

Журнал основан в 1918 г.

УЧЕНЫЕ ЗАПИСКИ
ТАВРИЧЕСКОГО НАЦИОНАЛЬНОГО
УНИВЕРСИТЕТА имени В. И. ВЕРНАДСКОГО

Научный журнал

Том 24 (63). № 4

Экономика и управление.

Симферополь, Таврический национальный университет имени В. И. Вернадского,

2011

Редакционный совет журнала «Ученые записки ТНУ»:

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

Члены Совета (редакторы серий):

- | | |
|--|---|
| 4. Богданович. Г.Ю. – д.филол.н., проф. | 11. Копачевский Н.Д. – д.ф.-м.н., проф. |
| 5. Берестовская Д.С., – д. филос.н., проф. | 12. Лазарев Ф.В. – д.филос.н., проф. |
| 6. Вахрушев Б.А. – д.г.н., проф. | 13. Подсолонко В. А. – д.э.н., проф. |
| 7. Габриелян О.А., – д. филос.н., проф. | 14. Темурьянц Н.А. – д.б.н., проф. |
| 8. Казарин В.П. – д.филол.н., проф. | 15. Ротань В. Г. – д.ю.н., проф. |
| 9. Кальной И.И. – д.филос.н., проф. | 16. Шульгин В.Ф. – д.х.н., проф. |
| 10. Климчук С.В. – д.э.н., проф. | 17. Петрова Э. Б., д.и.н., проф. |

Редколлегия серии «Экономика и управление»

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

Печатается по решению Ученого совета протокол № 12 от 21.12.2011 г.

"Учюние записки Таврического национального университета ім. В. І. Вернадского"

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

© Таврический национальный университет, 2012 г.

Подписано в печать 19.12.2012. Формат 70x100 ¹/₁₆
 16,8 усл. п. л. 22 уч.-изд. л. Тираж 500. Заказ № 270.
 Отпечатано в информационно-издательском отделе ТНУ.
 пр. Академіка Вернадського, 4, г. Сімферополь, 95007

УДК 65.041.1+658.152:640.4

ЗАВДАННЯ УПРАВЛІННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЮ ПРИВАБЛИВІСТЮ ПІДПРИЄМСТВ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА

Андраш О.А., Висиленко В.О.

*Таврійський національний університет імені В.І. Вернадського, Сімферополь, Україна
E-mail: andrash85@mail.ru*

У роботі запропоновані визначення основних дефініцій інвестиційної діяльності в контексті управління інвестиційною привабливістю підприємств готельного господарства. Надана систематизація чинників впливу на рівень інвестиційної привабливості підприємств готельного господарства. Визначені основні завдання управління інвестиційною привабливістю підприємств готельного господарства.

Ключові слова: інвестиційна привабливість, підприємства готельного господарства, система управління, чинники впливу

Постановка проблеми.

Говорити про управління інвестиційною привабливістю (ІП) підприємства доцільно лише в тому разі, коли існують виразні уявлення про сутність інвестиційного процесу, а також про чинники впливу на рівень ІП. Лише тоді можна виділити ті складники інвестиційного процесу, цілеспрямований кількісний та якісний вплив на які забезпечує бажаний результат.

Аналіз публікацій за тамою дослідження. Сьогодні питання управління інвестиційним процесом розглядається в публікаціях як вітчизняних, так і зарубіжних вчених. Так, наприклад, Боголюбов В.С. [21] розглядає проблеми управління інвестиціями в реальному секторі економіки. В свою чергу Бочаров В.В. [24] пропонує здійснювати управління інвестиціями з позицій фінансового інжинірингу. Царев В.В. [164] розглядає питання управління інвестиціями з точки зору управління інвестиційною діяльністю підприємства.

Проте в науковій літературі не розкрита проблематика управління ІП саме підприємств готельного господарства (ІПГГ). Наявні публікації стосовно сфери готельного господарства (за авторством Семіколенової С.В. [137], Чудновського А.Д. [195]) більшою мірою характеризують особливості розвитку інвестиційної діяльності ІПГГ, а не особливості управління ІП ІПГГ.

Метою даної роботи є формулювання завдань управління ІП ІПГГ. Для цього необхідно визначити сутність інвестиційного процесу в контексті управління ІП ІПГГ, визначити чинники впливу на рівень ІП таких підприємств, та, як наслідок, визначити завдання управління зовнішнім та внутрішнім середовищем ІПГГ.

Основні результати дослідження.

Управління інвестиціями і управління ІП, на наш погляд, – споріднені поняття. Різниця лише в тому, хто виступає ініціатором управління: інвестор або одержувач інвестицій. З іншого боку, метою управління інвестиційною діяльністю підприємства є управління рівнем його ІП.

В межах управління ІП ІПГГ інвестиційний процес визначено як процес прийняття рішення стосовно інвестицій, які зумовлюють кількісні та якісні характеристики цього процесу, з метою досягнення певного результату шляхом

впровадження наперед визначеного комплексу дій, що у сукупності характеризує сутність інвестиційної діяльності. В свою чергу, інвестиції визначено як вільні ресурси у матеріальній (інвестиційний капітал) або нематеріальній (технології, навика, репутація) формах, спрямовані на розвиток держави, галузі або підприємства з метою отримання економічної, соціальної або екологічної вигоди в умовах певної невизначеності. Такий підхід до визначення основних дефініцій інвестиційної діяльності дозволяє формувати мету і завдання інвестиційного процесу, які визначають набір практичних дій, спрямованих на досягнення цієї мети (наприклад, діагностування та моделювання рівня ІІ ПГГ).

Стосовно ІІ, то вона визначена як економічна категорія, на яку мають ієрархічний вплив обрані інвестором кількісні та якісні показники, співвідношення яких впливає на кінцевий результат інвестування, що обумовлено певним рівнем прибутку та ризиків, пов'язаних зі здійсненням інвестиційної діяльності.

Чинники впливу на ІІ ПГГ можливо поділити на зовнішні та внутрішні (рис. 1).

