	51,5
Финансовая деятельность	Ф	126	149	291	2,3	2,1	2,4	67,3	68,7	72,2		
Операции с недвижимостью, аренда, инжиниринг	ОН	307	442	1007	5,6	6	8,4	66,1	63,1	58,3		
Предоставление услуг предпринимателям	ПрО	264,2	386	877	4,8	5,2	7,3	68,5	63,4	57,7		
Сфера информатизации	И	15,2	25	60	0,3	0,4	0,5	63,9	67,6	66,7		
Исследования и разработки	ИР	27,6	31	70	0,5	0,4	0,6	61,7	56,4	60,9		
Государственное управление	ГУ	331	458	902	6	6,3	7,6	60,9	61,5	69,9		
Образование	О	362	516	786	6,6	7,1	6,6	71,4	74,2	71,4	71,1	71,2
Охрана здоровья и предоставление социальной помощи	ОЗ	436	642	1024	7,9	8,8	8,6	55	56,7	56,8	61,1	61,7
Предоставление коммунальных и индивидуальных услуг	У	111	185	304	2	2,5	2,6	51,7	53,3	49,8		
Деятельность в сфере культуры и спорта												
Деятельность домашних хозяйств												
Переработка отходов	ПО	32,1	45	68	0,6	0,6	0,6	45,5	42,5	39,5		
Общественная деятельность	ОД	9,5	16	28	0,2	0,2	0,3	69,9	53,3	50		
Отдых, культура, развлечения, спорт	РОК	50,2	88	160	0,9	1,2	1,3	50,1	56,4	53,7		
Индивидуальные услуги	ИУ	19,3	36	48	0,4	0,5	0,4	63,9	65,5	57,2		

Об объемах туристического бизнеса в регионе судят по количеству отдохнувших или оздоровленных лиц в пансионатах, домах отдыха, санаториях и др. Число таких учреждений в Крыму колебалось от 533 в 2001 г. до 569 в 2005 г., число мест в них – от 124132 в 2001 г. до 127166 в 2005 г., а число отдохнувших – с 833 тыс. чел. в 2001 г. до 893,2 тыс. в 2003 г. и до 966,5 тыс. в 2005 г. [37, с. 530, 531]. Сравнимая динамику роста ВДС в 2003 и 2005 гг. по разделу развлечений 133,3% и 144,4% к 2001 г. с динамикой роста числа отдохнувших в Крыму 107,2% и 116% в этот период, можно отметить их количественный разрыв, условно приравнявая их структуру. Разница объясняется стремительным ростом цен на стоимость проживания в местах отдыха, обгоняющим улучшение качества обслуживания и даже рост цен на другие виды экономической деятельности. Так, цены в отелях Крыма возросли в 2002 г. до 120 % в сравнении с предыдущим годом, в 2003 г. – до 121,9%, в 2004 г. – до 116,3%, в 2005 г. – до 131,6% и в 2006 г. – до 118,6% [37, с. 68].

Следует отметить, что учет числа отелей и их емкости для проживания ведется отдельно от отдыхающих в пансионатах и санаториях, в дополнение к которым в Крыму насчитывалось в 2000 г. 89 гостиниц, а в 2005 г. – 78 и в 2006 г. – 81, соответственно с числом мест в них 11329, 12710 и 13542 для одновременного проживания [37, с. 534, 537]. При этом не каждая гостиница имела собственную автостоянку (в 2000 г. 10 автостоянок, а в 2005 г. – 17), свой ресторан (в 2000 г. – 11 ресторанов, а в 2005 г. – 13), сауну или бассейн (в 2000 г. – 21 сауна, а в 2005 г. – 31) [37, с. 539]. Возможно и эти факторы повлияли на уровень использования емкости гостиниц, составлявший в 2000 г. 0,28, а в 2005 г. – 0,35 [37, с. 539].

Согласно официальному определению ВДС рассчитывается как разница между выпуском и промежуточным потреблением, включает в себя первичные доходы, создаваемые участниками производства и распределяемые между ними [38, с. 27]. В первичные доходы прежде всего входит оплата труда наемных работников, включающая их заработную плату с отчислениями на социальное страхование, составившая в 2006 г. в Украине 56,7%, а также валовая прибыль и смешанный доход (42,6%) и налоги (0,7%). Следует отметить, что еще в 1990 г. эти составляющие ВДС в Украине имели удельный вес 55,5 %, 40,3 % и 4,2%. При этом в 1990 г. удельный вес промежуточного потребления в выпуске составлял 52,6%, а в 2005 г. он уже был 61% и в 2006 г. – также 61%, соответственно доля ВДС в выпуске сократилась до 39% в 2005 – 2006 гг. с 47,3% в 1990 г.

Если считать, что уровень промежуточного потребления тем выше, чем ниже уровень технологического совершенства экономики, то можно вычислить изменение величины конкурентоспособности экономики в стране и в ее регионах на основе этих показателей. Поскольку в Украине в конце 80-х годов официально было признано, что общая материалоемкость отечественной экономики вдвое выше, чем в передовых странах, можно условно считать эталонной точкой отсчета уровень промежуточного потребления в размере 26,3% от величины выпуска (52,6% : 2). Также условно коэффициент конкурентоспособности экономики Украины по материалоемкости в тот период составлял ($K_{эм}$) 0,5 (26,3 : 52,6), а в 2005 – 2006 гг. он снизился до 0,43 (26,3 : 61). Однако, если за этот же период передовые страны

**СТРУКТУРНАЯ ОПТИМИЗАЦИЯ РЕГИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ,
ОРИЕНТИРОВАННАЯ НА ПОВЫШЕНИЕ ЕЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ**

уменьшили свое промежуточное потребление хотя бы до 24%, то уровень конкурентоспособности экономики Украины в сравнении с ними снизился до 0,39 (24 : 61).

Здесь следует отметить, что изменение материалоемкости национальной и региональной экономики зависит с одной стороны от уровня технологического совершенства каждого вида экономической деятельности, а с другой стороны – от соотношения этих видов деятельности в экономике. Не случайно многие передовые в экономическом отношении страны имели удельный вес деятельности в виде услуг в ВВП страны выше 70%. В Украине даже в 1990 г. уровень промежуточного потребления в производстве услуг составлял 40,1%, а в производстве товаров (в материальном производстве) – 56,3%, в 2005 г. эти соотношения 42% и 71,4%, а в 2006 г. – 42,1% и 72% [38, с. 29, 30], что свидетельствует о продолжающемся ухудшении состояния экономики в Украине, как в сфере услуг, так и в материальном производстве. Обратный этому показателю – доля ВДС в выпуске соответственно также ухудшался в динамике, количественно уменьшаясь.

Сравнивая эти показатели по видам экономической деятельности в крымском регионе со средними величинами в Украине можно увидеть, что в Крыму они несколько лучше, как в целом по региону (45,1% в 2005 г. против 39%), так и в материальном производстве (32,5% против 28,6%), и в услугах (58,5% против 58%) (табл. 6). При этом в материальном производстве устойчиво снижалась конкурентоспособность сельского хозяйства с 45,3% доли ВДС в выпуске в 2001 г. до 40,8% в 2005 г. вслед за снижением доли его ВДС в общем объеме ВДС Крыма с 18,2% в 2001 г. до 11,5% в 2005 г. Аналогично в строительстве доля ВДС в выпуске снизилась с 37,3% в 2001 г. до 35,2% в 2005 г. В перерабатывающей промышленности наблюдалась обратная, положительная картина повышения эффективности ВДС в выпуске с 22,3% в 2001 г. до 25,1% в 2005 г., а в производстве и распределении электроэнергии, газа и воды – с 40,6% в 2001 г. до 45,1% в 2005 г.

В сфере услуг доля ВДС в выпуске постоянно снижалась в деятельности отелей и ресторанов (44,1% в 2001 г. до 37,7% в 2005 г.), в переработке отходов (с 45,5% в 2001 г. до 39,5% в 2005 г.), в индивидуальных услугах (с 63,9% до 57,2%), но возрастала в сфере информатизации (с 63,9% до 66,7%), в развлечениях, отдыхе, культуре и спорте (с 50,1 до 53,7%).

Напомним, что высокий удельный вес ВДС конкретного вида экономической деятельности в выпуске характеризует соответственно высокую занятость населения в этом виде деятельности. Например, в 2005 г. доля всей промышленности в ВДС Крыма составила 25%, а торговли 12,5%. Однако доля ВДС промышленности в выпуске колебалась от 25,1% в перерабатывающей до 47,8% в добывающей, тогда как в торговле – 60,2%. В результате, в торговле в 2005 г. были заняты 196,4 тыс. человек, а в промышленности – только 109,4 тыс. [41, с. 384]. Однако все население Крыма не может заниматься торговлей и все больше ее развивать.

Не случайно, наверное, в Государственной Программе социально-экономического развития АРК на период по 2017 г. о дальнейшем развитии

торговли в Крыму не упоминается. В общей части этой программы, утвержденной Постановлением Кабинета Министров Украины № 1067 от 30.08.07 [42], подчеркивается многолетняя рекреационная направленность специализации экономики Крыма. Здесь упоминается, что при 4,5% площади Крыма в общей площади Украины, на ней сконцентрировано 29,6% всех рекреационных ресурсов страны, 10% гостиничного фонда и 40% здравниц. При этом в Программе подчеркивается, что «значительным сдерживающим фактором в обеспечении сбалансированного развития АРК как курортной зоны общегосударственного и международного значения есть недостаточная развитость инженерной и транспортной инфраструктуры полуострова, неэффективное использование энергетических ресурсов и отсутствие целостной инновационной инфраструктуры, ориентированной на применение энергосберегающих проектов и технологий [42, с. 1]. Исходя из важности этой позиции на развитие инженерной и транспортной инфраструктуры в Программе предусмотрено 13877 млн. грн. из 21790 млн. ее стоимости на 11 лет (63,7%) (табл. 7). Для сравнения: непосредственно для развития туристской и курортной деятельности предусмотрено на 5 из 11 лет 46,42 млн. грн. (0,21%), а из них – на 1 год из госбюджета для одного санатория Днепр в Гаспре 30 млн. грн. для строительства и капитального ремонта лечебных и водоподающих объектов. Программа плана работ по ликвидации «Чрезвычайных ситуаций»?

Несмотря на то, что отмеченная программа утверждена Правительством Украины совсем недавно, трудно согласиться, что это – Программа социально-экономического развития целого конкретного региона – Крыма. В ней предусмотрены 3427,3 млн. грн. из Государственного бюджета не во имя процветания населения Крыма, а во имя создания безопасных условий для доступа населения Украины и ее гостей к здравницам и отелям Крыма, для отдыха в Крыму. Безопасность важна и для жителей Крыма, и для ее обеспечения в Программе предусмотрены еще затраты из бюджета Крыма в сумме 626,5 млн. грн. и местных бюджетов районов 545,8 млн. грн. [42, с. 51].

Не отрицая важности анализируемой Программы для решения проблем социально-экономического развития Крыма на перспективу в 11 лет, следует отметить ее некомплексность. С помощью такой Программы сложно управлять социально-экономическим развитием региона. Она не позволяет увидеть комплексно и локально во взаимосвязи и взаимодействии количественные и качественные результаты социально-экономического развития региона, оценить степень достижения целей развития, динамику их изменения, роль основных видов экономической деятельности в достижении комплексного результата развития. Программа фактически не опирается на утвержденную Кабинетом Министров Украины 21.07.06 № 1001 Государственную стратегию регионального развития до 2015 г. [43], принятую как основание для решения проблемы создания условий повышения конкурентоспособности экономики регионов на основе развития компетенций населения.

Для решения этой проблемы, а также в качестве инструмента перспективного управления воспользуемся материалами таблицы 6 с динамикой ВДС в регионе с 2001 по 2005 гг., как базой, на перспективные периоды времени в 10 – 15 – 20 лет, к

Таблица 7

Структура государственной программы социально-экономического развития Автономной Республики Крым на период до 2017 г. (Утверждена постановлением Кабинета Министров Украины № 1076 от 30.08.07)

Наименование заданий	№№ мероприятий	Ориентировочный объем финансирования по годам, млн. грн.											
		2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	итого
Создание современной системы энергетического обеспечения	1-3	233,4	494,98	695,5	683	258,5	262,5	228	214	163,5	206	197,	3636,88
Газификац.	4-11	42,8	495,55	451,06	470,76	169,17	120,3	112,7	89,1	74	64	61,82	2151,26
Энерго-эффективность и энергосбережение	12-16	-	27,05	29,09	8,04	8,04	-	-	-	-	-	-	72,22
Теплоэнергетика	17	0,6	3	1,6	-	-	-	-	-	-	-	-	5,17
Водообеспечение	18-23	-	220,77	237,9	255,03	254,84	254,73	271,47	271,47	271,47	271,47	271,47	2580,62
Автодорожная инфраструктура	24-31	250	521,97	508,35	611,18	107,16	103,66	66,31	65,48	32,68	24,08	21,53	2412,4
Развитие ж/д транспорта	32-35	-	39,6	39,6	39,6	39,6	39,6	17,5	17,5	17,5	17,5	17,5	285,5
Развитие эл. транспорта	36-38	3,36	6,25	3,74	3,55	3,75	3,45	3,45	3,45	3,45	3,45	3	40,9
Развитие морского транспорта	39-41	-	45	95	50	50	50	-	-	-	-	-	290
Развитие авиа-транспорта	42	2	130	130	132	264	264	264	164	-	-	-	1350
Развитие связи	43-49	1,5	8,87	8,92	3,47	3,52	2,47	1,37	1,42	1,42	1,47	1,52	35,95
Застройка территорий	50-57	0,8	14,6	5,13	4,83	4,02	0,9	-	-	-	-	-	30,28

Продолжение таблицы 7

Инженерная защита территорий	58-59	23,04	185,5	300,64	244,6	227,1	5	-	-	-	-	-	985,9
<i>Всего по разделу</i>		602,53	2293,14	2461,48	2506,06	1389,7	1106,61	964,8	826,42	564,02	587,97	574,34	13877,07
Земельные отношения	60-74	20,09	40,77	29,83	30,66	21,1	20,02	16,55	13,56	13,56	11,93	3,2	221,27
Развитие туристской и курортной отрасли	75-83	-	41,38	2,07	2,46	0,27	0,24	-	-	-	-	-	46,42
Образование	84-89	28,69	46,87	27,83	6,99	2,6	2,6	2,45	-	-	-	-	118,03
Охрана здоровья	90-91	-	4,2	3,1	3,1	2	2	2	2	2	2	2	24,4
Культура	92-109	29,16	40,96	37,76	23,47	15,69	21,07	22,6	26,18	30,15	27,47	35,57	310,39
Охрана окружающей среды	110-116	254,35	519,13	1265,33	1258	1256,6	1255,1	1250,9	0,7	0,6	1	0,95	7062,65
Улучшение семьи, молодежи	117-121	8,13	17,61	17,15	17,21	17,26	8,66	8,56	8,61	8,66	8,72	8,77	129,35
<i>Всего по разделу</i>		320,34	602,88	1351,17	1308,76	1294,15	1289,44	1286,51	37,48	41,72	39,18	47,29	7644,82
Всего по программе		942,96	3004,07	3844,55	3847,95	2705,22	2416,31	2267,86	877,46	619,3	639,08	624,83	21789,58
в т.ч. финансирование за счет:													
Госбюджета		137,5	737,09	624,69	558,03	493,09	309,7	265,2	241,24	258,01	236,58	237,46	4098,59
Бюджета АРК		8,94	100,41	98,18	95,6	86,67	75,92	62,85	63,78	63,63	63,03	58,96	777,95
Местного бюджета		9,12	85,27	67,2	75,19	72,08	54,19	51,42	49,94	47,96	46,52	46,38	604,26
Других источн-ков		788,4	2081,31	3054,49	3119,13	2053,38	1976,51	1888,4	522,5	249,7	292,95	282,03	16308,78

примеру, по 2015, 2020 и 2025 гг. На основе такого подхода, фактически структурно уже сформировавшегося в Крыму на основе официальной статистической отчетности, можно изначально ставить задачи по достижению комплексного результата, реально достижимого в намеченной перспективе, расчленив его на составляющие по видам экономической деятельности, позволяющим получить такой результат и разумно удовлетворяющим потребности населения региона.

Если в 2005 г. в Крыму величина ВДС (ВРП) на душу населения была вдвое ниже, чем в Донецкой области и в 4,5 раза ниже, чем в Киеве, можно ли наметить на десятилетие вперед достижение экономикой Крыма в 2015 г. и даже небольшое опережение результата, достигнутого в Киеве в 2005 г.? Приблизительно это должно быть 60000 млн. грн. ВДС или чуть более 30000 грн. на одного крымчанина (6000 \$ США). Подчеркнем, что в 2000 г. отставание Крыма от Киева составляло только в 3 раза. Поэтому, если процессом не управлять, то отставание будет возрастать. Варианты управления процессами роста ВДС в регионе должны учитывать необходимость изменений в структуре экономики региона (табл. 8).

Эти структурные изменения проявляются при отклонениях от средней величины приращения ВДС по региону каждого конкретного вида экономической деятельности за рассматриваемый период против базового. К примеру, на период в 10 лет намечено увеличить ВДС в регионе в 5 раз, за 15 лет – в 8 раз и за 20 лет – в 11 раз. При этом в отраслях материального производства, вырабатывающих товары, величина приращения составляет в 4,47, в 6,28 и в 7,45 раз, а в отраслях, оказывающих услуги, – в 5,35, в 9,1 и в 13,2 раза соответственно. Приведенные по двум группам отраслей дробные величины приращений в 2015, 2020 и 2025 гг. ВДС в сравнении с целыми величинами по региону вместе с тем намечают в структуре ВДС в % к итогу совершенно целые величины динамики материального производства 33, 29 и 25% и производства услуг – 67, 71 и 75% (табл. 8).

Модель формирования конечного результата региональной экономики на перспективные периоды развития в 10, 15 и 20 лет включает в себя выполненные расчеты информационно-аналитического характера.

$$P\mathcal{E}_{an} = P\mathcal{E}_{ab} \times \Delta P\mathcal{E}_n$$

$$P\mathcal{E}_{an} = OM_{an} + OY_{an} = OM_y \times P\mathcal{E}_a + OY_y \times P\mathcal{E}_a$$

$$OM_{an} = \sum_{i=1}^m P\mathcal{E}_{anm}^i = CX_{an} + PX_{an} + ДП_{an} + ОП_{an} + П\mathcal{E}_{an} + C_{an}$$

$$OY_a = \sum_{i=1}^u P\mathcal{E}_{any}^i = T_{an} + ГР_{an} + ТС_{an} + \Phi_{an} + ОН_{an} + ГУ_{an} + O_{an} + OЗ_{an} + Y_{an},$$

где

$$ОН_{an} = И_{an} + ИР_{an} + ПрО_{an}$$

$$Y_{an} = ПО_{an} + ОД_{an} + РОК_{an} + ИУ_{an}$$

Дополнительные к приведенным в таблице обозначения:

a – абсолютное значение ВДС в млн. грн. для региональной экономики $P\mathcal{E}$, ее отраслей OM – материальных и OY – услуг и всех i -видов экономической деятельности;

Таблица 8

Стратегический прогноз управляемого роста ВДС в Крыму по видам экономической деятельности в 2015, 2020 и 2025 гг.

Всего	Условные обозначения	ВДС в млн. грн., РЭап			ВДС в % к итогу, РЭу			Приращение к 2005 г.			ВДС на 1 жителя в \$ США			
		2015	2020	2025	2015	2020	2025	числ	раз	ΔРЭу	2005 факт	прогноз		
		60000	96000	132000	100	100	100	5	8	11	1200	2015	2020	2025
<i>Отрасли, обрабатывающие товары</i>	ОМ	19800	27840	33000	33	29	25	4,47	6,28	7,45				
<i>С/х, охотничество и лесное хозяйство</i>	СХ	6855	8597	9265	11,4	9	7	5	6,27	6,75				
<i>Рыбалка, рыболовство</i>	РХ	330	462	660	0,55	0,5	0,5	5	7	10				
<i>Промышленность</i>														
<i>Добывающая промышленность</i>	ДП	470	705	940	0,78	0,74	0,71	2	3	4				
<i>Перерабатывающая промышленность</i>	ОП	4685	5337	5775	7,8	5,56	4,38	2,79	3,18	3,44				
<i>Производство и распределение электроэнергии, газа и воды</i>	ПО	4110	7379	10330	6,9	7,69	7,8	10	17,95	25,13				
<i>Строительство</i>	С	3350	5360	6030	5,6	5,6	4,6	5	8	9				
<i>Отрасли, оказывающие услуги</i>	ОУ	40200	68160	99000	67	71	75	5,35	9,1	13,2				
<i>Торговля; ремонт автомобилей, бытовых приборов и предметов личного потребления</i>	Т	7500	11000	13700	12,5	11,46	10,38	5,04	7,39	9,2				
<i>Деятельность отелей и ресторанов</i>	ГР	2550	5100	10200	4,25	5,31	7,73	10	20	40				
<i>Деятельность транспорта и связи</i>	ТС	7270	13716	19300	12,12	14,29	14,62	5,02	9,48	13,3				
<i>Финансовая деятельность</i>	Ф	1300	2500	3600	2,17	2,6	2,73	4,47	8,59	12,37				

Продолжение таблицы 8

Операции с недвижимостью, аренда, ипподром	ОН	5000	8000	10000	8,33	8,33	7,58	4,97	7,95	9,93				
Предоставление услуг предпринимателям	ПрО	3700	4400	4800	6,16	4,58	3,64	4,22	5,02	5,47				
Пр. операции														
Сфера информации	И	600	1700	2400	1	1,77	1,82	10	28,3	40				
Исследования и разработки	ИР	700	1900	2800	1,17	1,98	2,12	10	27,14	40				
Государственное управление	ГУ	4000	6000	8000	6,67	6,25	6,06	4,44	6,65	8,87				
Образование	О	4240	6816	9400	7,07	7,1	7,12	5,39	8,67	11,96				
Охрана здоровья и предоставление социальной помощи	ОЗ	5160	8200	10000	8,06	8,54	7,58	5,04	8	9,77				
Предоставление коммунальных и индивидуальных услуг	У	2900	6128	13400	4,83	6,38	10,15	9,54	20,16	44				
Деятельность в сфере культуры и спорта														
Деятельность домашних хозяйств														
Переработка отходов	ПО	680	1360	2720	1,13	1,42	2,06	10	20	40				
Общественная деятельность	ОД	140	224	280	0,23	0,23	0,21	5	8	10				
Развлечения, отдых, культура, спорт, туризм	РОК	1600	3584	8000	2,67	3,73	6,06	10	22,4	50				
Индивидуальные услуги	ИУ	480	960	2400	0,8	1	1,82	10	20	50				

П – перспективные периоды развития, принятые в табл. 8 по 2015, 2020 и 2025 гг.;
б – базовый год – 2005 г., принятый для сравнения по всем показателям и составляющим *РЭ*;

М – материальное производство;

У – услуги;

т – число отраслей материального производства, принятое в табл. 8 по количеству *б*;

и – число отраслей, оказывающих услуги, равное в табл. 8 количеству *9*.

Выполненный ранее анализ вклада всех видов экономической деятельности в конечный результат ВДС в регионе позволяет считать достаточно обоснованными предлагаемые в табл. 8 структурные изменения экономики. Для визуального контроля за процессами управляемого формирования необходимых пропорций в развитии экономики региона в перспективном управлении можно осуществить на основе данных табл. 8 графическое оформление этих процессов (рис. 1).

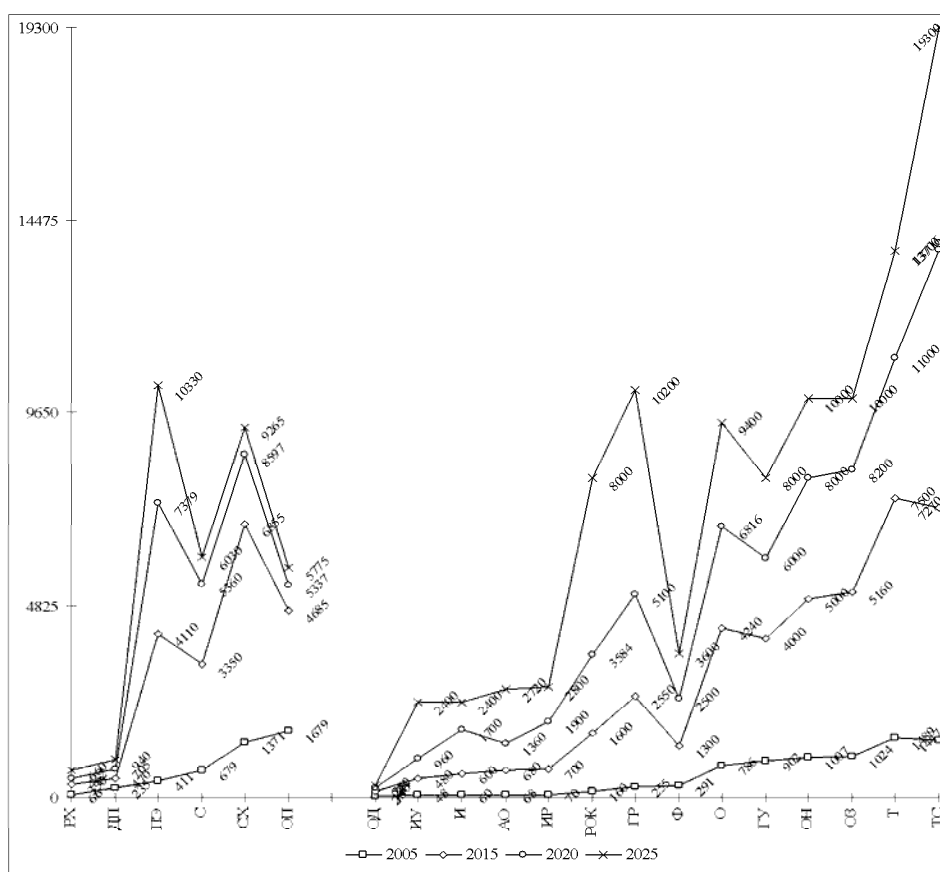


Рис. 1. Сравнительное изменение вклада видов экономической деятельности в ВДС в динамике перспективного развития АРК в 2005 г., 2015 г., 2020 г., 2025 г.

**2. ОРГАНИЗАЦИЯ ИНТЕГРАЦИИ КОМПЕТЕНЦИЙ В ПРОЦЕССЫ
УПРАВЛЕНИЯ ДЛЯ РЕАЛИЗАЦИИ УСЛОВИЙ ПОВЫШЕНИЯ
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ РЕГИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ**

Достижение намеченных на 2015, 2020 и 2025 гг. результатов на основе обоснованной приоритетной сферы хозяйствования в регионе может быть поэтапно обеспечено только последовательно осуществляемыми функциями подготовки и принятия управленческих решений. Результативность таких решений напрямую зависит от уровня компетенций руководителей экономики всех звеньев руководства в регионе. Учитывая большую протяженность во времени рассматриваемых периодов перспективного развития экономики, процессы развития компетенций руководителей также входят в этапы создания условий повышения конкурентоспособности региональной экономики.

Опираясь на структуру государственной стратегии регионального развития до 2015 г., принятой 21.07.06 Постановлением Кабинета Министров Украины № 1001 [43], а также на результаты исследований в этом направлении, полученные в настоящей работе, предлагается рассматривать весь процесс перспективного управления социально-экономическим развитием региона как создание условий для повышения конкурентоспособности его экономики. Процесс состоит из ряда взаимосвязанных этапов, своевременная и квалифицированная реализация которых определяет достижение признаваемого в мире уровня конкурентоспособности региональной экономики.

Первый этап в этом процессе – анализ и оценка уровня конкурентоспособности экономики в сравнении с другими регионами в стране, с другими странами со сходными природно-климатическими и ресурсными условиями. Анализ проводится методами бенчмаркинга как по обобщенному показателю, так и по формирующим его составляющим (рис. 2). Обязательное условие – отказ от традиционного отечественного сопоставительного анализа «от достигнутого», по которому почти всегда результаты развития «сегодня лучше, чем вчера» вне зависимости от мирового развития.

Второй этап – обоснование выбора целей развития, от главной до локальных, формирующих комплексно уровень социально-экономического развития региона и характеризующих конкурентоспособность региональной экономики, достигаемую количественно определенно в конкретные перспективные периоды развития (табл. 8).

Третий этап – обоснование выбора профилирующей сферы деятельности в регионе, обладающей системообразующим свойством в развитии экономики и повышении ее конкурентоспособности. В данной работе показано, что профилирующей сферой деятельности в Крыму являются рекреация и туризм. Однако именно рекреационная привлекательность Крыма все больше разрушает его экономику и социальные условия жизни населения: ежегодный рост цен на товары и услуги; недоступность сферы отдыха из-за новых собственников на природные рекреационные ресурсы и инфраструктуру; ухудшение экологического состояния, опережающее накопление отходов над их уборкой и переработкой. Важно не формально признавать природно-климатические возможности и отличия Крыма, а

использовать их в экономике для повышения ее конкурентоспособности в сравнении с регионами, лишенными этих преимуществ.

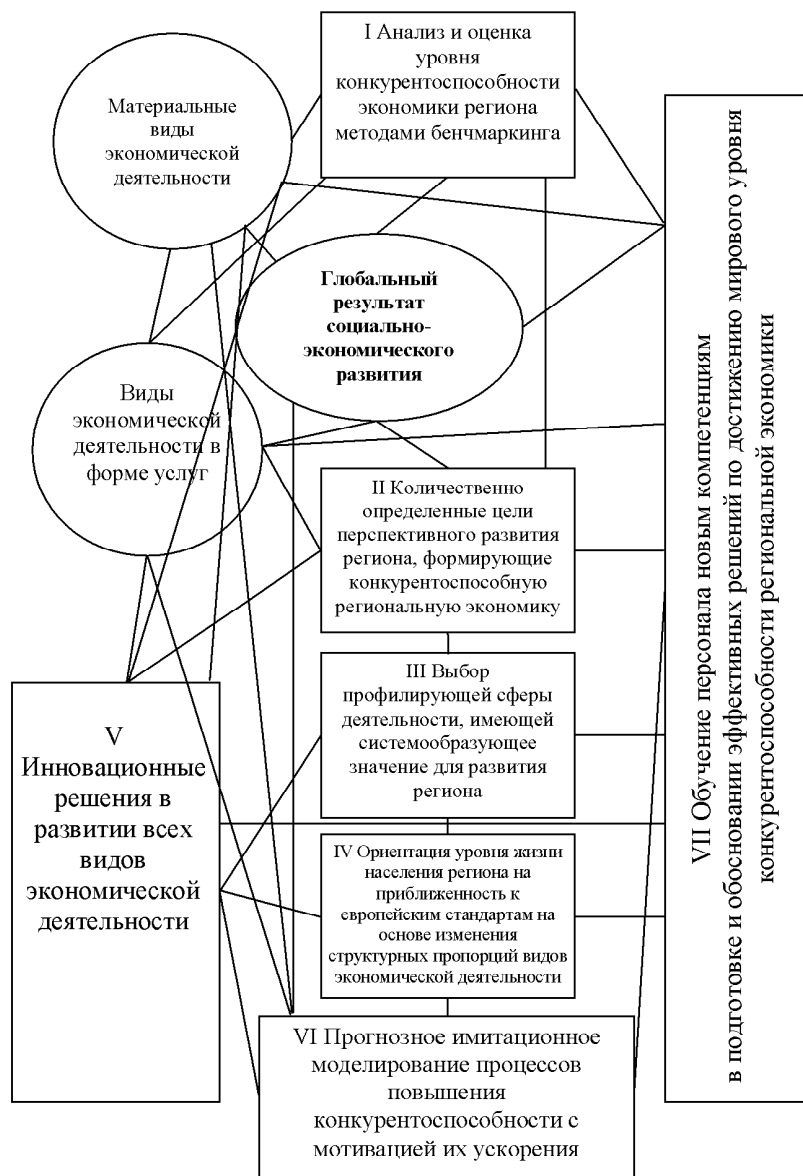


Рис. 2. Прогнозная модель реализации условий повышения конкурентоспособности региональной экономики на основе интеграции компетенций населения в процессы управления перспективным развитием региона

**СТРУКТУРНАЯ ОПТИМИЗАЦИЯ РЕГИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ,
ОРИЕНТИРОВАННАЯ НА ПОВЫШЕНИЕ ЕЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ**

Четвертый этап – обоснование изменения структурных пропорций в видах экономической деятельности и их составляющих, обеспечивающих их сбалансированное развитие и требуемую динамичность в достижении мирового уровня конкурентоспособности региональной экономики, а самое главное – уровень жизни населения региона, приближенный к европейским и мировым стандартам.

Пятый этап требует применения в каждом виде экономической деятельности инновационных решений на основе пересмотра, как технологий, так и организации производства и управления им.

Шестой этап требует постоянного прогнозного имитационного моделирования вариантов развития региональной экономики, направленного на ускорение процессов повышения ее конкурентоспособности, мотивированного системой оплаты труда и материального поощрения за подготовку наиболее эффективных решений.

Седьмой этап, пронизывающий все предыдущие этапы, обеспечивает их функционирование и включает в себя ряд процессов по обучению персонала новым компетенциям в подготовке и обосновании эффективных решений по повышению конкурентоспособности региональной экономики на основе развития системы подготовки, переподготовки и повышения квалификации региональных руководителей, интеграции отечественного образования в европейское пространство (рис. 2).

Седьмой этап обучения персонала новым компетенциям в последние годы признается во всех странах мира как ключевой в решении проблем поддержания темпов развития экономики, достаточных для сохранения достигнутого мирового уровня ее конкурентоспособности. Опыт европейских стран показал, что многие образовательные учреждения широко применяют в обучении персонала регионального руководства подходы, позволяющие ему легко наглядно воспринимать результаты любых сложных управленческих решений. Это обеспечивается использованием моделей структурно-логического характера, позволяющих визуально проследить весь ход процесса расчетов показателей, используемых при принятии решений. Варианты решений оформляют в виде таблиц, позволяющих ознакомиться со всеми исходными и промежуточными составляющими получения конечных результатов.

Для обучения пользованию современными подходами персонал разных уровней руководства экономикой в странах Европы обучают работать в команде по разнообразным сценариям, зависящим от поставленных задач. Опыт европейских стран воплотился в разработанной структурно-графической модели формирования базового состояния социально-экономического развития регионов. Модель предназначена для обучения персонала управления экономикой в регионах пониманию необходимости решения накопившихся задач в управлении конкурентоспособностью региональной экономики (рис. 3). Цифровое сопровождение модели позволяет увидеть уровень или состояние основных анализируемых показателей в моделируемом регионе в сравнении с другими регионами в стране и уровень Украины в сравнении с другими странами мира. Здесь также продемонстрированы основные взаимосвязи составляющих социально-экономического развития региона.

Пример оформления подготовленных решений по поэтапному достижению эталонных для каждого периода времени конечных показателей социально-экономического развития разработан и представлен в таблице 8 и для наглядности в виде графика (рис. 1). Здесь практически можно увидеть сложность сочетания экономической и социальной составляющих формирования конкурентоспособности региональной экономики в перспективе на 10 – 20 лет, базируясь на учете необходимости инновационного совершенствования достигнутого ранее (по 2005 г.) базового состояния экономики (рис. 3).