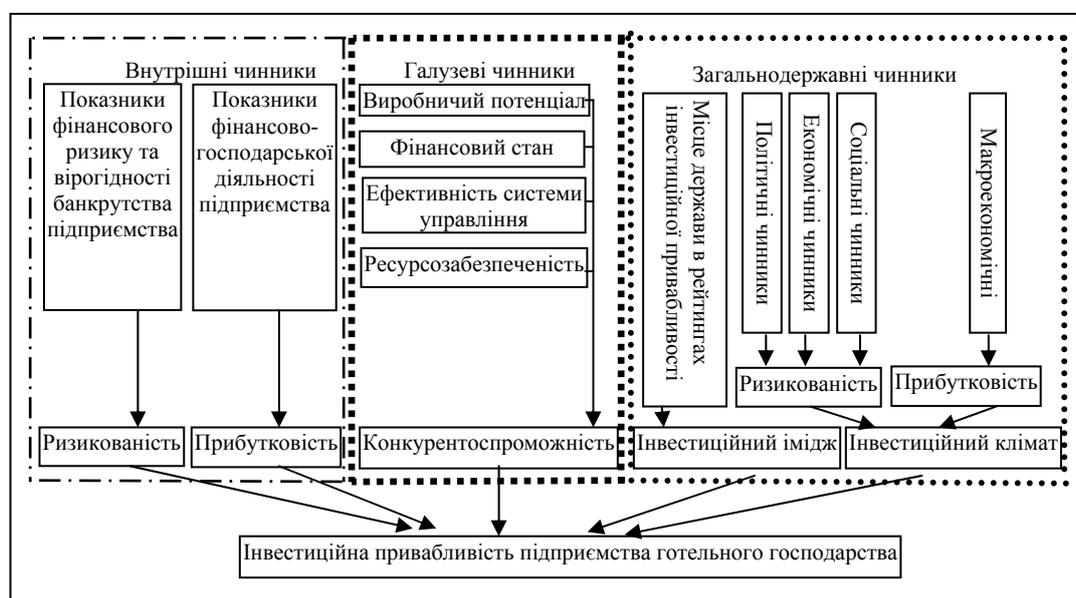


Рис. 1. Чинники впливу на рівень ІІ ПГГ

У свою чергу, зовнішні чинники класифікуються на галузеві та загальнодержавні. До перших віднесено такі чинники, як: виробничий потенціал галузі, її фінансовий стан, ресурсозабезпеченість, що в цілому обумовлює рівень конкурентоспроможності галузі. До другої групи входять чинники, які впливають на рівень інвестиційного клімату, визначаючи на державному рівні прибутковість (макроекономічні показники) та ризикованість (політичні, економічні та соціальні чинники) інвестиційної діяльності, а також показники, які обумовлюють інвестиційний імідж держави, визначаючи її місце в міжнародних рейтингах ІІ. Внутрішні чинники впливають на ефективність функціонування підприємства,

**ЗАВДАННЯ УПРАВЛІННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЮ ПРИВАБЛИВІСТЮ ПІДПРИЄМСТВ
ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА**

зокрема й на можливість залучити інвестиційні ресурси, спрямувати їх на свій розвиток, а також повернути їх інвестору (ресурсозабезпеченість, фінансова стійкість, рентабельність).

Завдання, які стосуються управління ІІІ ПГГ, на наш погляд, можуть оптимізувати внутрішнє або зовнішнє середовище підприємства.

З метою управління внутрішнім середовищем ПГГ, необхідно:

- оптимізувати і забезпечити зростання економічної активності;
- забезпечити зростання інвестиційного потенціалу;
- інтенсифікувати конкурентоспроможні переваги.

Серед завдань управління зовнішнім середовищем, що впливає на рівень ІІІ ПГГ, можна виділити:

- удосконалення системи фінансової звітності;
- удосконалення інвестиційного законодавства;
- оптимізацію законодавства відносно підприємницької діяльності;
- оптимізацію податкового законодавства;
- оптимізацію складників інвестиційного клімату.

Таким чином, з метою управління ІІІ ПГГ необхідно здійснити комплексний вплив на сукупність чинників (економічних, соціальних, екологічних, політичних) на всіх рівнях ієрархії (державному, галузевому та рівні підприємства) (табл. 1).

Таблиця 1

Завдання управління ІІІ ПГГ

Чинник	Завдання
Державний рівень	
Економічний (1)	Пожвавлення інвестиційної активності
	Оптимізація фінансово-кредитної системи
	Усунення платіжної кризи
	Розвиток ринків капіталу
	Стимулювання інноваційного розвитку економіки
	Розвиток зовнішньоекономічної діяльності
	Забезпечення визначених темпів економічного зростання
Соціальний (2)	Регулювання ринку праці
	Зростання грошових доходів населення
	Розвиток інженерної і транспортної інфраструктури
	Досягнення згоди між владними структурами, соціальними групами, політичними партіями та іншими організаціями
Екологічний (3)	Захист довкілля і техногенна безпека
	Забезпечення енергоефективності та енергозбереження
	Забудова й інженерний захист територій
	Вирішення проблеми побутових, промислових та інших відходів
Політично-правовий (4)	Забезпечення стабільності політичного середовища
	Подолання бюрократизму і проявів корупції
	Зниження рівня державного регулювання підприємництва
	Зниження податкового навантаження
	Удосконалення нормативної бази з питань прав власності
	Реформування земельних відносин
Створення системи страхування інвестиційних ризиків	

Продовження таблиці 1

Рівень регіону (галузі)	
1	Забезпечення сталого розвитку туристичної галузі та підвищення її частки в макроекономічних показниках
	Збільшення частки доходів від туристичної галузі в Державному бюджеті
	Узгодження бюджетного фінансування
	Інтенсифікація інвестування для перебудови туристичної інфраструктури
	Розвиток в'їзного та внутрішнього туризму
2	Розвиток соціально-інформаційного простору
	Створення системи підготовки та підвищення кваліфікації туристичних кадрів
3	Перегляд наявних нормативних вимог до основних параметрів якості об'єктів туристичних послуг
	Підвищення ефективності використання, відтворення та охорони рекреаційних і природних ресурсів
	Мінімізація впливу негативних природних і антропогенних процесів
	Забезпечення ефективної протидії небезпечним геологічним процесам
4	Удосконалення правових засад регулювання відносин у галузі туризму
	Покращення діяльності щодо захисту прав українських та іноземних споживачів
	Лібералізація прикордонних і митних формальностей
Рівень підприємства	
1	Оптимізація фінансового стану та СУ
	Підвищення конкурентоспроможності продукції і підприємства
	Сприяння розвитку логістичної і складської інфраструктури
2	Соціальний захист працівників
	Підвищення кваліфікації працівників
3	Зниження рівня забруднення природного довкілля
	Орієнтація на використання екологічно безпечних технологій
4	Підвищення рівня правової культури
	Дотримання норм чинного законодавства

Тобто систему управління (СУ) ІІ ПГГ можна впровадити, застосовуючи системно-цільовий підхід, який передбачає, що низці завдань, поєднаних спільною метою, відповідають певні чинники впливу та відповідна СУ.

Висновки.

Таким чином, управління на нижньому рівні ієрархії «держава - галузь-підприємство» пов'язане з прийняттям конкретних управлінських рішень в конкретних умовах і потребує впровадження комплексу заходів з метою:

- аналізу стану ІІ на базі первинних даних (статистичних кількісних та якісних, експертних);
- діагностування рівня ІІ і виявлення проблемних ситуацій;
- моделювання рівня ІІ з метою складання прогнозу, який лежить в основі вибору стратегії подальшого розвитку.

На наш погляд, механізм інформаційного забезпечення також необхідно розглядати як елемент управління ІІ ПГГ. Створення адекватної СУ ІІ ПГГ дозволить сформулювати об'єктивний механізм та інструментарій діагностування

ЗАВДАННЯ УПРАВЛІННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЮ ПРИВАБЛИВІСТЮ ПІДПРИЄМСТВ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА

рівня ІІІ ПГГ із застосуванням системно-цільового підходу до визначення структуроформувальних елементів СУ.

Список літератури

1. Боголюбов В.С. Экономика туризма / В.С. Боголюбов, В.П. Орловская. – М.: Академия, 2005. – 192 с.
2. Бочаров В.В. Финансовый инжиниринг / В.В. Бочаров. – СПб.: Питер, 2004. – 400 с.
3. Семіколенова С.В. Статистичне оцінювання стану та розвитку готельного господарства: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. ек. наук: спец. 08.00.10 «Статистика» / С.В. Семіколенова. – Київ, 2008. – 23 с.
4. Царев В.В. Оценка экономической эффективности инвестиций / В.В. Царев. – СПб.: Питер, 2004. – 464 с.
5. Чудновский А.Д. Гостиничный и туристский бизнес / Чудновского А.Д. – М.:ЮРКНИГА, 2005. – 448 с.

Поступила в редакцию 01.12.2011 г.

Андраш Е.А. Задачи управления инвестиционной привлекательностью предприятий гостиничного хозяйства / Е.А. Андраш, В.А. Василенко // Ученые записки ТНУ. Серия: Экономика и управление. – 2011. – Т. 24 (63), № 4. – С. 3-7.

В работе предложено определение основных дефиниций инвестиционной деятельности в контексте управления инвестиционной привлекательностью предприятий гостиничного хозяйства. Дана систематизация факторов влияния на уровень инвестиционной привлекательности предприятий гостиничного хозяйства. Определены основные задачи управления инвестиционной привлекательностью предприятий гостиничного хозяйства.

Ключевые слова: инвестиционная привлекательность, предприятия гостиничного хозяйства, система управления, факторы влияния.

Andrash E. The objectives of the investment attractiveness management hotel industry enterprises / E. Andrash, V. Vasilenko // Uchenye zapiski TNU. Series: Economy and management. – 2011. – Vol. 24 (63), № 4. – P. 3-7.

The basic definitions of investment activity in the management of the investment attractiveness hotel industry are define. System factors of influencing the level of investment attractiveness hotel is represent. The main task of investment attractiveness hotel industry enterprise are determine.

Keywords: investment attractiveness, hotel industry enterprise, system of management, factors of influencing.

УДК 338.48

ФОРМУВАННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОГО КЛІМАТУ, ЯК БАЗИСУ ОПТИМІЗАЦІЇ ІНВЕСТИЦІЙ ГОТЕЛІВ ТА ТУРИСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Андрушків Б.М.

*Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя, Тернопіль, Україна
E-mail: Andrushkiv-bohdan@rambler.ru*

На основі проведених досліджень розглянуті особливості формування позитивного інвестиційного клімату, як базису оптимізації інвестиційної привабливості туристичних підприємств. Розкрито окремі аспекти взаємозв'язків управління інвестиційною діяльністю з станом інвестиційної привабливості. Наведений порівняльний аналіз у частині державних та регіональних програм розвитку інвестиційної діяльності готелів та туристичних підприємств.

Ключові слова: готельні та туристичні підприємства, інвестиційна діяльність, інвестиційна привабливість, базис оптимізації.

Постановка проблеми. У період глобалізації головним економічним аспектом якої стає вільний рух капіталу, загострюється конкурентна боротьба за інвестиційні ресурси між окремими національними економіками. Особливо гостро ця проблема стоїть перед країнами, що розвиваються, і країнами з перехідною економікою, до яких належить Україна, оскільки їх розвиток характеризується різким збільшенням потреб в інвестиційних ресурсах, тоді як зростання обсягів інвестиційного капіталу відстає від потреб економіки. Питання управління та активізації інвестиційної діяльності туристичних підприємств сьогодні все частіше з'являються на повістці дня державних органів влади та органів місцевого самоврядування та управлінців підприємств, оскільки для подальшого розвитку національної економіки, галузей народного господарства необхідні чималі капітальні вкладення, а інвестиції отримують лише окремі галузі та підприємства, які оцінені інвесторами як інвестиційно привабливі. Проте туристичні підприємства, як правило, виявляються за межами цих інтересів

Аналіз останніх досліджень з інвестиційної проблематики. Організаційні засади інвестиційної діяльності та забезпечення інвестиційної привабливості розглядаються як закордонними так і вітчизняними вченими. Серед них Д. Норткотт [10], Л. Гітман [8], У. Шарп [14], Т. С. Хачатуров [13], І. З. Фархутдінов [12], Л. С. Валінурова [7], М. І. Лещенко [9], Г. В. Строкович [11], А. Кривокульський [17] та інші, які досліджують різноманітні аспекти інвестиційної діяльності та проблеми визначення рівня інвестиційної привабливості підприємств. Проте, питання взаємозв'язку організаційних чинників управління розвитком інвестиційної привабливості як засобу активізації інвестиційної діяльності туристичних підприємств в межах виконання відповідних державних та галузевих програм на підприємствах не розкриті, що і визначило мету цієї наукової статті.

ФОРМУВАННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОГО КЛІМАТУ, ЯК БАЗИСУ ОПТИМІЗАЦІЇ ІНВЕСТИЦІЙ ГОТЕЛІВ ТА ТУРИСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Виклад основного матеріалу. Необхідно відзначити що інвестиційна діяльність, на даний час, здійснюється у визначеному правовому просторі, який може її стимулювати, або створювати перешкоди її здійсненню та загалом негативно впливати на рівень інвестиційної привабливості туристичних підприємств. Державній вплив на розвиток інвестиційної діяльності здійснюється в першу чергу шляхом затвердження державних або галузевих програм розвитку.