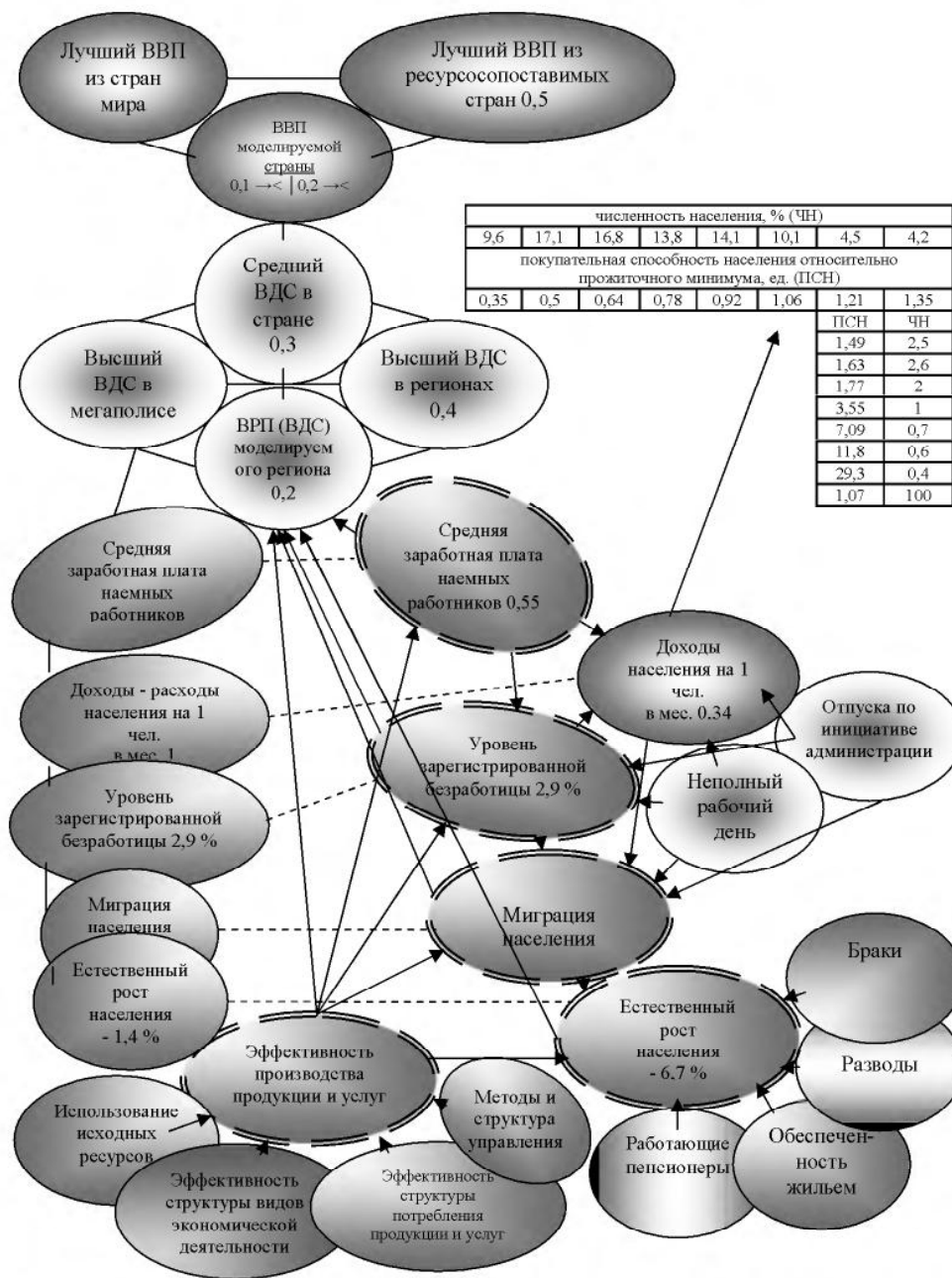


Рис. 3. Модель формирования базового состояния социально-экономического развития регионов (ВВП, ВДС и ВРП в расчете на душу населения)

**СТРУКТУРНАЯ ОПТИМИЗАЦИЯ РЕГИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ,
ОРИЕНТИРОВАННАЯ НА ПОВЫШЕНИЕ ЕЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ**

Обучение персонала разных звеньев экономики и разных уровней руководства умению работать в команде, с ориентацией на достижение конечного результата, в представленном исследовании рекомендовано осуществлять на основе двух специализированных обучающих моделей (табл. 9, 10). Их особенностью является высокая практическая ценность как для персонала первичных звеньев экономики регионов – предприятий и организаций любых видов экономической деятельности, так и для работников подразделений регионального руководства. Все руководители должны быть одинаково подготовлены к осуществлению цикла организационных мер по инновационной реструктуризации региональной экономики, позволяющей повысить ее эффективность, результативность и конкурентоспособность.

Таблица 9

Семантическая модель актуализации знаний руководителей в сфере услуг для повышения эффективности региональной экономики на основе ее реструктуризации

№	Этапы работы	Содержательная постановка задачи	Количественные расчеты и оценки	Анализ и моделирование изменения внешних и внутренних условий в динамике	Форма представления результатов
1.	Формирование коллективов владельцев фирм сферы услуг	Выявление специализации и каждого участника	Разработка функциональных обязанностей	Расширение зоны влияния и совмещения функций	Договор о сотрудничестве
2.	Формирование миссии и стратегии развития фирм и их деятельности	Общая постановка миссии фирм и стратегии развития их деятельности	Формирование роли каждого основателя фирмы в осуществлении миссии и стратегии развития	Анализ отечественного и зарубежного опыта реализации подобной стратегии	Концепция и устав
3.	Определение форм и источников финансирования начала деятельности	Обоснование источников финансирования по каждой специализации и форм его осуществления	Расчет объемов финансирования по каждому виду специализации на первый год по месяцам и на последующие 3 – 5 лет в целом по годам	Расчет влияния меняющихся внешних и внутренних факторов на объемы финансирования развития специализаций	Бизнес-план
4.	Определение границ безубыточности и работы на начальном этапе	Обоснование закономерностей колебаний в объемах и структуре	Количественная оценка допустимых минимальных и возможных максимальных колебаний направлений развития	Моделирование изменений объемов развития по направлениям; страхование спадов в развитии	Страхование безрисковой деятельности

Продолжение таблицы 9

5.	Масштабирование этапов развития от малых форм к большим	Постановка задачи трансформации и малых форм развития фирм в большие	Финансовая оценка этапов трансформации бизнеса по направлениям	Анализ изменений в использовании всех видов ресурсов по каждому этапу и направлению	Инвестиционный проект
6.	Фокусирование стержневого направления как основы развития	Обоснование главной специализации развития фирм	Детальные расчеты производственной программы и ассортимента услуг фирм по главной специализации по всем этапам развития	Моделирование вариантов развития (оптимального, пессимистического и реального)	Базовая программа достижения главной цели
7.	Диверсификация деятельности как средство повышения устойчивости развития деятельности	Постановка задачи параллельных направлений бизнеса	Расчет производственной программы и ассортимента услуг сопутствующих направлений бизнеса	Моделирование экономической устойчивости фирмы и согласования сопутствующих направлений развития с главным	Система ситуационного управления
8.	Изучение спроса на стержневые и сопутствующие услуги	Обоснование адресного изучения спроса потребителей на услуги	Оценка объемов спроса услуг по каждому направлению в динамике года	Оценка изменений объемов спроса услуг по годам на перспективу	Создание Web-site
9.	Изучение форм и методов управления спросом	Методы и опыт активного влияния на изменения спроса по видам услуг	Оценка границ влияния на изменение спроса по видам услуг разных форм и методов управления	Моделирование воздействия внешних и внутренних факторов по годам на изменение спроса по видам услуг	Система менеджмент - маркетинга
10.	Анализ особенностей и основ изменения потребностей населения в предлагаемых и появляющихся новых услугах	Содержательное описание мотивационных основ изменения потребностей в услугах разных видов, включая новейшие	Расчет возможных изменений в разных видах услуг на основе анализа тенденций обновления потребностей населения	Разработка кластерных и корреляционно-регрессионных моделей населения по видам услуг в динамике	Программа маркетингового исследования

**СТРУКТУРНАЯ ОПТИМИЗАЦИЯ РЕГИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ,
ОРИЕНТИРОВАННАЯ НА ПОВЫШЕНИЕ ЕЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ**

Таблица 10

Модель инновационного обучения управлению повышением
конкурентоспособности региональной экономики

№	Этапы работы	Содержательная постановка задачи	Количественные расчеты и оценки	Анализ и моделирование изменения внешних и внутренних условий в динамике	Форма представления результатов
1.	Формирование новых видов деятельности для новых услуг	Постановка задачи эффективного роста новых видов услуг взамен имеющихся	Количественная оценка эффективности замены имеющихся услуг новыми	Анализ влияния внешних и внутренних факторов на эффективность обновления услуг в динамике по годам	Инновационный проект
2.	Границы эффективности и кооперации с поставщиками техники и бытовых услуг	Обновление основных направлений кооперации с фирмами для создания и реализации услуг	Расчет границ эффективности по кооперации по видам услуг, объемам и срокам осуществления	Разработка моделей принятия решений по оптимальной кооперации с фирмами-производителями услуг	Программа оптимальной кооперации
3.	Границы эффективности и лизинга оборудования, техники	Обоснование эффективности аренды и лизинга каждого вида оборудования и техники	Количественная оценка границ эффективности аренды и лизинга всех видов техники во времени их эксплуатации и оказания услуг	Моделирование процессов начала и окончания аренды и лизинга техники	Программа эффективного лизинга
4.	Конкурентоспособность фирмы	Постановка задачи конкурентоспособности фирмы	Оценка границ конкурентоспособности	Моделирование процессов конкурентоспособных опережений	Программа конкурентных опережений
5.	Целесообразность внешнеэкономической и совместной деятельности с зарубежными фирмами	Постановка задачи эффективности внешнеэкономической деятельности	Расчет эффективных вариантов ВЭД по видам услуг	Анализ и моделирование воздействия меняющихся условий на эффективность ВЭД	Программа международных связей
6.	Целесообразность создания филиалов и дочерних фирм	Обоснование форм развития «жизненного пространства» и территорий приложения сил	Количественные оценки границ эффективности создания филиалов и дочерних фирм	Моделирование процесса освоения новых территорий	Программа освоения новых территорий

Продолжение таблицы 10

7.	Текущее и оперативное управление деятельностью фирмы	Постановка задачи эффективного текущего и оперативного управления	Расчет всех показателей текущего плана развития	Моделирование оперативного выполнения текущего плана развития	Производственная программа, бухгалтерский баланс, диспетчерский график
8.	Перспективность бесконфликтной смены владельцев, эффективной для основателей фирмы	Обоснование путей эффективной для основателей фирмы смены ее хозяев	Оценка целесообразности передачи другим владельцам конкретных видов деятельности фирмы (или отказа от отдельных видов услуг)	Моделирование этапов эффективной передачи видов услуг другим владельцам или сворачивания отдельных видов деятельности	Программа эффективной продажи бизнеса
9.	Стратегическая смена партнеров и направления деятельности	Обоснование эффективности изменения или коренного обновления основного вида деятельности и партнеров в фирме и вне ее	Количественная оценка изменения основных результатов деятельности фирмы при изменении основного направления деятельности	Анализ новых возможностей, факторов их реализации; модели преобразований или нового развития	Стратегический инновационный проект «Новый виток спирали»

Совокупность действий по обучению персонала региональной экономики умению квалифицированно пользоваться современными подходами по управлению процессами повышения конкурентоспособности региональной экономики (рис. 1-3, табл. 8-10) позволит сформировать высокий уровень компетенций руководителей экономики, динамично актуализирующийся в соответствии с динамикой развития экономики в передовых странах мира.

ПЕРСПЕКТИВЫ РЕАЛИЗАЦИИ МОДЕЛИ РОСТА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ РЕГИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ НА ОСНОВЕ ИНТЕГРАЦИИ КОМПЕТЕНЦИЙ В ПРОЦЕССЫ УПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЕМ РЕГИОНА

Графическое изображение изложенного процесса (рис. 1) представляет собой имитационную модель реализации условий повышения конкурентоспособности региональной экономики. Варианты реализации этой модели на периоды 2015, 2020 и 2025 гг. в сравнении с базовым 2005 г. показаны в расчетах табл. 8. Если результаты расчетов в абсолютных величинах ВДС в млн. грн. для региона как и в величинах их приращений в число раз не является информативным для населения,

**СТРУКТУРНАЯ ОПТИМИЗАЦИЯ РЕГИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ,
ОРИЕНТИРОВАННАЯ НА ПОВЫШЕНИЕ ЕЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ**

то посчитанные на их основе размеры ВДС на одного жителя в долларах США позволяют осязаемо судить об изменении уровня жизни населения региона с населением других стран Европы и мира.

Анализ структуры видов экономической деятельности и ее влияния на эффективность региональной экономики в Автономной Республике Крым (АРК) в годы повсеместного подъема экономики Украины после ее кризиса в 1991 – 1999 гг. показал отрицательный вклад наиболее эффективных во многих странах мира видов деятельности, формирующих туризм: деятельность отелей и ресторанов, транспорта и связи, операций с недвижимостью, охраны здоровья, развлечений, отдыха, культуры и спорта (убытки в сумме 94,2 млн. грн. в 2006 г. на фоне общей прибыли 637,8 млн. грн. в целом по Крыму и даже 50,2 млн. грн. прибыли в полуразрушенном сельском хозяйстве и рыболовстве) (табл. 4). При этом число наемных работников в этих видах деятельности составляет 157575 чел. из их общего числа 403334 чел. в Крыму (39 %) (табл. 5).

Структура государственной программы социально-экономического развития АРК на период по 2017 г. (табл. 7) № 1067 КМ Украины от 30.08.07, представляющая собой по сути программу инвестирования инфраструктуры Крыма, находящейся в чрезвычайной ситуации, не ориентирована на конкретные показатели развития видов экономической деятельности и на конечные показатели конкурентоспособности региона.

Реализация государственной стратегии регионального развития до 2015 г. № 1001 КМ Украины от 21.07.06 (рис. 2) в виде прогнозной модели реализации условий повышения конкурентоспособности региональной экономики на основе интеграции компетенций населения в процессы управления перспективным развитием региона (рис. 1) позволяет выполнить вариативные расчеты по стратегическому прогнозу управляемого роста ВДС в регионе по видам экономической деятельности, ориентированным на достижение конечного для региона результата развития в 2015, 2020 и 2025 гг. в виде величины ВДС на одного жителя региона в долларах США для сравнения со странами мира, выступающими в роли эталонных.

Выводы. Мировая практика показывает, что конечные результаты социально-экономического развития стран и регионов, конкурентоспособность их экономики часто зависят не столько от уровня развития видов экономической деятельности, сколько от их соотношения, то есть структуры экономики. В каждом регионе, в каждой стране в зависимости от природно-климатических или исторических условий формируется специфическая структура их экономики. При этом, чем выше эффективность экономики в регионе, тем выше уровень благосостояния населения. Как правило, результаты социально-экономического развития регионов тем лучше, чем выше уровень компетенций персонала, руководящего региональной экономикой, чем более динамично они обновляют свои знания в соответствии с мировыми тенденциями и темпами роста конкурентоспособности экономики. В свою очередь развитие компетенций руководителей экономики, рост их уровня во многом зависят от своевременности их актуализации, от совершенства подходов и

методов, их доступности в понимании будущими и функционирующими руководителями.

Создание в работе обоснованных положений и пакета документов по разработке системы актуализации знаний работающих менеджеров является практическим шагом по реализации в Украине государственной Концепции развития системы повышения квалификации работников на период по 2010 г., принятой Кабинетом Министров Украины в 2006 г. В условиях постоянного снижения численности населения в Украине в последние годы и в частности работающего населения, усиливается роль предложенных в настоящей работе новых или усовершенствованных форм организации развития компетенций руководителей без отрыва от их основной деятельности.

Выполненный анализ динамики и тенденций развития экономики в крымском регионе показал необходимость поиска подходов и методов совершенствования управления процессами улучшения структуры региональной экономики в направлении обеспечения целенаправленного роста конкурентоспособности региональной экономики. В число таких методов вошли обучение региональных руководителей экономики применению моделей социально-экономического развития регионов в направлении поэтапного достижения мирового уровня конкурентоспособности экономики. Числовое оформление результатов реализации таких моделей по основным показателям конкурентоспособности экономики в крымском регионе на перспективу в 10 – 15 – 20 лет в сравнении с достигнутым уровнем совмещает традиционные и перспективные методы управления региональной экономикой.

Список литературы

1. Хану М.Д., Гейгер. Т. Основні положення Звіту про конкурентоспроможність України 2008. Назустріч економічному зростанню та процвітання. – Женева: Всесвітній Економічний Форум, 2008. – 76 с.
2. Розпорядження Кабінету Міністрів України від 3 вересня 2008 р. № 1663 – р «ПЛАН заходів на 2009 рік щодо реалізації Державної стратегії регіонального розвитку на період до 2015 року» // <http://www.kmu.gov.ua/control/npd/list>
3. Амоша А., Дубнина М., Качура С., Ляшенко В. Регионы Украины: оценка конкурентоспособности // Экономист. – 2005. – № 12. – С. 62 – 75
4. Голікова Т.В. Державна стратегія підвищення конкурентоспроможності українських регіонів // Вісник Національної академії державного управління при Президентіві України. – 2005. – № 3. – С. 297 – 302
5. Долишний М.И. Социально-экономические проблемы непродуцственной сферы. – К.: Наукова думка, 1984. – 214 с.
6. Устойчивое развитие рекреационно-экономического комплекса Крыма / Кол-в авторов под ред. А.В. Ефремова. – Симферополь: Таврия, 2002. – 300 с.
7. Осландер М.А., Милашко О.Г. Статистичний моніторинг внеску туризму в економіку території // Статистика України. – 2002. – № 4. – С. 49 – 52
8. Ткаченко Т.І., Гаврилюк С.П. Міжнародна туристична діяльність як засіб підвищення конкурентоспроможності туристичних підприємств сфери туризму в Україні // Проблеми якості в громадському харчуванні, готельному господарстві і туризмі: 36. Наукових праць. –К.:КНТЕУ, 2000. – С.4–20
9. Ткаченко Т.І. Конкурентоспроможність в туризмі як провідний напрям сталого розвитку // Наук. вісн. – Серія Економіка. – 36. наук. праць Укр. держ. ун-ту водного господарства та природокористування. – Рівне, 2005. – С. 137 – 146

**СТРУКТУРНАЯ ОПТИМИЗАЦИЯ РЕГИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ,
ОРИЕНТИРОВАННАЯ НА ПОВЫШЕНИЕ ЕЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ**

10. Гаврилюк С.П., Музыка О.М. Проблеми підвищення конкурентоспроможності персоналу в підприємствах туристичної індустрії // Ресторанне господарство і туристична індустрія у ринкових умовах: Збірн. наук. праць КНТЕУ. – 2002. – С. 103 – 109
11. Гринева В.М., Новикова М.Н. Обоснование структуры стратегии социально-экономического развития региона // – Х.: Бизнес-информ. – 2006. – № 2. – С. 36 – 39
12. Артеменко В.Б. Комплексне оцінювання ефективності соціально-економічного розвитку регіонів на основі критеріїв якості життя населення // Регіональна економіка. – 2005. – № 3. – С. 84 – 93
13. Побурко Я.О., Пушак Я.Я. Интегральні оцінювання результатів соціально-економічної діяльності регіону: методологічний підхід // Регіональна економіка. – 2006. – № 3. – С. 66 – 74
14. Пулінський І. Класифікація комплексних програм територіального розвитку // Вісник Національної академії державного управління при Президентові України. – 2005. – № 3. – С. 292 – 297
15. Мінченко М.В., Чижов Л.П., Фролков А.В. Планування та прогнозування соціально-економічного розвитку регіонів: Підручник: Навчальне видання. – Суми: ВТД «Університетська книга», 2004. – 442 с.
16. Чмир О.С., Пила В.І., Гарасюк О.А. Регіони України: соціально-економічна динаміка, проблеми та перспективи розвитку // Формування ринкових відносин в Україні. – 2006. – № 6 (61). – С. 114 – 124
17. Василенко В.Н. Архитектура регионального экономического пространства: Моногр. / НАН Украины. Ин-т экономико-правовых исследований. – Донецк: ООО «Юго-Восток, Лтд», 2006. – 311 с.
18. Фашевський М.І. Теорія і практика економічного районування та шляхи його вдосконалення / Під ред. чл.-кор. НАН України Данилишина Б.М. – К.: РВПС України НАН України, 2007. – 52 с.
19. Концепція економічного районування України / За ред. чл.-кор. НАН України Б.М. Данилишина. – К.: РВПС України НАН України, 2007. – 42 с.
20. Долішній М.І., Побурко Я.О., Карпов В.І. Про рівномірність економічного розвитку регіонів України // Регіональна економіка. – 2002. – № 2. – С. 7 – 18
21. Мельник Л.В., Мельник Л.М. Структура регіональної економіки: сутність та напрямки трансформації // Регіональна економіка. – 2001. – № 4. – С. 40 – 46
22. Симоненко В. Україну возродят регионы. – К.: Демократ. Украина, 1995. – 128 с.
23. Долішній М.І. В Україні виділяється 6 регіонів // Урядовий кур'єр. – 1995. – № 153 – 154. – С. 67 – 68
24. Черномаз П. Экономическое развитие регионов Украины и процесс регионообразования // Регион: проблемы и перспективы. – 1999. – № 1. – С. 40 – 43
25. Варналій З.С. Регіональний розвиток України: проблеми та пріоритети // Економіст. – 2005. – № 6. – С. 24 – 32
26. Амоша О.І. Інноваційний шлях розвитку України: проблеми та рішення // Економіст. – 2005. – № 6. – С. 28 – 32
27. Морозова Г.А. Конкурентоспособность региона // [www.unn.ru/pages/vestniki_journals/99990193_West_econ_finans_2005_1\(7\).91.pdf](http://www.unn.ru/pages/vestniki_journals/99990193_West_econ_finans_2005_1(7).91.pdf)
28. Белякова Г.Я. Конкурентоспособность региональной экономики (Концепция опережающего развития): Дис... докт. экон. наук: 08.00.05: – М.: РГБ ОД, 2001. – 321 с.
29. Куликов Г.В. Японский менеджмент конкурентоспособности. – М.: Экономика, 2006. – 348 с.
30. Цыгичко А. Высокая цель конкурентоспособности // Економіст. – 2003. – № 1. – С. 31 – 36
31. Шнипер Р.И. Конкурентные позиции регионов и их оценка: / Рос. Федерация / // Регион: экономика и социология. – 1995. – № 1. – С. 3 – 24
32. Селезнев А.З. Конкурентные позиции и инфраструктура рынка России. – М.: Юристь, 1999. – 384 с.
33. Фатхутдинов Р.А. Конкурентоспособность: экономика, стратегия, управление. М.: Инфра-М, 2000. – 378 с.
34. Шеховцева Л.С. Конкурентоспособность региона: факторы и метод создания // Маркетинг в России и за рубежом. – 2001. – № 4. – С. 12 – 18
35. Ахматова М. Теоретические модели конкурентоспособности // Маркетинг. – 2003. – № 4. – С. 25 – 39
36. Статистический ежегодник Крымской АССР за 1990 г. – Симферополь, 1991. – 178 с.

37. Статистичний щорічник Автономної Республіки Крим за 2006 рік. Державний комітет статистики України. ГУС в АРК. – Сімферополь, 2007. – 646 с.
38. Статистичний щорічник України за 2006 рік. Державний комітет статистики України. – К.: Консультант, 2007. – 552 с.
39. Статистичний щорічник АРК за 2002 рік. ДКС У. ГУС в АРК. – Сімферополь, 2003. – 664 с.
40. Статистичний щорічник АРК за 2004 рік. ДКС У. ГУС в АРК. – Сімферополь, 2005. – 600 с.
41. Статистичний щорічник АРК за 2005 рік. ДКС У. ГУС в АРК. – Сімферополь, 2006. – 574 с.
42. Государственная Программа социально-экономического развития Автономной Республики Крым на период по 2017 г. Постановление КМУ № 1067 от 30.08.07
43. Державна стратегія регіонального розвитку на період до 2015 року. Постанова Кабінету Міністрів України від 21 липня 2006 р. – № 1001. – 35 с.

Поступила в редакцію 30.05.2008 г.

Подсолонко О.А. Структурна оптимізація регіональної економіки, орієнтована на підвищення її конкурентоспроможності // Вчені записки ТНУ. Серія: Економіка, 2008. – Т. 21 (60). – № 1. – С. 203-240.

Досліджена динаміка конкурентоспроможності економіки та її складових в регіоні. Сформовані варіанти досягнення стратегічних результатів конкурентоспроможності економіки в регіоні, направленні на ріст добробуту населення. Запропоновані методи удосконалення управління процесами поліпшення структури регіональної економіки, направленні на забезпечення цілеспрямованого росту її конкурентоспроможності

Ключові слова: конкурентоспроможність, економіка, регіон, структурна оптимізація економіки, моделювання соціально-економічного розвитку регіонів.

Podsolonko E.A. Structural optimization of regional economy focused on increase of its competitiveness // Uchenye zapiski TNU. Series: Economy, 2008. – Vol. 21 (60). # 1. – P. 203-240.

Dynamics of competitiveness of economy and its components in region is investigated. Variants of achievement of strategic results of competitiveness of regional economy, the well-beings of the population directed on growth are generated. Methods of perfection of management by processes of improvement of structure of the regional economy, directed on maintenance of purposeful growth of its competitiveness are offered

Key words: competitiveness, economy, region, structural optimization of economy, modeling of social and economic development of regions

УДК 71.37.75:477,039.23.17.63

СРАВНИТЕЛЬНАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ТУРИСТИЧЕСКОГО СЕКТОРА УКРАИНЫ И ФРАНЦИИ

Подсолонко М.В.

В статье рассмотрены открывающиеся перед Украиной перспективы развития туристического сектора в связи с проведением Евро-2012. Приведены примеры развития туризма в стране-лидере по приему иностранных туристов в мире – Франции. Проанализированы факторы эффективности туристического сектора Франции.

Ключевые слова: туризм, гостиничный сектор, ОРЕКА

Актуальность. Актуальность данной статьи основывается на полученной Украиной возможности существенно увеличить потоки въездного туризма благодаря будущему проведению финальной части европейского футбольного первенства Евро-2012.

Цель. Целью анализа является бенчмаркинг туристических комплексов Украины и Франции.

Президент Украины издал ряд указов, в том числе и указ «Про невідкладні заходи з підготовки та проведення в Україні фінальної частини чемпіонату Європи 2012 року з футболу» в попытке стимулирования скорейшей активизации деятельности Правительства и специального комитета, отвечающего за подготовку. Несмотря на это, работы ведутся крайне медленно. За предстоящие три с половиной года необходимо сделать очень много, чтобы страна была готова к приему гораздо более многочисленных потоков туристов, а также для того, чтобы первоначальный всплеск, связанный с проведением крупноформатного спортивного мероприятия стал только началом роста количественных и качественных показателей, описывающих туризм в Украине.

Для достижения наилучших результатов, необходимо учитывать опыт лидеров. По данным Всемирной организации туризма (UNWTO), представленным в таблице 1, в 2006 году наибольшее количество иностранных туристов посетило Францию – 79,1 млн. человек.

Таблица 1

Прибытие иностранных туристов в 2006 году

№	страна	млн. туристов	% изменения 06/05
1	Франция	79,1	4,2
2	Испания	58,5	4,5
3	США	51,1	3,8
4	Китай	49,6	6,0
5	Италия	41,1	12,4
6	Великобритания	30,7	9,3
7	Германия	23,6	9,6
8	Мексика	21,4	-2,6
9	Австрия	20,3	1,5
10	Российская Федерация	20,2	1,3

Источник - Tourism highlights 2007. UNWTO.

Однако, несмотря на существенное превосходство над другими странами в количественном приеме иностранных туристов, в финансовом выражении показатель Франции 42,9 млрд. долларов почти вдвое уступает доходам от иностранных туристов США – 85,7 млрд. долларов.

Украину за 2006 год посетило 18,9 млн. человек, потративших 3,5 млрд. долларов США. Ближайший сосед Украины по рейтингу европейских стран, Турция, приняла в 2006 году на двадцать тысяч меньше туристов, которые потратили почти в пять раз больше – 16,853 млрд. долларов США. Столь низкий уровень затрат туристов в Украине связан, прежде всего, со структурой въездного потока, 62% которого составляют туристы из СНГ. Кроме того, существенное количество туристов из Польши – 21%, связано, скорее всего, с приграничными однодневными поездками с целью проведения торговых операций купли-продажи на территории Украины. В настоящее время сложилась ситуация, когда большинство туристов во время пребывания в Украине тратят незначительные суммы. В то же время, рассматривая Францию, как один из эталонов в туризме, можно отметить, что большинство туристов приезжают с целью ознакомления с достопримечательностями, проведения свободного времени на горнолыжных и морских курортах, а также по служебным вопросам, что подразумевает достаточно значительные финансовые траты. Большинство туристов посещают регионы средиземноморского побережья Франции и Альпы. Наибольшее количество туристов посещает Францию из Европы – 86,6% [2]. Кроме того, самая большая доля (17,3%), принадлежит туристам из Великобритании. Специфика туристических потоков из Великобритании заключается в их сравнительно высокой покупательской способности, обусловленной высоким курсом фунта стерлингов по отношению к евро. И без того высокие цены в Англии вынуждают граждан приграничных регионов этой страны искать более дешевые возможности, как отдыха, так и для приобретения повседневно необходимых товаров и услуг. Как представлено на рисунке 1, другими, не менее важными источниками иностранных туристов для Франции являются остальные ее географические соседи – Германия (16,5%), Бельгия и Люксембург (12,4%), Голландия (9,8%), Италия (9,6%), Швейцария (6,3%) и Испания (6,1%). Таким образом, ближайшие соседи Франции составляют 78% въездного туристического потока. В Украину, более 90% иностранных туристов прибывают из непосредственных стран-соседей (рис 2.).

Среди ряда требований УЕФА к стране, организующей первенство Европы, выделяется минимум гостиничных номеров. Для Украины этот минимум зафиксирован на уровне 370 тысяч [3]. Для Украины этот минимум является существенным недостатком – в 2006 году насчитывалось лишь 53645 номеров, тогда как во Франции в аналогичный период было более 1,2 миллиона мест. Размещение и проживание – один из основных факторов, позволяющих развиваться туризму, и гостиницы в нем зачастую играют далеко не самую главную роль. К примеру, почти 70% мест для размещения туристов во Франции составляет так называемое «второе жилье» – место сезонного проживания, не являющееся местом прописки хозяина. Действительно, как сами французы, так и большое количество

СРАВНИТЕЛЬНАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ТУРИСТИЧЕСКОГО СЕКТОРА УКРАИНЫ И ФРАНЦИИ

граждан других стран имеют во Франции дополнительные квартиры или дома для проведения отпусков, каникул и просто свободного времени. В то время, когда сам хозяин не использует свою «дачу» она чаще всего сдается друзьям, родственникам, знакомым или просто посторонним людям, что позволяет окупать затраты на ее содержание. В то же время наиболее емким типом проживания во Франции являются кемпинги – 15,1% всех мест, за ними следуют гостиницы – 6,7%, туристические резиденции – 2,8% и квартиры – 4,1%. Гостевые комнаты и дома представляют в структуре мест проживания туристов зеленый туризм и составляют 0,4% с возможностью размещения 74000 туристов [4].

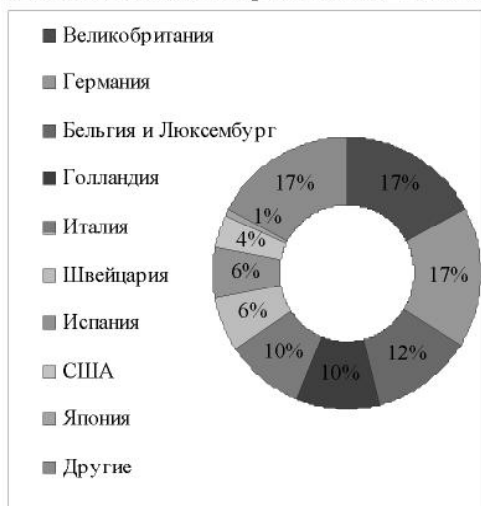


Рис. 1. Иностранные туристы во Франции

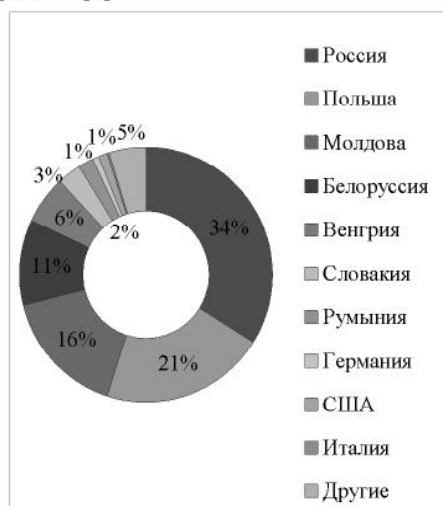


Рис. 2. Иностранные туристы в Украине

Структура предложения мест в Украине не может быть четко определена по причине отсутствия достоверной информации о малых гостиницах, кемпингах и домохозяйствах, представляющих услуги зеленого туризма. Однако, активизация строительства жилой недвижимости, как в Крыму, так и в других приморских регионах Украины, наряду с горными районами, прилежащими к Карпатам, позволяет прогнозировать развитие базы «второго жилья» и в Украине.

Важные шаги по увеличению количества мест в гостиницах Киева включают принятие Киевской городской администрацией схему размещения отелей, включающую строительство к 2012 году 55 новых отелей на 30 тысяч мест [5].

Предприятия туристической отрасли могут вносить существенный вклад в ВВП страны. На примере Франции можно отметить, что доля туризма составляет 6,3% ВВП или немногим более 100 миллиардов долларов. В туристическом секторе Франции наибольшую добавленную стоимость создают рестораны – 14 миллиардов евро, гостиничный бизнес – 8 миллиардов евро, а также кафе – 2,5 миллиарда евро,

другие места проживания туристов – 1,8 миллиарда евро и агентства путешествий – 1,8 миллиарда евро [6].

Столь высокий вклад ресторанов и кафе связан не только с большим количеством иностранных и внутренних туристов, но и со спецификой питания самих граждан Франции, предпочитающих использовать услуги заведений «общепита». Это предпочтение связано с наличием очень широкой прослойки среднего класса во Франции. Украина на данный момент не располагает достаточно широкой прослойкой среднего класса, и среднестатистический потребитель гораздо чаще питается дома, нежели в ресторанах и кафе.

Всплеск въездного туризма в Украине, который произойдет летом 2012, года может стать удачным толчком в развитии туризма в нашей стране только при условии готовности туристического сектора к приему всех желающих. Для этого должны быть построены новые гостиницы, рестораны и кафе, создана инфраструктура, необходимая для доступа к ним. Появление разноплановых предприятий сектора ОРЕКА (отель, ресторан, кафе) подтолкнет внутренний спрос на их услуги, и, возможно активизирует внутренний туризм. Одним из факторов позволяющих развиваться внутреннему туризму является транспорт – железнодорожный, авиа и авто. С появлением авиакомпании Визз Эйр украинцы стали знакомиться с новым и ранее недоступным для большинства из них видом транспорта. Авиаперевозки в некоторых случаях стали стоить дешевле самого привычного вида транспорта – железнодорожного. Однако до полноценного развития авиатранспорта Украине еще очень далеко. Если провести аналогию между региональными аэропортами Украины и Франции, картина получается далеко не утешительная. В аэропорт Ниццы ежедневно прилетает около 200-250 рейсов, тогда как аэропорт Симферополь принимает до 40, аэропорт Лиона обслуживает около 180 рейсов, а аэропорт Донецка – около 40 рейсов.

Выводы. Сравнение Украины с мировым лидером по приему иностранных туристов, Францией, показывает, что развитие туристического сектора Украины находится на начальных этапах. Недостаточное количество и качество отелей, достопримечательностей, сложность доступа к ним, узкий спектр предложения предприятий общепита основаны на объективных факторах украинской действительности, однако, требуют незамедлительного внимания властей. И без того немногочисленные украинские достопримечательности, многие из которых находятся на грани разрушения, должны быть максимально подготовлены к грядущему в 2012 году наплыву туристов – к ним должен существовать приличный подъезд, должны работать отели и рестораны. Исследования в области туризма, в общем, и в области индустрии гостеприимства в частности, являются крайне актуальными и должны проводиться с учетом складывающейся возможности кардинально изменить количественные и качественные показатели въездного туризма в Украине благодаря проведению финальной части футбольного первенства Европы в 2012 году.

Список литературы

1. Tourism highlights 2007. UNWTO.

**СРАВНИТЕЛЬНАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ТУРИСТИЧЕСКОГО СЕКТОРА УКРАИНЫ И
ФРАНЦИИ**

2. Enquête EVE 2005. Direction du Tourisme / TNS Sofres, Banque de France.
3. Украинские гостиницы: путь к трем звездам. <http://www.frontdesk.ru/vetka.cgi?vetkaid=19300>
4. Chiffres clés du tourisme 2007. Ministère de l'économie, des finances et de l'emploi.
5. Гостиничный бизнес и Евро-2012: КГГА одобрила схему размещения отелей в Киеве. <http://next-stop.ru/hotel-news/about-hotels/1378-gostinichnyjj-biznes-i-evro-2012-kgga.html>
6. Enquête annuelle d'entreprise dans les services 2005. Insee.

Поступила в редакцию 30.05.2008 г.

Подсолонко М.В. Порівняльна характеристика туристичного сектору України і Франції // Вчені записки ТНУ. Серія: Економіка, 2008. – Т. 21 (60). – № 1. – С. 241-245.

У статті розглянуті перспективи розвитку туристичного сектору України що відкриваються у зв'язку з проведенням Євро-2012. Наведено приклади розвитку туризму у країні яка лідирує у світі з прийому іноземних туристів – Франції. Проаналізовано фактори ефективності туристичного сектору Франції.

Ключові слова: туризм, Франція, готельний сектор, ОРЕКА.

Podsolonko M.V. Comparative characteristic of tourist sectors of Ukraine and France // Uchenye zapiski TNU. Series: Economy, 2008. – Vol. 21 (60). # 1. – P. 241-245.

The new perspectives, lying ahead of Ukraine thanks to the possibility to organize Euro-2012 are being review in the article. Examples of tourism development in the leading tourist destination in the world – France – are being made. Effectiveness factors of France's tourism industry are being analyzed.

Key-words: tourism, France, hotel sector, HORECA

УДК 338.954.23

К ВОПРОСУ О СУЩНОСТИ ТЕНЕВОЙ ЭКОНОМИКИ

Полищук Е. А., Бузни А.Н.

Представлен аналитический обзор литературных данных о теневой экономике, ее сущности. Предложена авторская трактовка понятий «экономическая деятельность» и «теневая экономика». *Ключевые слова:* экономическая деятельность, теневая экономика, государственное регулирование, дефиниции.

Постановка задачи. Чрезвычайно актуальной, сложной и крупномасштабной проблемой, которая связана с экономической и социальной безопасностью любого государства и нуждается как в правовом, экономическом так и в социальном государственном регулировании, является развитие теневой экономики.

Теневой сектор экономики начал серьезно влиять на все социально-экономические процессы, которые происходят в обществе. С утверждением рыночных отношений коммерциализируются практически все стороны экономической деятельности, но при этом значительная ее часть (по разным оценкам от 30-70%, а иногда и выше), находится вне регулирования со стороны государства, тем более, что и сами государственные деятели (чиновники различных рангов) не редко являются едва ли не главными субъектами теневой экономики.