За твердженням Андрія Кривокульського [17], не визначеною величезною проблемою для підприємств є слабкий розвиток конкурентних фондових ринків для малих туристичних підприємств та фірм, які динамічно ростуть. Відсутність цивілізованого фондового ринку створює серйозні проблеми з ліквідністю інвестицій, яка є одним з найважливіших питань для венчурного інвестора, зокрема, робить складним вихід акцій туристичного підприємства на відкритий ринок. Наступна перешкода – існуюча податкова система країни, яка штовхає більшість туристичних підприємств до приховування своїх реальних доходів.

Дане джерело фінансування має одержати в Україні значний розвиток. Для вітчизняної економіки цей механізм інвестування може виявитися дуже ефективним унаслідок наявності високого наукового та кадрового потенціалу та неможливості його реалізації через відсутність ресурсів, тому необхідне подальше дослідження інвестування туристичної індустрії, її деталізація та адаптація до українських реалій [17].

До стримуючих чинників в області інвестицій слід віднести і посилювання внутрішньорегіональної конкурентної боротьби за інвестиції. Перенесення центру тяжіння цієї конкурентної боротьби з внутрішньорегіональної в міжрегіональну і міжстранову площина за рахунок сумісного використання (взаємодоповнення) конкурентних переваг територій, безумовно, сприяло б підвищенню ефективності інвестиційного процесу в регіоні;

Процес формування, становлення і розвитку туристської галузі, як значуща галузь територіальної спеціалізації, в даний час не можливий без реальної державної підтримки, і, перш за все, в області рекламно-інформаційного просування і нормативно-правової бази. Дійсно, інвестиції в туризм і готельно господарство йдуть порівняно легко в тих місцях, які користуються інтересом у туристів і рекреантів. Туристи і рекреанти прагнуть відвідувати місця, які добре розрекламовані, мають достатньо хорошу туристську інфраструктуру (готелів, місць розваги, дозвілля, живлення, побутового обслуговування і так далі), позиціонуються на ринку з урахуванням реальних доходів туристів.

Загальнодержавні програми розвитку затверджуються вищою виконавчою або законодавчою владою України в межах стратегічного управління державною політикою.

Основна мета полягає у формуванні конкурентоздатної туристсько-рекреаційної галузі як одна з провідних галузей територіальної спеціалізації, що забезпечує, з одного боку, попит споживачів (як українських так і зарубіжних) на задоволення своїх потреб в туристсько-рекреаційних послугах, а з іншою, значний внесок в соціально-економічний розвиток регіону за рахунок збільшення

прибуткової частини обласного і муніципальних бюджетів, притоки інвестицій, збільшення числа робочих місць, поліпшення здоров'я населення, збереження і раціонального використання культурно-історичної і природної спадщини.

Розвиток інвестиційної діяльності, наприклад у регіоні регламентується відповідними Державними і регіональними програмами розвитку на 2002-2010 рр. [1] та 2011-2015 рр. [2]. Порівняльний аналіз цих програм відображений (табл. 1).

Таблиця 1
Порівняльний аналіз програм розвитку інвестиційної діяльності в Україні

	Програма розвитку інвестиційної діяльності на 2002-2010 рр.	Програма розвитку інвестиційної та інноваційної діяльності на 2011-2015 рр.
Мета	Створення привабливого інвестиційного клімату та розвиток інфраструктури інвестиційної діяльності для забезпечення сталого економічного зростання та підвищення життєвого рівня населення.	Перехід на інноваційну модель розвитку економіки, модернізація виробництва, підвищення конкурентоспроможності вітчизняної продукції, запобігання впливу міжнародної фінансової кризи на розвиток економіки всіх рівнів.
Задачі	<ul style="list-style-type: none"> - знизити рівень державного регулювання підприємницької діяльності; - подолати бюрократизм та прояви корупції; - сприяти розвитку ринків капіталу; - знизити податкове навантаження; - забезпечити стабільність політичного середовища; - активізувати діяльність із створення позитивного іміджу держави. 	<ul style="list-style-type: none"> - створити сприятливе регуляторне середовище; - удосконалити механізм комерціалізації результатів наукових досліджень і впровадження їх у виробництво; - забезпечити розвиток державно-приватного партнерства як інструменту залучення інвестицій на туристичні та готельні підприємства; - забезпечити реалізацію інвестиційних та інноваційних проектів, що пройшли конкурсний відбір і забезпечать розвиток базових галузей економіки.

Треба відзначити відсутність тісних та ефективних взаємозв'язків у розвитку програм інвестиційної діяльності та створення сприятливої інвестиційної привабливості туристичних підприємств.

Слід зауважити, що мета Програми розвитку на 2002-2010 рр. не реалізована в повній мірі, оскільки згідно з рейтингом економік, який складається

**ФОРМУВАННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОГО КЛІМАТУ, ЯК БАЗИСУ ОПТИМІЗАЦІЇ
ІНВЕСТИЦІЙ ГОТЕЛІВ ТА ТУРИСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ**

Міжнародним банком Україна є аутсайдером (в 2012 р. вона зайняла 152 позицію з 183 можливих, погіршивши результат минулого року на 3 пункти) [15]. Крім того, необхідно відзначити що значного підвищення життєвого рівня населення теж не відбулось. За даними Глобального рейтингу економік по показнику валового національного доходу на душу населення Україна має середній рівень доходів на душу населення та зайняла в 2011 р. 122 місце зі 198 можливих [16]. Також слід зауважити, що Програма розвитку інвестиційної та інноваційної діяльності на 2011-2015 р.р. не передбачає конкретних заходів для вирішення задач, поставлених перед нею.

У відповідності з цими програмами були схвалені Програма «Інвестиційний імідж України» [3,4], які покликані вдосконалити механізм функціонування інформаційного ринку як одного з визначальних чинників активізації інвестиційної діяльності (табл. 2).

Таблиця 2

Порівняльний аналіз програм розвитку інвестиційного іміджу України

	Програма «Інвестиційний імідж України» від 2002 р.	Програма «Інвестиційний імідж України» на початок 2010 р.
Мета	Вдосконалити механізм функціонування інформаційного ринку, шляхом здійснення заходів щодо широкомасштабного висвітлення здобутків у формуванні сприятливого інвестиційного клімату.	
Задачі	<ul style="list-style-type: none"> - лібералізація ділової та інвестиційної активності; - створення стабільної нормативно-правової бази відносно інвестиційної діяльності підприємств; - поліпшення корпоративного та державного управління; - усунення обмежень для залучення міжнародного капіталу з метою активізації інвестиційної діяльності підприємств; - удосконалення фінансової системи; - проведення антикорупційних заходів; - мінімізація політичних ризиків. 	<ul style="list-style-type: none"> - створення системи збору, аналізу і розповсюдження інформації про здобутки України у формуванні сприятливого інвестиційного клімату та підготовка офіційних веб-сайтів; - участь у заходах щодо покращення міжнародного кредитного рейтингу України; - створення комп'ютерної системи інформаційно-консультаційного супроводження інвестиційної діяльності туристичних підприємств; - участь у проведенні спеціальних зустрічей з інвесторами.

Особлива увага в програмі повинна бути приділена механізмам залучення инвест-ресурсов на базі широкого використання принципів проектного інвестування (використання механізму застави майнових прав на об'єкт, що

зводиться, – так звана умовна застава) як альтернатива інвестиційному кредитуванню;

Вдосконалення інвестиційного проектування з урахуванням інтересів розвитку туристської галузі. В даний час великомасштабні, капіталомісткі проекти проходять економічну експертизу і включають до складу своєї проектною документації т.з. екологічну складову. На користь розвитку туризму представляється доцільним, щоб крупні інвестиційні проекти разом з екологічною проходили і туристську експертизу, а також включали в свою проектну документацію туристську складову. Представляється, що даний організаційно-економічний механізм забезпечить притока додаткових інвестицій в сферу туризму і готельного господарства прискорить розвиток його інфраструктури.

На наш погляд, формування позитивного інвестиційного клімату, як базису оптимізації інвестиційної привабливості туристичних підприємств, має бути здійснено при використанні більш широкого спектру важелів, ніж окремі механізми функціонування інформаційного ринку. Слід в першу чергу звернути увагу на питання лібералізації ринку капіталу, мінімізації бюрократичних обмежень, покращення матеріальної інфраструктури та ін. Тому виконання цих програм не матиме комплексного позитивного впливу на рівень інвестиційного іміджу України.

Реалізація державних програм «на місцях» здійснюється шляхом затвердження відповідних регіональних програм. Так, наприклад, розвиток інвестиційної діяльності в АР Крим здійснюється згідно з програмами розвитку інвестиційної діяльності на період до 2010 р. [5] та на 2012-2013 рр. [6] (табл. 3).

Таблиця 3

Порівняльний аналіз програм розвитку інвестиційної діяльності в АР Крим

	Програма розвитку інвестиційної діяльності на період до 2010 р.	Програма розвитку інвестиційної діяльності на 2012-2013 р.р.
Мета	Створення сприятливих умов для розвитку інвестиційного клімату та інфраструктури інвестиційної діяльності.	Створення сприятливих умов для активізації інвестиційних процесів, залучення інвестиційних ресурсів для сталого економічного зростання.
Задачі	<ul style="list-style-type: none"> - створення умов для ефективного залучення інвестицій (створення додаткових стимулів для залучення інвестицій в пріоритетні галузі економіки; поживлення інвестиційної діяльності; розширення та модернізація інфраструктури); - розвиток інвестиційної діяльності; - розвиток зовнішньоекономічної діяльності (розширення зовнішніх зв'язків, участь в роботі міжнародних виставок, ярмарок, форумів та ін., презентація експортного потенціалу республіки в мережі Інтернет). 	<ul style="list-style-type: none"> - підвищення ефективності управління інвестиційними процесами (розвиток інфраструктури з метою залучення інвестицій до підприємств, оптимізація організаційно-технічного та кадрового забезпечення інвестиційного процесу); - розвиток зовнішньоекономічної зв'язків (залучення міжнародної технічної допомоги, розвиток міжрегіональної взаємодії та партнерства); - розширення інвестиційного потенціалу за допомогою виставково-ярмаркових заходів інвестиційної спрямованості.

ФОРМУВАННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОГО КЛІМАТУ, ЯК БАЗИСУ ОПТИМІЗАЦІЇ ІНВЕСТИЦІЙ ГОТЕЛІВ ТА ТУРИСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Слід звернути увагу на ідентичність цілей цих програм, що може свідчити про їх не виконання. На підтвердження цього говорить і дублювання задач цих програм, що дозволяє зробити висновок про їх не ефективність.

Висновки і пропозиції. Таким чином, правовий простір не тільки не стимулює інвестиційний процес на території України, а навіть створює перешкоди його здійсненню. З одного боку, нормативна база містить законодавчі акти, які регулюють інвестиційну діяльність на всіх рівнях економічної ієрархії, а, з іншого – ці акти не виконуються. Тому за нашим переконанням доцільно:

- складаючи державні або галузеві програми, формулювати конкретну реальну мету та задачі, виконання яких в наступному можливо буде оцінити якісними та кількісними показниками;

- здійснювати постійний моніторинг виконання програм з метою виявлення винних у недодержанні регламенту реалізації задач, визначених програмою, та їх покарання;

- забезпечити чітку відповідність регіональних та галузевих програм загальнодержавним.

Власне ці умови можуть забезпечити активне формування програми розвитку інвестиційної діяльності та реалізувати інноваційні напрями покращення інвестиційного клімату на туристичних підприємствах в умовах економічних трансформацій.

Список літератури

1. Постанова Кабінету Міністрів України «Про затвердження Програми розвитку інвестиційної діяльності на 2002-2010 роки» від 28.12.2001 №1801: редакція від 08.11.2006 / Кабінет Міністрів України. – Офіц. вид. – Офіційний вісник України від 05.04.2002.
2. Постанова Кабінету Міністрів України «Про затвердження Державної програми розвитку туризму на 2002-2010 роки» від 02.02.2011 № 389: редакція від 25.05.2006 / Кабінет Міністрів України. – Офіц. вид. – Офіційний вісник України від 17.05.2002.
3. Розпорядження Кабінету Міністрів України «Про схвалення Програми «Інвестиційний імідж України» від 17.08.2002 № 477-р: редакція від 11.01.2006 [Електронний ресурс] / Кабінет Міністрів України. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=477-2002-%F0>.
4. Розпорядження Кабінету Міністрів України «Деякі питання забезпечення виконання Програми "Інвестиційний імідж України» від 11.01.2006 № 2-р: редакція від 11.01.2006 / Кабінет Міністрів України. – Офіц. вид. – Офіційний вісник України від 11.01.2006.
5. Постанова Верховної Ради Автономної Республіки Крим «Про затвердження Програми розвитку інвестиційної діяльності В Автономній Республіці Крим на період до 2010 року» від 22.03.2007 № 387-5/07: редакція від 25.05.2006 / Верховна Рада Автономної Республіки Крим. – Офіц. вид. – Офіційний вісник України від 17.05.2002.
6. Постанова Верховної Ради Автономної Республіки Крим «Про затвердження Програми розвитку інвестиційної діяльності В Автономній Республіці Крим на 2012-2013 роки» від 15.12.2011 № 482/30-10: редакція від 15.12.2011 / Верховна Рада Автономної Республіки Крим. – Офіц. вид. – Офіційний вісник України від 15.12.2011.
7. Валинурова Л.С. Инвестирование: [учебник для ВУЗов] / Л.С. Валинурова, О.Б. Казакова. – М.: Волтерс Клувер, 2010. – 448 с.
8. Гитман Л.Дж. Основы инвестирования / Л. Дж. Гитман, М. Д. Джонк; [пер. с англ.]. – М.: Дело, 1997. – 1008 с.
9. Лещенко М.И. Инновационно-инвестиционная стратегия промышленности: [учебное пособие] / М.И. Лещенко, В.А. Демин, И.И. Марущак. – М.: МГИУ, 2007. – 340 с.
10. Норткотт Д. Принятие инвестиционных решений / Д. Норткотт; [пер. с англ.]. – М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 1997. – 247 с.