Игнорирование такого многогранного и противоречивого явления, как теневая экономика, приводит к серьезным ошибкам при определении макроэкономических показателей, к неадекватной оценке важнейших процессов и тенденций, к тактическим и стратегическим просчетам при принятии соответствующих решений в сфере экономической деятельности. О недопустимости пренебрежения неучитываемой экономической деятельностью в частности говорилось в одной из первых работ по теневой экономике, в статье американского ученого П. Гутманна «Подпольная экономика» [1].

В настоящее время по проблемам теневой экономики проводятся уже довольно многочисленные исследования. Быстро растет число работ, посвященных анализу различных аспектов теневой экономической деятельности. Выходят в свет труды Д. Блейдса, Б. Даллаго, Б. Контини, Е. Фейга, П. Гутманна, К. Макафи, Х. Петерсена и других. В последней версии национальных счетов ООН «теневую экономику» рекомендуется включать в границы производства.

Проведение в 1983 году в г. Белефелде международной конференции, на которой было представлено около 40 докладов, затрагивавших проблемы теневой экономики в условиях различных хозяйственных систем, выявило остроту рассматриваемой проблемы. А по материалам состоявшейся в 1991 году в Женеве конференции европейских статистиков, посвященной скрытой и неформальной экономике, опубликовано специальное руководство по статистике теневой экономики в странах с рыночной системой хозяйствования.

Целью статьи является проведение дескриптивного анализа существующих теоретических положений по проблемам сущности теневого бизнеса. При этом

первостепенной задачей представляется уточнение ключевых понятий и дефиниций, определяющих базовые позиции при рассмотрении поставленной цели.

Основные результаты исследования. Для установления отправных позиций рассматриваемой проблемы следует, прежде всего, дифференцировать понятие «теневая экономика» от понятия «экономика», рассматриваемых как вид человеческой деятельности. В качестве базисных примем формулировку «Большой экономической энциклопедии»¹ [2], где экономика определена как «систематизированное по определенным правилам хозяйство, в процессе которого обеспечивается удовлетворение общественных (в том числе физических) потребностей за счет производства и применения жизненно необходимых благ». В то же время теневая экономика (Shadow economy) в этом же издании характеризуется как «особое наименование неафишируемых экономических процессов, скрываемых их участниками, не поддающихся контролю со стороны государства или общества и не фиксирующихся официальной статистикой. Со стороны производства это невидимые процессы распределения, обмена, потребления товаров и услуг, экономические отношения, в которых проявляется заинтересованность отдельных лиц или групп людей» [2]. Исходя из этих двух определений главным дифференцирующим признаком является регулируемость (контроль) для экономики вообще и не регулируемость для теневой экономики со стороны государства, при производстве товаров нелегальным (скрытым от государства) способом. Объединяющим же признаком является производство товаров для удовлетворения потребностей.

В литературе выделяются некоторые общие закономерности функционирования теневой экономики, но при этом однако нет единства мнений в интерпретации следующих основных положений:

- что относить к теневой экономике, т.е. ее сущность и вместе с тем понятийный аппарат;
- субъекты и объекты теневой экономики;
- причины формирования теневой экономики;
- методика учета масштабов деятельности теневой экономики;
- пути и способы сокращения объемов теневой экономики;
- правовая и этическая сторона вопроса.

Ввиду разночтения некоторых терминов, касающихся сферы теневой экономики, представляется необходимым, прежде всего, дать определение наиболее общих ключевых понятий, используемых при рассмотрении проблемы.

В отношении самого основополагающего термина «теневая» существует множество синонимичных терминов: «не официальная», «не легальная», «параллельная», «серая», «незаконная», «криминальная», «подпольная» и ряд других. Не касаясь номинативных различий данных терминов, в большинстве случаев не изменяющих сущность понятия, примем в данной статье наиболее употребляемый термин - теневая экономика.

Прежде всего, нас должно интересовать, чья и какая деятельность в самом общем плане подлежит рассмотрению как в отношении субъекта, так и в отношении рода занятий.

С точки зрения экономико-статистического подхода к теневой экономике относятся все виды экономической деятельности, которые официально не учтены, не отражены в официальной статистике [3]. Козлов Ю. под теневой экономикой предложил понимать любую скрытую от государственного учета экономическую деятельность.

Важным атрибутом приведенных определений является «экономическая деятельность», понимание которого имеет принципиальное значение для определения сущности теневой экономики. Например, следует ли относить к теневой экономике, к экономическим процессам или экономической деятельности грабеж или воровство, вымогательство (мздоимство, взяточничество), попрошайничество т.е. деятельность, которую к процессам производства отнести нельзя?

Поскольку в справочной литературе нет дефиниций к термину «экономическая деятельность», сформулируем это понятие с использованием дефиниции слова «экономический», данную в академическом «Словаре русского языка» [4]. Экономическая деятельность – это деятельность, относящаяся к организации и ведению экономики, т.е. к организации и ведению хозяйства любой формы собственности.

Исходя из данной дефиниции, предприятие или физическое лицо, использующие для обеспечения своей жизнедеятельности любые источники дохода, в том числе и криминальные, занимаются экономической деятельностью.

Вместо термина «экономическая деятельность» Сергеев А. [5] использует термин «трудовая деятельность», определив теневую экономику как незарегистрированную в государственных органах и поэтому индивидуальную неконтролируемую трудовую деятельность. С нашей точки зрения, при определении теневой экономики следует отмежеваться от термина «трудовая деятельность», который включает в себя понятие экономической деятельности, но является значительно более широким понятием. Если мы можем утверждать, что теневая экономика охватывает практически все виды экономической деятельности, то относить ее к трудовой деятельности в целом нельзя. Кроме того, под определением А.Сергеева попадает и деятельность домашних хозяйств, которая весьма относительно подлежит учету и обычно к теневой экономике не относится, за исключением фермерского хозяйства, семейного предприятия, оказания услуг по размещению и другой подлежащей регистрации деятельности.

Вместе с тем нельзя согласиться с мнением И.Николаева, считающего, что теневая экономика — это вид экономической деятельности, осуществляемый незаконно или с нарушением закона с целью нетрудового обогащения [6]. Хотя в юридической практике и существует понятие нетрудового дохода, его применение к экономике вообще и к теневой экономике в частности, не приемлемо, поскольку во всех случаях теневой деятельности в той или иной мере применяется труд.

Другим важным атрибутом дефиниций, определяющих теневую экономику, является соотнесенность ее с легальностью, рассматриваемой часто в кластере с учитываемостью. К ним можно отнести определения, данные Есиповым В.М., Исправниковым В.О., Макаровым Д., Ореховским П., Турчиновым А. и др.

В макмиллановском словаре современной экономики теневая экономика определяется как «часть экономики, отчетность которой не включена в национальную статистику, поскольку ее показатели стремятся скрыть от властей» [7].

Это определение можно было бы принять как наиболее общее выражение основного характеризующего признака теневой экономики – сокрытие части доходов. Однако ограничение теневой экономики в данном определении такими детерминантами как «статистика» и «власти» делает его недостаточно четко направленным. Дело в том, что невключение отчетных данных в национальную статистику (статистика может быть и других уровней) еще не признак теневой экономики. Понятие же «власти» не столь важно в этом случае, как более важно понятие «бюджет», что, на наш взгляд, имеет принципиальное значение, поскольку именно бюджет является главным инструментом органов государственного управления для исполнения функций государственности, определяя жизнеспособность страны. Кроме того, теневая экономика не всегда сопровождается какими-либо отчетными данными и порой лишена вообще всякого учета. Следовательно, рассматриваемое определение, выражая сущность понятия, нечетко по форме.

Требует корректировки и формулировка, данная в современном экономическом словаре: «теневая экономика – это экономические процессы, которые не афишируются, скрываются их участниками, не контролируются государством и обществом, не фиксируются официальной статистикой. Это невидимые невооруженным взглядом, со стороны процессы производства, распределения, обмена, потребления товаров и услуг, экономические отношения, в которых заинтересованы отдельные люди и группы людей» [8].

В приведенной формулировке неприемлема приводимая характеристика теневой экономики, даваемая не столько научным, сколько метафорическим описанием: «невидимая невооруженным глазом...» [8]. Нередко теневая экономическая деятельность осуществляется у всех на виду и даже при непосредственном участии коррумпированных контролирующих органов (например, стихийный рынок) и не требует «вооруженного взгляда».

По утверждению Предборского В., в научной литературе под теневой экономикой понимается вся совокупность экономической деятельности, которая не учитывается официальной статистикой и не включается в ВВП [9].

Понимая значимость статистики для контроля экономической деятельности, полагаем, что при несовершенстве в определенной мере существующей системы статистического учета, не следует связывать определение теневой экономики со статистикой. Важно лишь то, что неучтенная часть дохода не попадает в бюджет.

В этом определении особо значимым фактором считаем указание Предборского В. на не включение результатов теневой экономики в ВВП. С этим

положением категорически нельзя согласиться, поскольку, хотя официальной статистикой не удастся учитывать объемы теневой экономики, ее весьма масштабная деятельность (по различным оценкам для разных стран, разных отраслей и разных временных периодов от 25 до 80 % всей экономической деятельности) участвует в совокупной стоимости продукции сферы материального производства и сферы услуг (рис. 1).

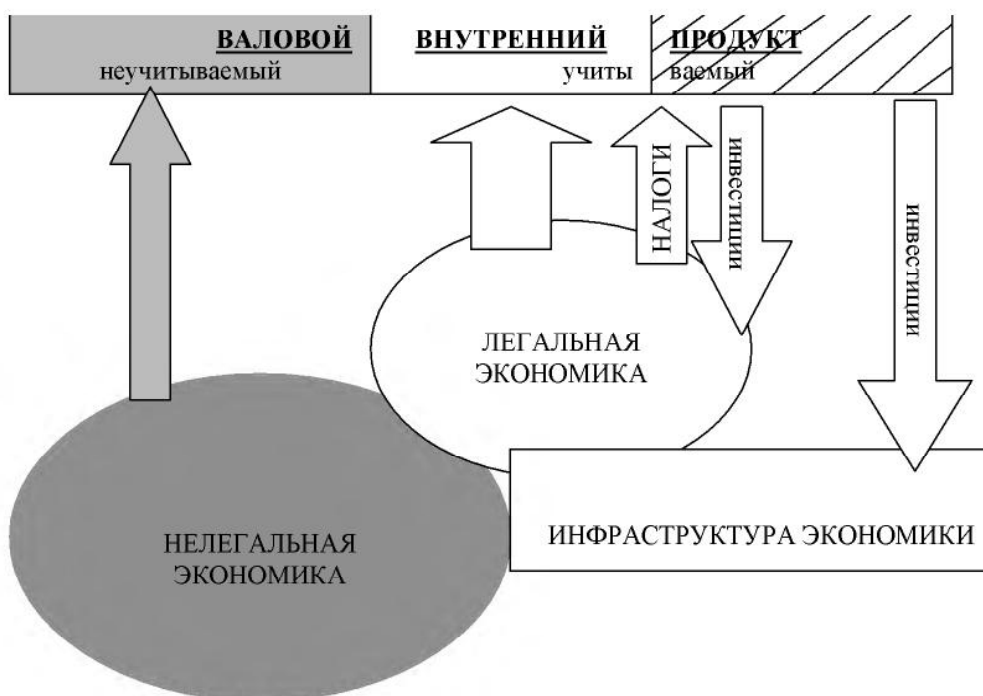


Рис. 1. Схема функционирования экономики [11]

Как указывает С.Белая, по некоторым экспертным оценкам, в отечественном производстве доля теневого сектора фактически сравнялась с долей официального [10].

Совершенно ошибочное, вульгарное определение теневой экономики в зависимости от общественной полезности или вредности экономической деятельности предложил К.А. Улыбин, который полагал, что «под теневой экономикой наиболее правильно понимать экономику, противоположную нормальной, полезной. Если какие-то экономические явления не выходят за рамки последней, то их нет никакого смысла выделять в особый, противоположный здоровой, вид экономики. Теневая экономика тем самым включает в себя те виды деятельности, которые имеют негативный, деструктивный, дефективный характер,

которые наносят вред обществу и его членам. Общественно полезный характер деятельности является исходным критерием отнесения ее различным видам к теневой или нетеневой экономике» [12].

Если бы теневая экономика занималась не полезной, вредной деятельностью, то есть не имеющей потребности в обществе, она не смогла бы существовать. На самом деле она во многих случаях функционирует весьма конструктивно, полезно, удовлетворяя те потребности, которые не в состоянии удовлетворить официальная экономика. И в этом, как отмечают исследователи, ее позитивная функция.

Важным признаком, отличающим теневую экономику от легальной Даллаго Б. (Dallago B.) называет ее иррегулируемость, под которой понимает деятельность экономических агентов, которая не подчиняется регулярным правилам и законам или каким-либо образом скрыта от государственных органов управления и контроля [13]. Отчасти с этим утверждением можно согласиться, однако существуют экономические инструменты возможного воздействия на теневую экономику, т.е. косвенного, а порой и прямого регулирования ее.

Вывод. Исходя из проведенного анализа существующих определений теневой экономики, предлагаем следующую дефиницию: *теневая экономика – это многоплановая, разноаспектная экономическая деятельность предприятий (юридических лиц), а также отдельных физических лиц или их групп без юридических прав экономической деятельности, направленная на получение не учитываемого государством дохода и присвоения его в личных целях.*

Список литературы

1. Gutmann P. The Subterranean Economy // *Finanational Analysts Journal*. – 1977. Vol. 33,
2. Большая экономическая энциклопедия. – М.: Эксмо, 2007. – 762 с.
3. Анализ размеров теневой экономики России // *Вестник русского экономического общества*. – 2003. – №12.
4. Словарь русского языка. В четырёх томах. – М.: «Русский язык», 1988. – Т. 4. – 749 с.
5. Сергеев А. Альтернатива: выбор пути. Перестройка управления и горизонты рынка. – М.: Мысль, 1980. – 462 с.
6. Николаев И. Теневая экономика: причины, последствия, перспективы // *Общество и экономика*. – 1998. – № 6. – С. 31.
7. Guide-book to statistic on the hidden economy. New-York, 1992. 378 p.
8. Большой экономический словарь / Е.Г. Багудина и др.; отв. Ред. А.И. Архипов. – М.: ТК Велби, Изд-во Проспект, 2007.
9. Предборський В. До питання про сутність тіньової економіки // *Підприємництво, господарство і право*. – 2004. – № 12. – С. 111-115.
10. Белая С. Теневая экономика и её влияние на структурную трансформацию украинского производства // *Экономика Украины*. – 2000. – № 10. – С. 42-45.
11. Полищук Е.А., Бузни А.Н. Генезис и гносеологические аспекты теневой экономики // *Економіка: проблеми теорії та практики: збірник наукових праць*. – Вип. 231. – Т. 1 Дніпропетровськ, 2007. – С. 43-50.
12. Улыбин К. Теневая экономика. - М.: Экономика, 1991.
13. Бекряшев А. К., Белозеров И. К., Бекряшева Н. С., Леонов И.В. Электронный учебник “Теневая экономика и экономическая преступность” (<http://newasp.omskreg.ru>).

Поступила в редакцию 30.05.2008 г.

Полищук О.А., Бузні А.М. До питання про сутність тіньової економіки // Вчені записки ТНУ. Серія: Економіка, 2008. – Т. 21 (60). – № 1. – С. 246-252.

Приведено короткий аналіз літературних даних про тіньову економіку, її сутність та структуру.

Ключові слова: тіньова економіка, нелегальні дії, приховане виробництво, офіційна статистика.

Polischuk E.A., Buzny A.N. To the question about essence of shadow economy // Uchenye zapiski TNU. Series: Economy, 2008. – Vol. 21 (60). # 1. – P. 246-252.

The short literary data analysis about a shadow economy, its essence and structure is conducted.

Key-words: shadow economy, illegal actions, hidden production and official statistics.

УДК 65.014.1.:65.011.11

ФОРМИРОВАНИЕ ЕДИНОГО ИНФОРМАЦИОННОГО ПРОСТРАНСТВА В ТУРИСТИЧЕСКОЙ ОТРАСЛИ

Процай А.Ф., Гонтарь Т.Н.

В статье рассмотрены основные принципы применения автоматизированных систем управления в туристической отрасли. В результате исследования выяснилось, что использование автоматизированных систем управления обеспечивает поле для реализации информационной и функциональной взаимосвязи предприятий туристической отрасли, как между собой, так и с властными структурами и предпринимателями.

Ключевые слова: автоматизированная система управления, единый информационный сервер, туристическая отрасль, туристический кластер, взаимодействие предприятий.

Постановка проблемы. В условиях открытого рынка и ужесточения соперничества ключевое значение приобретает задача усиления конкурентных позиций за счет снижения себестоимости, совершенствования финансовой и информационной базы хозяйствования. Опыт функционирования высокоэффективных западных туристских компаний доказывает, что благодаря современным методам можно добиться существенной экономии затрат без ущерба качеству оказываемых услуг, а также более эффективного использования финансовых ресурсов и информатизации управления.

Развитие отечественной туристской отрасли требует создания динамичной, высокоэффективной системы управления предприятиями как первичным звеном индустрии гостеприимства и туризма. Решение этой сложной проблемы требует, прежде всего, переосмысления сформировавшихся представлений о самом процессе разработки туристского продукта и его эффективности в продвижении до конечного потребителя. Все это требует в свою очередь консолидации усилий в области оказания туристических услуг. Желание сделать свои регионы более привлекательными для туристов должно ориентировать как деловые круги, так и госадминистрации реализовывать обширные программы развития туризма, рассчитанные не на быстрое получение прибыли, а на долгосрочную перспективу. Примером такого решения может служить региональная программа развития туризма направленная на создание регионального туристического кластера. Задачей такого кластера будет являться не только создание комфортных условий для туристов, но и обеспечение их безопасности, поиск инновационных решений в развитии турпотенциала, привлечение науки и новых технологий для совершенствования и рационального использования турпродуктов, и самое главное, это может реализовываться только благодаря обеспечению единого информационного пространства в рамках кластера.

Анализ публикаций. Информационное обеспечение туристского бизнеса на региональном уровне опирается на различные туристские информационные и маркетинговые системы и развитую телекоммуникационную инфраструктуру.

Развитие украинского рынка туризма обусловило необходимость в изучении теории и практики управления информационными технологиями. Огромное количество зарубежных исследований в области информационных и коммуникационных технологий в туризме основываются на более чем 30-летнем опыте функционирования различных компьютерных систем. Так, различные аспекты информационного обеспечения туристского бизнеса представлены в работах таких зарубежных исследователей как: Ротман К. [7], Альбанезоу М., Влавьянос Г. [5], Ванг Ф., Арчер М. [6]. Отдельные вопросы автоматизации управления в сфере гостиничных услуг и туризма отражены в публикациях таких отечественных авторов, как Санти А. [3], Николаенко Н.П. [1], Соколов И.А. [2], которые подчеркивают, что без специализированного программного обеспечения невозможно говорить не только о конкурентоспособности туристической фирмы, но даже и о простом существовании бизнеса на прежнем уровне. В настоящее время в отечественных туристских компаниях менеджмент расширяет границы своей ответственности. Рациональное потребление финансовых, информационных и прочих ресурсов в этой связи возможно только в условиях согласования и координации деятельности всех бизнес-подразделений, через которые проходят имеющиеся потоки. Взаимосвязь в туризме – одна из самых насущных проблем, именно от ее решения зависит конкурентное превосходство той или иной турфирмы. Использование специализированных программных продуктов позволит не только реализовать подобную взаимосвязь, но и обеспечит постоянный контроль за текущим состоянием компаний туристической отрасли на всех этапах работы.

Целью исследования является оценка возможности обеспечения взаимосвязанности предприятий туристической отрасли и разработка предложений по созданию единого информационного пространства на основе использования автоматизированных систем управления.

Результаты исследования. Сегодня перед большей частью отечественных предприятий, выбравших туризм основным видом своей деятельности, уже не стоит вопрос необходимости автоматизации как таковой. Дело лишь за выбором самого продукта и той компании, которая будет его внедрять.

Отраслевой программный продукт для туристической компании может помочь решить следующий набор задач:

- помощь в создании туристических предложений и расчет их конечной стоимости;
- формирование единой базы данных, аккумулирующей сведения о предприятиях-партнерах, физических лицах - клиентах, рекламе, которую компания размещает в СМИ, сделанных заявках и платежах по ним, предложениях и их деталях (отелях, авиабилетах, видах услуг), курсах валют и т.д.;
- мощная аналитическая система, позволяющая специалисту-маркетологу и/или руководителю видеть общую картину спроса актуальных предложений, финансового состояния фирмы, отслеживать эффективность рекламы и т.д.;
- сокращение времени при оформлении заявки и упрощение этого процесса за счет автоматической выписки полного комплекта необходимых документов:

ФОРМИРОВАНИЕ ЕДИНОГО ИНФОРМАЦИОННОГО ПРОСТРАНСТВА В ТУРИСТИЧЕСКОЙ ОТРАСЛИ

договора, счета, ваучера, листа бронирования, приходного и расходного кассовых ордеров и др.;

- взаимосвязь выбранной системы автоматизации с другими разработками, используемыми на рынке туристических услуг: поисковыми системами, бухгалтерскими программами и т.д.;

- объединение удаленных офисов в сеть посредством единой базы данных, а также осуществление непосредственной связи с партнерами [4].

Возможности автоматизированной системы управления позволяют обеспечить тесную функциональную взаимосвязь предприятий туристической отрасли. Так, успешно работают такие схемы взаимодействия, когда заявка от продающего агентства поступает к туроператору, а от него - принимающей стороне и обратно в виде подтверждения за считанные минуты.

Все более востребованным становится такой необходимый в работе сетевого турагентства программный продукт, который бы сумел связать любое количество удаленных офисов [6].

Еще одной схемой взаимодействия программных продуктов, специализирующихся на автоматизации туристической отрасли, стала разработка единого информационного сервера. Он позволяет аккумулировать предложения туроператоров, использующих в своей работе специализированное программное обеспечение, и размещать их на специальном сайте для быстрого поиска и бронирования. Теперь, с появлением подобного сервиса, поиск и бронирование тура – основные операции в осуществлении взаимодействия туристического агентства и туроператора – станут более быстрыми, максимально точными, комфортными для персонала турфирм. Вся информация о забронированных предложениях в режиме он-лайн сохраняется при этом в базе данных, как агентства, так и туроператора. Таким образом, туристические программные продукты помимо своей первоначальной цели – автоматизировать и структурировать внутрифирмскую работу турфирмы - приобретают принципиально новую функцию [1].

Таким образом, исходя из постановки задач, на сегодняшний день можно выделить следующие основные решения автоматизации предприятий туристической отрасли, отличные функционально:

- программные комплексы для автоматизации офисной деятельности компаний-туроператоров;

- программные комплексы для автоматизации туристических агентств;

- программные комплексы для автоматизации деятельности компаний-туроператоров, обслуживающих туристов на приеме;

- модуль онлайн бронирования для быстрого поиска и бронирования туров на сайте туроператора [5].

В данном случае, под системой онлайн - бронирования подразумевается непосредственная взаимосвязь турагентской программы с актуальной базой данных туроператорского модуля посредством интернета (рис.1) [3]. Этот процесс исключает промежуточные звенья в диалоге «турагентство – туроператор», тем самым позволяя избежать тех явных недостатков, что присущи современным информационно-поисковым системам: частой неактуальности размещенной

информации, невозможности отследить стоп-сейлы, длительного ожидания подтверждения заявки туроператором, наконец, человеческого фактора.

Все разработки, указанные в схеме взаимодействия, – это готовые программные продукты. Они, как правило, не требуют обязательной подгонки под каждую отдельную компанию и доработки. После установки программы начинается непосредственная работа. Кроме того, возможна интеграция с другими системами автоматизации, в частности, широко распространенными системами бухгалтерского учета [7].

Данная схема взаимодействия представляет собой своеобразную модель формирования туристического кластера, обеспечивающего поле для реализации информационной и функциональной взаимосвязи предприятий туристической отрасли. Задачей кластера является не только создание комфортных условий для туристов, но и обеспечение их безопасности, поиск инновационных решений в развитии турпотенциала, привлечение науки и новых технологий для совершенствования и рационального использования турпродуктов. Таким образом, основная задача создания кластера заключается в комплексном подходе к развитию туристической отрасли.

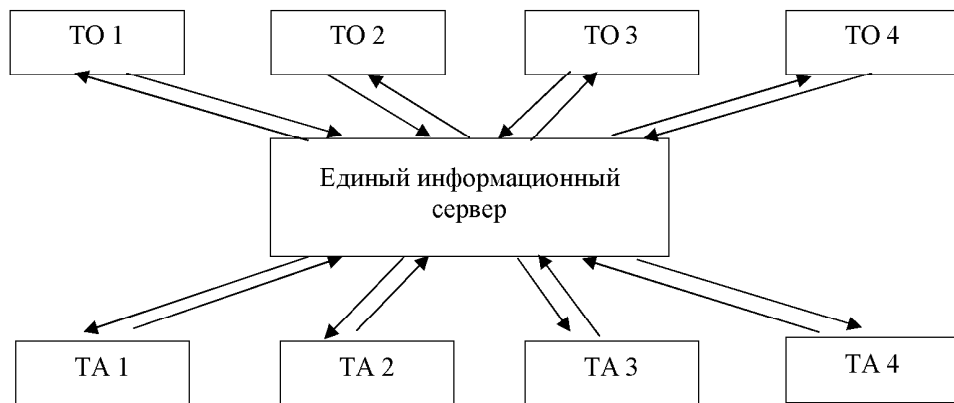


Рис. 1. Взаимосвязь турагенств (ТА) с туроператорами (ТО) посредством единого информационного сервера

Многоуровневая кластерная схема предполагает и создание новых рабочих мест, и усовершенствование отелей и турбаз, и реализацию свежих овощей и фруктов, и туристические автоперевозки. По сути, кластер — это оживление всех направлений, связанных с туристической деятельностью, — торговли, сферы питания, экскурсионной деятельности, организации концертов и шоу. Поэтому фирмы, входящие в кластер, заинтересованы в притоке отдыхающих и берутся обеспечить им комфортный отдых: строители возводят современное жилье, растут новые торговые точки, расширяется сеть ресторанчиков и кафе, где можно вкусно и недорого поесть. По сути, эти предприятия — мелкие и средние инвесторы региона,

ФОРМИРОВАНИЕ ЕДИНОГО ИНФОРМАЦИОННОГО ПРОСТРАНСТВА В ТУРИСТИЧЕСКОЙ ОТРАСЛИ

и чем качественнее и эффективнее их работа, тем выше уровень поступлений в казну.

Однако без единой базы данных предприятия остаются разрозненными в информационно-рекламном пространстве области и требуют систематизации. Создание туристического кластера на территории АРК на базе создания единого информационного сервера позволит обеспечить согласованность действий не только основных игроков туристической отрасли, но и властных структур и предпринимателей [2].

Вопрос своевременности создания туристического кластера не раз поднимался Крымской ассоциацией туристических агентств (КАТА). Так как, лишь общими усилиями всех участников туристического сектора, можно обеспечить успешное продвижение Крыма на международных туристических рынках. Анализируя растущий интерес к украинскому побережью Черного моря со стороны немецких и польских туристов, следует отметить, что уникальное сочетание культурных, исторических и климатических факторов Крыма не всегда может компенсировать для иностранного туриста существующие проблемы туристического сектора. Поэтому представители более 100 участников туристического рынка, объединенных КАТА, рассматривают кластер как эффективный механизм повышения качества сферы обслуживания, оптимизации соотношения цены и качества туристических услуг и улучшения условий транспортной инфраструктуры, что в свою очередь свидетельствует об еще одном преимуществе кластеров, которые являются наиболее эффективным способом привлечения прямых иностранных инвестиций, дают возможность объединить усилия малого и среднего бизнеса и крупных предприятий в реализации конкретных масштабных проектов [2, с. 45].

Выводы и предложения. Создание единого информационного пространства – одна из самых важных задач, стоящих перед туристической отраслью. Взаимосвязь между турагенствами, туроператорами, властными структурами и предпринимателями может реализовываться различными способами, как на административном уровне, так и с помощью обеспечения функциональной взаимосвязанности предприятий туристической отрасли, путем создания единого информационного пространства. Последний способ на наш взгляд является наиболее эффективным, так как несмотря на оптимистические прогнозы развития, туристический сектор Крыма пока не может быть конкурентоспособным из-за застарелых проблем сектора, пока решаемых за счет админресурса. АРК обладает уникальным туристическим потенциалом, что при эффективном его использовании с помощью кластеров позволит серьезно укрепить туристическую индустрию страны и оказать значительное благоприятное воздействие на развитие ее сопутствующих структурных элементов, в т.ч. на производство товаров широкого потребления, АПК, торговлю, строительство, транспорт, связь, другие виды услуг. Основными преимуществами кластеров являются возможность привлечения прямых иностранных инвестиций, возможность объединить усилия малого и среднего бизнеса и крупных предприятий в реализации конкретных масштабных проектов.

Обычно кластеризация проходит в регионах самостоятельно, без участия извне, но поддержка и контроль со стороны местной власти необходимы. Именно от их действий в значительной мере зависит становление и развитие кластеризации. Имеется в виду законодательство, которое должно стимулировать местное предпринимательство и способствовать конкурентоспособности рынка туристических услуг.

Список литературы

1. Николаенко Н. CRM системы в туризме// Украинский Туризм. –2006. – № 5. – С.24-29.
2. Соколов И.А. Внедрение моделей инновационной логистики в деятельности туристских фирм в условиях устранения проблем их функционирования.// Украинский туризм. – 2007. – №4. – С. 41-47.
3. Санти А. IT в туризме// Украинский туризм. – 2006. – № 6, – С. 18-21.
4. Соколов И.А. Логистика туристического предприятия: Учебное пособие. – М.: Изд-во Рос. экон. акад., 2006. – 258 с.
5. M. Albanizou, S Symeonidis, G. Vlavianos, and E. Sofikitis. Applying crm analytics in the tourism industry: A data miningperspective.// 13th International Conference on Recent Advances in Retailing and Services ScienceIn. The European Institute of Retailing and Services Studies (EIRASS), Budapest, July 9-12, 2006.
6. Wang, F., Head, M., Archer, N. The relationship building model for the web retail market place// Harvard Press. – No.5, – pp.374-378.
7. Hal K. Rothman The Culture of Tourism, the Tourism of Culture. – Albuquerque: University of New Mexico Press, 2003. – 250 pp.

Поступила в редакцию 30.05.2008 г.

Процай А.Ф., Гонтар Т.Н. Використання автоматизованих систем управління для забезпечення взаємоз'язку підприємств туристської галузі // Вчені записки ТНУ. Серія: Економіка, 2008. – Т. 21 (60). – № 1. – С. 253-258.

У статті розглянуті основні принципи застосування автоматизованих систем управління у туристській галузі. У результаті дослідження з'ясувалося, що застосування автоматизованих систем управління забезпечує поле для реалізації інформаційного та функціонального взаємоз'язку підприємств туристської галузі, як між собою, так й з владними структурами та підприємствами.

Ключові слова: автоматизована система управління, єдиний інформаційний сервер, туристська галузь, туристський кластер, взаємодія підприємств.

Protsay A.F., Gontar T.N. Automated management system employment for providing correlation of tourism industry enterprises // Uchenye zapiski TNU. Series: Economy, 2008. – Vol. 21 (60). # 1. – P. 253-258.

Main principles of automated management system employment in tourism industry are considered in the article. As a result of research it is discovered that automated management system employment provides the field for realization of informational and functional correlation between tourism industry enterprises, government officials and entrepreneurs.

Key words: Balanced Scorecard, automation, efficiency showings, IT Scorecard, business-processes optimization.

УДК 338.48(085.8):659.113.23

ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ РЕКЛАМЫ КАК ВАЖНЫЙ АСПЕКТ УПРАВЛЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬЮ ТУРИСТСКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Пушкарева Е.В.

Оценка эффективности рекламы рассматривается как важный аспект управления конкурентоспособностью туристских фирм. Рассматриваются и систематизируются существующие подходы к оценке эффективности рекламы в туристской сфере. Даются рекомендации по оптимизации учета рекламного и других факторов в управлении конкурентоспособностью предприятия.

Ключевые слова: эффективность рекламы, конкурентоспособность, туристское предприятие.

Актуальность темы. Реклама с каждым годом становится всё более важным инструментом конкурентной борьбы между предприятиями. В сфере туризма, характеризующейся уже сегодня достаточно большим количеством участников (имеются в виду как туристские фирмы, реализующие турпродукт непосредственно потребителю, так и многочисленные курортные регионы и средства размещения, стремящиеся активно продавать свои услуги) и жёсткой конкурентной борьбой между ними, возможность донести информацию о себе до как можно большего числа потенциальных клиентов особенно важна. Многочисленность рекламных обращений, получаемых человеком из различных источников, заметно снижает их эффективность, позволяя выделиться из основной массы лишь наиболее яркой, нестандартно поданной рекламе. В то же время, туристские фирмы, как и любые другие предприятия, вкладывая деньги в рекламу, хотят получать обратный результат в виде увеличения числа клиентов и реализованных туров. Вследствие этого, вопрос оценки эффективности рекламы для туристских фирм является чрезвычайно актуальным.

Постановка проблемы. Понятие эффективности в рекламе, с одной стороны, тесно связано с понятием экономической эффективности вообще, с другой – имеет свою собственную специфику. Наиболее общее определение эффективности – это соотношение результата и затрат на его достижение. В принципе, это определение подходит и к эффективности рекламы, где в качестве результата может рассматриваться степень достижения цели, а в качестве затрат – ресурсы, потраченные на её проведение. При этом нужно иметь четкое представление о ряде ограничений, с которыми следует считаться при анализе эффективности рекламы: далеко не все и не всегда здесь можно учесть и подсчитать, не все то, что можно подсчитать, поддается стоимостной оценке, при комплексном рекламном воздействии сложно выделить воздействие отдельных рекламных инструментов или маркетинговых мероприятий. В данном случае уникальность туристской сферы как таковой выдвигает проблему оценки эффективности рекламной деятельности в туризме в ряд наиболее важных вопросов управления конкурентоспособностью туристского предприятия.

Анализ последних исследований и публикаций показывает, что рассмотренные отечественными и зарубежными авторами проблемы эффективности рекламы и способов её измерения не нашли ещё своего окончательного решения в экономической теории и практике. По мнению Г.Л. Багиева, В.М. Тарасевича, Х. Анна, «определение эффективности рекламы в целом связано с изучением комплекса взаимовлияющих факторов, вопросов и проблем, измерить которые часто практически невозможно» [3].

Основной целью данного исследования является рассмотрение и систематизация существующих подходов к оценке эффективности рекламы в туристской сфере и разработка рекомендаций по оптимизации учёта рекламного и других факторов в управлении комплексной конкурентоспособностью предприятия.

Изложение основного материала. Главной целью оценки эффективности рекламной кампании должно быть выявление решающего фактора зависимости между самой рекламой и её воздействием (или отсутствия этого воздействия) на отдельную личность, который позволяет получить экономический и социальный эффект. Согласно мнению Генри Асселя [1], оценку эффективности рекламы следует проводить с трёх позиций:

- оценивается воздействие отдельных рекламных объявлений на потребителей;
- оценивается эффективность различных средств рекламы при передаче сообщения;
- оценивается влияние всей рекламной кампании на объёмы продаж.

При оценке эффективности рекламной деятельности следует выделить три глобальных проблемы:

- что понимается под эффективностью, т.е. что измерять в конце рекламной кампании;
- какими методами измерять;
- в какое время измерять.

В современной практике рекламного менеджмента существует два основополагающих подхода к оценке эффективности рекламы. В первом случае за основу берётся рассмотрение рекламы в первую очередь как инструмента маркетинговой деятельности фирмы и её экономический эффект, выражающийся в непосредственных продажах. Второй подход рассматривает коммуникативную функцию рекламы, оценивая эффективность рекламы по степени качественного и количественного влияния, оказанного на потребителя.

Оценка экономической и коммуникативной эффективности рекламы в туризме осложняется тем, что на потребительские предпочтения в данной сфере оказывает влияние множество других факторов, таких как состояние экономики, политические события, действия конкурентов, психология продавцов и покупателей и др. Между подходами, по существу, нет противоречий потому, что, с одной стороны, реклама – это, прежде всего инструмент коммуникаций, а с другой – она одновременно

ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ РЕКЛАМЫ КАК ВАЖНЫЙ АСПЕКТ УПРАВЛЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬЮ ТУРИСТСКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ

является и частью деятельности маркетинга, способствуя получению фирмой прибыли от широких продаж услуг или товара, т.е. характеризует её коммерческую деятельность.

Экономическая эффективность рекламы чаще всего определяется путем измерения ее влияния на объем продаж. Наиболее точно установить, какой эффект дала реклама, можно лишь в том случае, если увеличение сбыта туристской услуги происходит немедленно после воздействия рекламы. Однако это не касается дорогостоящих туристских услуг, когда покупке предшествует обязательное обдумывание.

С целью получения более-менее точных результатов оценки эффективности рекламной компании в туризме, математиками разрабатываются специальные формулы, анализирующие рентабельность рекламной компании в отношении к затратам на рекламу и полученной чистой прибыли. Другие вычисления соотносят затраты на рекламу с количеством реализованных туродней. Третьи сравнивают затраты на рекламу и полученные результаты нескольких предприятий с целью провести анализ эффективности рекламных компаний разных турфирм.