11. Строкович Г.В. Вибір стратегії інвестування підприємств: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. ек. наук: спец. 08.06.01 “Економіка підприємства та організація виробництва” / Г. В. Строкович. – Харків, 1999. – 17 с.
12. Фархутдинов И.З. Инвестиционное право: [учебно-практическое пособие] / И.З. Фархутдинов, В.А. Трапезников. – М.: Волтерс Клувер, 2006. – 432 с.
13. Хачатуров Т.С. Эффективность капитальных вложений / Т.С. Хачатуров. – М.: Экономика, 2003. – 336 с.
14. Шарп У. Инвестиции / У. Шарп, Г. Александер, Дж. Бейли; [пер. с англ.]. – М.: ИНФРА-М, 2001. – 1028 с.
15. Doing Business in Ukraine: Doing business [Електронний ресурс] / The World Bank Group. – Режим доступу: <http://russian.doingbusiness.org/ExploreEconomies/?economyid=194>
16. Gross National Income per Capita Rating [Електронний ресурс] / The World Bank Group. – Режим доступу: <http://gtmarket.ru/ratings/rating-countries-gni/rating-countries-gni-info>
17. Кривокульський А. Роль венчурного фінансування в інвестуванні інноваційного розвитку підприємств України / А. Кривокульський // Міжнародний бізнес та менеджмент: проблеми та перспективи умовах глобалізації: матеріали міжнародної науково-практичної конференції. – Тернопіль, 2008. – 616 с.

Поступила в редакцію 01.12.2011 г.

Андрушків Б.Н. Формирование инвестиционного климата, как базиса оптимизации инвестиций гостиниц и туристических предприятий / Б.Н. Андрушків // Ученые записки ТНУ. Серия: Экономика и управление. – 2011. – Т. 24 (63), № 4. – С. 8-14.

На основе проведенных исследований рассмотрены особенности формирования позитивного инвестиционного климата, как базису оптимизации инвестиционной привлекательности туристических и гостиничных предприятий. Раскрыты отдельные аспекты взаимосвязей управления инвестиционной деятельностью с состоянием инвестиционной привлекательности. Приведен сравнительный анализ в части государственных и региональных программ развития инвестиционной деятельности туристических предприятий.

Ключевые слова: туристические и гостиничные предприятия, инвестиционная деятельность, инвестиционная привлекательность, базис оптимизации.

Andrushkiv B.M. Formation of the investment climate, as the basis of optimizing investment of hotels and tourist businesses / B.M. Andrushkiv // Uchenye zapiski TNU. Series: Economy and management. – 2011. – Vol. 24 (63), № 4. – P. 8-14.

On the basis of the conducted researches the features of forming of positive investment climate are considered, as to the base of optimization of investment attractiveness of tourist enterprises. The separate aspects of intercommunications of management investment activity are exposed with the state of investment attractiveness. A comparative analysis is resulted in part of the government and regional programs of development of investment activity of tourist enterprises.

Key words: tourist enterprises, investment activity, investment attractiveness, base of optimization.

УДК 354:330.322(477)

МЕТОДИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ МЕХАНИЗМА РЕЙТИНГОВОГО УПРАВЛЕНИЯ ИНВЕСТИЦИОННЫМ КЛИМАТОМ УКРАИНЫ

Арсененко А.Ю.

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

Разработан и апробирован методический инструментальный механизм рейтингового управления инвестиционным климатом государства: модель рейтинговой оценки, методика сравнительного рейтингового анализа, методика прогнозирования рейтинговых оценок, предложены основы системы мониторинга результативности управления.

Ключевые слова: инвестиционный климат, рейтинговое управление, государственное регулирование.

Постановка проблемы. Характерной чертой международной экономики на современном этапе ее развития является обостряющаяся конкуренция за инвестиционные ресурсы. От объема их привлечения во многом зависит скорость преодоления государствами негативных последствий мирового финансово-экономического кризиса и рецессии экономики. Конкурентным преимуществом стран в этом случае выступает инвестиционный климат – многофакторная характеристика условий освоения инвестиционного потенциала (условий инвестиционной деятельности). Украина предпринимает меры по повышению уровня благоприятности инвестиционного климата, однако вопрос достаточности этих мер, определения критериев и приоритетов остается открытым. Ответ на него может быть получен с помощью применения к инвестиционному климату технологий рейтингового управления – логичного способа снижения трудоемкости процесса управления многофакторными экономическими системами. Методическое обоснование механизма рейтингового управления инвестиционным климатом государства является первичной научной задачей.

Анализ публикаций по теме исследования. Рейтинговое управление постепенно внедряется в отечественную практику, однако большинство работ как украинских, так и российских ученых посвящено управлению субъектами микроэкономики: финансовыми учреждениями [3], предприятиями обувной [4], горнодобывающей отраслей промышленности [8], организациям потребительской кооперации [7], ряда других сфер. Аспекты рейтингового управления инвестиционным климатом на государственном уровне меньше отражены в трудах ученых. Основное внимание в них уделено методикам оценки инвестиционного климата. Наиболее интересными исследованиями в этой сфере стали работы: Бланка И.А. [2, с. 32], Бутко Н.П., Зеленского С.Н. и Акименко Е.Ю. [5, с. 33-35]. Большинство подобных методик появились в 1990-е годы, но были применены лишь эпизодически и рассматривали региональную структуру. Последнее обстоятельство обуславливает неприменимость их в комплексном рейтинговом управлении инвестиционным климатом государства – они не

позволяют выработать критерии управления, поскольку направлены на «выравнивание» регионов по «верхней планке», уровень которой может быть обоснован только на основе результатов анализа данных международных рейтингов.