Однако, уникальность рынка туризма и самой туристской услуги как товара, их зависимость от множества факторов, не связанных с рекламой, таких как политическая обстановка, сезонность, погодные условия, уровень достатка, мода, качество обслуживания и многих других, делает все математические расчеты эффективности рекламы в туризме достаточно условными.

Тем не менее, активные работы в этой сфере с целью определить наиболее действенные рычаги маркетингового воздействия на рынок ведутся постоянно. На практике оценка эффективности рекламной кампании предусматривает:

- расчет экономической (коммерческой) эффективности в виде отношения прироста объема сбыта (прибыли, оборота) к затратам, которые были осуществлены в ходе рекламной кампании;
- анализ коммуникативной эффективности рекламной кампании, т.е. оценку числа рекламных контактов, достигнутых в результате рекламных мероприятий;
- оценку качества рекламного материала, т.е. оценку того, насколько форма и содержание рекламного обращения соответствуют рекламным целям и позволяют достигать этих целей.

Определение коммуникативной (информационной) эффективности позволяет установить, насколько эффективно конкретный рекламно-информационный материал передает целевой аудитории сведения или формирует желательную для рекламодателя реакцию потенциального потребителя. Для этого специализированными организациями проводятся медиаисследования, определяющие число рекламных контактов и их эффективность. Число рекламных контактов зависит от следующих факторов: выбора носителей рекламы, так как каждый носитель имеет свою целевую аудиторию, среднего числа читателей одного номера (для печатного издания), социально-демографической, профессиональной, поведенческой структуры аудитории, степени заинтересованности или адекватности рекламного предложения запросам целевой аудитории, числа рекламных

объявлении, их размера, местоположения, качества рекламного материала, его формы, содержания.

На эффективность рекламной кампании в сфере туризма влияет множество факторов, в том числе:

- соотношение целевой аудитории рекламируемого товара или услуги и используемых средств распространения рекламы;
- объем рекламных сообщений конкурентов по аналогичным продуктам или услугам;
- частота повтора рекламных сообщений;
- сезонность;
- новизна рекламируемого предложения, так как при продвижении нового вида продуктов или услуг реклама должна формировать новый спрос и новые потребности, а это сопряжено со значительными расходами;
- для туризма важно известность рекламируемого туристического района, так как регионы, имеющие богатые туристские традиции, могут привлечь к себе туристов с меньшими затратами на рекламу.

Коммуникативная эффективность рекламы характеризуется степенью привлечения внимания потенциальных клиентов, яркостью и глубиной их впечатлений, запоминаемостью рекламных обращений. Такая оценка является особенно актуальной в следующих ситуациях:

- до того, как выбран окончательный вариант рекламного обращения (предварительный анализ);
- во время проведения рекламных мероприятий (текущий анализ);
- после проведения рекламных мероприятий (последующий анализ).

Среди наиболее известных и часто используемых методов последующего анализа можно назвать следующие: отзыв с помощью, отзыв без помощи, методы Гэллапа-Робинсона и Старча, метод «тайников», метод купонов. Перечисленные выше методы исследования эффективности туристской рекламы, исключая метод купонов, предполагают разработку дополнительных методических материалов, например анкет, опросников, тестовых заданий и т.п., поэтому их использование в турфирмах ограничено.

Количественная неопределенность эффективности рекламы обусловлена целым рядом причин. Во-первых, реклама является только одним из многих факторов, влияющих на объемы продаж. Во-вторых, поведение конкретного потребителя представляет собой своеобразный черный ящик, и часто мотивация и принимаемые потребителем решения изучены недостаточно. В-третьих, на конечную эффективность рекламной деятельности влияют как внутренние факторы (эффективность рекламной стратегии, совершенство рекламных материалов и т.д.), зависящих от самого рекламодателя, так и внешние, не зависящие от действий ни рекламодателя, ни агентства (конъюнктура рынка, поведение конкурентов, изменения в поведении потребителей, влияние государства на рынок и т.д.).

Выводы. Как видно из вышеизложенного, рекламная деятельность туристского предприятия, являясь важным инструментом в конкурентной борьбе, в то же время

ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ РЕКЛАМЫ КАК ВАЖНЫЙ АСПЕКТ УПРАВЛЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬЮ ТУРИСТСКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ

находится в сильной зависимости от других факторов, влияющих на потребительский спрос в туризме: международной политической обстановки, природно-климатических ресурсов, инновационных технологий, уровня благосостояния, моды и многих других. Вследствие этого, продуманная рекламная компания туристского предприятия должна учитывать все эти, а также ряд других факторов, быть гибкой и четко нацеленной на свой потребительский сегмент. Как показывает практика, мало какая отрасль экономики может похвастаться такими яркими, нестандартными рекламными мероприятиями и акциями, как туризм. В то же время оценить эффективность отдельных рекламных мероприятий в туризме достаточно сложно, что выдвигает к специалистам в сфере туристской рекламы и маркетинга особые требования как к профессионалам наивысшей категории. Однако, при правильном подходе, рекламная деятельность может выступать как один из наиболее эффективных рычагов управления конкурентоспособностью туристского предприятия.

Список использованных источников

1. Ассель Г. Маркетинг: принципы и стратегия. – Москва: Инфра. 1999. – 580.
2. Александрова А.Ю. Международный туризм. Учебник. – Москва. 2002. – 230 с.
3. Багиев Г.Л., В.М. Тарасевич, Анн Х. Маркетинг. – Москва: Экономика. 2001. – 495 с.
4. Каргер Г. Эффективная реклама. – Москва: Маркетинг. 2001 – 315 с.
5. Левешко Р.Н. Анализ эффективности рекламы. – Киев: ВИРА. 1999. – 230 с.
6. Морозова Н.С., Морозов М.А. Реклама в социально-культурном сервисе и туризме. Учебник. – Москва. 2003. – 332 с.
7. Обрицько Б.А. Реклама і рекламна діяльність. – Київ. 2002.
8. Перепелица В. Как сделать рекламу эффективной. Или как стать известным. – Ростов: Феникс. 1997. – 225 с.

Поступила в редакцию 30.05.2008 г.

Пушкарьова О.В. Оцінка ефективності реклами як важливий аспект управління конкурентоздатністю туристських підприємств // Вчені записки ТНУ. Серія: Економіка, 2008. – Т. 21 (60). – № 1. – С. 259-263.

Оцінка ефективності реклами розглядається як важливий аспект управління конкурентоздатністю туристських фірм. Розглядаються та систематизуються існуючі підходи до оцінки ефективності реклами в туристській сфері. Даються рекомендації з оптимізації обліку рекламного та інших факторів у керуванні конкурентоздатністю підприємства.

Ключові слова: ефективність реклами, конкурентоздатність, туристське підприємство.

Pushkareva E.V. Advertisement effectiveness assessment as important aspect of management of tourist enterprises competitiveness // Uchenye zapiski TNU. Series: Economy, 2008. – Vol. 21 (60). # 1. – P. 259-263.

Advertisement effectiveness assessment is considered as important aspect of management of tourist firms competitiveness. The existing approaches to the advertisement effectiveness in tourist sphere are considered and systematized. Recommendations as for optimization of advertisement and other factors in the management of enterprise competitiveness are provided.

Key-words: advertisement effectiveness, competitiveness, tourist enterprise

УДК 339.9.012:330.34 (477)

ВЛИЯНИЕ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОГО СОТРУДНИЧЕСТВА НА УСТОЙЧИВОЕ РАЗВИТИЕ ЭКОНОМИКИ УКРАИНЫ

Срибный В.И.

В статье выполнен анализ влияния внешнеэкономической деятельности отраслей экономики на ее устойчивое развитие. Выделены основные угрозы снижения конкурентоспособности национальной экономики на мировом рынке.

Ключевые слова: внешнеэкономическое сотрудничество, устойчивое развитие, прямые иностранные инвестиции, конкурентоспособность.

Постановка проблемы. Высокий уровень экспортной ориентации базовых отраслей промышленности формирует риски и угрозы по обеспечению устойчивого развития национальной экономики в условиях вступления Украины в ВТО. Доминирование нестратегических конкурентных преимуществ отечественной экономики на внешних рынках отображает ограниченность потенциала сложившейся на Украине модели развития и требует изменения приоритетов внешнеэкономического сотрудничества.

Цель статьи. Определение влияния внешнеэкономического сотрудничества на устойчивое развитие национальной экономики и разработка рекомендаций по уменьшению негативных факторов в ее развитии.

Основные результаты исследования. На протяжении 2006 года частично сохранялись тенденции предыдущих лет, а также определились новые направления влияния внешнеэкономического сотрудничества на динамику развития отраслей экономики, среди которых выделяется ослабление влияния внешней торговли на устойчивое развитие экономики. Особенно это заметно в добывающей промышленности, где уровень зависимости от внешней торговли понизился на 7% в 2006 году и составил 59,2% [5]. Для отраслей обрабатывающей промышленности этот показатель составляет 71,1%.

В 2006 году происходило постепенное увеличение экспортной ориентации национальной экономики. Перерабатывающая и добывающая промышленность по-разному реагировали на данную тенденцию. Добывающая промышленность более активно переориентировалась на внутренний рынок в условиях ценовой нестабильности и повышения цен на импортные энергоносители, что стало ограничивающим фактором общего уровня экспортной ориентации экономики в целом. Предприятия обрабатывающей промышленности постепенно адаптировались к новым ценам на импортные энергоносители, уровень зависимости от которых остается очень высоким. Это обусловило восстановление в 2006 году позиций на внешних рынках отечественных экспортеров в целом.

Кроме того, в анализируемый период наблюдалось увеличение темпов прироста импортных поставок и положительная динамика роста обрабатывающей

промышленности. По итогам 2006 года доля импорта в товарном предложении на внутреннем рынке продукции обрабатывающей промышленности составила 47,7% [5]. Наиболее заметно активизировались импортеры резиновых и пластмассовых изделий (прирост за 2006 год составил 2,7 млрд. грн., и импорт в 6,3 раза больше внутреннего производства); химической продукции (прирост за 2006 год составил 3,7 млрд. грн., и импорт в 3,1 раза больше внутреннего производства); продукции транспортного машиностроения (11,1 млрд. грн. и 2,7 раза); машин и оборудования (4,1 млрд. и 2,2 раза); электрических и электронных устройств (2,6 млрд. грн. и 1,4 раза); металлургической продукции (5,7 млрд. грн. и 1,3 раза).

На протяжении 2006 года наблюдались изменения в структуре экспорта по степени обработки промышленной продукции, улучшилась товарная структура экспорта по степени обработки продукции. Происходило наращивание экспорта товаров полной промышленной обработки (на 15,2%) и поставок промежуточного производственного цикла (на 14,6%), а экспорт сырья промышленного сырья снизился на 12,5%. Таким образом, товары конечного потребления в 2006 году составили 31,1% совокупных экспортных поставок Украины. Решающим фактором улучшения товарной структуры экспорта по степени промышленной переработки продукции стало возобновление позитивной динамики экспорта продукции машиностроения, прирост которой составил 14,7%.

Одной из тенденций стало снижение части экспортных поступлений в общей выручке и, соответственно, большая зависимость от динамики внутреннего рынка, что обусловило увеличение убытков на предприятиях и уменьшение общего уровня рентабельности. Благоприятная конъюнктура на внешних рынках, ценовая конкурентоспособность национальных производителей металлургической продукции, высокая специализация и слабая конкуренция среди производителей на внутреннем рынке способствовало снижению уровня убыточности производства и достаточно высокой рентабельности в целом по отрасли.

Уменьшение уровня экспортной ориентации предприятий перерабатывающей промышленности (металлургия, химическая и нефтехимическая промышленность, машиностроение) имеет обратное влияние на объем убытков и общий уровень рентабельности в таких отраслях. Снижение доли экспортных доходов в общем доходе и, соответственно, большая зависимость от динамики внутреннего рынка обуславливают увеличение конкуренции и реструктуризацию данных отраслей.

Предприятия химической промышленности и машиностроения имеют более низкую конкурентоспособность, связанную со значительной технической и технологической отсталостью, а рынки сбыта больше зависят от конкурентного давления со стороны импортеров. Это обуславливает увеличение убыточных предприятий и объемов убытков на этих предприятиях. Низкая конкурентоспособность продукции машиностроения как по техническим характеристикам, так и по механизмам сбыта обуславливают слабость национальных производителей на внешних и внутренних рынках. Наибольший объем убытков формируется на предприятиях, ориентированных на внутренний рынок, на котором, в свою очередь, высокий уровень импортной продукции. В тоже время, высокая емкость рынка и увеличивающиеся потребности других отраслей в

продукции машиностроения (во многих сферах производства критический уровень износа основных средств и технологий) свидетельствует о высоком потенциале наращивания наполнения этого рынка продукцией и технологиями собственного производства.

В настоящее время сохраняется за металлургической промышленностью роль «локомотива» формирования товарного промышленного экспорта Украины. Весомая доля отрасли в формировании промышленного экспорта имеет тенденцию к увеличению экспорта продукции обрабатывающей промышленности. Отрасль демонстрирует высокие темпы роста благодаря повышенному спросу на внешних рынках. Поставки украинской продукции металлургии выросли по всем партнерам Украины, кроме азиатского региона (зафиксирован спад на уровне 15,9%), в частности, на 30,5% выросли поставки в ЕС и на 26,6% в СНГ. В два раза выросли поставки на рынки Америки [5].

Привлекательность промышленности как сферы привлечения иностранных инвестиций в 2006 году не улучшилась, а в общей структуре накопленных прямых иностранных инвестиций в Украину доля промышленности снизилась. Значительный рост объемов прямых иностранных инвестиций привлечен в низкотехнологические отрасли. В производство минерального сырья в 2006 году было привлечено 239 млн. дол. ПИИ, в металлургию и металлообработку – 144 млн. дол., пищевую промышленность и переработку сельскохозяйственных продуктов – 73,6 млн. дол., добывающую промышленность – 55,4 млн. дол. Хотя, даже при положительной динамике ПИИ для развития национальной экономики, этих средств недостаточно для инновационного развития отечественной экономики.

Происходит трансформация географической структуры прямых иностранных инвестиций. Наблюдается увеличение части стран-членов ЕС в ПИИ во всех сферах национальной экономики. Члены ЕС-10 вкладывают средства преимущественно в трудоемкие отрасли (пищевая промышленность и переработка сельскохозяйственной продукции – 2,3%, легкая промышленность и деревообработка – 0,8%), новые члены ЕС вкладывают средства в капиталоемкие отрасли (производство кокса, продуктов нефтепереработки – 39,4%, машиностроения – 5,7%, производство минерального сырья – 4,1%) [5].

Значительно усилилась региональная концентрация внешней торговли. На 4 области (Днепропетровская, Донецкая, Луганская, Запорожская) и г. Киев приходится около

69,3% товарного экспорта Украины. В других регионах только несколько предприятий имеют потенциал выхода на внешние рынки, что суживает возможность развития трансграничного сотрудничества, региональной производственной кооперации и научно-технического сотрудничества. Это подтверждает проблему неурегулированности вопросов подчинения производственных объектов, которые расположены в регионах, головным компаниям, расположенных в региональных центрах, что снижает действенность системы местного самоуправления, не формирует стимулы и мотивацию к расширению внешнеэкономических связей регионов.

ВЛИЯНИЕ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОГО СОТРУДНИЧЕСТВА НА УСТОЙЧИВОЕ РАЗВИТИЕ ЭКОНОМИКИ УКРАИНЫ

Внешнеэкономическая деятельность позитивно повлияла на экономическую динамику промышленности в 2006 году, особенно в отраслях перерабатывающей промышленности. Предприятия добывающей промышленности наращивали предложение своей продукции на внутреннем рынке, устойчивый спрос на которую обеспечивался за счет усиления ценового давления импорта, а также усиления конкуренции за ресурсы отечественных и транснациональных производителей на внутреннем рынке.

Относительно стабильная внешнеэкономическая активность в 2006 году обусловлена сохранением доминирующей роли экспортного потенциала, в основе которого – металлургическая и химическая промышленность и частично машиностроение. Конкуренция со стороны иностранных производителей заставила предприятия машиностроения усовершенствовать стратегии своего развития, более активно закрепиться на внутреннем рынке.

Неготовность производителей многих отраслей переориентироваться на новые внешние и внутренние рынки сбыта носит системный характер. В связи с этим необходимо стимулирование качественных преобразований во внешнеэкономическом сотрудничестве.

Уже в ближайшей перспективе появится несколько угроз, которые будут ограничивать возможность ускоренного развития национальной экономики, модернизации производства, укрепления на традиционных внешних рынках и закрепления на новых рынках сбыта. Среди таких угроз необходимо отметить:

- усиление конкурентного давления по всем направлениям внешней торговли отечественных экспортеров;
- сохранение в структуре производства и экспорта продукции отраслей с низким уровнем переработки и технологий, что усложняет проведение структурных реформ в национальной экономике;
- сохранение слабых позиций на важнейших внутренних рынках потребительских товаров, что уменьшает возможность влияния государства на конкурентоспособность национальных производителей;
- усиление зависимости от импорта энергоносителей и другой продукции добывающей промышленности;
- вступление отечественных производителей к функционированию в условиях ВТО при отсутствии согласованной правовой и информационной системы государственной поддержки.

Предотвращение проявления таких угроз вызывает необходимость направленных действий государства для реализации устойчивой внешнеэкономической политики:

- обеспечение курсовой стабильности национальной валюты как важнейшего условия формирования эффективной конкурентной среды;
- сбалансированность влияния на экономическую ситуацию и наполнение внутреннего рынка производителей и импортеров;
- направление потенциала международных экономических связей на ускоренную модернизацию отечественных производственных мощностей;

- формирование привлекательного инвестиционного климата, ориентация прямых иностранных инвестиций на позитивные социально-экономические преобразования;

- обеспечение структурных изменений в производстве и экспорте, которые будут соответствовать стратегическим целям интеграции в мировую экономику Украины как высокотехнологического и конкурентоспособного государства.

Выводы. Необходимо осуществить систему мер, направленных на успешную реализацию усиления положительного влияния внешнеэкономического сотрудничества на устойчивое развитие национальной экономики:

- модифицировать программы развития национальной экономики, определив в ней узкие сектора производства, ориентированные на внешние рынки и усиление внешнеэкономических связей. Это позволит обеспечить целевое использование ресурсов на стратегических направлениях;

- согласовать приоритеты государственного инвестирования с политикой структурной модернизации, занятости, стимулирования экспорта;

- сформировать на национальном уровне экономические и нормативно-правовые условия для привлечения иностранных инвестиций для осуществления структурной перестройки и повышения конкурентоспособности национального производства на базе инновационных технологий;

- расширить организационную инфраструктуру (правовую, информационную, консалтинговую) поддержки бизнеса в условиях членства Украины в ВТО;

- повысить эффективность таможенного оформления экспортно-импортных потоков, направленных на уменьшение вывоза капитала, увеличение внутренней конкуренции;

- принять программу сокращения ограничений в торговле со странами ЕС в рамках подготовки внедрения зоны свободной торговли;

- реформировать механизм функционирования специальных экономических зон, обеспечив усиление из внешнеэкономической направленности, создав действенные инструменты за их целевой реализацией;

- в процессе реформирования местного самоуправления, направленного на усиление правовой и экономической самостоятельности местных громад, необходимо обеспечить усиление роли органов местной власти в поддержке и стимулировании внешнеэкономической деятельности предприятий на местном уровне.

Список литературы

1. Кизим Н.А., Горбатов В.М. Концентрация экономики и конкурентоспособность стран мира: Монография. – Х.: ИД «ИНЖЕК», 2005. – 216 с.
2. Международные стратегии экономического развития: Учеб. Пособие / Под ред. Ю.В. Макогона. – К.: Знання, 2007. – 461 с.
3. Новицкий В.С. Міжнародна економічна діяльність України: Підручник. – К.: КНЕУ, 2003. – 948 с.
4. Предборский В.А. Економічна безпека держави: Монографія. – К.: Кондор, 2005. – 391 с.
5. Сайт www.ukrstat.gov.ua

**ВЛИЯНИЕ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОГО СОТРУДНИЧЕСТВА НА УСТОЙЧИВОЕ
РАЗВИТИЕ ЭКОНОМИКИ УКРАИНЫ**

Поступила в редакцию 30.05.2008 г.

Срібний В.І. Вплив зовнішньоекономічного співробітництва на сталий розвиток економіки України // Вчені записки ТНУ. Серія: Економіка, 2008. – Т. 21 (60). – № 1. – С. 264-269.

У статті здійснено аналіз впливу зовнішньоекономічної діяльності галузей економіки на її стійкий розвиток. Виявлені основні загрози зниження конкурентоспроможності національної економіки на світовому ринку.

Ключові слова: зовнішньоекономічне співробітництво, стійкий розвиток, ПІІ, конкурентоспроможність.

Sribniy V.I. The impact of cooperation in foreign-economic activity on sustainable development in Ukrainian economy // Uchenye zapiski TNU. Series: Economy, 2008. – Vol. 21 (60). # 1. – P. 264-269.

The analysis of impact of cooperation in foreign-economic activity on trades on sustainable development of the economy has been conducted. The main threatening of decreasing the competitiveness of national economy on world market has been emphasized.

Key words: cooperation in foreign-economic activity, sustainable development, direct foreign investment, competitiveness.

УДК 339.924: 061.1

ПОРІВНЯЛЬНИЙ АНАЛІЗ СТАНУ РЕАЛЬНОЇ ЕКОНОМІЧНОЇ ІНТЕГРАЦІЇ УКРАЇНИ З КРАЇНАМИ ЄДИНОГО ЕКОНОМІЧНОГО ПРОСТОРУ ТА ЄВРОПЕЙСЬКОГО СОЮЗУ

Твердохлебов М.І., Арсененко А.Ю.

Проаналізовано динаміку та структуру торгівлі товарами та послугами, розглянуто динаміку обсягів взаємних прямих іноземних інвестицій України з країнами ЄЄП та ЄС. Зроблено висновок щодо доцільності пошуку таких форм економічного співробітництва України з країнами ЄЄП та ЄС, які б дозволяли динамічно розвивати зв'язки у обох інтеграційних напрямках.

Ключові слова: міжнародна економічна інтеграція, Єдиний економічний простір, Європейський Союз.

Постановка проблеми. За сучасних умов інтернаціоналізації ступінь залучення будь-якої країни у міжнародні інтеграційні процеси є фактором, що значно впливає на соціально-економічний розвиток. У зв'язку з цим набуває вагомого практичного та теоретичного значення розгляд процесів реальної інтеграції України, у тому числі аналіз економічного співробітництва з країнами Єдиного економічного простору (ЄЄП) – Росією, Білоруссю, Казахстаном та з 27 державами-членами Європейського Союзу (ЄС-27).

Основною проблемою створення ЄЄП є намір України обмежитися в найближчій перспективі формуванням зони вільної торгівлі без вилучень та обмежень, оскільки створення митного союзу суперечить європейській інтеграції країни. Асоційоване членство з ЄС передбачає створення зони вільної торгівлі, що неприпустимо за умов участі України в митному союзі з іншими державами. Але для Російської Федерації, Білорусі та Казахстану, що формують митний союз, створення зони вільної торгівлі без вилучень і обмежень з Україною означало б допущення неконтрольованих (і найчастіше небажаних) імпорتنих потоків із третіх країн. Крім того, зупинка проекту на етапі зони вільної торгівлі не буде сприяти реалізації основної мети ЄЄП – забезпеченню "чотирьох свобод" (вільний рух товарів, послуг, капіталу та робочої сили).

Інтеграції України до ЄЄП та ЄС присвячено чимало робіт як українських, так і російських авторів, серед яких найбільшу увагу різновекторності приділяють Гопі А., Лебедева В., Тарасевич В. та Філіпенко А. Передумови економічної інтеграції України з країнами ЄЄП проаналізовано Зідулаєвим Н. та Шумським Н. Проблеми та перспективи інтеграції до ЄЄП розглянуто Астаповим К., Вербою Ф., до ЄС – Кухарською Н. Окремі сфери економічного співробітництва з країнами ЄЄП та ЄС висвітлено Клепицьким А., Копиловим О. [5], Малярчуком І., Пирожковим С., Прейгером Д. [6], Жуковим С. та Резниковою С. [1]. Проте у відомих нам дослідженнях не проведено порівняльного аналізу рівня реальної інтеграції економіки України з країнами ЄЄП та ЄС на основі даних зовнішньоекономічної статистики.

Мета статті – порівняння ступеня реальної економічної інтеграції України з країнами ЄЄП та ЄС-27. Значна мета досягається шляхом вирішення наступних

**ПОРІВНЯЛЬНИЙ АНАЛІЗ СТАНУ РЕАЛЬНОЇ ЕКОНОМІЧНОЇ ІНТЕГРАЦІЇ
УКРАЇНИ З КРАЇНАМИ ЄДИНОГО ЕКОНОМІЧНОГО ПРОСТОРУ ТА
ЄВРОПЕЙСЬКОГО СОЮЗУ**

завдань: аналіз динаміки та структури зовнішньої торгівлі товарами та послугами; розгляд обсягів взаємного інвестування за останні роки.

Динаміка зовнішньої торгівлі. Для того, щоб зробити висновки щодо інтеграційних пріоритетів України, необхідно проаналізувати основні показники зовнішньоекономічних зв'язків України з країнами ЄСП та ЄС-27. У якості індикаторів зовнішньоекономічного співробітництва України прийняті показники динаміки зовнішньої торгівлі з 2001 року по 2007 рік.

Експорт України до розглянутих об'єднань характеризується двома тенденціями: до 2003 року частка країн ЄСП зменшувалася, водночас збільшувалася частка країн ЄС-27; після 2003 року спостерігається стабільне збільшення частки країн ЄСП при скороченні частки країн ЄС-27. У 2007 році частка країн ЄСП перевищила показник країн ЄС-27 (див. табл. 1).

Таблиця 1

Український експорт товарів

	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Всього (млн дол. США)	16264,7	17957,1	23066,8	32666,1	34228,4	38367,7	49248,1
До країн ЄСП (млн дол. США)	4041,2	3649,9	4958,6	7059,8	9055,8	10701,4	15663,4
Частка країн ЄСП (%)	24,8	20,3	21,5	21,6	26,4	27,9	31,8
До країн ЄС-27 (млн дол. США)	4941,7	5764,4	7869,8	9779,3	10242,6	12091,2	13916,8
Частка країн ЄС-27 (%)	30,4	32,1	34,1	29,9	29,9	31,5	28,3

Джерело – власні розрахунки авторів на основі даних [7; 8; 10].

Відносні показники імпорту України товарів з розглянутих об'єднань нестабільні. До 2002 року спостерігалось скорочення частки країн ЄСП, потім – зростання, що було перерване в 2005 році (частка країн ЄС-27 з 2003 року несуттєво коливається). У 2007 році частка країн ЄСП стала нижчою за відповідний показник країн ЄС-27 (див. табл. 2).

Таблиця 2

Український імпорт товарів

	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Всього (млн дол. США)	15775,1	16976,8	23020,1	28996,8	36136,3	45038,6	60669,9
З країн ЄСП (млн дол. США)	6886,6	6962,8	9482,0	13067,9	13969,7	16008,1	19874,2
Частка країн ЄСП (%)	43,7	41,0	41,2	45,1	38,7	35,5	32,8
З країн ЄС-27 (млн дол. США)	4655,0	5417,9	7758,9	9373,6	12194,4	16190,6	22217,9
Частка країн ЄС-27 (%)	29,5	31,9	33,7	32,3	33,7	35,9	36,6

Джерело – власні розрахунки авторів на основі даних [7; 8; 10].

В 2005 році загальне сальдо зовнішньої торгівлі України товарами вперше за останні роки стало від'ємним. Це в першу чергу пов'язано з торгівлею України з країнами ЄС-27 – якщо в 2004 році сальдо взаємної торгівлі було додатним, то в 2005 році воно стрімко стало від'ємним. В 2007 році у порівнянні з 2006 роком від'ємне сальдо зовнішньої торгівлі України із країнами ЄП скоротилося на 1095,9 млн дол. США (-20,7%) і склало 4210,8 млн дол. США. У цей же час протягом 2006-2007 років від'ємне сальдо з країнами ЄС-27 щорічно подвоювалося та склало у 2007 році 8301,0 млн дол. США.

Аналіз даних експорту послуг України дозволяє простежити водночас зі скороченням частки країн ЄП тенденцію поступової стабілізації показника. Частка країн ЄС-27 в цілому збільшується, проте залишається суттєво меншою за частку країн ЄП (див. табл. 3).

Таблиця 3

Український експорт послуг

	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Всього (млн дол. США)	3544,4	4055,3	4248,0	5307,9	6134,7	7505,5	8989,2
До країн ЄП (млн дол. США)	2100,4	2356,0	2240,5	2378,1	2643,2	3228,2	3548,8
Частка країн ЄП (%)	59,3	58,1	52,7	44,8	43,1	43,0	39,5
До країн ЄС-27 (млн дол. США)	801,7	977,2	1177,7	1558,0	1766,4	2271,8	2956,8
Частка країн ЄС-27 (%)	22,6	24,1	27,7	29,4	28,8	30,3	32,9

Джерело – власні розрахунки авторів на основі даних [2; 3; 4; 10].

В імпорті послуг простежується явна тенденція зростання частки країн ЄС-27 та стабілізація частки країн ЄП. Протягом останніх років частка країн ЄС-27 суттєво перевищувала показники країн ЄП (див. табл. 4).

Таблиця 4

Український імпорт послуг

	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Всього (млн дол. США)	1147,5	1191,6	1458,0	2058,6	2935,0	3719,4	4878,3
З країн ЄП (млн дол. США)	213,7	271,9	311,1	369,7	469,6	636,6	746,1
Частка країн ЄП (%)	18,6	22,8	21,3	18,0	16,0	17,1	15,3
З країн ЄС-27 (млн дол. США)	377,3	394,1	516,9	896,1	1298,6	1794,3	2582,4
Частка країн ЄС-27 (%)	32,9	33,1	35,5	43,5	44,2	48,2	52,9

Джерело – власні розрахунки авторів на основі даних [2; 3; 4; 10].

Сукупне сальдо зовнішньої торгівлі України протягом 2006-2007 років є від'ємним, переважно за рахунок дефіциту торгівлі з країнами ЄС-27, який з 2005 року щорічно подвоюється. Дефіцит торгівлі з країнами ЄП у 2007 році скоротився вдвічі (див. табл. 5).

**ПОРІВНЯЛЬНИЙ АНАЛІЗ СТАНУ РЕАЛЬНОЇ ЕКОНОМІЧНОЇ ІНТЕГРАЦІЇ
УКРАЇНИ З КРАЇНАМИ ЄДИНОГО ЕКОНОМІЧНОГО ПРОСТОРУ ТА
ЄВРОПЕЙСЬКОГО СОЮЗУ**

Слід зазначити, що додатне сальдо в торгівлі послугами з країнами ЄС (2802,7 млн дол. США в 2007 році) є істотним для покриття дефіциту України в торгівлі товарами із цими країнами (відповідно -4210,8 млн дол. США).

Таблиця 5

Сукупне сальдо зовнішньої торгівлі України товарами та послугами, млн дол. США

	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Всього	2886,5	3844,0	2836,7	6918,6	1345,4	-2884,5	-7311,0
З країнами ЄС	-958,7	-1228,8	-2594,0	-3999,7	-2543,2	-2715,1	-1408,2
З країнами ЄС-27	711,1	929,6	771,7	1067,6	-1484,0	-3621,9	-7926,6
З іншими країнами	3134,1	4143,2	4659,0	9850,7	5372,5	3452,2	2023,8

Джерело – власні розрахунки авторів на основі табл. 1-4.

Структура зовнішньої торгівлі. Основними статтями українського експорту товарів до країн ЄС-27 в 2007 році згідно даним Держкомстату були чорні метали (25,3%), енергетичні матеріали, нафта та продукти її перегонки (10,5%), руди, шлаки та зола (5,3%), деревина та вироби з неї (4,4%), вироби з чорних металів (3,9%), одяг текстильний (3,9%). На ці групи, що представляють галузі з низьким та середнім рівнем технологій припадає 53,3% експорту України до країн ЄС-27, а частка продукції машинобудування (групи 84-92 згідно УКТЗЕД) становить лише 12,2%. У той же час, продукція машинобудування є основою експорту України до країн ЄС, де її частка становить 35,3%. Обсяг експорту продукції машинобудування до країн ЄС у 2007 році склав 65,1% від загального обсягу експорту цієї продукції до країн світу (у 2005 році відповідно – 48,2%) [4; 10].

У товарному імпорті з країн ЄС-27 в 2007 році переважало механічне обладнання (19,4%), наземні транспортні засоби, крім залізничних (15,1%), електричні машини та устаткування (8,9%), полімерні матеріали, пластмаси (6,8%), фармацевтична продукція (6,2%), папір та картон (4,1%). Основну частину імпорту України з країн ЄС складають енергоносії (48,2%) та продукція машинобудування (19,3%) [10].

Таким чином, торгівля України з країнами ЄС-27 є нееквівалентною через переважання у вітчизняному експорті напівфабрикатів та товарів з низьким ступенем обробки, а у імпорті – товарів з високим ступенем обробки (у першу чергу продукція машинобудування – 47,6%). Торгівля з країнами ЄС є більш збалансованою за товарною структурою. Протягом останніх років взаємна торгівля продукцією машинобудування між Україною та країнами ЄС має тенденцію до збільшення, до того ж сальдо цієї торгівлі для України є позитивним (1688,8 млн дол. США у 2007 році) [10]. Важливо й те, що виробнича кооперація між українськими підприємствами та їхніми партнерами з країн ЄС-27 носить поверхневий міжгалузевий характер, у той час як з партнерами з країн ЄС переважно внутрішньогалузева. Це у першу чергу стосується авіакосмічної галузі – єдиної в Україні наукомісткої, що є конкурентоздатною на світовому ринку. Практично всі проекти у цій сфері виконуються спільно з російськими

підприємствами – виробництво літаків "Ан-70", "Ан-140", "Ан-148" та запуск ракетносіїв українського виробництва з морської платформи "Sea Launch" та космодрому Байконур.

Аналізуючи зовнішню торгівлю України послугами, важливо враховувати, що значна частина експорту (67,9% в 2007 році) пов'язана з використанням транзитного потенціалу, у чому першочергову роль відіграють країни ЄС, особливо – Російська Федерація. З експортованих Україною в 2007 році транспортних послуг 2411,6 млн дол. США (або 39,5%) склала платня за транзит енергоносіїв трубопровідним транспортом. Основна частина цієї суми традиційно припадає на транзит газу, друга за величиною стаття – транзит нафти [10].

Ефективна реалізація транзитного потенціалу України можлива лише за участі держави у формуванні єдиного євразійського транспортного простору шляхом розвитку міжнародних транспортних коридорів (МТК). Україну з країнами ЄС поєднують МТК №3, №5 та №7, а МТК №9 – ще й з країнами ЄС. Територією України також пролягають 4 коридори Організації співробітництва залізниць, маршрут проекту TRACECA та найкоротший шлях з балтійських до чорноморських портів [6, с. 64-66].

Взаємне інвестування. Розгляд динаміки припливу прямих іноземних інвестицій до України дозволяє простежити поступове збільшення вкладень у абсолютному вираженні як з Росії (інвестиції з Білорусі та Казахстану мають несуттєві обсяги та не публікуються Держкомстатом на офіційному веб-сайті), так і з країн Євросоюзу (див. табл. 6).

Таблиця 6

Прямі іноземні інвестиції в Україну, на 01.01 кожного року

	2004	2005	2006	2007	2008
Всього (млн дол. США)	6794,4	9047,0	16890,0	21186,0	29489,4
З Росії (млн дол. США)	377,6	457,5	799,7	980,8	1462,2
Частка Росії (%)	5,6	5,1	4,7	4,6	5,0
З країн ЄС-27 (млн дол. США)	3805,3*	4946,3*	11746,3*	16254,6	22944,5
Частка країн ЄС-27 (%)	56,0*	54,7*	69,5*	76,7	77,8

* Дані наведено по ЄС-25

Джерело – власні розрахунки авторів на основі даних [10].

До обсягу інвестицій з країн ЄС-27 входять ті, що надійшли з Кіпру – колишньої офшорної зони, через яку проходять значні обсяги російського, а також українського капіталу. Якщо з обсягу інвестицій, що надійшли з країн ЄС-27 виключити інвестиції Кіпру, то частка ЄС скоротиться до 57,7% станом на 01.01.2008 року Сукупна частка інвестицій, що надійшли з Кіпру, а також з Віргінських Британських островів (так само офшорної зони) складає відповідно 23,7% – більшою частиною це інвестиції саме російського походження. Це підтверджується і заявами експертів, які стверджують, що останніми роками до 55%

**ПОРІВНЯЛЬНИЙ АНАЛІЗ СТАНУ РЕАЛЬНОЇ ЕКОНОМІЧНОЇ ІНТЕГРАЦІЇ
УКРАЇНИ З КРАЇНАМИ ЄДИНОГО ЕКОНОМІЧНОГО ПРОСТОРУ ТА
ЄВРОПЕЙСЬКОГО СОЮЗУ**

іноземних інвестицій в економіку України (залежно від галузі) сформувалося на основі саме російського капіталу, що надійшов із третіх країн. З урахуванням цієї обставини загальний обсяг інвестицій російського походження може становити близько 30% від загального обсягу іноземних інвестицій в Україну [1; 5, с. 21].

На основі розгляду динаміки надходження прямих інвестицій з України до економік країн світу вдається чітко простежити поступове збільшення обсягу інвестицій в абсолютному вираженні як до Росії, яка тривалий час залишалась найбільшим імпортером українських інвестицій, так і до країн Євросоюзу (див. табл. 7).

Таблиця 7

Прямі інвестиції з України в економіку країн світу, на 01.01 кожного року

	2004	2005	2006	2007	2008
Всього (млн дол. США)	166,0	198,6	219,5	221,5	6196,1
До Росії (млн дол. США)	86,7	94,6	102,5	93,2	148,6
Частка Росії (%)	52,2	47,6	46,7	42,1	2,4
До країн ЄС-27 (млн дол. США)	21,3*	44,2*	59,6*	74,8	5926,4
Частка країн ЄС-27 (%)	12,8*	22,3*	27,2*	33,8	95,6

* Дані наведено по ЄС-25

Джерело – власні розрахунки авторів на основі даних [10].

Слід зауважити, що у другому півріччі 2007 року відбулося стрімке збільшення інвестицій з України до Кіпру – з 10,4 млн дол. США станом на 01.07.2007 року до 5825,5 млн дол. США станом на 01.01.2008 року. Це пов'язано з передачею акцій українських підприємств, що належать компанії SCM до її кіпрських філій, але такі операції лише формально відносяться до прямого інвестування. Якщо не враховувати цих обсягів, то найбільшим реципієнтом українських інвестицій залишається Російська Федерація (148,6 млн дол. США станом на 01.01.2008 року), на другому місці – Латвія (відповідно 30,7 млн дол. США), на третьому – Польща (30,1 млн дол. США) [9; 10].

Висновки. Підбиваючи загальний підсумок, слід зазначити, що торгівля України з країнами ЄЄП динамічно розвивається, перш за все, за рахунок експорту, у той час як торгівля з країнами ЄС-27 – за рахунок імпорту. Товарообіг з країнами ЄЄП за обсягами не поступається торгівлі з країнами ЄС-27, але має більш "шляхетну" структуру та базується в значній мірі на внутрігалузевій кооперації, отже реальна інтеграція з партнерами по ЄЄП знаходиться на більш високому рівні. Частка торгівлі послугами з країнами ЄС-27 перевищує аналогічний показник країн ЄЄП, проте експорт послуг до ЄЄП базується на використанні транзитного потенціалу України, таким чином, має великі перспективи.

В інвестиційній сфері Російська Федерація протягом останніх років залишається найбільшим партнером України, незважаючи на стабільне зростання частки країн ЄС-27.

Від кооперації з країнами ЄП та, передусім, з Росією залежить збереження в Україні наукомістких галузей, у той час як науково-технічне співробітництво з країнами ЄС обмежується переважно "витоком мозків" з України. Також і продукція обробної промисловості України, у тому числі з високим ступенем переробки, користується порівняно високим попитом на території Росії та країн СНД (особливо – ЄП).

Таким чином, можна зробити висновок щодо доцільності пошуку таких форм економічного співробітництва України з країнами ЄС-27 та ЄП, які дозволяли би динамічно розвивати зв'язки у обох інтеграційних напрямках.

Перелік літератури

1. Жуков С., Резникова О. Экономические взаимосвязи на постсоветском пространстве // Вопросы экономики. – 2007. – №8. – С. 93-103.
2. Зовнішня торгівля України товарами та послугами у 2002 році: стат. зб. у 3 т. / Держкомстат України. – К., 2003. – Т. 1. – 139 с.
3. Зовнішня торгівля України товарами та послугами у 2004 році: стат. зб. у 3 т. / Держкомстат України. – К., 2005. – Т. 1. – 155 с.
4. Зовнішня торгівля України товарами та послугами у 2006 році: стат. зб. у 3 т. / Держкомстат України. – К., 2007. – Т. 1. – 172 с.
5. Копылов О. К вопросу об инвестиционном сотрудничестве Украины и Российской Федерации // Экономист. – 2003. – №8. – С. 20-22.
6. Прейгер Д. Формирование ЕЕАТП: место и роль Украины // Экономика Украины. – 2006. – №3. – С. 64-74.
7. Статистичний щорічник України за 2003 рік / Держкомстат України. – К.: Консультант, 2004. – 632 с.
8. Статистичний щорічник України за 2004 рік / Держкомстат України. – К.: Консультант, 2005. – 592 с.
9. Глухов Ю. Донецкие прячут свои капиталы на Кипре: от кого? / Інформаційна агенція УНІАН, 2008. – <http://www.unian.net/rus/news/news-237588.html>.
10. Офіційний веб-сайт Держкомстату України. – www.ukrstat.gov.ua.

Поступила в редакцію 30.05.2008 г.

Твердохлебов Н.И., Арсененко А.Ю. Сравнительный анализ состояния реальной экономической интеграции Украины со странами Единого экономического пространства и Европейского Союза // Ученые записки ТНУ. Серия: Экономика, 2008 – Т. 21 (60). – № 1. – С. 270-277.

Проанализированы динамика и структура торговли товарами и услугами, рассмотрена динамика объемов взаимных прямых иностранных инвестиций Украины и стран ЕЭП и ЕС. Сделан вывод о целесообразности поиска таких форм экономического сотрудничества Украины со странами ЕЭП и ЕС, которые позволяли бы динамично развивать связи в обоих интеграционных направлениях.

Ключевые слова: международная экономическая интеграция, Единое экономическое пространство, Европейский Союз.

Tverdohlebov N.I., Arsenenko A.Y. Condition of Ukraine real economic integration with countries of Common Economic Space and European Union: comparative analysis // Uchenye zapiski TNU. Series: Economy, 2008. – Vol. 21 (60). # 1. – P. 270-277.

Dynamics and structure of trade goods and services and dynamics of mutual direct foreign investments of Ukraine and countries of CES and EU are analyzed. Conclusion are made about expediency of search such

**ПОРІВНЯЛЬНИЙ АНАЛІЗ СТАНУ РЕАЛЬНОЇ ЕКОНОМІЧНОЇ ІНТЕГРАЦІЇ
УКРАЇНИ З КРАЇНАМИ ЄДИНОГО ЕКОНОМІЧНОГО ПРОСТОРУ ТА
ЄВРОПЕЙСЬКОГО СОЮЗУ**

forms of economic co-operation Ukraine with countries CES and EU which allows connections dynamically develop in both integration directions.

Key-words: international economic integration, Common Economic Space, European Union.

УДК 330

МОРАЛЬНЫЙ РИСК И ОПТИМАЛЬНЫЙ КОНТРАКТ ПРИ СОЗДАНИИ ИННОВАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

Храпко В.Н.

Сформулирована и решена задача оптимального контракта при выполнении научно-технических и инновационных работ.

Ключевые слова: инновации, моральный риск, теория контрактов.

Анализ проблемы в общем виде. Важнейшей работой, обратившей внимание на существенность технологических изменений при исследовании экономического роста, была работа Роберта Солоу, в которой он подсчитал, что прирост капитала в основном зависит от изменения технологии. По данным ВТО (Всемирной Торговой Организации) в 2003 году, имеется следующая статистика для новых товаров, созданных впервые во всем мире по годам: 2000 год - 100 новых товаров, в 2002 году - 123, в 2003 году - 164. Изменения в технологии появляются в результате творческой работы. Работу по созданию новых товаров можно осуществить либо силами предприятия, либо заказать проведение НИР у специализированных предприятий и научных коллективов. В настоящее время популярным явлением стал заказ проведения научно-практических работ в других странах. Если предприятие может само провести соответствующие работы, но предпочитает пользоваться услугами других предприятий, то такое взаимодействие обычно называют аутсорсингом. Аутсорсинг используется в том случае, когда снижение затрат за счет выполнения работ на стороне не ведёт к ухудшению качества.

Некоторые примеры аутсорсинга. Некоторые крупные фармакологические компании выносят часть исследовательской работы по разработке лекарств в другие страны. Малайзия остаётся одной из наиболее эффективных, в этом смысле, страной. Такие высокотехнологичные компании как Интел и Делл начали работать в Малайзии. Германский производитель полупроводников открыл производство продукции около г. Кедаха.

Основная экономическая черта аутсорсинга – замена более дорогих ресурсов на менее дорогие [4]. Несмотря на потери рабочих мест в стране-инициаторе аутсорсинга, выигрыш имеют обе стороны: как та, которая теряет рабочие места (выигрыш за счет получения более дешевых продуктов), так и страна, создавшая рабочие места для обеспечения выполнения работ.

Как было уже сказано, при аутсорсинге компания находит контрагента для выполнения части работы и заключает для этого контракт с ним.

Другой пример аутсорсинга: Европейская Программа РП 7.[7]. Европейский союз осуществляет в настоящее время Рамочную Программу 7 (РП 7). Эта программа занимается научно-практическими разработками в области новейших технологий и охраны окружающей среды.

Целью РП 7 является выполнение в других странах научно-практических работ по различным, признанным ЕС перспективными, направлениями, таким как

МОРАЛЬНЫЙ РИСК И ОПТИМАЛЬНЫЙ КОНТРАКТ ПРИ СОЗДАНИИ ИННОВАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

нанотехнологии, энергетика, биотехнологии и т. п.. Для этого производится подбор научных коллективов и финансирование отобранных исполнителей научных работ с дальнейшим внедрением результатов в производство. При таком подходе Комиссия является центром (заказчиком), распределяющий денежные ресурсы. При этом возникает проблема оптимального распределения ресурсов комиссией ЕС. Эта задача может быть сформулирована в рамках теории контрактов (см. [1]-[2], [5]).

Комиссия ЕС является заказчиком или, с точки зрения теории контрактов - принципалом. Комиссия заинтересована в получении соответствующих результатов. Эти результаты представляют собой технологии, готовые для рыночной реализации. Технологии производят агенты (исполнители), которые наняты комиссией ЕС и с ними заключён соответствующий контракт.

Анализ последних достижений и публикаций. В литературе рассматривались близкие ситуации. Например, в работе Крепса [3] рассмотрен рынок труда, когда наниматель не знает точно способности и производительность нанятого рабочего. Другим примером аналогичного явления служат взаимоотношения, возникающие на рынке страхования (см.[3]). В отличие от решаемой здесь задачи, в [3], рассмотрен случай, когда число возможных действий исполнителя конечно и целью принципала является минимизация своих расходов при каждом выбранном действии работника. Более общий случай рассмотрен в [1]. Для каждого оптимальных затрат заказчика, при выбранном действии исполнителя находятся возможные прибыли заказчика. Из этого набора возможных прибылей находится самая большая, и этот контракт предлагается исполнителю.

Целью данной работы является моделирование взаимодействия принципала (заказчика) и агента (исполнителя) при аутсорсинге с учетом морального риска, выраженного в неточной информации об усилиях, которые затрачивает исполнитель. Эти усилия могут быть выражены, например, в выборе специалистов, имеющих знания, опыт и способности, нужные для выполнения заказа. Учитывая сложность научно-практических разработок, связь между усилиями и качеством работы только вероятностная.

Постановка задачи. Сформулируем задачу более точно. Заказчик (принципал) располагает некоторыми денежными ресурсами (инвестициями) w .

Он инвестирует в разработку исполнителем технологии A денежные средства размером w . После завершения работ заказчик получит от заказчика технологию A . Качество технологии естественно зависит от усилий исполнителя f . В связи с тем, что окончательный финансовый результат применения технологии, которую получит заказчик, зависит от дополнительных неконтролируемых рыночных обстоятельств, то точно предсказать результат нельзя. Поэтому, своими усилиями f исполнитель изменяет только вероятность, с которой появится тот или иной рыночный результат применения технологии, и, следовательно, величины прибыли

заказчика. В теории контрактов эта величина, которая считается известной и заказчику, и исполнителю, имеет название сигнала s . Заказчик знает этот результат. В нашем случае сигнал связан с A .

Таким образом, заказчик хочет получить наилучший результат при использовании новой технологии A , с помощью изменения финансирования w . При этом он учитывает только финансовый результат s , связанный с усилием f . Функция прибыли заказчика равна $\Pi(w, s) = A(w, s) - w$. Здесь технология $A(w, s)$ фактически является производственной функцией, которая используется заказчиком. Сигнал s описывает влияние на результат применения технологии A в условиях рынка и напрямую связан с прибылью заказчика. Мы считаем, что единственным ресурсом для производственной функции A является капитал k , ($A_s(k) = A(w, s)$ при $k = w$). Для простоты мы полагаем, что заказчик обладает достаточными денежными ресурсами и может без труда выделить их и для создания и использования технологии. Это позволит избежать дополнительных ограничений при решении задачи.

Мы будем предполагать, что для каждого усилия $f \in F$ и сигнала $s \in S$ имеется совместное распределение $P(f, s)$, которое устанавливает связь между усилиями f и сигналом s . Денежное вознаграждение назначается по сигналу s .

Тогда в качестве усреднённой по сигналам прибыли заказчика рассматривается функция:

$$\bar{\Pi}_f(w) = \int_S \Pi(w(s), s) P_f(ds), \quad (1)$$

Поэтому, если выбрано конкретное усилие f , то можно найти наилучшее (максимальное) значение для усреднённой по всем сигналам прибыли заказчика.

Для описания поведения исполнителя также используем его прибыль. Обозначим ее через

$$\pi(w, f) = \int_S (w(s) - C(f, w(s))) P_f(ds) \quad (2)$$

функцию прибыли исполнителя, которая учитывает вознаграждение (инвестиции) w и его функцию затрат $C(f, w(s))$, зависящую от усилий f и инвестиций w .

В связи с тем, что заказчик наблюдает s , а s , соответствует усилию f , то вознаграждение исполнителя зависит от сигнала $s : w(s)$.

Для того, чтобы исполнитель был заинтересован в работе по этому контракту, нужно выполнить следующие условия. Во-первых, условием участия в разработке является требование, заключающееся в том, что прибыль исполнителя должна быть не меньше чем та, которую даёт ближайшая альтернатива h , т. е.:

$$\pi(w, f) \geq h$$

**МОРАЛЬНЫЙ РИСК И ОПТИМАЛЬНЫЙ КОНТРАКТ ПРИ СОЗДАНИИ
ИННОВАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ**

Условие того, что выбранное действие f , выгоднее любого другого действия g , при предложенном заказчиком уровне инвестиций w^* , выглядит так (условие стимулирования выбора действия f)

$$\pi(w^*, f) \geq \pi(w^*, g)$$

Из вышесказанного следует, что задача поиска оптимального контракта в этом случае формулируется так.

Найти максимум средней прибыли принципала $\bar{\Pi}_f(w)$ при условиях:

$$\pi(w, f) \geq h$$

и

$$\pi(w, f) \geq \pi(w, g) \text{ для любого } g \in F - \{f\} \quad (3)$$

Первое условие является стимулом участия в проекте, т. е. прибыль должна быть определенного уровня. Последнее условие стимулирует исполнителя предпочесть усилия f , любому другому усилию g , так как f приносит наилучшую прибыль.

Обозначим через W_g множество всех w , удовлетворяющих неравенству (3).

Найдём их пересечение $W = \{w : w \in \bigcap_{g \in F - \{f\}} W_g\}$

Таким образом, вместо бесконечного количества ограничений вида (3) получаем ровно одно ограничение $w \in W$.

Таким образом, задача для заказчика формулируется так:

найти наилучшие инвестиции w^* , которые максимизируют среднюю прибыль заказчика:

$$\bar{\Pi}_f(w) \rightarrow \max \text{ по } w$$

при условиях:

$$\pi(w, f) \geq h \text{ и } w \in W \quad (4)$$

Алгоритм численного решения задачи. Ограничение $w \in W$, предполагает решение бесконечного количества условий (1). Если множество усилий F компактно, то можно найти конечное покрытие, такое что радиус каждого множества из этого покрытия меньше заранее выбранной величины $\varepsilon > 0$. Выбрав центр этого множества, мы получим конечный набор элементов, находящихся друг от друга на конечном расстоянии меньшем, чем 2ε . Пусть этих центров m штук. Исполнитель выберет для каждого такого уровня зарплаты уровни усилий $f_1, f_2, f_3, \dots, f_m$.

Тогда мы получаем конечномерную задачу. Распределение $P(f, s)$ примет вид $P_{i,j}$ $i = 1, \dots, m$, $j = 1, \dots, n$, где j - это номер сигнала, известного как заказчику, так и исполнителю.

Пример расчета оптимального контракта.

Число возможных действий $m = 2$, число сигналов $n = 3$, заданы два распределения сигналов $p1$ при усилении 1, и $p2$ - при усилении 2.

$$p1 = \begin{pmatrix} 0.8 \\ 0.1 \\ 0.1 \end{pmatrix} \quad p2 = \begin{pmatrix} 0.1 \\ 0.8 \\ 0.1 \end{pmatrix}$$

$b1$ - это прибыль исполнителя при высоком уровне усилий (первый уровень), функция прибыли имеет следующий конкретный вид:

$$b1(w, p1) := \sum_{i=0}^2 (w_i - C1(w_i)) \cdot p1_i$$

$$C1(x) := (x)^{0.1}$$

Здесь $C1(x)$ это функция затрат при применении исполнителем высоких усилий, поэтому степень аргумента выбрана 0.1.

$b2$ - прибыль исполнителя при низком уровне его усилий, здесь степень в функции затрат меньше и она равна 0.05:

$$b2(w, p2) := \sum_{i=0}^2 (w_i - C2(w_i)) \cdot p2_i$$

$$C2(x) := (x)^{0.05}$$

Используя $b1$ и $b2$, сконструируем функции $g1$ и $g2$:

$$\begin{aligned} g1(w, p1, p2) &:= b1(w, p1) - b2(w, p2) \\ g2(w, p1, p2) &:= -g1(w, p1, p2) \end{aligned} \tag{5}$$

Эти функции используются в ограничениях типа (3) и имеют вид $g1 > 0$ и $g2 > 0$ Они представляют собой условия выбора уровня усилий: $g1 > 0$ при предпочтении усилия с высоким уровнем, $g2 > 0$ при предпочтении второго низкого уровня усилий.

$f1$ - прибыль заказчика при высоком уровне усилий:

$$f1(w) := \sum_{i=0}^2 (A(w)_i - w_i) p1_i$$

$f2$ - прибыль заказчика при низком уровне усилий:

$$f2(w) := \sum_{i=0}^2 (A(w)_i - w_i) p2_i$$

$A(w)$ - вектор возможных сигналов заказчику, этот вектор одновременно представляет собой возможные уровни или варианты технологии: при высоком уровне усилий, им соответствует первый элемент вектора технологий A , т. е. $i = 0$, при низком уровне усилий, соответствует второй элемент из вектора. Из распределения вероятностей $p1$ видно, что если прилагаются усилия высокого уровня, то вероятность технологии x^α , где $\alpha = 1.5$, выше, а если прилагаются усилия невысокие, что описано распределением $p2$, вероятность появления второго уровня технологии вида x^α , где $\alpha = 0.5$ становится выше. Отсутствие каких-либо усилий описывается третьей компонентой. В нашем конкретном случае мы имеем следующий вектор технологий $A(w)$:

$$A(w) := \begin{pmatrix} w^{1.5} \\ w^{0.5} \\ 1 \end{pmatrix}$$

Отметим, что наш подход позволяет рассматривать в качестве компонент вектора и другие (не степенные) функции.

Далее приведены результаты численного моделирования поставленной задачи с помощью MathCAD.

Случай 1. Заказчик определяет выплаты, если исполнитель использует высокий уровень усилий. Альтернативный уровень доходности h равен 0, т.е. $h = 0$, $b1(w, p1) > h$. Как видно из приведенных ниже данных заказчик получит прибыль равную $f1(r) = 4,393$ денежных единицы, а исполнитель получил прибыль $b1(r, p1) = 2,677$

Given

$$g1(w, p1, p2) > 0 \quad b1(w, p1) > 0$$

$$r := \text{Maximize}(f1, w)$$

$$r = \begin{pmatrix} 4.631 \\ 0.251 \\ 1.816 \times 10^{-5} \end{pmatrix} \quad f1(r) = 4.393 \quad g1(r, p1, p2) = 2.502 \quad b1(r, p1) = 2.677$$

Случай 2.

Заказчик определяет выплаты, если исполнитель использует низкий уровень усилий. Как видно из приведенных данных заказчик получит прибыль равную $f2(r) = 0.0041$ денежных единицы, а исполнитель получил среднюю прибыль при инвестициях r равную $b2(r, p2) = 0.02$

Given

$$g2(w, p1, p2) > 0 \quad b2(w, p2) > 0$$

$$r := \text{Maximize}(f2, w)$$

$$r = \begin{pmatrix} 0.677 \\ 1.197 \\ 9.737 \times 10^{-7} \end{pmatrix} \quad f2(r) = 4.141 \times 10^{-3} \quad g2(r, p1, p2) = 0.255 \quad b2(r, p2) = 0.02$$

Обсуждение результатов решения модельной задачи. В предложенной конкретной ситуации, заказчик предложит исполнителю контракт (4.631, 0.251, 0). Если исполнитель применит высокие усилия, то он получит 2.677 денежных единиц средней прибыли. Если же он применит низкий уровень усилий, то получит среднюю прибыль равную $b2(r, p2) = 0.175$, таким образом, ему выгодно получить большую прибыль, только применив максимум усилий.

Как видно из расчётов, наилучший вариант для заказчика – это предложить набор инвестиций для первого уровня, т. к. при втором варианте – он получит прибыли всего 0.041 денежных единиц, что существенно меньше, чем в 1 варианте. В свою очередь, исполнителю при контракте (4.631, 0.251, 0) выгодно применить максимальные усилия, и заработать больше в 15 раз, чем при низких усилиях.

Выводы. Выполнение научных работ по контракту для заказчика содержит определённый риск, который проявляется в неопределённости получаемого результата. Поэтому применение методов теории контрактов вполне целесообразно. В данном случае задача решается методами теории морального риска. Эти методы, с одной стороны, позволяют поощрить исполнителя, а, с другой, получить в среднем оптимальный результат для заказчика. Такой подход при наличии риска, описан в [3], ([1]). Однако, в нашей работе имеются следующие отличия, во-первых, задача

МОРАЛЬНЫЙ РИСК И ОПТИМАЛЬНЫЙ КОНТРАКТ ПРИ СОЗДАНИИ ИННОВАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

поставлена таким образом, что решение принимается за один этап, а не за два, во вторых, сигнал представляет собой производственную функцию, а не число, в третьих, число возможных усилий бесконечно, поэтому в статье обоснован переход к конечномерной задаче, для применения численных методов решения.

Приведённая в статье методика позволяет подобрать контракт, который даст оптимальное решение заказчику при соблюдении интересов исполнителя.

Список литературы

1. Гурьев С. Теория контрактов, курс лекций, М., Российская экономическая школа, 2002, - 31 с.
2. Тироль Ж. Рынки и рыночная власть: теория организации промышленности: Пер. с англ. Под ред. В.М. Гальперина, Н.А. Зенкевич; Ин-т "Открытое о-во". 2-е изд., испр. СПб.: Экон. шк., 2000. в 2-х томах. (Б-ка "Экон. шк."; Вып. 31) Том 1, ХЛП+328 с.
3. David Kreps, A Course in Microeconomic theory, New York and London, Harvester Wheatsheaf, 1990, pp.800
4. Thomas Paley. The economics of outsourcing: How Should policy Respond? March 2, 2006, Foreign policy in focus <http://www.fpiif.org>
5. Bernard Solanie, Theorie des contracts, Economica, 1994- pp. 141
6. Anderson William, The Economics of Outsourcing <http://www.mises.org>
7. <http://www.ordis.org>

Поступила в редакцию 30.05.2008 г.

Храпко В. Н. Моральный риск и оптимальный контракт при инновационных технологиях // Вчені записки ТНУ. Серія: Економіка, 2008. – Т. 21 (60). – № 1. – С. 278-285.

Сформульована і розв'язана задача оптимального контракту при виконанні науково технічних та інноваційних робіт.

Ключові слова: інновації, моральний ризик, теорія контрактів.

Khrapko V.N. Moral hazard and optimal contract while creating innovative technologies // Uchenye zapiski TNU. Series: Economy, 2008. – Vol. 21 (60). # 1. – P. 278-285.

Formulated and solved the problem of optimal contracting while implementing of innovations.

Key-words: innovation, moral hazard, contract theory.

УДК: 338.48

ЕКОНОМІЧНІ ОСНОВИ КУРОРТНОЇ ІНДУСТРІЇ Й ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ

Цьохла С.Ю.

У статті розглянуті теоретичні основи економічної діяльності курортів, досліджена їхня адаптація до ринкових умов, для забезпечення ефективного функціонування й розвитку санаторно-курортної галузі запропоновані напрямки вдосконалення роботи оздоровниць по структурних підрозділах.

Ключові слова: рекреація, лікування, оздоровлення, відпочинок, курортна індустрія, санаторно-курортні установи.

Постановка проблеми в загальному виді і її зв'язок з важливими науковими або практичними завданнями. На Міжнародному конгресі по лікувально-оздоровчому туризму, що відбувся в 1999 р. в Іспанії, відзначалася важливість розвитку рекреації для сучасного суспільства, і в цьому зв'язку підкреслювалася необхідність проведення широкомасштабного дослідження ринку відпочинку й лікування, розробки й впровадження стандартів курортного обслуговування.

Для сучасного етапу суспільного розвитку характерне зростання ролі рекреації в процесі відновлення сил людини. Рекреація необхідна як з погляду індивіда, так і з позиції держави, що для свого розвитку повинна подбати про відтворення продуктивних сил суспільства. Таким видом рекреаційної діяльності, як відновлення життєвих сил і здоров'я, займається санаторно-курортна сфера, що базується на використанні природних лікувальних гідромінеральних і ландшафтно-кліматичних ресурсів. Курортна індустрія передбачає організацію роботи з формування санаторно-курортного продукту, в основі якого закладена лікувальна або оздоровча технологія, що поліпшує якість життя.

В економічному значенні попит на рекреаційні послуги постійно зростає, тому що підвищується рівень урбанізації, ступінь нервово-психічних навантажень, складність і напруженість праці, погіршується екологічна обстановка, ін. Актуальність обумовлюється також тим, що рекреація стає важливою сферою діяльності суспільства, тісно пов'язаною з розвитком продуктивних сил, розширенням невиробничої сфери регіону, організацією нових робочих місць.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, у яких закладена розв'язка даної проблеми, і на які опирається автор. На Всесвітньому економічному форумі в Давосі було оголошено, що Україна за рівнем розвитку курортного й природного потенціалу займає 118-е місце у світі, а вітчизняні аналітики вважають, що «вітчизняна курортна галузь використовується вкрай нерационально» [1, с.4].

Розглядаючи структуру регіональної економіки, Лінник С.О. стверджує, що «у даний час рекреація і туризм розглядаються як специфічний сектор національної економіки, як невід'ємна складова соціально-економічної політики держави і регіонів» [2, с.46].

У свою чергу Мазур Ф.Ф. визнає: «Розвиток рекреаційної індустрії має опиратись на нові механізми господарювання, ефективні організаційні структури, економічну свободу виробництва, що в умовах вільної конкуренції забезпечить насичення ринку високоякісними послугами й сприятиме економічному прогресу території» [3, с.49].

Кисилевич Т.І. відзначає, що відповідно до досліджень російських вчених «здоров'я людини тільки на 10-15% залежить від діяльності установ охорони здоров'я й на 50-55% - від умов і способу життя людей, важливою складовою частиною якого поряд з іншими й постановка санаторно-курортної справи» [4, с.5].

В останні роки з'явилися праці економістів з питань рекреаційної діяльності, але здебільшого вони стосуються економіки туризму й готельної індустрії [5, 6]. У вітчизняній науці, на нашу думку, недостатньо досліджені аспекти економічної діяльності курортів, прираховуючи їх до різновиду туризму. Стосовно до санаторно-курортних комплексів теоретичні основи системи економічного механізму практично не розглядалися українськими вченими.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми, яким присвячується дана стаття. Між такими видами рекреаційної діяльності, як туризм, гостинність і санаторно-курортне обслуговування, існують принципові відмінності, які обумовили особливості організації діяльності, обліку й контролю, а також об'єктів управління. Тому потрібна розробка теоретичних і методологічних основ системи економічної діяльності санаторно-курортних організацій, застосування яких на практиці буде сприяти підвищенню ефективності їхнього розвитку.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Метою даної роботи стали розробка теоретичних основ економічної діяльності курортів, а також розгляд напрямків удосконалювання роботи структурних підрозділів оздоровниць, що забезпечують ефективне функціонування й розвиток санаторно-курортної галузі.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих результатів. Вітчизняна санаторно-курортна сфера має ряд відмінних рис, які повинні враховуватися при формуванні системи господарювання. Курортна галузь завжди була домінуючою в рекреації, мала потужну матеріальну базу й необхідні методичні розробки по способах і формах використання в лікувальних і оздоровчих цілях.

У цей час управління цією специфічною сферою в країні будується згідно законодавству. На центральному рівні за сферу курортів відповідає Міністерство культури й туризму України. У його структурі є спеціальний орган – Державна служба туризму й курортів, фахівці якої відслідковують тенденції курортної галузі. Роботу лікувальних організацій контролює Міністерство охорони здоров'я. За розробку унікальних природних ресурсів відповідає Міністерство охорони навколишнього природного середовища. З 1998 р. в АР Крим працює Міністерство туризму й курортів зі спеціальними підрозділами: управлінням курортів і відділом

рекреаційних ресурсів. На обласному рівні є обласні управління культури й туризму, а на місцевому рівні курорти розвиваються під впливом рішень місцевих рад.

У більшості західних країн відсутні загальнодержавні системи організації й управління курортами. Курорти перебувають у компетенції місцевих органів самоврядування, акціонерних товариств або приватних осіб. Туристичні організації вкладають великі кошти в благоустрій курортів і їхню рекламу, оскільки вони розташовані здебільшого в красивих місцевостях, нерідко на територіях з великою кількістю історичних і архітектурних пам'яток. Держава обмежує свою роль контролем за дотриманням курортного законодавства, субсидуванням компаній і акціонерних товариств на гідрогеологічні розробки, будівництво загальнокурортних споруджень. Органи охорони здоров'я здійснюють контроль за дотриманням санітарно-гігієнічного режиму на курортах, але не приймають участі у визначенні порядку відбору хворих для санаторно-курортного лікування, у встановленні показань і протипоказань до направлення на курорти. У ряді країн ці функції частково виконують лікарі страхових компаній.

У нових економічних умовах спостерігається формування вітчизняного ринку санаторно-курортних послуг. Слід зазначити певну адаптацію курортів до ринкових умов. Як видно з таблиці 1, показники рекреаційного обслуговування в Криму за період 2000-2006р. змінюються. Тенденцію до збільшення характеризують кількість відпочиваючих і обсяг санаторно-курортних послуг (рис.1).

Таблиця 1
Динаміка основних показників санаторно-курортного комплексу Криму
(2000-2005 р.)

Показники	2000 р.	2002р.	2004р.	2005р.	2006р.
Усього санаторно-курортні заклади, одиниць:	519	540	567	568	563
у них ліжок (місць)	121576		127854	127166	126398
Кількість осіб, що були оздоровлені	782274	901570	961148	966462	935710
санаторії					
Кількість одиниць:	125	123	121	119	117
у них ліжок (місць)	28670		29242	30205	29945
Кількість осіб, що були оздоровлені	387225	456580	465275	455232	445404
пансіонати з лікуванням					
Кількість одиниць:	21	22	20	23	24
у них ліжок (місць)	3504		4124	3947	4387
Кількість осіб, що були оздоровлені	65055	62398	66098	73645	73734
санаторії-профілакторії					
Кількість одиниць:	10	6	6	5	5

**ЕКОНОМІЧНІ ОСНОВИ КУРОРТНОЇ ІНДУСТРІЇ
Й ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ**

Продовження таблиці 1

у них ліжок (місць)	403		175	125	75
кількість осіб, що були оздоровлені	10062	5695	5159	3961	3925
будинки відпочинку					
Кількість одиниць:	11	12	9	7	6
у них ліжок (місць)	787		867	677	450
кількість осіб, що були оздоровлені	11808	31397	16589	11407	10185
пансіонати відпочинку					
Кількість одиниць:	96	109	120	129	125
у них ліжок (місць)	4060		6893	6662	6285
кількість осіб, що були оздоровлені	133187	148729	179272	175258	160586
бази та інші заклади відпочинку					
Кількість одиниць:	251	263	285	280	282
у них ліжок (місць)	1571		2460	2610	3271
кількість осіб, що були оздоровлені	133023	165640	188035	195553	185836
дитячі оздоровчо-санаторні позаміські заклади цілорічної дії					
Кількість одиниць:	2	2	2	2	2
у них ліжок (місць)	1940		1940	1940	1940
кількість осіб, що були оздоровлені	24879	26733	16017	19575	22252

Джерело: Статистичний бюлетень „Санаторно-курортне лікування, організований відпочинок та туризм в Україні”. – К.: Державний комітет статистики України, 2002. – С.13-14, 28-29. Санаторно-курортне лікування, організований відпочинок та туризм в АР Крим у 2004/2005 році. – Сімферополь: Головне управління статистики в Автономній Республіці Крим. – 2005. – С. 48-50. Санаторно-курортне лікування, організований відпочинок та туризм в АР Крим у 2005/2006 році: Стат.Збірник/Головне управління статистики в АР Крим. - Сімферополь, 2006. – С.66-68.

У результаті поступової адаптації курортного комплексу країни до ринкових умов в 2000-2006 р.р. становище стабілізувалося, кількість рекреантів на кримських курортах щорічно зростає в середньому на 5%. Однак проблема сезонності їхнього функціонування поки зберігається.

Сучасний ринок лікувального відпочинку й оздоровлення формують підприємства відпочинку (курорти), що надають лікувальні послуги. Продаж цих послуг здійснюється через санаторні об'єднання, позабюджетні фонди, туристичні фірми, а також за допомогою інших комерційних посередників.

У санаторно-курортних організаціях можна виділити наступні підрозділи, що впливають на якісне обслуговування й лікування відпочиваючих: медична або лікувальна частина, служба розміщення, відділ харчування, культурні заходи, благоустрій. Перераховані не всі функціональні центри господарчої структури оздоровниць (не будуть розглянуті обслуговуючі й допоміжні підрозділи), які формують умови й обов'язково входять у її внутрішній економічний механізм.



Рис. 1. Динаміка чисельності відпочиваючих і обсягу реалізованих санаторно-курортних послуг у Криму за період 2000-2006 р.

Лікувальні процедури й медикаменти є обов'язковими складовими комплексу санаторних послуг, спрямованих на оздоровлення у санаторію. Тому відпочинок на лікувальних курортах завжди коштує набагато дорожче інших видів оздоровчого відпочинку.

Лікувальні послуги надають безпосередньо в санаторії (близько 98%) на його лікувально-медичній базі лікарсько-медичним персоналом, а також із залученням високоефективних технологій інших установ і організацій, з використанням природних лікувальних факторів. Незважаючи на профільну спрямованість лікування основних захворювань, у санаторіях існує індивідуальний підхід і підбір методів і засобів лікування й профілактики захворювань для кожного клієнта. Лікувальні послуги належать до категорії найбільш дорогих, тому що засновані на застосуванні коштовних природних лікувальних ресурсів, що вимагає складного бальнеотехнічного господарства й медичної техніки. Крім того, для цього необхідний спеціально підготовлений медичний персонал, кількість якого в оздоровницях варіюється від 0,5 до 3-4 чоловік на одного відпочиваючого.

Сучасні оздоровниці пропонують широкий вибір комплексів оздоровчих і відновлюючих сили послуг. Популярною останнім часом у приморських готелях є таласотерапія, підвищеним попитом користуються програми «Антицелюліт», «Фіто-Красота-Омолодження». Більш гнучкими стають терміни заїздів і тривалість курсів лікування й оздоровлення.

У цей час послуги харчування в переважній більшості випадків входять у базовий набір послуг, сплачених путівкою, і є частиною лікувальної справи. Тому перед службою харчування оздоровниці не стоїть завдання самостійної реалізації

ЕКОНОМІЧНІ ОСНОВИ КУРОРТНОЇ ІНДУСТРІЇ Й ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ

своєї продукції. Служба харчування обслуговує той контингент, що є у санаторію по проданим відділом маркетингу путівкам. Витрати на харчування становлять 25-30% загальних витрат. При цьому на долю продуктів харчування припадає 55-60% вартості харчування, інше – на заробітну плату з нарахуваннями, комунальні платежі, амортизацію основних засобів, господарчі й складські витрати. Що стосується спеціалізованого дієтичного харчування відпочиваючих на курортах, то деякі клінічні санаторії пропонують 12-15 видів дієтичних столів. Для цього штат повинен бути укомплектований відповідними лікарями й кухарями-дієтологами.

Сучасні тенденції розвитку санаторно-курортної індустрії припускають розмаїтість і поліморфність наданих послуг, участь відпочиваючих в організації харчування.

Тому основними напрямками розвитку служби харчування санаторно-курортних організацій на найближчий час є:

- збереження дієтичної спрямованості харчування;
- застосування сучасних технологічних підходів до готування здорової їжі (пароконвектори та ін.);
- повне або часткове виключення за бажанням клієнтів вартості харчування з обов'язкового пакета послуг;
- розширення замовленого меню;
- введення шведських столів;
- розширення додаткових платних послуг харчування (бари, ресторани, обслуговування в номерах і ін.).

Разом з тим по розміщенню в здравницях зберігається вся структура, властива оздоровчим центрам. Актуальним стоїть питання переоснащення номерів новим більш комфортабельним обладнанням.

Програма перебування в здравницях повинна забезпечувати не тільки комфортні умови проживання відпочиваючих, але й реалізацію цікавих розважальних і спортивних програм. Діяльність анімації й дозвілля на курортах є самостійним і дуже важливим розділом курортної справи. Аналіз дослідження витрат на культурні заходи виявив недостатній рівень – лише 0,4% вартості путівки. У цілому витрати на розваги рекреантів у Криму становлять близько 13% (у т.ч. казино) загальних витрат. Для порівняння - закордонний рівень складає 27% [7, с.44].

Програми перебування на курортах стають усе більш різноманітними й крім різних курсів лікування повинні передбачати проведення всіляких культурних і спортивних заходів особливо в місяці максимального завантаження. Тому пропонується активізувати проведення екскурсій, конкурсів, концертів, вечорів творчих зустрічей, дискотек, перегляду кінофільмів, проведення святкових вечорів, забезпечення газетами й журналами центральних і місцевих видань.

Актуальність проблематики відпочинку пов'язана не тільки з необхідністю організації дозвілля. Повноцінне відновлення духовних і фізичних сил залежить також від озеленення й благоустрою території, тобто за допомогою «живого» матеріалу. Ця проблема тісно пов'язана з наявністю і якістю зелених насаджень на території оздоровниць. Неприпустима практика забудови об'єктами за рахунок

зелених зон. Озеленювальні роботи повинні включати дотримання умов вирощування, збереження й реконструкції багаторічних насаджень (дерев і чагарників), особливий контроль за реліктовими насадженнями й особливо цінними породами, розміщення клумб, квітників, кімнатних рослин у корпусах і номерах.

Кожний вид діяльності санаторно-курортної організації вимагає відповідної методології оцінки, заснованої на знанні галузевих особливостей.

Оцінку результатів проведеного лікування здійснюють за критерієм ефективності санаторно-курортного лікування, що враховує суб'єктивні й об'єктивні показники стану здоров'я рекреанта. А оцінку результатів господарської діяльності проводять по показниках економічної ефективності (розміром одержаного прибутку), на які впливають якість усього комплексу послуг. Тому останнім часом все більша увага приділяється підвищенню комфортності розміщення, поширенню обсягу й асортиментів побутових послуг, підвищенню рівня безпеки номерного фонду, застосуванню сучасних технологій по експлуатації.

З метою збільшення прибутку санаторно-курортні курортні організації, на відміну від колишніх правил, повинні контролювати не тільки використання виробничих ресурсів, але й збільшення прибутків від відпрацьованих ліжко-днів. Для цього узагальнення результатів аналізу діяльності повинне містити не тільки висновки по виявленим «вузьким» місцям процесу надання санаторних послуг, але й пропозиції щодо підвищення ефективності господарської діяльності санаторно-курортної організації на основі вдосконалення системи внутрішнього контролю (контролінгу) [8, с.127].

Зростаюча економічна значимість курортної сфери в розвитку суспільного виробництва, дозволяє стверджувати, що в умовах ринкових відносин курортна індустрія сформувалася як самостійна галузь системи господарювання з усіма основними галузевими ознаками:

- сукупністю організацій, підприємств і установ, які пропонують певні соціальні послуги, спрямовані на оздоровлення населення й забезпечення раціональної організації вільного часу й відпочинку й сприятливому всебічному розвитку особистості;
- використанням специфічних природно-антропогенних ресурсів, що є об'єктами курортної діяльності;
- наявністю техніки, технології й організації роботи;
- певною матеріально-технічною базою;
- специфічними умовами праці, визначеною системою показників обліку й звітності;
- наявністю організаційної структури управління.

Таким чином, санаторно-курортна діяльність повинна розглядатися державою як галузь економіки. У зв'язку із цим санаторно-курортна діяльність вимагає надійного правового регулювання, що забезпечує сприятливі умови для її розвитку. На курортну сферу повною мірою розповсюджується регулюючий вплив норм різних галузей права: медичного, митного, страхового, адміністративного, екологічного, про захист прав споживачів.

ЕКОНОМІЧНІ ОСНОВИ КУРОРТНОЇ ІНДУСТРІЇ Й ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ

Що стосується сучасних курортів економічно розвинених країн, то вони, як правило, мають у своєму розпорядженні першокласні готелі, пансіонати, місця розваг, багаті курзали, санаторії, бювети, питні галереї, грязелікарні. Дані об'єкти обладнані сучасною технікою й обслуговують головним чином туристів.

Такі привабливі умови сприяють використанню курортів не тільки в лікувально-оздоровчих, але й інших цілях. Аналіз роботи зарубіжних курортних готелів показує, що в міжсезонні багато лікувально-оздоровчих установ працюють на конгресійний і діловий туризм. Наприклад, у США 44% організаторів зборів у корпораціях провели свої заходи на курортах. Так званий інтенсивтуризм дає 25% прибутків ринку індивідуального туризму [9, с. 29].

На завершення необхідно відзначити, що розвиток курортної індустрії приносить чималий прямий і непрямий (за рахунок суміжних галузей) економічний ефект. Спеціальні дослідження показують, що непрямий вплив курортно-туристичної індустрії на економіку майже дорівнює безпосереднім результатам господарської діяльності в цій сфері. Курортна галузь забезпечує створення нових робочих місць і сприяє зайнятості, залученню значних капітальних вкладень і порівняно швидко окупність. Крім чисто економічних вигід курортна діяльність надає значні соціальний і культурний вплив, що проявляється в оздоровленні населення, підвищенні його культурної й загальної освіченості, зростанні взаєморозуміння між людьми й т.д.

Таким чином, накопичений великий закордонний досвід і вітчизняна практика показують, що при аналізі діяльності санаторно-курортних організацій і курортних послуг необхідно враховувати умови комфортності, місце розташування санаторію, обсяг додаткових послуг, наявність сучасного медичного обладнання, кількість і види пропонованих умов лікування й профілактики захворювань у порівнянні з рівнем відпускних цін у регіоні.

Висновки по даному дослідженню й перспективи подальших пошуків у даному напрямку. Глобальні зміни в економіці країни відбилися й на господарській діяльності санаторно-курортних установ, метою якої виступає надання повноцінного відпочинку і якісного лікування населення.

Ефективність діяльності санаторно-курортних організацій, як і інших суб'єктів господарювання, визначається розмірами одержаного прибутку і якістю обслуговування. З метою забезпечення прибутків оздоровниць й підвищення конкурентоспроможності збільшення цін на путівки повинне супроводжуватися розширенням асортименту курортних послуг, у першу чергу пропонованих лікувальних процедур, методик, діагностик, а також підвищенням комфортності номерів і вибором видів харчування.

Список літератури

1. Курортные перемены /Украинская Туристическая Газета. – № 7 (34) 9 июля-6 августа. – 2007 г.
2. Лінник С.О. Рекреація в структурі регіональної економіки // Економіка та держава. – 2005. - №12. – С. 46-49.
3. Мазур Ф.Ф. Соціально-економічні умови розвитку рекреаційної індустрії: Навчальний посібник. – К.: ЦУЛ, 2005. – 96с.

4. Кисилевич Т.И. Внутренний контроль в санаторно-курортных организациях. – М.: Финансы и статистика, 2003. – 128с.
5. Здоров А.Б. Экономика туризма: учебник. – М.: Финансы и статистика, 2007. – 272с.
6. Уокер Дж.Р. Введение в гостеприимство: Учебник/Пер.с англ. – М.: ЮНИТИ, 1999. – 463с.
7. Родкин В.И. и др. Рекреационные технологии Крыма. – Симферополь: Изд. «Реноме», 2002. – 399с.
8. Цёхла С.Ю., Мамонтова О.В. Особенности организации и применения системы контроллинга на предприятиях курортно-рекреационного комплекса // Культура народов Причерноморья. – 2006. – № 88. – С.126-129.
9. Ветитнев А.М. Курортное дело: учебное пособие. – М.: КНОРУС, 2007. – 528 с.

Поступила в редакцию 30.05.2008 г.

Цехла С.Ю. Экономические основы курортной индустрии и перспективы развития // Ученые записки ТНУ. Серия: Экономика, 2008 – Т. 21 (60). – № 1. – С. 286-294.

В статье рассмотрены теоретические основы экономической деятельности курортов, исследована их адаптация к рыночным условиям, для обеспечения эффективного функционирования и развитие санаторно-курортной отрасли предложены направления совершенствования работы здравниц по структурным подразделениям.

Ключевые слова: рекреация, лечение, оздоровление, отдых, курортная индустрия, санаторно-курортные учреждения.

Tsohla S. Economic bases of recreational industry and development prospects // Uchenye zapiski TNU. Series: Economy, 2008. – Vol. 21 (60). # 1. – P. 286-294.

The theoretical bases of economic activity of resorts, their adaptation to the market conditions for providing their effective functioning and development at the recreational and resort branch are considered in the article, the directions of the work perfection as for structural subdivisions are proposed.

Key-words: recreation, treatment, rest, resort industry, recreational and resort organizations.

УДК 338.48

ФОРМИРОВАНИЕ ЕДИНОГО ПОДХОДА К ОПРЕДЕЛЕНИЮ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ В ТУРИЗМЕ

Чесноков Р.Е.

Статья посвящена вопросам определения сущности устойчивого развития как в целом на уровне экономики, так и на уровне конкретного предприятия в рыночных условиях хозяйствования. Автор рассматривает необходимость определения единого подхода к устойчивому развитию предприятий в туризме и экономики в целом посредством анализа существующих трактовок экономического развития.

Ключевые слова: экономика, экономическое развитие, устойчивое развитие в туризме.

Постановка проблемы в общем виде и ее связь с важными научными и практическими задачами. Мировые кризисы XX века указали единственно возможный путь сохранения стабильности и социально-экономического развития на нашей планете – консолидацию усилий на международном уровне для разрешения глобальных проблем, вставших перед человечеством. Главными из них на заре нового тысячелетия стали проблемы бедности и национальной нетерпимости, все большее возрастание разрыва между высшей и низшей стратой мирового сообщества, а также загрязнение окружающей среды. Наряду с этим туризм, в контексте геополитических и социально-экономических изменений, а также развития информационных технологий, претерпевает существенные трансформации, в результате которых он становится многоплановой и многоаспектной сложной открытой системой, объединяющей в себе различные отрасли народного хозяйства, сингулируя тем самым социально-экономический потенциал целых регионов.

В рамках роста качества турпродукта, вызванного возросшим уровнем мобильности туристов, современный туризм формирует спрос на безопасные и комфортные для жизни и здоровья туристов условия внешней среды (туристского региона), которые должны в полной мере обеспечивать реализацию прав граждан на отдых и свободу перемещения. Иными словами, туризм сегодня становится одним из ключевых факторов влияния на уровни культурного и духовного развития, загрязнения окружающей среды, который определяет возможность удовлетворять права и свободы граждан, а также оказывает помощь бедному населению определенных туристских регионов, путем включения их в индустрию туризма.

Со времени обретения Украиной независимости в экономике страны возникли проблемы социально-экономического характера, удовлетворительного решения которых в течение последующих лет так и не было найдено. Вместе с тем, страна имеет мощные природные и человеческие ресурсы, в том числе рекреационные и культурно-познавательные, необходимые для развития туризма и занимает одно из ведущих мест в Европе по уровню обеспеченности ценными природными и историко-культурными ресурсами на душу населения.

Несмотря на декларируемую позитивную динамику развития сферы туризма и курортов Украины (в частности рост количественных и качественных

характеристик въездного и внутреннего туристского потока в условиях обострения конкуренции на международном туристском рынке в рамках глобальной тенденции перехода на путь устойчивого развития туризма) национальный турпродукт становится все менее привлекательным и конкурентоспособным.

Реальность такова, что нынешнее состояние национальной туристской инфраструктуры и функционирования курортов не обеспечивает реализации экономических, социальных и гуманитарных функций туризма, а также не решает проблемные вопросы сохранения окружающей природной среды и культурного наследия, наполнения бюджетов всех уровней, создания новых рабочих мест и не отвечает общемировой тенденции увеличения удельного веса сферы услуг в структуре ВВП развитых и развивающихся стран.

Для того чтобы разобраться в вопросах экономического и устойчивого развития, как оптимальных состояниях отдельных социально-экономических систем, способствующих преодолению сложившихся негативных тенденций, а также системности в обеспечении устойчивого развития, которое должно стать приоритетным направлением социально-экономического развития Украины и одним из главных подходов к разрешению вопроса повышения качества жизни населения, необходимо определить соответствующий понятийно-категориальный аппарат, который в дальнейшем послужит базой для формирования методологической основы управления устойчивым развитием туристских предприятий.

Анализ последних достижений и публикаций. Теоретические аспекты формирования и развития сложных социально-экономических систем нашли отражение в трудах: Ансоффа И., Вебера М., Вернадского В., Вольфганга Х., Л. фон Бергаланфи, Бьюкенена Дж., Винера Н., Друкера П., Милля Дж. Ст., Маркса К., Маршалла А., Кузнеця С., Коуза Р., Менша Г., Кейнса Дж., Нельсона Р., Пезенти А., Ойкена В., Парсонса Т., Э. де Сото, Шумпетера Й., Уильямсона О., Солоу Р., Медоуза Д.Х. и Медоуза Д.Л., Рандерса И.Ф., Фридмана М., Гэлбрейта Дж. К., Самуэльсона П.Э., Нордхауса В.Д., Харрода Р., Макконелла К., Золи Э., Харвея Дж., Брю С., Тодаро М., Нурсева Р.М., Филипченко А., Корнийчука Л. Такие авторы, как Данилов-Данильян В.И., Бараненко С.П., Шеметов В.В., Абакаров Н.Н., Крюков М.М., Бобылев С.Н., Ходжаев А.Ш., Троцкий В., Дагаев А., Проурзин Л.Ю., Терехов А.Г., Афонина И.А., Гирусов Э.В., Пилипенко Е.В., Макарова А.А., Богданова И.Я. и другие занимались многоаспектной разработкой проблемы устойчивого развития, а именно: системным подходом к устойчивому развитию экономики, концептуальным обоснованием теории устойчивого развития в разных плоскостях ее приложения (экономической, экологической, социальной и т.д.), формированием стратегии устойчивого развития, как отдельных секторов, так и целых отраслей экономики и т.п. Среди украинских исследователей проблематикой устойчивого развития в туризме занимаются: Мазараки А., Ткаченко Т.И., Мельникова Н.В., Данилишин Б.М., Буркинский Б.В., Степанов В.Н., Шостак Л.Б., Харичков С.К., Гудзь П.В., Падун М.М., Лебедев М.А., Самолетов П.В., Белявский Г.А., Фите А.Н. и др.

ФОРМИРОВАНИЕ ЕДИНОГО ПОДХОДА К ОПРЕДЕЛЕНИЮ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ В ТУРИЗМЕ

Однако необходимо отметить, что вышеуказанные исследования не исчерпывают всех вопросов, касающихся устойчивого развития и, несмотря на новизну и научную значимость подходов к рассмотрению сущности устойчивого развития, не позволяют сформировать соответствующий понятийно-категориальный аппарат.

Выявление нерешенных частей общей проблемы. Актуальность проблем, связанных с определением единого подхода к устойчивому развитию отечественных предприятий в сфере туризма, усовершенствованием управления туристскими предприятиями обусловила содержание, цель и структуру данной статьи.

Формулировка целей (постановка задач). Целью статьи является изучение и анализ существующих подходов к определению экономического развития, формирование на их основе определения устойчивого развития предприятия в туризме.

Изложение основного материала исследования с обоснованием полученных результатов. Для того чтобы разобраться в вопросах экономического и устойчивого развития, как оптимальных состояниях отдельных социально-экономических систем, а также системности в обеспечении устойчивого развития, необходимо определить соответствующий понятийно-категориальный аппарат, который в дальнейшем послужит теоретической базой для формирования методологической основы управления устойчивым развитием.

Исходя из определения понятия экономического роста, предложенного Самуэльсоном П.Э. и Нордхаусом В.Д., который они трактуют как: «увеличение совокупного объема производства страны в течение определенного времени» [7, с. 1344], а также определения экономического роста в интерпретации Макконелла К. и Брю С.: «увеличение либо реального объема продукции (ВВП), либо реального объема продукции на душу населения» [10, с. 400], можно утверждать, что экономический рост во многом определяется структурой и составом отраслей и подотраслей национального и международного хозяйства, разделением труда и т.д., иными словами экономическим укладом или специфическими факторами экономической природы, определяющими интенсивность тех или иных экономических процессов и явлений. В контексте развития теории экономических укладов, которая, по сути, является одной из главных составляющих, обеспечивающих интеграцию экономических систем на глобальном уровне, особо следует выделить вклад Кузнеця С., Коуза Р., Нельсона Р., Менша Г. и других.

Подходя к трактовке термина «развитие» с экономической точки зрения, мы можем его интерпретировать как определенный процесс структурного изменения общественной формации вызванный экономическим ростом и обладающий уникальными характеристиками целенаправленности, внутренней и внешней соподчиненности, необратимости и автономии. Именно в силу четкой определенности качественных изменений экономической системы вызывающих количественные перемены говорят о ее развитии. Наличие же определенных

изменений или наметившихся тенденций в проявлении тех или иных экономических явлений или процессов без их существенного влияния на качественные показатели функционирования экономической системы, как то увеличение объемов производства, снижение безработицы и т.д., свидетельствует об экономическом росте. Иными словами мы можем утверждать, что экономический рост является непосредственной составляющей экономического развития, но само его наличие или отсутствие в структуре экономики еще не означает ее экономического развития в целом. Как писал Пезенти А.: «надо постоянно помнить, что развитие не равносильно количественному росту, оно включает в себя и качественные изменения, затрагивающие связи между различными явлениями» [6, с. 387].

Подтверждая данную мысль Харвей Дж. отмечает, что: «под термином «рост» обычно понимают не просто увеличение объема выпускаемой продукции в целом по стране, а изменение уровня благосостояния ее жителей» [9, с. 537].

На наш взгляд под экономическим развитием следует понимать процессы социально-экономических преобразований в жизнедеятельности общественных формаций на определенной географической территории, в основе которых лежат качественные изменения в: структуре финансово-хозяйственных отношений между производителями и потребителями товаров и услуг в рыночных условиях; технологиях добычи и переработки ресурсов в процессе производства экономических благ; уровне эффективности использования социально-экономических ресурсов; культурном, интеллектуальном и инновационном потенциале, а также в более эффективной комбинации факторов внешней и внутренней среды, участвующих в производстве. Следует отметить неоспоримый вклад в теорию экономического развития работ австрийского ученого Шумпетера Й.А., считавшего, что экономическое развитие всецело зависит от инноваций, внедрение которых обеспечивает появление новой или оптимизацию использования тех или иных ресурсов в прежней, комбинации факторов производства. Предприниматель, по мнению Шумпетера, становясь в процессе борьбы со сложившимся экономическим укладом «созидающим разрушителем», для достижения временного превосходства над конкурентами, продуцирует изменения, которые затем, становясь инновациями, позволяют ему добиваться конкурентных преимуществ.

Дальнейшее углубление в вопросы экономического развития и роста приводит нас к рассмотрению интенсивного и экстенсивного развития, отличие которых заключается в методах и факторах его обеспечения. Так, к факторам экстенсивного развития мы можем отнести количественный рост персонала в рамках выполнения одной и той же производственной задачи, рост совокупного потребления энергетических ресурсов при наращивании производственных мощностей без изменения технологического цикла и т.д. Примером интенсивных факторов развития являются: повышение качества труда персонала за счет роста уровня его компетентности, совершенствование технологии производства, снижение уровня капиталоемкости и ресурсоемкости производства за счет внедрения инноваций и т.д. На основе выделения двух основных типов экономического развития (экстенсивного и интенсивного) определяются два основных направления в

ФОРМИРОВАНИЕ ЕДИНОГО ПОДХОДА К ОПРЕДЕЛЕНИЮ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ В ТУРИЗМЕ

развитии конкретного субъекта экономической деятельности: во-первых, развитие на основе прежней технологической базы за счет увеличения использования факторов производства; во-вторых, за счет качественных изменений технологии производства.

Продолжая анализ экстенсивного и интенсивного типов экономического развития следует отметить, что первому присуща высокая фондоемкость производства, а второму – высокая наукоемкость, обеспечивающая в рамках тенденции к сокращению экономических ресурсов одну из важнейших составляющих конкурентоспособности – разработку и внедрение в производственный процесс ресурсосберегающих технологий.

Сочетание экстенсивного и интенсивного экономического развития приводит к смешанному или реальному экономическому росту, который достигается за счет наращивания производственных мощностей в результате повышения совокупного уровня используемых производственных факторов и совершенствования технологии производства.

Филиппенко А. отмечает, что: «в общепринятом значении развитие – это процесс совершенствования тех или иных элементов общественных отношений, материально-вещественных составляющих общества или социально-экономических и материальных систем в целом, переход к принципиально новым качественным характеристикам» [8, с. 80], подчеркивая тем самым многомерность социально-экономических изменений. В свою очередь экономическое развитие, по мнению ученого: «это качественные изменения в хозяйственной системе общества, обеспечивающие количественное наращивание его ресурсного потенциала и качественное совершенствование базовых элементов формообразующих структур» [8, с. 83].

Вместе с тем о четком разделении понятий «развитие» и «экономическое развитие» говорить пока не приходится. Как отмечает Л. Корнийчук: «в научной литературе размежевание понятий «развитие» и «экономическое развитие» отсутствует» [3] – что несомненно препятствует глубокому пониманию их сущности.

Рассматривая термин «экономическое развитие» с позиции системного подхода, следует отметить наличие возможности его прогрессивного и регрессивного влияния на социально-экономическое развитие всего социума. В этом случае, прогрессивное экономическое развитие мы можем трактовать, как такое развитие, которое непременно носит характер перехода от низшего к высшему, а следовательно, более совершенному. Процессом обратного перехода является регрессивное экономическое развитие, заключающееся в деградации социально-экономической системы, снижении качества и эффективности социально-экономических взаимодействий.

Проблематика обеспечения эффективности функционирования экономических систем на современном этапе развития науки и технологий непременно приводит нас к обсуждению вопроса их устойчивого развития. Подтверждая тенденцию развития человечества, которая в настоящем характеризуется наличием комплексных ресурсных ограничений и преобладающим экстенсивным типом их

использования, Данилов-Данильян В.И. отмечает, что увеличение интенсивности взаимодействия между антропогенным развитием и функционированием биосферы привело к необходимости разработки критериев ограничения влияния человеческого фактора на природную среду, итогом которого стало появление понятия хозяйственной емкости биосферы, определяющего предельно допустимую величину антропогенной нагрузки на биосферу, выше которой возможны необратимые деградационные процессы [2, с. 163-165].

При непосредственном приближении к вопросу устойчивого развития возникает проблема терминологического характера, наличие которой определяется отсутствием единого подхода к содержанию понятий «экономическая устойчивость», «устойчивость экономической системы» и «устойчивое развитие».

В отчете одной из ведущих мировых консалтинговых компаний «Avastone Consulting» под названием «Менталитеты в действии» подготовленного на основе данных исследования устойчивого развития организации «Avastone» (Avastone Corporate Sustainability Study – ACSS), отмечается, что к настоящему времени определение термина «устойчивое развитие» колеблется от полюса, определенного Милтоном Фридманом, который говорил, что «предметом бизнеса является бизнес», через реализацию корпоративной социальной ответственности (Corporate social responsibility – CSR), которые добавляют социальную ответственность в список обязанностей организации, к полюсу, который Эндрю Золи обозначил термином «экоинновационная революция» неологизмом, призванным обозначить эру, в которую мы входим по мере покидания индустриальной и информационной эпохи. В то время как некоторые эксперты, например специалист по стратегическому исследованию Майкл Портер утверждают, что разнообразные подходы к устойчивому развитию, которые принимают корпорации, частичны и не связаны с бизнес-стратегиями, другие считают, что мы подходим к пределам возможностей CSR [11, с. 9]

По мнению Богданова И.Я. понятие «экономическая устойчивость» следует трактовать как прочность и надежность ее элементов, вертикальных, горизонтальных и других связей внутри системы, способность выдерживать внутренние и внешние нагрузки [1, с. 24].

В Словаре русского языка Ожегова С.И. дается следующее определение понятию «развитие» – это «процесс перехода из одного состояния в другое, более совершенное, переход от старого качественного к новому качественному состоянию, от простого к сложному, от низшего к высшему» [5, с. 592].

Понятие устойчивость в русском языке происходит от слов «устойчивый» и «устоять», которые трактуются в Словаре русского языка как: «стоящий твердо, не колеблясь, не падая; не подверженный колебаниям, постоянный, стойкий, твердый» и «удержаться, сохранить стоячее положение, не упасть» [5, с. 772] соответственно. Отсюда мы можем сделать вывод о том, что устойчивое состояние чего бы то ни было, определяется его способностью сохранять определенное положение или скорее ряд характерных свойств. Что подтверждает распространенную в отечественной экономической литературе трактовку понятия «устойчивое развитие» как стабильное, устойчивое к проявлению неблагоприятных факторов

ФОРМИРОВАНИЕ ЕДИНОГО ПОДХОДА К ОПРЕДЕЛЕНИЮ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ В ТУРИЗМЕ

внешней и внутренней среды. В мировой практике сложилось несколько иное отношение к определению данного понятия.

Устойчивость предприятия можно рассматривать как сложное понятие, которое состоит из ряда структурных элементов, качественное состояние которых определяет его форму развития. С этой позиции мы можем рассматривать устойчивость предприятия в разрезе его функциональных уровней, таких как финансовый, управленческий или организационный, производственный или материальный, технологический и уровень персонала. В соответствии с этим делением целесообразно говорить о финансовой, управленческой или организационной, производственной или материальной, технологической и кадровой устойчивости. Вместе с тем данный подход носит ограничительный характер и не позволяет в целом оценить уровень устойчивости туристского предприятия.

В контексте теории устойчивого развития следует говорить скорее о содержательных, чем о функциональных подходах к определению долгосрочной устойчивости туристского предприятия и выделять социальный, экономический и экологический виды устойчивости с дальнейшим выделением соответствующих функциональных подвидов.

Под экономической устойчивостью следует понимать способность предприятия в долгосрочной перспективе сохранять и приумножать свой ресурсный потенциал и конкурентоспособность в процессе независимой хозяйственной деятельности с учетом баланса интересов собственников и работников предприятия, государства, региона и его населения.

Экологическая устойчивость туристского предприятия – это его способность эффективно адаптировать к условиям своей хозяйственной деятельности в границах емкости экосистемы энерго- и ресурсосберегающие, а также безотходные технологии в контексте устойчивого развития курортного региона, согласуясь с экологическими показателями устойчивого развития.

Одобренный ООН 20 октября 1987 г. на пленарном заседании 42-й сессии Генеральной Ассамблеи доклад международной комиссии по окружающей среде и развитию (WCED), более известной под названием «комиссии Брундланд», созданной в рамках инициативы Генерального Секретаря ООН в декабре 1983 года с целью мониторинга состояния мировой окружающей среды и подготовки своих предложений по улучшению сложившейся ситуации, под названием «Наше общее будущее», стал исходным для принятия на его основе резолюции ООН «Экологическая перспектива до 2000 года и далее». В соответствии с ней устойчивое развитие признавалось руководящим принципом деятельности ООН, правительств и частных учреждений, организаций и предприятий с определением основного принципа устойчивого развития человечества, которое предполагает удовлетворение потребности современного поколения, не угрожающее возможности будущих поколений удовлетворять собственные потребности. Вышесказанное подчеркивает все возрастающую роль теории устойчивого развития на международном уровне, которая, в контексте усиливающейся роли глобализации и интеграции отдельных территорий и государств, фактически становится

стандартом для стратегического развития экономических субъектов, игнорирование которого означает потерю конкурентоспособности в долгосрочной перспективе.

Разработки комиссии Брутланд привели к серьезному изучению концептуальных основ удовлетворения человеческих потребностей настоящего и будущего времени, которое вошло в научный обиход под названием «устойчивое развитие». Иными словами, устойчивое развитие состоит в эффективном объединении двух процессов: процесс сохранения и процесс изменения. Под первым понимается сохранение роста общественных возможностей удовлетворять потребности нынешнего поколения. Под вторым – уменьшение эксплуатации ограниченных природных ресурсов, повышение качества производственных отношений и управления.

Проблематика перехода от традиционно сложившегося в нашей стране индустриального типа экономики к устойчивому типу требует кардинальных изменений не только в экономической, но и в социальной (культурной) жизни общества. Как отмечает Лебедев М.А., для успешной реализации идей устойчивого развития в Украине необходимо выполнение ряда взаимодополняющих мер: информирование всех слоев населения о проблемах устойчивого развития; смена приоритетов при разработке экономической, промышленной, энергетической, сельскохозяйственной политики, в частности реформирование налоговой системы (переход на рентную систему налогообложения), поддержание развития малого бизнеса, привлечение внутренних и внешних инвестиций; формирование эффективной внешней политики; совершенствование нормативной базы в рамках ее адаптации к основным подходам устойчивого развития; использование новых информационных технологий для обмена информацией по устойчивому развитию (создание баз данных и моделирование локальных социально-экономических и экологических систем); развитие местного самоуправления [4].

На современном этапе развития государств как сложных открытых социально-экономических систем на мировой арене применение традиционных технологий и схем производства товаров и услуг, не может обеспечить должного уровня удовлетворения общественных потребностей наций и конкурентоспособности национальных экономик.

Вместе с тем в последнее время в рамках изучения основ устойчивого развития проведено недостаточное количество серьезных и продуктивных исследований. Особое внимание, на наш взгляд, учитывая специфику туристского региона, следует уделить вопросам обеспечения устойчивого развития предприятий туристского комплекса. Так, например, в процессе разработки концептуальной основы устойчивого развития туристского комплекса в целом и отдельного его предприятия в частности, необходимо руководствоваться содержанием понятия «устойчивое развитие туристского комплекса», которое, с одной стороны, должно учитывать основные положения глобальной концепции устойчивого развития, а с другой – отраслевую специфику отечественного туристского комплекса и его значимость для сбалансированного развития украинской экономики. Иными словами устойчивое развитие туристского комплекса – это такой вид развития, который обеспечивает в долгосрочной перспективе динамическое равновесие и согласование интересов

ФОРМИРОВАНИЕ ЕДИНОГО ПОДХОДА К ОПРЕДЕЛЕНИЮ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ В ТУРИЗМЕ

экономического, социального и экологического характера, направленное на решение социально-экономических проблем и сохранение ресурсного потенциала комплекса, обеспечивающего эффективное удовлетворение потребностей общества в отдыхе, оздоровлении и рекреации.

Несмотря на выраженную социально-экологическую ориентацию концепции устойчивого развития, она все же остается проблемой скорее экономического характера, в контексте которого она ассоциируется с проблематикой экономического развития на базе прогресса и экономического роста.

На наш взгляд устойчивое развитие отечественного туристского комплекса как открытой сложной социально-эколого-экономической системы напрямую зависит от динамического развития всех элементов курортно-рекреационного комплекса и в первую очередь от степени интенсивности и эффективности развития его предприятий. Иными словами, временные успехи в функционировании отдельных украинских курортно-рекреационных комплексов и их предприятий вызванные увеличившимся притоком туристов и разовыми позитивными изменениями в их инфраструктуре не способствуют устойчивому развитию всей системы, а лишь вносят в нее определенный диссонанс, который в долгосрочном периоде может привести к катастрофическим последствиям, вплоть до разрушения всего туристского комплекса страны и уничтожения его предприятий путем их реорганизации в иные, более прибыльные активы.

Таким образом, можно выделить три основных уровня обеспечения устойчивого развития туристского комплекса:

1. Международный уровень (мезоуровень) – единство устойчивого развития курортно-рекреационного комплекса и национальной экономики.
2. Национальный уровень (макроуровень) – соподчиненность устойчивого регионального развития относительно отдельно взятого предприятия курортно-рекреационного комплекса с устойчивым развитием всего комплекса в целом.
3. Региональный уровень (микроуровень) – управление устойчивым развитием туристского предприятия путем сбалансированного развития его структурных элементов.

Подчеркивая важность триады уровней устойчивого развития в туризме, необходимо отметить, что устойчивое развитие отдельно взятого предприятия курортно-рекреационного комплекса (КРК) является неотъемлемой частью социально-экономического развития комплекса в целом и наоборот, устойчивое развитие туристского комплекса является неотъемлемой частью социально-экономического развития предприятия КРК. Неразрывная связь между ними приводит нас к необходимости разработки единых требований устойчивого развития всего туристского сектора экономики Украины, которые соответствующим образом должны найти свое выражение в стратегии устойчивого развития отечественной экономики и стратегии устойчивого развития туристского комплекса, которая с позиции системного подхода должна отвечать следующим базовым принципам:

1. Учитывая социальные потребности населения Украины и отвечая основным функциям развития туризма (восстановление жизненных сил трудоспособного

населения, рациональное использование свободного времени, обеспечение занятости и повышение уровня жизни местного населения туристских регионов), стратегия устойчивого развития туристского комплекса должна обеспечивать максимально возможный прирост туристских благ для всех членов общества.

2. Ориентируясь на сохранение ресурсного потенциала курортного региона, технология разработки и предоставления туристских благ посетителям туристского комплекса, заложенная в основу стратегии устойчивого развития, должна поддерживать и по возможности способствовать восполнению резерва региональной ресурсной системы.

Обеспечивая сбалансированное развитие социальной, экономической и экологической систем курортного региона, стратегия устойчивого развития туристского комплекса должна содействовать постоянному обновлению организационных и технологических возможностей его развития, стимулируя повышение уровня компетентности и применение инноваций в предоставлении туристских благ предприятиями туристских регионов Украины.

Выводы из проведенного исследования и перспективы дальнейших разработок в данном направлении. Изучение и анализ существующих подходов к определению экономического развития и социально-экономического роста, позволил интерпретировать экономическое развитие как процессы социально-экономических преобразований в жизнедеятельности общественных формаций на определенной географической территории, в основе которых лежат качественные изменения в: структуре финансово-хозяйственных отношений между производителями и потребителями товаров и услуг в рыночных условиях; технологиях добычи и переработки ресурсов в процессе производства экономических благ; уровне эффективности использования социально-экономических ресурсов; культурном, интеллектуальном и инновационном потенциале, а также в более эффективной комбинации факторов внешней и внутренней среды, участвующих в производстве.

В статье указывается на то, что экономическое развитие с позиции системного подхода может иметь как прогрессивное (переход от низшего к высшему), так и регрессивное (деградация социально-экономической системы) влияние на социально-экономическое развитие всего социума.

Устойчивость же предприятия можно рассматривать как сложное понятие, которое состоит из ряда структурных элементов, качественное состояние которых определяет его форму развития. С этой позиции мы можем рассматривать устойчивость предприятия в разрезе его функциональных уровней, таких как финансовый, управленческий или организационный, производственный или материальный, технологический и уровень персонала. Вместе с тем данный подход носит ограничительный характер и не позволяет в целом оценить уровень устойчивости туристского предприятия.

В контексте теории устойчивого развития следует говорить скорее о содержательных, чем о функциональных подходах к определению долгосрочной устойчивости туристского предприятия и выделять социальный, экономический и

ФОРМИРОВАНИЕ ЕДИНОГО ПОДХОДА К ОПРЕДЕЛЕНИЮ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ В ТУРИЗМЕ

экологический виды устойчивости с дальнейшим выделением соответствующих функциональных подвигов.

Под экономической устойчивостью следует понимать способность предприятия в долгосрочной перспективе сохранять и приумножать свой ресурсный потенциал и конкурентоспособность в процессе независимой хозяйственной деятельности с учетом баланса интересов собственников и работников предприятия, государства, региона и его населения.

Экологическая устойчивость туристского предприятия – это его способность эффективно адаптировать к условиям своей хозяйственной деятельности в границах емкости экосистемы энерго- и ресурсосберегающие, а также безотходные технологии в контексте устойчивого развития курортного региона, согласуясь с экологическими показателями устойчивого развития.

На современном этапе развития государств как сложных открытых социально-экономических систем на мировой арене применение традиционных технологий и схем производства товаров и услуг, не может обеспечить должного уровня удовлетворения общественных потребностей наций и конкурентоспособности национальных экономик.

Вместе с тем в последнее время в рамках изучения основ устойчивого развития проведено недостаточное количество серьезных и продуктивных исследований. Особое внимание, на наш взгляд, учитывая специфику туристского региона, следует уделить вопросам обеспечения устойчивого развития предприятий туристского комплекса. Так, например, в процессе разработки концептуальной основы устойчивого развития туристского комплекса в целом и отдельного его предприятия в частности, необходимо руководствоваться содержанием понятия «устойчивое развитие туристского комплекса», которое, с одной стороны, должно учитывать основные положения глобальной концепции устойчивого развития, а с другой – отраслевую специфику отечественного туристского комплекса и его значимость для сбалансированного развития украинской экономики. Иными словами устойчивое развитие туристского комплекса – это такой вид развития, который обеспечивает в долгосрочной перспективе динамическое равновесие и согласование интересов экономического, социального и экологического характера, направленное на решение социально-экономических проблем и сохранение ресурсного потенциала комплекса, обеспечивающего эффективное удовлетворение потребностей общества в отдыхе, оздоровлении и рекреации.

Управление устойчивым развитием предприятий и учреждений туристского комплекса Украины становится одной из главных задач, стоящих перед руководителями всех уровней власти и специалистами в отрасли туризма, от решения которой непосредственно зависит эффективность функционирования отечественных туристских предприятий и, опосредовано, полноценное вхождение нашей страны на международный рынок туризма.

Список литературы

1. Богданов И.Я. Экономическая безопасность России: теория и практика. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2001. – 348 с.

2. Данилов-Данильян В.И., Лосев К.С. Экологический вызов и устойчивое развитие. Учебное пособие. – М.: Прогресс-Традиция, 2000, 416 с.
3. Корнійчук Л. Економічне зростання і сталий розвиток// Економіка України.- 2008. – № 3. – С. 84 - 91.
4. Лебедев М.А. Устойчивое развитие в Украине: проблемы и возможности/Проблеми стійкого розвитку України. Збірка доповідей міжнародної наукової конференції студентів. Київ, Всеукраїнська екологічна ліга, 2004. – С. 15-18.
5. Ожегов С.И. Словарь русского языка. Около 57000 слов. Изд. 11-е, стереотип. Под ред. д-ра филолог. наук проф. Н.Ю. Шведовой. М., «Русский язык», 1975. - 846 с.
6. Пезенти А. Очерки политической экономии капитализма. В 2 т. Т.І. М., «Прогресс», 1976. - 928 с.
7. Самуэльсон П.Э., Нордхаус В.Д. Экономика, 18-е издание: Пер. с англ. - М.: ООО «И.Д. Вильямс», 2007. – 1360 с.
8. Філіпченко А.С. Глобальні форми економічного розвитку. Історія і сучасність. К., «Знання», 2007. – 144 с.
9. Харвей Дж. Современная экономическая теория. – М: ЮНИТИ-ДАНА, 2003. – 703 с.
10. Экономикс: Принципы, проблемы и политика.Макконнелл К.Р., Брю С.Л. Экономикс: В 2т.: Пер. с англ. Том 2 – М.: Изд. «Туран», 1996. – 400 с.
11. <http://www.avastoneconsulting.com>

Поступила в редакцию 30.05.2008 г.

Чешоков Р.С. Формування єдиного підходу щодо визначення сталого розвитку в туризмі // Вчені записки ТНУ. Серія: Економіка, 2008. – Т. 21 (60). – № 1. – С. 295-306.

Стаття присвячена питанням визначення суті сталого розвитку як в цілому на рівні економіки, так і на рівні конкретного підприємства в ринкових умовах господарювання. Автори розглядають необхідність визначення єдиного підходу до стійкого розвитку підприємств в туризмі і економіки в цілому за допомогою аналізу існуючих трактувань економічного розвитку.

Ключові слова: економіка, економічний розвиток, сталий розвиток в туризмі

Cheshnikov R.Y. Forming of the single going near determination of sustainable development in tourism // Uchenye zapiski TNU. Series: Economy, 2008. – Vol. 21 (60). # 1. – P. 295-306.

The article is devoted to the questions of determination of essence of sustainable development both at the level of national economy and at the level of single enterprise under market conditions.

Authors examine the necessity of determination of the unified approach to the sustainable development of enterprises in tourism and economy in general by means of analysis of existing interpretations of economic development.

Ke-words: economy, economic development, sustainable development in tourism

УДК 681.3.07

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ СУЩНОСТЬ, ХАРАКТЕР И СТРУКТУРА ТУРИСТСКОГО РЫНКА В КОНТЕКСТЕ РЕГИОНАЛЬНОЙ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ

Швец И.Ю.

В статье рассмотрены экономическая сущность, характер и структура туристского рынка в контексте региональной конкурентоспособности

Ключевые слова: туристский рынок, потребности, туризм.

Постановка проблемы. Каждая страна и даже регион формируют для себя собственную концепцию развития туризма. Это связано с отличием регионов мира друг от друга наличием и характером рекреационных ресурсов, уровнем их привлекательности для жителей других стран и районов, уровнем жизни местного населения, характером экономических задач, решаемых в настоящее время обществом. Здесь большую роль играет аспект экономической эффективности и целесообразности развития туризма, который в рыночной экономике определяется зачастую не прямой отдачей вложенных средств, а тем, чего мы лишаемся, не вкладывая эти средства в другую сферу. Но значение туризма в социально-экономическом развитии страны трудно переоценить. Ускорение темпа жизни, ухудшение экологической ситуации как природной, так и социальной среды приводят к синдрому «накопленной усталости», снижению иммунитета, повышению заболеваемости и смертности населения. И именно перед туристским бизнесом стоит не только создание экономически эффективной деятельности, но и решение социальной задачи ликвидации последствий этих негативных влияний, посредством организации условий для восстановления сил, здоровья, получения новых знаний, впечатлений.

Изученность проблемы. Отечественными учеными Мироненко Н.С. и Твердохлебовым И.Т. были [1] разграничены понятия «отдых» и «рекреация». К отдыху была отнесена человеческая деятельность, или ее отсутствие, не направленная на удовлетворение насущных потребностей во вне рабочее время в месте постоянного проживания. К рекреации была отнесена система мероприятий, связанных с использованием свободного времени для оздоровительной, познавательной, спортивной и культурно-развлекательной деятельности людей на специализированных территориях, находящихся вне места их постоянного проживания.

Виды времени затраченных на восстановление сил человека делят на: инклюзивное (в течение рабочего дня) – время простого компенсаторного восстановления человеческих сил; ежедневное время (после работы) – компенсаторно-расширенное восстановление, уик-энд – расширенно-компенсаторное восстановление, отпускное время – расширенное восстановление

[2]. Основываясь на представленных рекреационных видах времени Кусков А.С. и Лыскова О.В. выделяют соответствующие им типы рекреационной деятельности [3]: компенсаторную рекреационную деятельность – восстанавливающую затраты человеческих сил до нормального уровня, которая включает в себя: инклюзивную, осуществляемую в бытовой и трудовой деятельности, ежедневную – к которой относятся: зарядка, прогулки, чтение и т.п., еженедельная – отдых воскресного дня; расширенную рекреационную деятельность – восстанавливающую затраты человеческих сил растроченных за предыдущий трудовой год. Таким образом, первоосновой рекреационной деятельности является время, которые обусловлены социально-экономическими условиями, традициями общества.

Цель исследования. Целью данной статьи является рассмотрение экономической сущности, характера и структуры туристского рынка в контексте региональной конкурентоспособности.

Результаты исследования. Различным типам рекреационной деятельности существуют соразмерные рекреационные пространства, представляющие собой «... часть социального пространства объединяющего совокупность взаимосвязанных между собой природных и социально-экономических условий, используемых для рекреации» [4, с. 6]. Размер и состав внутренней организации рекреационного пространства имеет иерархическую структуру (табл.1).

Таблица 1

Таксонометрическая система рекреационных районов

Таксонометрический ранг	Таксонометрическая единица	Размер территории
V	Рекреационная зона	Сотни тысяч, десятки тыс. км. ²
IV	Рекреационный район	Сотни тысяч, десятки тыс. км. ²
III	Рекреационный подрайон	Тысячи, сотни км. ²
II	Рекреационный микрорайон	Сотни км. ² , тысячи га
I	Рекреационный пункт	Десятки, сотни га

Источник: Димитром С. Экономика и организация туризма. Пер. с болг. – М.: Прогресс, 1972. - с. 131

Рекреационное пространство рядом ученых разделяется на организованное и неорганизованное [5, 6]. К организованному рекреационному пространству относят пространство, имеющее организованную систему управления условий рекреационной деятельности, главной целью которой есть повышение ее эффективности, обусловленное наличием характерных, локальных пространств разного масштаба. К неорганизованному рекреационному пространству относят пространство, в котором система условий для рекреационной деятельности регулируется человеком в целях удовлетворения его личных потребностей.

**ЭКОНОМИЧЕСКАЯ СУЩНОСТЬ, ХАРАКТЕР И СТРУКТУРА ТУРИСТСКОГО РЫНКА
В КОНТЕКСТЕ РЕГИОНАЛЬНОЙ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ**

Объединение предприятий в границах населенного пункта формирует рекреационный пункт и определяет его специализацию [6, с. 48]. Территориальная специализация на выполнении туристско-рекреационной функции базируется на имеющихся конкурентных преимуществах территории: наличие и типы рекреационных ресурсов, их сочетаемость; уровень развития рыночной, производственной инфраструктуры, уровень развития сопутствующих видов деятельности. Перевес в структуре ресурсов культурно-исторических создает основу формирования туристско-экскурсионной специализации элемента территориальной структуры в территориальном разделении труда, а природно-рекреационных – туристско-рекреационной или курортной. В зависимости от специализации, элементов территориальной структуры, концентрации туристской деятельности, могут быть представлены пунктами, центрами, узлами, представленными, как дискретными, так и ареальными формами (табл.2) [6, с. 49].

Всемирная туристская организация определяет туристский регион как территорию, располагающую большой сетью специализированных сооружений и услуг, необходимых для организации отдыха, учебного процесса или оздоровления, которые продаются туристу или группе туристов производителем услуг [7]. Из этого определения вытекает, что туристский регион – это цель путешествия, туристский продукт, и конкурентоспособный субъект. Стратегической целью региона как конкурентной единицы это обеспечение конкурентоспособности на длительный период. Конкурентоспособность регионального туристского рынка зависит от ряда влияний: социально-экономической системы, туристской политики, государственных интересов, интересов бизнеса, населения, состояния внешнего и внутреннего спроса, наличия и состояния ресурсов, экологической системы.

Таблица 2

Территориальная структура туристского рынка

Элементы территориальной специализации рынка потребителя	Элементы территориальной специализации рынка производителя			Форма элементов территориальной специализации	
	посредника	производителя туристско-экскурсионных услуг	производителя курортных услуг		
Пункт	Пункт	Экскурсионный пункт		дискретные	Стандартн. предложение, узкая специализация, сезонность, населен. пункт до 10 т. чел.
Центр	Центр	Туристско-экскурсионный центр		дискретные	Дифференциров. предложение, узкая специализац., сезонность, населен. пункт до 100 т. чел.

Продолжение таблицы 2

Узел	Узел	Туристско-рекреационный узел	Курорт	дискретные ареальные	Дифференцированное и уникальное предложение, сглаженная сезонность, населен. пункт свыше 100 т. чел.
			Курортная местность	ареальные	Узкая специализация, уникальное предложение, сглаженная сезонность, населен. пункт до 10 т. чел.
			Курортный район	ареальные	Дифференцированное и уникальное предложение, сглаженная сезонность, населенный пункт до 100 т. чел.
			Курортная зона	ареальные	Дифференцированное и уникальное предложение, сглаженная сезонность, населенный пункт свыше 100 т. чел.

Индустрия туризма интегрирована в экономику региона, посредством кооперационных отношений, социальной, рыночной, коммуникационно-технической инфраструктуры, на основе взаимодействия рыночных сил спроса и предложения, скорректированных государственной экономической политикой, и базируется на одних региональных ресурсах: природно-климатических, географических, экологических, культурно-исторических, инфраструктурных (трудовых, финансовых, информационных, технологических), организационно-экономических.

Особенностью туристской деятельности является то, что туристская услуга для конечного потребителя представляется как цепь услуг (размещения, питания, транспортных, медицинских, развлекательных и др.), что предполагает большое количество участников рынка (рис. 1), и потребитель рассматривает ценность туруслуги с точки зрения ее комплексности, проецирует свои впечатления от потребленных услуг в целом на регион, как единое целое. В связи с наличием большого количества субъектов туристского рынка и их разнородностью,

**ЭКОНОМИЧЕСКАЯ СУЩНОСТЬ, ХАРАКТЕР И СТРУКТУРА ТУРИСТСКОГО РЫНКА
В КОНТЕКСТЕ РЕГИОНАЛЬНОЙ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ**



Рис. 1. Структура регионального туристского рынка

деятельность участников рынка часто бывает не согласована, что приводит к снижению ценности туристического продукта для потребителя, а таким образом, снижает привлекательность региона, степень его конкурентоспособности, отказу потребителя совершать поездку в данный туристский регион.

Уровень развития туризма в регионе, степень его конкурентоспособности оказывают непосредственное влияние на уровень развития, конкурентоспособности туристского региона. Рассмотрение данного влияния представлено в Концепции устойчивого развития туризма, представленной всемирной туристской организацией [7]. В концепции рассматривается влияние туристского комплекса, как функционально-территориальной системы, на развитие региона по ряду направлений. Во-первых, прямое влияние: расходы туристов превращаются в доходы туристских по назначению субъектов хозяйствования, что дает возможность развития воспроизводственных процессов, как на уровне туристского предприятия, так и предприятий региона, включенных в кооперационные связи, создания нового туристского продукта и его продажи. Второе влияние носит косвенный характер, которое можно представить как зависимость: в результате экономической деятельности туристских по назначению субъектов хозяйствования уплачиваются налоги, часть которых перечисляется в бюджет региона, направляемых на его развитие. Эти средства являются доходами предприятий, обеспечивающих туристскую деятельность, налоги, с деятельности которых, частично перечисляются в бюджет региона, что дает возможность развития расширенного воспроизводственного процесса на уровне региона, выраженного в мультипликационном эффекте. Третье влияние носит в большей степени социальный характер. Расширенный характер воспроизводственных процессов в туристском регионе приводит к созданию новых рабочих мест, которые выражаются ростом доходов домохозяйств, а таким образом, наблюдается тенденция повышения уровня качества жизни населения региона.

Расширенное определение региона как вертикальной (отраслевой) и горизонтальной (межотраслевой) интеграционных функционально-территориальных систем позволяет сформировать методическую базу изучения индустрии туризма. Предметом анализа является туристская система, в границах которой функционируют туристские предприятия, организации и учреждения разных форм собственности и хозяйствования, которые используют природные, лечебные, познавательные ресурсы и другие ресурсы с целью предоставления целевым потребителям рекреационных услуг и получения прибыли.

Интеграционные процессы между участниками туристского рынка наблюдаются как на горизонтальном, так и вертикальном уровнях. Горизонтальная интеграция формируется как сотрудничество между предприятиями, создающими и продвигающими турпродукт, формируя предложение турпродукта соответственно специализации локальных рынков предложения, и потребностям разных уровней и сегментов рынка спроса. Связь между элементами рынков спроса и предложения, и внутри самого рынка предложения турпродукта, формируется на основе рыночной и коммуникационно-технической инфраструктуры (финансовой, маркетинговой, транспортной, связи, технической и др. видов). Степень интенсивности

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ СУЩНОСТЬ, ХАРАКТЕР И СТРУКТУРА ТУРИСТСКОГО РЫНКА В КОНТЕКСТЕ РЕГИОНАЛЬНОЙ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ

горизонтальных интеграционных связей: воспроизводственных, распределительных, управленческих, обратных, прямых и других, на прямую зависит от наличия и структуры конкурентных преимуществ туристского региона, интенсивности спроса на турпродукт данного региона. На основе чего и определяется масштабы деятельности регионального туристского рынка и специализация. Вертикальные связи предприятий, организаций туристского рынка с другими компонентами общественно-географического комплекса территории: материальным производством, непроизводственной сферой, общественными организациями, государственными структурами, местным населением, формируются на основе участия территориальном разделении труда и специализации.

В связи с тем, что спрос на туристский продукт эластичен, региональный туристский рынок формируется под влиянием двух рынков: рынка спроса и рынка предложения, причем влияние первого превалирует. Что создает условия для усложнения туристско-рекреационной функции, усиливая ее территориальную концентрацию и специализацию, приводит к усложнению иерархической структуры регионального туристского рынка.

Для повышения степени конкурентоспособности регионального туристского рынка в длительном периоде его развитие необходимо направлять создание условий для удовлетворения потребностей потребителей. По сравнению с натуроцентрическими моделями развития туристской системы, где развитие рекреационных ресурсов ставилась на первое место, в антропоцентрических моделях главным в развитии туризма должен быть сделан акцент на потребности человека [8, 9].

Преображенский В.С., анализируя базисную модель рекреационной системы, указывает на ведущую роль в ней человека, туриста как центральной подсистемы, отмечая, что состояния и свойства всех остальных подсистем зависят от требований центральной подсистемы, а целевая функция рекреационной системы определяется как максимально возможное удовлетворение рекреационных потребностей человека [10, 11]. Формирования массового туризма в нашей стране в тот период идет чрезвычайно быстро, но экстенсивно, за счет включения все новых рекреационных ресурсов и территорий, но при исключительно низком его материально-техническом обеспечении и качестве обслуживания. К концу 80-х годов XX в. начинают обостряться противоречия из-за невозможности удовлетворения рекреационных потребностей всего населения при сохранении низких, в том числе дотационных, цен на отдых. Преображенский В.С. анализируя два исследовательских подхода («от потребностей» и «от ресурсов») в решении вопросов оптимизации рекреации, включая ее территориальные аспекты, как первооснову для проектирования рассматривал рекреационные потребности, а не рекреационные ресурсы. Изменение социально-экономической системы в нашей стране, усиление степени конкуренции, переход к интенсивному типу расширенного воспроизводства, ставят потребности человека побудительным мотивом туристской деятельности. Под туристскими потребностями понимают потребности в расширенном воспроизводстве физических, эмоциональных,

психических, интеллектуальных и духовных сил человека [12, 13, 14]. Выявление и анализ туристских потребностей необходимо рассматривать как со стороны общественных (общественного блага), групповых (отдельных референтных групп) и так и личных потребностей. Такой подход дает возможность наиболее полно удовлетворить потребности всех уровней потребителей, сформировать условия для возникновения потребности, интереса и мотива в приобретении туристского продукта через сегментацию рынка. Создание конкурентоспособных мотивационных моделей, в связи с природой потребительского поведения, необходимо основывать на принципе управления интересами, как осознанными туристскими потребностями, и управлении, через интересы, как основами мотивации.

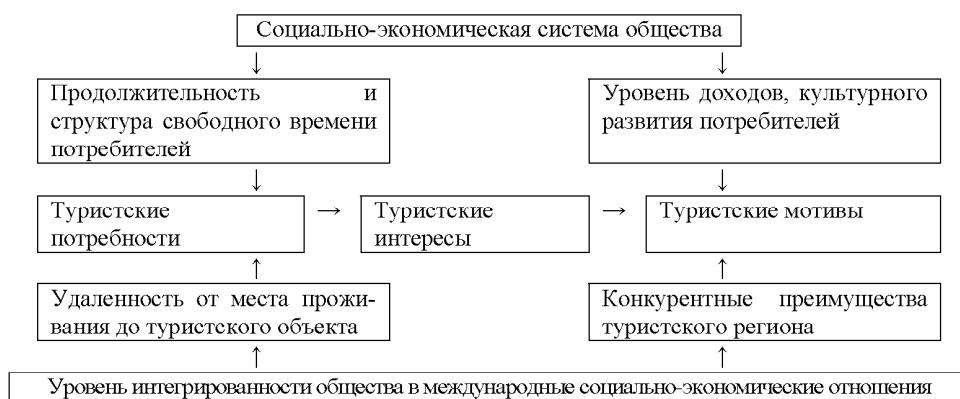


Рис. 2. Схема связей между туристскими потребностями, интересами, мотивами потребителей и, оказывающих на них влияние, факторами

На туристские потребности, интересы, мотивы оказывает влияние уровень развития социально-экономической системы, через уровень развития общества в целом: условия развития бизнеса, систем здравоохранения, образования и культуры, социальной защищенности, технико-экономического развития системы, так и через уровень жизни отдельного потребителя: оплаты и условий труда, доступности социальных благ общества. Культурные, исторические, конфессиональные традиции, уровень развития социально-экономической системы оказывают большое влияние на потребительские предпочтения общества, на отношение его к отдыху. Уровень интегрированности общества в международные социально-экономические отношения проявляется, через открытость социально-экономических связей, доступность для потребителей посетить те или иные туристские объекты.

Туристские потребности являются компонентами спроса на туристский продукт. Спрос на туристский продукт определяется потребностями потребителей, основанных на их платежеспособности и конкретных требованиях к производителям турпродуктов, и системой существующих туристских предложений. Конкурентное положение на туристском рынке предполагает

**ЭКОНОМИЧЕСКАЯ СУЩНОСТЬ, ХАРАКТЕР И СТРУКТУРА ТУРИСТСКОГО РЫНКА
В КОНТЕКСТЕ РЕГИОНАЛЬНОЙ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ**

постоянную генерацию конкурентных преимуществ, предвосхищение, создание новых потребностей.

Основываясь на туристских потребностях, можно выделить виды туристской деятельности, осуществляемых предприятиями, функционирующими на туристском рынке: лечебно-оздоровительная, спортивно-оздоровительная, культурно-познавательная, научно-образовательная, посредническая, информационная, размещение, питание, транспортная, связи, торговая (табл. 3).

Таблица 3

Взаимосвязь между потребностями, видами деятельности,
субъектами туристского рынка

<i>Потребности</i>	<i>Виды деятельности</i>	<i>Субъекты туристского рынка</i>
Потребности в воспроизводстве физических и психологических сил: лечения, реабилитации в состоянии ремиссии заболевания, профилактическом оздоровлении	лечебно-оздоровительная: санаторно-курортная деятельность, лечеб-но-реабилитационная деятельность, лечебно-профилак. деятельность	санатории, пансионаты с лечением, профилактории, курортные поликлиники, бальнеологические и грязе лечебницы, др.
Потребности в физическом развитии, самоутверждении, воспроизводстве физических и психологических сил	спортивно-оздоровительная: спортивные соревнования, слеты, походы,	турбазы, школы олимпийского резерва, стадионы, спортивные объединения
Потребности в культурном развитии, в перемене впечатлений, мест, духовном развитии	культурно-познавательная: исторический, этнографический, экологический, зеленый, религиозный, ностальгический культурно-развлекательный туризм	экскурсионными бюро, турагентами и туропера-торами, театрами, кино-концетрными залами, музеями, этнографическими организациями, историко-культурными, природными заповедниками
Потребности в развитии, самореализации	научно-образовательная: научный, конгрессный туризм	отраслевые ассоциации, образовательные заведения
Базовые туристские потребности:	размещение,	гостиницы, пансионаты, базы отдыха, кемпинги, мотели, общежит.
	питание	рестораны, кафе, столовые, базы
	транспортная	транспортные компании, собственный автопарк баз размещения, экскурсионных агентств, туроператоров

Продолжение таблицы 3

Потребности в общении, передаче и получении информации, материальных ценностей	связи	телефонные компании, почтовая служба, интернет провайдеры, операторы мобильной и сотовой связи и т.д.
Потребности в сохранении приятных воспоминаний, приобретения необходимых вещей для отдыха	торговая	предприятия оптовой и розничной торговли
Потребности в отраслевой кооперации, продвижении турпродукта	посредническая, информационная	туроператоры, турагенты, туристские информационные центры, рекламные агентства

Лечебно-оздоровительный деятельность связана с потребностями в лечении заболеваний, реабилитации после перенесенных операций, тяжелых заболеваний, в восстановлении физических и психологических сил. Данный вид деятельности осуществляется курортными учреждениями: санаториями, пансионатами с лечением, профилакториями, курортными поликлиниками, бальнеологическими лечебницами, грязелечебницами, др.

Спортивно-оздоровительная деятельность связана с потребностями в восстановлении, развитии физических, умственных и психологических сил, самореализации. Данный вид деятельности организовывается турбазами, школами олимпийского резерва, стадионами, спортивными объединениями.

Культурно-познавательная деятельность связана с удовлетворением культурных потребностей туристов. Данный вид деятельности организовывается экскурсионными бюро, турагентами и туроператорами, театрами, киноконцетрыми залами, музеями, этнографическими организациями, историко-культурными, природными заповедниками.

Научно-образовательная деятельность связана с удовлетворением потребностей в развитии, самореализации. Реализацию данных потребностей на себя берут университеты, учреждения осуществляющие подготовку и переподготовку кадров, организации, осуществляющие конгрессный туризм.

Посредническая деятельность связана с организацией въезда людей с места постоянного проживания в оздоровительных, познавательных и других целях в места временного пребывания. К предприятиям, осуществляющим этот вид деятельности относятся туроператоры и турагенты.

Информационная деятельность связана с собиранием и предоставлением информации туристам о туристских ресурсах региона, страновой, юридической и др. информацией. К предприятиям, осуществляющим этот вид деятельности относятся туристские информационные центры, туристские агентства, туроператоры. Посредническая и информационная деятельность направлена на удовлетворение потребностей на уровне организации турбизнеса, продвижения турпродукта.

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ СУЩНОСТЬ, ХАРАКТЕР И СТРУКТУРА ТУРИСТСКОГО РЫНКА В КОНТЕКСТЕ РЕГИОНАЛЬНОЙ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ

Деятельностью по размещению туристов занимаются гостиницы, пансионаты, базы отдыха, кемпинги, мотели, общежития, удовлетворяя потребность в проживании.

Физиологическая потребность в еде удовлетворяется в организации общественного питания туристов. К предприятиям общественного питания относятся: рестораны, кафе, столовые, бары.

Транспортная деятельность осуществляется перевозке туристов от места их прибытия туристский регион их временного пребывания до места размещения и обратного, а также любой другой перевозке в пределах туристского региона временного пребывания. Данный вид деятельности может осуществляться, как транспортными компаниями, так и собственными возможностями баз размещения, экскурсионных агентств.

Услуги связи удовлетворяют потребности в общении, передаче и получении информации, материальных ценностей. Данные потребности удовлетворяются телефонными компаниями, почтовой службой, интернет провайдерами, операторами мобильной и сотовой связи и т.д.

Удовлетворение в потребности в сохранении приятных воспоминаниях, может быть выражена в деятельности предприятий производящих сувениры, подарки, буклеты, книги, открытки и торговых предприятий их продающих, торговые предприятия удовлетворяют потребности в приобретении необходимых вещей для отдыха.

Качественное удовлетворение туристских потребностей напрямую зависит от наличия и состояния туристских ресурсов в регионе. К туристским ресурсам относятся природные и созданные человеком объекты, пригодные для использования в туристской деятельности. К туристским ресурсам относят [15, 16, б]: прямые: а) природные: ландшафтно-климатические (пляжные, климатические), природно-ландшафтные, природно-лечебные и гидроминеральные (бальнеологические, бальнеогрязевые, фитолечебные), б) культурно-исторические; косвенные: инфраструктурные (трудовые, финансовые, информационные), материально-техническая база турпредприятий, предприятий рыночной инфраструктуры, инфраструктуры региона, организационно-экономические (нормативно-правовые, организационно-управленческие). Рядом автором [17] под природными ресурсами понимают рекреационные, но в тоже время в некоторых классификациях рекреационных ресурсов мы видим идентичность туристских ресурсов рекреационным: «... природные, природно-технические и социально-экономические геосистемы и их элементы, которые могут быть использованы при существующих технических и материальных возможностях для организации рекреационного хозяйства [18, с. 11].

В соответствие с рассмотренной классификацией туристских ресурсов, можно выделить две группы видов туристской деятельности: первая группа: деятельность, осуществляемая предприятиями, учреждениями, функционирующими на туристском рынке, и направленная на предоставление туристских услуг, базирующаяся на использовании прямых ресурсов; вторая группа: деятельность

направленная на создание условий для туристкой деятельности, базирующихся на использовании косвенных туристских ресурсов.

Между спросом на турпродукт (основанном на туристских потребностях и доходом потребителей) и наличием, состоянием туристских ресурсов в регионе существует прямая зависимость, выраженная в формировании элементов туристского рынка. Уникальные туристские ресурсы, имеют ограниченное распространение, что влияет на локальность части туристского рынка (экскурсионный пункт, туристско-экскурсионный центр, туристско-рекреационный узел), его элементов, формирующих свою деятельность на основе данных ресурсов. Чаще всего к таким ресурсам относят культурно-исторические ресурсы. Распространенные, однотипные туристские ресурсы (природные туристские ресурсы) более доступны большему количеству участников туристского рынка, что предполагает создание более крупных структур туристского рынка (курорт, курортная местность, район, зона).

Таким образом, функционирование туристского рынка базируется на взаимозависимости рынка потребителя, рынка производителя на основе имеющихся туристских ресурсов (рис. 3).



Рис. 3. Схема взаимосвязей между рынками потребителей, производителей, туристскими ресурсами регионального туристского рынка

Структурные элементы рынков потребителя и производителя, находясь в постоянном взаимодействии, создают новые сегменты рынка и расширяют возможности для уже существующих сегментов. Базовой геопространственной формой регионального рынка туризма является линейно-сетевая, которая воспроизводит пространственные отношения элементов рынков потребителя и производителя, соединенных предприятиями и объектами транспортной инфраструктуры. Различные туристские потребности трансформируются в виды потребительского спроса. Соответственно виды потребительского спроса формируют сегменты потребительского рынка, которые отражаются в территориальной специализации, что позволяет выделить видовое разнообразие территориальных структур регионального рынка туризма. Каждая из этих структур базируется на потребностях, интересах и мотивах потребителей и формируется под влиянием определенных факторов. К характерным чертам данной формы

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ СУЩНОСТЬ, ХАРАКТЕР И СТРУКТУРА ТУРИСТСКОГО РЫНКА В КОНТЕКСТЕ РЕГИОНАЛЬНОЙ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ

территориальной структуры относится отсутствие иерархичности в границах данной структуры, дискретность, избирательность. Данная структура в большей степени относится к локальным сегментам туристского рынка, представленных уникальными (редкими, территориально удаленными) туристскими ресурсами. Формирование и функционирование данной структуры говорит также о низкой степени конкуренции, неразвитости рынка. Туристским регионам, обладающим в большей степени распространенными туристскими ресурсами, имеющим высокую степень конкуренции, кооперации на рынке, развитость рыночных отношений, характерно участие в интегрально-пространственных структурах. К характерным чертам данной формы территориальной структуры относятся целостность, непрерывность, дифференцированность, равноуровневость, т.к. элементы структуры относятся к разным иерархическим уровням, имеющим непосредственный выход на другие функциональные уровни.

Повышение уровня конкурентоспособности регионального туристского рынка связано с оптимизацией пространственных связей. Которая должна быть, во-первых, направлена на создание условий доступности, разнообразия туристских услуг для потребителей, повышения их качества путем уменьшения денежных и не денежных затрат потребителей. Во-вторых, на создание благоприятных рамочных условий существования и развития со стороны институциональных структур по отношению к экономике в целом, туристской экономики в регионе в частности. В третьих, направлена на повышение экономической эффективности деятельности производителя.

В данный момент в Украине на рынке туризма наблюдается:

- изменение структуры рекреационных потребностей, и на этом фоне происходит быстрая сегментация потребительского рынка;
- осуществляется быстрый переход к многоукладной экономике туризма, быстро развивается предпринимательский сектор в туризме, действующий на основе экономических отношений и механизмов;
- осуществляется переход к использованию природных ресурсов и культурного наследия на основе экономических отношений.

Выводы. Предложенная концепция развития курортно-рекреационной экономики основывается на следующих принципах:

курортно-рекреационная экономика формируется и функционирует на основе интегрально-взаимозависимости предприятий региона (туристский кластер), деятельность, которых напрямую или опосредована связана с экономикой рекреации;

деятельность туристского кластера базируется на создании ценности для потребителей и участников кластера на основе конкурентных преимуществ региона; цели и стратегия развития туристского кластера должны соответствовать национальным интересам Украины;

сохранение экологического баланса природных ресурсов и исторических, конфессиональных объектов на рекреационных территориях;

создании двух уровневых координационных центров главной целью которого является управление, координация в туристском кластере, и посреднические функции, выполнение маркетинговых операций, организация работы, как на государственном уровне, так и в частном порядке.

Результатом развития региональной экономики является создание и поддержание конкурентных преимуществ и достижение более высокого уровня конкурентоспособности рекреации. Профилизация Крыма должна быть направлена на создание высокоуровневого курортно-рекреационного и торгово-финансового центра международного значения, что даст возможность долговременного экономического развития.

Реальное содержание концепции туризма обозначится в ходе столкновения этих позитивных тенденций и негативных результатов и во многом будет зависеть от общей ситуации в стране, но, с другой стороны, во многом и определит экономическую ситуацию в Украине. Концепции развития меняются в результате давления противоречий, которые требуют ускоренного разрешения, поскольку за ними стоят вполне конкретные интересы людей.

Список литературы

1. Мироненко Н.С. и Твердохлебов И.Т. Рекреационная география. – М.: МГУ, 1981. – 208 с.
2. Зорин И.В., Квартальнов В.А. Энциклопедия туризма: Справочник. – М.: Финансы и статистика, 2001. – 368 с.
3. Кусков А.С., Лыскова О.В. Курортология и оздоровительный туризм: Учебное пособие. – Ростов н/Д: «Феликс», 2004. – 320 с.
4. Устойчивое развитие рекреационно-экономического комплекса Крыма. / Коллектив авторов; Под ред. д.э.н., проф. А.В. Ефремова. – Симферополь: «Таврия», 2002. – 300 с.
5. Мамутов В.К., Акмола А.И., Дементьева Т.Н. и ДР. Рекреация: социально-экономические и правовые аспекты / Академия наук Украины. Институт экономики промышленности. – К.: Наукова думка, 1992. – 141 с.
6. Любимцева О.О. Рынок туристических услуг (геопросторові аспекти) – 3-е вид., перероб. та доп. – К.: „Альтерпрес”, 2005. – 436 с.
7. Устойчивое развитие туризма. Пособие для специалистов по местному планированию. – Мадрид: Всемирная туристская организация, 2003. - www.world-tourism.org/ruso.
8. Історія туризму в Україні: Навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів / В.К.Федорченко, Т.А.Дьорова. – К.: Вища школа, 2002. – 246 с.
9. Ходорков Л. Ф., Немоляева М. Э. Международный туризм: вчера, сегодня, завтра. – М.: Международные отношения, 1985. – 226с.
10. Преображенский В.С. Анализ опытов аксиоматического пути построения земельных и ландшафтоведческих теорий // Новое землеведение. – М.: ИГАН, 1987. – 178 с.
11. Проблемы конструктивной географии: Теоретические основы рекреационной географии: Монография /Коллектив авторов; Отв. ред. В.С. Преображенский. – М.: Издательство «Наука», 1975. – 224 с.
12. Дурович А.П. Организация туризма. – Минск: Новое знание, 2003. – С. 401 - 404.
13. Квартальнов В.А. Туризм: Теория и практика: В 5 т. – Т. 1. Гуманитарные проблемы развития туризма: история и современность. – М.: Финансы и статистика, 1998. – 342 с.
14. Старовойтенко О.А. Принципы систематизации видов туризма // Экономика Украины. – 2002. – № 5. – С. 48-53.
15. Бережная И.В. Структура экономики АР Крым в вопросах регионалистики: Монография. – Львов: ИРИ НАНУ, 2004. – 152 с.
16. Карташевская И.Ф. Оптимизация процессов управления туристскими ресурсами на региональном уровне // Культура народов Причерноморья. – 2003. – № 45. – С. 49-52.

**ЭКОНОМИЧЕСКАЯ СУЩНОСТЬ, ХАРАКТЕР И СТРУКТУРА ТУРИСТСКОГО РЫНКА
В КОНТЕКСТЕ РЕГИОНАЛЬНОЙ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ**

17. Азар В. И., Туманов С. Ю. Экономика туристского рынка. – М.: Филин, 1998. – 328 с.
18. Багров Н.В. Региональная геополитика устойчивого развития. – К.: Либідь, 2002. – 256 с.

Поступила в редакцию 30.05.2008 г.

Швец І.Ю. Економічна сутність, характер, та структура туристського ринку в контексті регіональної конкурентоздатності // Вчені записки ТНУ. Серія: Економіка, 2008. – Т. 21 (60). – № 1. – С. 307-321.

В статті розглянути економічна сутність, характер, та структура туристського ринку в контексті регіональної конкурентоздатності.

Ключеві слова: туристський ринок, потреби, туризм.

Shvets I. Comparative analysis determinations competition, competitiveness, quality // Uchenye zapiski TNU. Series: Economy, 2008. – Vol. 21 (60). # 1. – P. 307-321.

In article submitted comparative analysis determinations competition, competitiveness, quality.

Key-words: competition, competitiveness, quality.

УДК 681.3.07

СОЗДАНИЕ КОНКУРЕНТНЫХ ПРЕИМУЩЕСТВ НА ОСНОВЕ ЦЕННОСТИ ПРОДУКТА

Швец Ю.Ю.

В статье представлены аспекты формирования конкурентных преимуществ на основе ценности, модель ценности продукта и схема получения экономического эффекта.

Ключевые слова: конкурентоспособность, конкурентные преимущества, ценность.

Постановка проблемы. Конкурентоспособности продукта можно достичь только при условии того, что он будет иметь ценность для участников рыночного процесса. В условиях рыночной конкуренции предприятие должно постоянно генерировать и поддерживать ценности для потребителей. На данном этапе развития рынка такая позиция позволить предприятию динамично развиваться, используя свои сильные и слабые стороны, возможности рынка и избегая его опасности.

Изученность проблемы. Подходы к изучению экономической ценности является предметом научного изучения и споров. В работе Смит А. «О причинах богатства народов» рассматривал два типа ценностей: ценность для потребления и ценность для обмена и факторы влияющие на создание абсолютных преимуществ [1]. В работе Маршалл А. определил ценность, как предельная полезность и предельные издержки. Маршалл определял ценность как равновесную цену, когда предельные издержки сравнимы с предельной полезностью. Следовательно, анализ предельных величин показывает, что ценностный обмен определяется не полной полезностью товара, а последней его единицей, которая потребляется [2]. Портер М. определил ценность как то, что покупатели стремятся оплачивать. Высшая ценность происходит от предложения более низкой цены, чем у конкурента, за эквивалентные выгоды или обеспечения уникальными выгодами по более высокой цене [3]. Однако Де Марл при определении ценности использует другой подход. Ценность – это первичная сила, которая мотивирует действия человека. Это дихотомия, сосредоточенная на людях и предметах, которые они желают. Ценность - это потенциальное энергетическое поле между нами и предметами, в которых мы нуждаемся. Нас тянет к тем изделиям, которые мы находим привлекательными. Когда эта привлекательность велика, мы расходуем нашу энергию на приобретение и обмен предметов, которые, в свою очередь, компенсируют этот расход [4]. О'Шонесси Дж. считает, что потребительское поведение человека выражается в стремлении к «хорошей жизни». Представление о хорошей жизни отражает осознание отличия текущего положения человека от некоего идеального. Но не ко всем ее элементам мы стремимся с равной энергией. Оценка приоритетности различных элементов хорошей жизни образует систему ценностей человека. Она проявляется в товарных предпочтениях человека, поскольку ценности руководят ими [5]. Несмотря на внимание к изучению проблем формирования ценностей,

СОЗДАНИЕ КОНКУРЕНТНЫХ ПРЕИМУЩЕСТВ НА ОСНОВЕ ЦЕННОСТИ ПРОДУКТА

влияние ценности на формирование конкурентных преимуществ недостаточно глубоко изучено и освещено в экономической литературе.

Цель исследования. Целью данной статьи является рассмотрение аспектов формирования конкурентных преимуществ продукта на основе ценности.

Результаты исследования. Ценность, являясь субъективной величиной, проявляется в способности продукта удовлетворять потребность или обеспечивать выгоду покупателю.

Конкурентное преимущество продукта – это эксклюзивная ценность, которой обладает система и которая дает ей превосходство перед конкурентами.

Ценность можно классифицировать по следующим признакам: система, которой присуща ценность для реализации конкурентного преимущества, биологическая, социальная, производственная, техническая; вид ценностей — материальные, нематериальные, денежные, социальные, культурные, духовные, природно-климатические, политические; содержание ценностей — качественные, стоимостные, поведенческие; источник или основа происхождения ценностей — объективные и субъективные; сущность ценностей — первичные (радикальные новшества, высокая квалификация персонала, высокая организованность системы управления и т. п.) и вторичные (ординарные новшества, дешевые трудовые ресурсы, освоенная рыночная инфраструктура, активы); динамичность проявления ценностей — стратегические и тактические; место проявления ценностей — вне системы и внутри системы; уровень стабильности проявления ценностей — устойчивые (природно-климатические факторы, положительная конкурентная среда, высокая культура и т. п.) и неустойчивые новшества, имидж, ресурсы и т. п.); масштаб распространения ценностей — глобальные, локальные, индивидуальные.

Предложенная нами модель ценности продукта фокусируется на ценности покупателя. Модель включает воспринимаемое качество, внутренне присущие признаки, внешние признаки, цену в денежном выражении и неденежную цену как составляющую воспринимаемого качества, время.

Качество часто определяется как пригодность к использованию. Однако более подходящим определением качества для услуг может быть удовлетворение потребностей покупателя. Это определение охватывает суть качества, подчеркивая тот важный факт, что качество существует в глазах покупателя. Покупатель является окончательным судьей качества. Оценка качества должна производиться с помощью критериев, используемых для этих целей потребителями. Потребительские ожидания при оценке качества строятся на основе следующих ключевых факторов: речевые коммуникации, личные потребности, прошлый опыт и внешние коммуникации сервисной организации.

Если покупательское восприятие того, что они получили, соответствует или превосходит их ожидания, они будут удовлетворены, а следовательно, для покупателя будет создана ценность. Чем выше воспринимаемое качество, тем выше полученная ценность.

Внутренне присущие признаки продукции являются теми выгодами, которые предоставляются покупателю. Внутренне присущие признаки могут быть рассмотрены в виде двух групп: основной продукт и дополнительные продукты. Основной продукт является базисом, или минимальной выгодой, которую клиент ожидает от потребления. Для повышения конкурентоспособности продукции требуются дополнительные продукты.

Внешние признаки продукта связаны с самими товаром или услугой, хотя они существуют вне их. Репутация торговой марки, предприятия, курорта как самого лучшего в определенных направлениях обеспечивает внешней ценностью, получаемый в результате потребления продукта. Дополнительную ценность для покупателей может представлять собой и расположение предприятия в респектабельном районе. Чаще всего у предприятия нет прямого и непосредственного влияния или контроля над этими признаками. Однако можно создавать эти признаки, а следовательно, в конечном счете -создавать ценность для клиентов.

Цена в стоимостном выражении – это сумма расходов, которые несет покупатель при получении предприятием, а также другие расходы, которые должен понести покупатель при потреблении продукта. Цена в стоимостном выражении является иногда наиболее важным фактором для покупателя при принятии решения о покупке. Нет ничего необычного в том, что покупатели определяют ценность как низкую цену. Поэтому предприятие может создавать существенную ценность для своих покупателей, когда снижает цены, не ухудшая при этом другие свойства продукции.

Любая, отличная от финансовой, жертва, которую покупатель должен приносить для потребления продукта, определяется как неденежная цена. Неденежное пожертвование включает в себя время, потраченное на поиск нужной продукции или организации, неудобный для клиента доступ к продавцу, время, потраченное на переезд и обратно, и время, потраченное на ожидание и покупку товара. Неденежная цена включает также психологические затраты, например, воспринимаемый риск и беспокойство, ощущаемое до, во время и после покупки продукции.

В создании ценности продукта время можно рассмотреть с нескольких сторон:

1. Время для того, чтобы получить продукт. Некоторые продукты требуют минимального вовлечения покупателя, поэтому время, потраченное покупателем, обычно не считается существенным. Однако существуют услуги, которые требуют значительного расхода времени [6]. Время становится критическим фактором во многих сервисных неудачах.

2. Продукт, экономящий время, как альтернатива другому продукту. Многие продукты предлагаются как альтернативы существующим продуктам; они создают ценность в очень важном направлении: они обеспечивают аналогичным продуктом, только экономящим время покупателей.

Предприятие может создавать ценность для покупателей, улучшая качество продукта. Можно создавать ценность, проектируя основной продукт так, чтобы предусмотреть потребности покупателей и дополнительные услуги, которые

СОЗДАНИЕ КОНКУРЕНТНЫХ ПРЕИМУЩЕСТВ НА ОСНОВЕ ЦЕННОСТИ ПРОДУКТА

ценятся покупателями. Предприятие также может создавать ценность непосредственно для покупателей, создавая внутренне присущие признаки. Обычно это достигается после многих лет работы. Это также может осуществляться через рекламу и создание образа высокоценного продукта. Когда цена в стоимостном выражении снижается, покупатели обычно воспринимают это как повышение в ценности. Наконец, если ожидание и время покупки товара, оказания услуги могут быть уменьшены, а выгоды могут вскоре пригодиться и длиться долго, то для покупателя создается дополнительная ценность.

На рис.1. представлена построенная нами схема получения эффекта от ценностей.

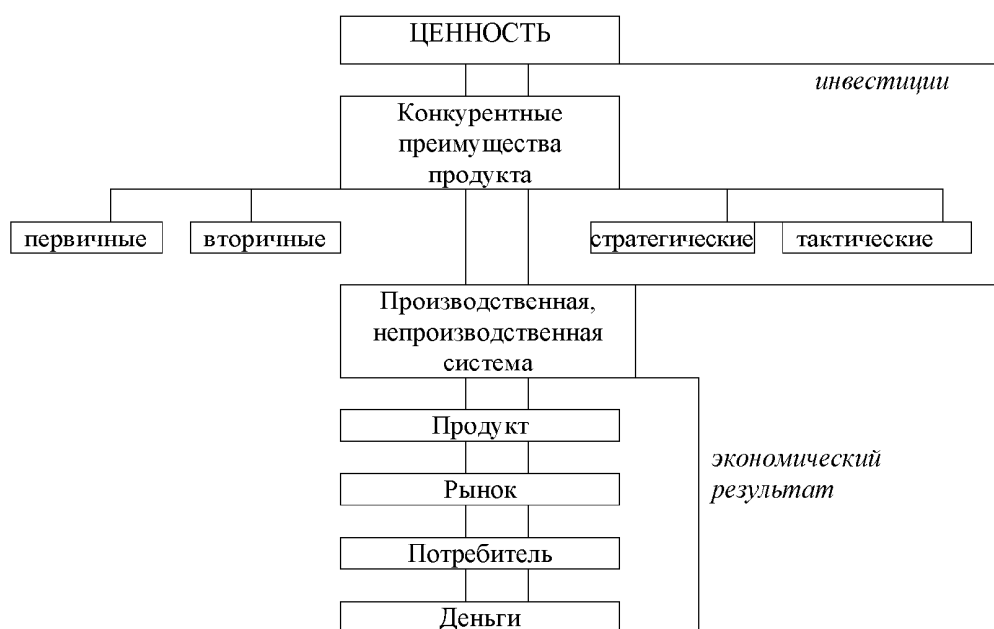


Рис. 1. Схема получения эффекта от ценности

Ценности могут превратиться в первичные или вторичные, стратегические или тактические конкурентные преимущества, реализуемые вне или внутри в глобальном, локальном или индивидуальном масштабе. Внутри производственной системы могут быть реализованы инновации в любой сфере деятельности. Конкурентные преимущества, в конечном счете, воплощаются в продукте, выпускаемом производственной или непроизводственной системой и реализуемом на рынке. Продажа продукта, имеющего конкурентное преимущество или изготовленного с использованием в системе внутреннего конкурентного преимущества, позволяет получить эффект.

Полученный после реализации продукта доход, включающий эффект, вновь поступает в систему, которая применила, использовала данное конкурентное преимущество. Производственная, непроизводственная системы распределяет полученный доход на внутреннее потребление (премирование персонала, техническое или социальное развитие системы и другие направления) и (или) на получение (приобретение) новой конкурентоспособной ценности. Эта связь показана обратной стрелкой от системы к ценности. Весьма важно полученный доход направлять на приобретение эффективных конкурентоспособных ценностей, которые могут быть реализованы и новые конкурентные преимущества данной системы.

Из всех вновь приобретаемых ценностей наиболее эффективными для системы являются первичные стратегические глобальные ценности.

Выводы по данному исследованию. Рассмотренная логика сущности конкурентного преимущества системы позволяет сделать вывод, что техническая, социальная, экономическая или комплексная оценка конкурентного преимущества представляет собой очень трудоемкий процесс. Каждая ценность имеет свои особенности и при оценке ее полезности следует анализировать и учитывать рассмотренные признаки классификации ценностей.

Методика оценки конкурентного преимущества опирается на сущность ценности, явившейся источником получения преимущества (материальные, нематериальные, денежные, социальные и другие ценности), и зависит от её содержания, источника происхождения, динамичности проявления, масштаба распространения и других условий.

Прогнозирование конкурентного преимущества системы может осуществляться на основе:

- системного анализа конкурентных преимуществ и слабых сторон системы;
- системного анализа конкурентных преимуществ выпускаемых системой продуктов по стадиям их жизненного цикла;
- системного анализа конкурентных преимуществ и слабых сторон конкурентов и выпускаемых ими продуктов;
- анализа набора ценностей, которые могут быть превращены в конкурентные преимущества системы или ее продуктов;
- оценки стоимости ценностей, приобретаемых системой;
- разработки программы (проекта) прохождения ценности до их воплощения, получения конкретного результата или эффекта в пространстве и во времени;
- анализа возможности соблюдения принципов качественного прогнозирования.

Таким образом, ценность, являясь способностью удовлетворять потребность возможного участника системы или обеспечивать его выгодой, что принципиально важно при формировании конкурентных преимуществ. Представленная модель ценности продукта и схема получения экономического эффекта являются каркасом для выработки стратегии создания ценности для покупателей через дизайн, разработку и систему доставки.

**СОЗДАНИЕ КОНКУРЕНТНЫХ ПРЕИМУЩЕСТВ НА ОСНОВЕ ЦЕННОСТИ
ПРОДУКТА**

Список литературы

1. Смит А. Исследование о природе и причинах богатства народов. - М.: Соцэкгиз, 1962. - 248 с.
2. Маршалл А. Принципы политической экономии, в 3-х т. - М.: Прогресс, 1993. - Т.2. - 310с.
3. Портер М. Конкуренция. - М.: Издател.дом "Вильямс", 2001. - 495 с.
4. David J. De Marle. The Value Force. - New York: John Wiley & Sons, 1992. - pp. 3-4.
5. Дж.О'Шонесси. Конкурентный маркетинг: стратегический подход. - СПб: Питер, 2001. - 864 с.
6. V.A.Zeithaml, A.Parasuraman, and L.L.Berry. Delivering quality service; Balancing Customer Perceptions and Expectations. - New York: Free Press, 1990. - p. 26.

Поступила в редакцию 30.05.2008 г.

Швец Ю.Ю. Створення конкурентних перемог на засадах вартості продукту // Вчені записки ТНУ. Серія: Економіка, 2008. - Т. 21 (60). - № 1. - С. 322-327.

В статті розглянути аспекти формування конкурентних перемог на засадах вартості, модель вартості продукту та схема отримання економічного ефекту.

Ключеві слова: конкурентоздатність, конкурентні перемоги, вартість.

Shvets Y. Comparative analysis determinations competition, competitiveness, quality // Uchenye zapiski TNU. Series: Economy, 2008. - Vol. 21 (60). # 1. - P. 322-327.

In article submitted comparative analysis determinations competition, competitiveness, quality.

Key-words: competition, competitiveness, quality.

УДК:13.15.75:01.45

THE NECESSITY OF INTEGRATING THE EXPERIENCE OF UKRAINIAN ENTERPRISES INTO INTERNATIONAL MARKETING SYLLABI

Basiladze K.G.

International marketing syllabus is being reviewed in the article. International teaching experience is being analyzed and the ways of course content actualization are being proposed.

Key-words: international marketing, education, syllabi.

Urgency. One cannot but agree that the world has become a more competitive place today. Ukraine, in its transitional stage is a dynamic society seeking its socio-economic stability, - one of the most important conditions necessary for integrating into the world's economic environment.

Objective. The necessary socio-economic development can only be based on up to date education. To provide such education the syllabus in general and of International marketing particularly need to contain information not only of internationally known companies but also of the local market players that show outstanding results.

The skeptics would claim that it is too early to speak about integration as itself, for Ukraine nowadays is but a weak and unstable socio-economic entity that could rather be a burden on the developed countries' shoulder. Still, one must admit that there has been some progress in recent years. First of all it concerns the acknowledgement of Ukraine as a sovereign state in the minds of the world's general public. These days as people are searching the map looking for this country, less and less of them go down the globe investigating the areas of the South Africa. To a certain extent this shift in the world's mentality has happened due to Ukrainian political activity, both inner and international. However there have been other facts influencing the attitude to Ukraine in the world. One of the most important of them is that Ukrainian enterprises have become desirable business partners for many foreign countries. For instance AXA Insurance bought Ukrainian Insurance Company "Vesko", Credit Agricole acquired "Index Bank", Kraft Foods – "Svitoch" and Mercedes-Benz signed association agreement with LAZ bus building facility.

With the growing number of international contacts maintained by Ukrainian business and administrative units grows the need for highly skilled specialists, able to effectively manage the international business. It is logical that the responsibility for preparing such specialists rests entirely with high school that must provide the students with knowledge and skills applicable in the modern competitive environment. That is why in the article at hand we examine the curriculum of the academic discipline International Marketing taught at the Management Department of Taurida National University named after V.I. Vernadsky, and compare it to the curricula of the same discipline taught abroad.

Searching for information to be used in lecturing the course of International Marketing one needs to choose what sources of information to rely on. The answer seems to lie on the surface: it is better to use as many sources of information as possible for this

**THE NECESSITY OF INTEGRATING THE EXPERIENCE OF UKRAINIAN
ENTERPRISES INTO INTERNATIONAL MARKETING SYLLABI**

will enable the lecturer to deal with more questions. This approach is right and wrong at the same time.

As far as foreign International Marketing textbooks are concerned, there are lots of them available either in the original version (Prentice Hall, Wiley, Pearson, Harcourt publishers) or translated into Russian (Peter, Williams and other publishers). Either by American or European authors, these works are structured in more or less the same way and examine some definite number of issues. As it is visible from the table 1, most of the questions discussed there, correspond to those proposed by the Ministry of Education of Ukraine in the framework of the academic program of the discipline, which makes those works really useful when teaching International Marketing. Still, for every plus there is a minus. The point is that when we present to the students the theoretical information taken from the textbooks, we support it with the examples taken from there as well, i.e. we give to our students the cases devoted to the marketing practices of the world companies. The question arises: what effect will this have on future marketing managers in Ukraine, will this experience be useful, if applicable at all, in their professional activities?

Table 1

The main topics of International Marketing course (US school)

<p>By Philip R. Cateora et al.</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ The Scope and Challenge of International Marketing ▪ The Dynamic Environment of International Trade ▪ The Cultural Environment of Global Markets ▪ History and Geography: The Foundations of Culture ▪ Cultural Dynamics in Assessing Global Markets ▪ Culture, Management Style, and Business Systems ▪ The Political Environment: A Critical Concern ▪ The International Legal Environment: Playing by the Rules ▪ Assessing Global Market Opportunities ▪ Developing a Global Vision through Market Research ▪ Emerging Markets ▪ Multinational Market Regions and Market Groups ▪ Developing Global Marketing Strategies ▪ Global Marketing Management: Planning and Organization 	<p>By Michael R. Czinkota et al.</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ The International Marketing Environment. ▪ The Global Marketing Imperative. ▪ Trade Institutions and Trade Policy. ▪ The Cultural Environment. ▪ The Economic Environment. ▪ The Political and Legal Environment. ▪ International Market Entry and Development. ▪ Strategic Planning. ▪ Marketing Organization, Implementation and Control. ▪ Research. ▪ Market Entry and Expansion. ▪ Export Marketing Mix. ▪ Product Adaptation. ▪ Export Pricing. ▪ Marketing Communication. ▪ Distribution Management. ▪ The Global Marketing Mix. ▪ Global Product Management and Branding. ▪ Global Services. ▪ Global Logistics and Materials Management.
---	---

Table 1. Continued

<ul style="list-style-type: none"> ▪ Products and Services for Consumers ▪ Products and Consumers for Businesses ▪ International Marketing Channels ▪ Exporting and Logistics: Special Issues for Business ▪ Integrated Marketing Communications and International Advertising ▪ Personal Selling and Sales Management ▪ Pricing for International Markets ▪ Implementing Global Marketing Strategies <p>Negotiating with International Customers, Partners, and Regulators</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Global Pricing. ▪ Global Promotion.
---	--

On the one hand one cannot but agree that experience of such world famous giants as Coca-Cola, Nike, Kraft Foods, Ford, P&G, McDonald’s etc. is useful and interesting for these companies are known all around the world [1,2]. Undoubtedly, the practices of other great companies such as DuPont, General Electrics, etc - well-known abroad, but almost unknown in this country, - are also of great use but of less interest to our students.

On the other hand, the examples of this kind fail to fully satisfy the informational and educational needs of the students in this country. The matter is that the stories of successes and mistakes made by the world’s famous business players sound to our students like fairy tales, as the companies that are described in them neither originate in Ukraine, nor operate in it. Consequently one can doubt the suitability of studying the marketing campaigns of companies operating in socio-economic environment, different from that in Ukraine. For example, it is not an issue that the marketing strategies and solutions chosen by Coca-Cola in Japan [3] can hardly be applied by the Obolon company on the same market. The situation could be better if there were any information about the activities of the Transnational corporations on the Ukrainian market. Similarly, it is impossible to refer to any source describing the business of the Ukrainian companies abroad. Let’s consider the example of the Roshen company – a successful Ukrainian producer of sweets. Except for being one of the market leaders in this country, it occupies a significant share of the sweets market in Russia [4]. I believe that it would be not only of great interest but also of great use to apply their experience while teaching International marketing, for the company faces severe competition from “Obyedinennie konditery”, SladKo and Nestle. However such information is not available.

Conclusion. The conclusion is evident: except for the information provided by the foreign sources we must apply the experience of the Ukrainian companies and firms when teaching International Marketing. Unfortunately, this is easier to say than to do, because the most acute problems we are faced up with in this respect are either the complete

**THE NECESSITY OF INTEGRATING THE EXPERIENCE OF UKRAINIAN
ENTERPRISES INTO INTERNATIONAL MARKETING SYLLABI**

absence of required information or its questionable reliability. For instance there still exists a tendency to conceal the real volume of international business by some domestic companies in order to reduce payment of taxes, duties or other expenses. Others embellish the state of their affairs trying to attract investment, etc.

It turns out that what we really need today to effectively teach International Marketing in Ukraine are teaching materials based on this country's reality, with examples of Ukrainian companies operating in the international arena.

Bibliography cited

7. Hartley R.F. Marketing mistakes and successes. Wiley - 2001.
8. Czinkota M.R., Ronkainen I.A. International Marketing. Harcourt – 2002.
9. Coca-Cola Japan puts the fizz back in vending machine sales. Teradata Magazine. Q1 2004. <http://www.teradata.com/t/page/117774/index.html>
10. Marketing research of Russia's sweets market. Restko. <http://www.restko.ru/market/790>

Поступила в редакцию 30.05.2008 г.

Басиладзе Е.Г. Интеграция опыта украинских предприятий в учебный план курса «Международный Маркетинг» // Т. 21 (60). – № 1. – С. 328-331.

В статье рассмотрен учебный план дисциплины «Международный маркетинг», проанализирован зарубежный опыт преподавания, предложены варианты актуализации содержания курса.

Ключевые слова: международный маркетинг, учебный план, обучение.

Басиладзе К.Г. Інтеграція опиту українських підприємств у навчальний план курсу «Міжнародний маркетинг» // Т. 21 (60). – № 1. – С. 328-331.

У статті розглядено навчальний план дисципліни «Міжнародний маркетинг», проаналізовано закордонний досвід викладання, запропоновано варіанти актуалізації змісту курсу.

Ключові слова: міжнародний маркетинг, навчальний план, навчання.

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ

Акопян Овсеп Акопович, директор, ООО «Рекламно-выставочная компания «Доминанта», г. Симферополь, тел. 24-60-58, e-mail: editor@dominanta-expo.com

Арсененко Арсен Юрьевич, аспирант кафедры менеджмента внешнеэкономической деятельности Таврического национального университета им. В.И. Вернадского; 95007, Симферополь, проспект Академика Вернадского, 4, тел. 8-0652-63-75-97, e-mail: arsenenko_arsen@rambler.ru

Басиладзе Екатерина Георгиевна, старший преподаватель факультета управления Таврического национального университета им. В.И. Вернадского; 95007, г. Симферополь, проспект Академика Вернадского, 4, ТНУ, e-mail: basiladze@gmail.com, тел. (0652) 60-24-57.

Белоущенко Ярослава Андреевна, ассистент Керченского государственного морского технологического университета; 95309, г. Керчь, ул. Орджоникидзе, 82.

Бессонова Анна Сергеевна, аспирантка кафедры менеджмента и маркетинга Таврического национального университета им. В. И. Вернадского; 95007, Симферополь, проспект Академика Вернадского 4, ТНУ, e-mail: bessonowa.anna@rambler.ru

Бузни Артемий Николаевич, д.э.н., с.н.с., засл. деятель науки и техники АР Крым, профессор кафедры менеджмента и маркетинга Таврического национального университета им. В.И. Вернадского; 95007, г. Симферополь, проспект Академика Вернадского, 4, тел. (0652) 23-03-97, e-mail: tema@crimea.com

Василенко Валентин Александрович, д.э.н., профессор кафедры менеджмента и маркетинга Таврического национального университета им. В.И. Вернадского; 95007, г. Симферополь, проспект Академика Вернадского, 4, ТНУ, тел. (0652) 23-03-97.

Вольская Галина Константиновна, аспирант кафедры менеджмента внешнеэкономической деятельности Таврического национального университета им. В.И. Вернадского; 95007, г. Симферополь, проспект Академика Вернадского, 4, тел. 8-0652-63-75-97, e-mail: biz@crimea.edu

Гонтарь Татьяна Николаевна, соискатель кафедры государственного и регионального управления Таврического национального университета им. В.И. Вернадского; 95007, г. Симферополь, проспект Академика Вернадского, 4, тел. 54-94-24.

Дементьев Михаил Юрьевич, экономист по анализу хозяйственной деятельности и статистики ГП «СП «Плодовод»; 95492, Симферополь, п. Аграрное, ул. Спортивная, e-mail: mikailo@bk.ru

Дихтярь Александр Иванович, старший преподаватель кафедры государственного и регионального управления Таврического национального университета им. В.И. Вернадского; 95007, Симферополь, Проспект Академика Вернадского, 4, тел. 63-61-46, e-mail: dikhtyar@tnu.crimea.edu

Добровольская Оксана Петровна, к.геогр.н., доцент кафедры государственного и регионального управления Таврического национального университета им. В.И. Вернадского; 95007, г. Симферополь, проспект Академика Вернадского, 4, ТНУ, тел.(0652) 23-02-44.

Добровольский Александр Владиславович, к.э.н., доцент кафедры государственного и регионального управления Таврического национального университета им. В.И. Вернадского; 95007, г. Симферополь, проспект Академика Вернадского, 4, ТНУ, тел.(0652) 23 - 02- 44.

Еримизина Марина Ивановна, к.э.н., доцент кафедры финансов и кредита Южного филиала "Крымского агротехнологического университета" Национального Аграрного университета; 95492, г. Симферополь, с. Аграрное, e-mail: marina_erimizina@mail.ru

Желудковский Евгений Александрович, к.э.н., доцент кафедры менеджмента и маркетинга факультета управления Таврического национального университета имени В.И. Вернадского; 95007, Симферополь, Проспект Академика Вернадского, 4, e-mail: fem_kgu@inbox.ru

Карташевская Инесса Филипповна, к.геогр.н., доцент кафедры менеджмента и маркетинга факультета управления Таврического национального университета им.В.И. Вернадского; 95007, Симферополь, Проспект акад. Вернадского, 4, e-mail: kainfi@mail.ru

Каталимова Алла Николаевна, старший преподаватель кафедры менеджмента туризма Крымского факультета ГВУЗ «Запорожский национальный университет», 95005 Симферополь. Кирова, 2, тел. (0652) 51-12-36, e-mail: sportk@mail.ru

Кочубайло Надежда Александровна, аспирант кафедры менеджмента и маркетинга Таврического национального университета им. В.И. Вернадского; 95007, Симферополь, проспект Академика Вернадского, 4, ТНУ, e-mail: kotsiubailo@gmail.com

Кравченко Наталья Александровна, ассистент кафедры менеджмента и маркетинга Таврического национального университета им. В.И. Вернадского; 95007, Симферополь, проспект Академика Вернадского, 4, e-mail: golikovy@rambler.ru

Кулипанов Константин Александрович, к.э.н., доцент кафедры государственного и регионального управления Таврического национального университета им. В.И. Вернадского; 95007, г. Симферополь, проспект Академика Вернадского, 4, ТНУ, тел. (0652) 23-02-44.

Мартовой Андрей Викторович, к.э.н., доцент кафедры менеджмента внешнеэкономической деятельности Таврического национального университета им. В.И. Вернадского; 95007, г. Симферополь, проспект Академика Вернадского, 4, тел. 8-0652-63-75-97, martovov@gmail.com

Меламед Ирина Александровна, магистрант факультета управления Таврического национального университета им. В.И. Вернадского; 95007, г. Симферополь, проспект Академика Вернадского, 4, тел. 8-0652-63-75-97, e-mail: biz@crimea.edu

Миронова Татьяна Леонидовна, заведующая кафедрой государственного и регионального управления Таврического национального университета им. В.И. Вернадского; 95007, г. Симферополь, проспект Академика Вернадского, 4, тел. 23-02-44.

Нагорская Муза Николаевна, д.э.н., профессор, заведующая кафедрой менеджмента предпринимательской деятельности Таврического национального университета им. В.И. Вернадского; 95007, Симферополь, проспект Академика Вернадского, 4.

Нагорский Юрий Анатольевич, старший преподаватель кафедры менеджмента предпринимательской деятельности Таврического национального университета им. В.И. Вернадского; 95007, Симферополь, проспект Академика Вернадского, 4, тел. 63-75-66.

Панова Анна Сергеевна, ассистент кафедры государственного и регионального управления Таврического национального университета им. В.И. Вернадского; 95007, г. Симферополь, проспект Академика Вернадского, 4, тел. 23-02-44.

Нехай Виктория Васильевна, к.э.н., и.о. доцента кафедры финансового менеджмента и банковского дела экономико-гуманитарного факультета Таврического национального университета им. В.И. Вернадского в г. Мелитополе;

72319, г. Мелитополь, Запорожская область, ул. Кирова, 160 а, тел. (0619) 42-64-61, e-mail: dflbv63@bk.ru

Онищенко Константин Николаевич, к.э.н., доцент кафедры менеджмента внешнеэкономической деятельности Таврического национального университета им. В. И. Вернадского; 95007, г. Симферополь, проспект Академика Вернадского, 4, тел. 63-75-97.

Онищенко Сергей Константинович, ассистент кафедры менеджмента внешнеэкономической деятельности Таврического национального университета им. В. И. Вернадского; 95007, г. Симферополь, проспект Академика Вернадского, 4, тел. 63-75-97.

Пашенцев Александр Иванович к.т.н., доцент кафедры менеджмента предпринимательской деятельности Таврического национального университета им. В.И. Вернадского; 95007, Симферополь, проспект Академика Вернадского, 4.

Подсолонко Владимир Андреевич, д.э.н., профессор, декан факультета управления, заведующий кафедрой менеджмента и маркетинга Таврического национального университета им. В.И. Вернадского; 95007, Симферополь, проспект акад. Вернадского, 4, ТНУ, e-mail: podsolon@crimea.edu, тел. (0652) 60-24-57.

Подсолонко Елена Адольфовна, к.э.н., доцент кафедры менеджмента и маркетинга факультета управления Таврического национального университета им. В. И. Вернадского\$ 95007, Симферополь, проспект Академика Вернадского, 4, тел. (0652) 60-24-57, e-mail: podsolon@crimea.edu

Подсолонко Максим Владимирович, аспирант факультета управления Таврического национального университета им. В.И. Вернадского; 95007, Симферополь, проспект Академика Вернадского, 4, тел. 60-24-57, ТНУ, e-mail: mpodsolonko@gmail.com

Полищук Елена Анатольевна, преподаватель кафедры финансов Крымского факультета ГВУЗ «Запорожский национальный университет», 95005 Симферополь, Кирова, 2.

Процай Андрей Федорович, к.э.н., доцент кафедры государственного и регионального управления Таврического национального университета им. В.И. Вернадского; 95007, г. Симферополь, проспект Академика Вернадского, 4, тел. 54-94-54.

Пушкарева Елена Викторовна, доцент кафедры менеджмента и маркетинга Таврического национального университета им. В.И. Вернадского; 95007, Симферополь, проспект Академика Вернадского, 4, ТНУ, тел. (0652) 23-03-97.

Скоробогатова Виктория Викторовна, к.э.н., доцент кафедры бухгалтерского учета Керченского государственного морского технологического университета; 95309, г. Керчь, ул. Орджоникидзе, 82.

Срибный Владимир Иванович, к.э.н., преподаватель кафедры государственного и регионального управления Таврического национального университета им. В.И. Вернадского; 95007, г. Симферополь, проспект Академика Вернадского, 4, тел. 23-02-44.

Твердохлебов Николай Иванович, к.и.н., доцент кафедры менеджмента внешнеэкономической деятельности Таврического национального университета им. В.И. Вернадского; 95007, Симферополь, проспект Академика Вернадского, 4, тел. 8-0652-63-75-97, e-mail: biz@crimea.edu

Храпко Владимир Николаевич, к.б.н., доцент кафедры менеджмента и маркетинга Таврического национального университета им. В.И. Вернадского; 95007, Симферополь, проспект Академика Вернадского, 4, ТНУ, e-mail: vkhrapko@yahoo.com, тел. (0652)23-03-97.

Цёхла Светлана Юрьевна, к.э.н., докторант кафедры менеджмента и маркетинга Таврического национального университета им. В.И. Вернадского; 95007, Симферополь, проспект Академика Вернадского, 4, ТНУ, тел. (0652) 23-03-97.

Чесноков Роман Евгеньевич, аспирант кафедры менеджмента и маркетинга, факультета экономики и менеджмента Республиканского высшего учебного заведения «Крымский гуманитарный университет» (г. Ялта); 98635, Ялта, ул. Севастопольская, 2, тел. 8 097 673 09 65, e-mail: romposta@yandex.ru

Швец Ирина Юрьевна, к.э.н., доцент кафедры менеджмента предпринимательской деятельности Таврического национального университета им. В.И. Вернадского; 95007, Симферополь, проспект Академика Вернадского, 4, ТНУ, тел. (0652) 23-02-29.

Швец Юрий Юрьевич, старший преподаватель кафедры финансов Таврического национального университета им. В.И. Вернадского; 95007, Симферополь, проспект Академика Вернадского, 4, ТНУ, тел. (0652) 23-03-96.

СОДЕРЖАНИЕ

<i>Акопян О.А., Бузни А.Н.</i>	
Позиционирование регионов Украины на рынке выставочно-ярмарочных услуг.....	3
<i>Белоущенко Я.А., Василенко В.А.</i>	
Экономическая безопасность и устойчивость функционирования рыбоперерабатывающих предприятий.....	9
<i>Бессонова А. С.</i>	
Организация международных проектов как способ повышения эффективности функционирования ВУЗов Украины.....	19
<i>Вольская Г.К., Меламед И.А.</i>	
Сущность индустрии «тайм-шера» в туризме и анализ основных тенденций развития рынка системы владения отдыхом.....	27
<i>Дементьев М. Ю., Еримизина М. И.</i>	
Алгоритм создания конкурентоспособного механизма управления использованием трудовых ресурсов в сельскохозяйственных предприятиях.....	34
<i>Дихтярь А.И.</i>	
Синергизм комплексного подхода к информационному становлению туристической отрасли Крыма.....	43
<i>Добровольская О.П.</i>	
Налоговые регуляторы экологической безопасности региона.....	51
<i>Добровольский А.В.</i>	
Пути повышения эффективности социально-экономического развития АР Крым.....	61
<i>Желудковский Е.А.</i>	
Соразмерность (сочетание) как ключевой принцип компетентности и эффективности выполнения работ.....	65
<i>Карташевская И.Ф.</i>	
Особенности организации ресторанного бизнеса в Украине и Автономной республике Крым.....	75
<i>Каталимова А.Н., Бузни А.Н.</i>	
Потребности в активном туризме.....	83
<i>Коцюбайло Н.А.</i>	
Анализ рынка бизнес-образования в Украине.....	95
<i>Кравченко Н.А.</i>	
Дефицит земельных ресурсов курортно-рекреационного назначения как фактор поиска эффективных методов землепользования.....	106
<i>Крамаренко В.И.</i>	
Информационно-интеллектуальная экономика в условиях глобализации..	117
<i>Кулипанов К.А.</i>	
Основные направления совершенствования материального стимулирования работников сельского хозяйства.....	125

<i>Мартовой А.В.</i>	Управление интернет-маркетингом на туристических предприятиях.....	130
<i>Миронова Т.Л.</i>	Зарубежный опыт преодоления социально-экономической дифференциации регионов.....	139
<i>Миронова Т.Л., Панова А.С.</i>	Диагностика обеспечения социально-экономической безопасности региона.....	146
<i>Нагорская М.Н., Пашенцев А.И.</i>	Экологическое лицензирование деятельности промышленных предприятий.....	156
<i>Нагорский Ю.А.</i>	Оценка внутреннего содержания деятельности – механизм усиления эмоциональной мотивации к труду.....	165
<i>Нехай В.В.</i>	Влияние маркетинга на хозяйственную деятельность предприятия.....	175
<i>Онищенко К.Н., Онищенко С.К.</i>	Влияние прямых иностранных инвестиций на основные результаты экономического развития Автономной республики Крым.....	180
<i>Подсолонко В.А., Скоробогатова В.В.</i>	Инновационная стратегия развития экономики в Крыму и Украине.....	186
<i>Подсолонко Е.А.</i>	Структурная оптимизация региональной экономики, ориентированная на повышение ее конкурентоспособности.....	203
<i>Подсолонко М.В.</i>	Сравнительная характеристика туристического сектора Украины и Франции	241
<i>Полищук Е. А., Бузни А.Н.</i>	К вопросу о сущности теневой экономики.....	246
<i>Процай А. Ф., Гонтарь Т.Н.</i>	Использование автоматизированных систем управления для обеспечения взаимосвязи предприятий туристической отрасли.....	253
<i>Пушкарева Е.В.</i>	Оценка эффективности рекламы как важный аспект управления конкурентоспособностью туристских предприятий.....	259
<i>Срибный В.И</i>	Влияние внешнеэкономического сотрудничества на устойчивое развитие экономики Украины.....	264
<i>Твердохлеб М.І., Арсененко А.Ю.</i>	Порівняльний аналіз стану реальної економічної інтеграції України з країнами єдиного економічного простору та Європейського Союзу.....	270
<i>Храпко В.Н.</i>	Моральный риск и оптимальный контракт при создании инновационных технологий.....	278

Цехла С.Ю.	
Экономические основы курортной индустрии и перспективы развития.....	286
Чесноков Р.Е.	
Формирование единого подхода к определению устойчивого развития в туризме.....	295
Швец И.Ю.	
Экономическая сущность, характер и структура туристского рынка в контексте региональной конкурентоспособности.....	307
Швец Ю.Ю.	
Создание конкурентных преимуществ на основе ценности продукта.....	322
Basiladze K.G.	
The necessity of integrating the experience of Ukrainian enterprises into international marketing syllabi.....	328
Сведения об авторах.....	332