Цель исследования – методическое обоснование механизма рейтингового управления инвестиционным климатом государства, как совокупности методик применения рейтинговых технологий на разных стадиях процесса управления.

Основными задачами исследования стали:

- построение комплексной модели рейтинговой оценки инвестиционного климата государств;
- формирование методики сравнительного рейтингового анализа инвестиционного климата государств;
- разработка методических основ прогнозирования и мониторинга (контроля) результативности управления инвестиционным климатом государства.

Основные результаты исследования. Построение комплексной модели рейтинговой оценки инвестиционного климата государства предполагает выполнение следующих этапов:

- 1) определения набора параметров оценки (первичных данных);
- 2) выбора метода обработки первичных данных.

Первичные данные должны соответствовать критериям репрезентативности, объективности и актуальности. Этим критериям максимально соответствуют результаты международных рейтинговых исследований. Десятки рейтинговых служб авторитетных учреждений (среди них: периодические издания, международные организации, частные фонды, исследовательские учреждения, специализированные агентства) регулярно или эпизодически публикуют результаты исследований в виде рейтингов. Эти данные могут быть использованы в качестве первичных при построении комплексного рейтинга.

В табл. 1 к факторам инвестиционного климата [1, с. 58] отнесены 152 параметра, содержащиеся в 15 наиболее цитируемых рейтинговых исследованиях. При построении рейтинга необходим выбор сопоставимых параметров регулярно публикуемых исследований. Среди перечисленных параметров инвестиционного климата ряд выражены не агрегированными оценками, а в фактических единицах измерения или отложены по специфическим шкалам. В таком виде параметры не отвечают критерию сопоставимости и требуют обработки с помощью дополнительного методического инструментария. По этой причине в рамках построения комплексного рейтинга можно признать неприменимыми в качестве первичных 61 из 152 параметров:

- все 53 параметра исследования «Doing Business» (Всемирного банка и Международной финансовой корпорации);
- 3 параметра исследования «Global Competitiveness Index» (Всемирного экономического форума), описывающие условия регистрации и лицензирования, а также налогового регулирования;
- 3 результирующие рейтинговые оценки исследований «Sovereign Credit Ratings» (Standard & Poor's), «Sovereign Issuer Default Ratings» (Fitch) и «Sovereign Rating» (Moody's);

**МЕТОДИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ МЕХАНИЗМА РЕЙТИНГОВОГО УПРАВЛЕНИЯ
ИНВЕСТИЦИОННЫМ КЛИМАТОМ УКРАИНЫ**

- результирующую оценку исследования «Paying Taxes – the global picture» (PricewaterhouseCoopers);
- результирующую оценку исследования «World Prison Population List» (Международного центра тюремных исследований).

Таблица 1

Количество оцениваемых параметров инвестиционного климата
(составлена автором)

	Исследования	Факторы инвестиционного климата												Сумма параметров оценки			
		Институциональная среда								Инвестиционные риски							
		Правовая база		Организационные условия													
		свобода инвестирования	юридическая защита	регистрация и лицензирование	трудовые отношения	налоговое регулирование	доступ к финансам	внешняя торговля	социальная среда	культурная среда	политический риск	макроэкономический риск	финансовый риск		экологический риск	криминальный риск	
1.	Capital Access Index [14, с. 15-23]						7										7
2.	Corruption Perception Index [15, с. 2-3]								1								1
3.	Country Risk [22]						1				1	1	2				5
4.	Doing Business [16, с. 41-61]		6	13	21	3	4	6									53
5.	Economic Freedom of the World [18, с. 191-201]	1	7	6	6	2	4	9	1								36
6.	Environmental Performance Index [11]													1			1
7.	Global Competitiveness Index [19, с. 15, 47-49, 521-524]		5	2	9	1	1	2	1	1	1		1		1		25
8.	Global Peace Index [17, с. 6-7]										1						1
9.	Index of Economic Freedom [12, с. 455-466]	1	1	1	1	1		1	1								7
10.	Nations in Transit [25, с. 22-23]		1						2								3

Продолжение таблицы 1

11.	Sovereign Credit Ratings (Standard & Poor's) [21]												1			1
12.	Sovereign Issuer Default Ratings (Fitch) [9; 23, с. 2]												1			1
13.	Sovereign Rating (Moody's) [13, с. 6]												1			1
14.	Paying Taxes – the global picture [26, с. 74-79, 92-100]					9										9
15.	World Prison Population List [20]														1	1
Сумма параметров оценки		2	20	22	37	16	17	18	6	1	3	1	6	1	2	152

Охват некоторых из перечисленных параметров возможен благодаря частичному дублированию данных разных рейтинговых исследований. Параметры исследования «Global Competitiveness Index», описывающие условия регистрации и лицензирования (Number of procedures required to start a business; Time required to start a business), дублируют одноименные (2 из 3) параметры исследования «Doing Business» (субрейтинга Starting a business) [19, с. 457-458]. В свою очередь, 3 из 10 субрейтингов исследования «Doing Business» (Starting a business, Dealing with construction permits, Resolving insolvency) агрегирует субрейтинг «Business Freedom» исследования «Index of Economic Freedom» [12, с. 458-459]. Данные исследований «Sovereign Credit Ratings», «Sovereign Issuer Default Ratings» и «Sovereign Rating» включены в субрейтинг «Credit Rating» исследования «Country Risk» [24].

Дублирование оценок позволяет охватить 32 параметра, неприменимых для использования в качестве первичных данных. Оставшиеся 29 параметров, недублируемые методически, дублированы номинально – описываемые ими факторы отражены одноименными параметрами других исследований. В некоторых случаях, дублирование является основанием нецелесообразности использования. Например, параметр «Freedom from Corruption» исследования «Index of Economic Freedom», дублирует оценку «Corruption Perception Index» [12, с. 456-457].

Критериям регулярности (а также продолжительности) составления и публикации отвечают большинство упомянутых в табл. 1 данных. Исключение составляют параметры исследования «Global Competitiveness Index», отражающие состояние социальной среды (Irregular payments and bribes) и уровня финансовых рисков (Country Credit Rating). С 2009 года, результирующая оценка исследования «Global Peace Index», отражающая состояние с 2007 года и параметр «Economic performance» исследования «Country Risk», методологически претерпела существенных изменений в 2010 и 2011 годах.

**МЕТОДИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ МЕХАНИЗМА РЕЙТИНГОВОГО УПРАВЛЕНИЯ
ИНВЕСТИЦИОННЫМ КЛИМАТОМ УКРАИНЫ**

Применение в комплексном рейтинге параметров экологических и криминальных рисков имеет ограниченную целесообразность. В отличие от политических, макроэкономических и финансовых, обобщаемых понятием «страновые» (сравнительно гомогенных для всей территории государства), уровень экологических и криминальных рисков характеризуется существенными отличиями в разных регионах. Методика исследования «Environmental Performance Index» ежегодно существенно изменяется, что обуславливает несопоставимость данных за разные годы. Отбор наиболее репрезентативных параметров возможен на основе корреляционного анализа рейтинговых оценок и показателей инвестиционной активности – темпов прироста объемов ПИИ на душу населения (табл. 2). Рассчитанные значения коэффициентов корреляции характеризуются существенными отличиями:

- наблюдается сильная связь: Judicial independence (R = 0,8728), Foreign ownership / investment restrictions (0,7923), Ease of access to loans (0,7858), Credit rating (0,7241);
- просматривается средняя связь: Corruption perception index (0,6053), Political risk (0,5677);
- наблюдается слабая связь: Prevalence of trade barriers (0,4912), Labour market efficiency (0,4336), Ethical behaviour of firms (0,3492);
- присутствует очень слабая связь – Top marginal tax rate (0,1851);
- наблюдается слабая обратная связь – Business freedom (-0,3023).

Таблица 2

Корреляционная связь рейтинговых оценок и показателей
инвестиционной активности Украины

Показатели	Параметры рейтинговых исследований	Значения оценок								R	R ²
		2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010		
Свобода инвестирования	Foreign ownership / investment restrictions* (5**)	42,0	41,0	46,0	45,0	48,0	39,0	42,0	–	0,79	0,63
	Investment freedom (9)	30,0	30,0	30,0	30,0	30,0	20,0	20,0	20,0	0,66	0,44
Юридическая защита	Judicial independence* (5)	20,0	21,0	26,0	25,0	26,0	21,0	17,0	–	0,87	0,76
	Protection of property rights* (5)	28,0	26,0	39,0	38,0	38,0	31,0	27,0	–	0,81	0,66
	Property rights* (7)	–	32,2	35,0	34,8	34,7	29,7	26,8	27,5	0,84	0,71
	Property rights (9)	30,0	30,0	30,0	30,0	30,0	30,0	30,0	30,0	–	–
	Judicial framework and independence* (10)	32,1	39,2	39,2	35,7	32,1	28,5	28,5	21,4	0,62	0,38
Регистрация и лицензирование	Business regulations* (5)	44,0	47,0	40,0	41,0	34,0	37,0	38,0	–	-0,28	0,08
	Business freedom (9)	55,0	43,1	43,6	44,4	40,5	38,7	47,1	46,2	-0,30	0,09

Продолжение таблицы 2

Трудовые отношения	Labour market regulations* (5)	37,0	39,0	38,0	38,0	38,0	37,0	38,0	–	0,14	0,02
	Labour market efficiency* (7)	–	47,0	46,5	45,0	42,2	40,5	41,0	42,7	0,43	0,19
	Labour freedom (9)	44,2	46,8	47,2	46,9	47,6	42,3	50,0	51,2	-0,14	0,02
Налоговое регулирование	Top marginal tax rate* (5)	35,0	75,0	75,0	75,0	75,0	75,0	75,0	–	0,19	0,03
	Fiscal freedom (9)	83,0	90,2	83,6	79,0	77,0	77,9	77,3	78,2	0,13	0,02
Доступ к финансам	Capital access index* (1)	28,8	35,3	38,8	40,2	43,6	40,6	37,6	–	0,39	0,15
	Credit market regulations* (5)	74,0	72,0	89,0	89,0	81,0	81,0	81,0	–	0,49	0,24
	Ease of access to loans* (7)	–	27,8	33,5	36,3	40,2	28,0	15,7	17,0	0,79	0,62
Условия внешней торговли	Regulatory trade barriers* (5)	56,0	49,0	48,0	47,0	51,0	51,0	49,0	–	-0,19	0,04
	Prevalence of trade barriers* (7)	–	47,0	46,2	43,5	49,8	49,3	44,0	39,2	0,49	0,24
	Trade freedom (9)	76,2	77,2	77,2	82,2	84,0	82,6	85,2	84,4	-0,34	0,12
Качество социальной среды	Corruption perception index* (2)	24,0	22,0	26,0	28,0	27,0	25,0	22,0	24,0	0,61	0,37
	Extra payments / bribes / favouritism* (5)	46,0	53,0	56,0	48,0	42,0	35,0	29,0	–	0,60	0,36
	Civil Society* (10)	46,4	57,1	60,7	60,7	60,7	60,7	60,7	60,7	0,15	0,02
	Corruption* (10)	17,8	17,8	17,8	17,8	17,8	17,8	17,8	17,8	–	–
Культурная среда	Ethical behaviour of firms* (7)	–	44,2	39,0	34,3	38,3	37,2	33,5	35,0	0,35	0,12
Политический риск	Political risk (3)	32,1	42,2	51,7	47,2	47,7	43,6	45,0	42,5	0,57	0,32
	Transparency of government policymaking* (7)	–	26,0	34,2	34,2	39,0	43,5	45,0	44,5	-0,39	0,15
Финансовый риск	Credit rating (3)	16,7	20,8	22,9	25,0	25,0	16,7	6,3	14,6	0,72	0,52
Темпы прироста объемов ПИИ на душу населения		0,29	0,28	0,80	0,35	0,66	0,24	0,11	0,12		

* исходные оценки пересчитаны по шкале от 0 до 100 баллов (100 – лучший уровень)

** числа в скобках указывают на порядковый номер исследований согласно табл. 1.

Источник: рассчитано автором на основе рейтинговых оценок и статистических данных [27].

Различную силу корреляционной связи рейтингов и данных внешней статистики можно объяснить наблюдением Шаститко А.Е. и Яковлевой Е.Л., согласно которому в ряде случаев условия инвестиционной среды могут быть

недо- или переоценены инвесторами, что ведет к неадекватным показателям инвестиционной активности [10, с. 28-29]. Вместе с тем, целостное сравнение инвестиционного климата Украины и других государств требует учета параметров, описывающих максимальное количество факторов.

Наиболее репрезентативные параметры инвестиционного климата (согласно результатам корреляционного анализа) могут быть объединены в 4 группы (субрейтинга):

- правовое обеспечение инвестиционного процесса: свобода инвестирования (Foreign ownership / investment restrictions) и юридическая защита (Judicial independence);

- организационные условия инвестирования: регистрация и лицензирование (Business freedom), трудовые отношения (Labour market efficiency), налоговое регулирование (Top marginal tax rate), доступ к финансам (Ease of access to loans), условия внешней торговли (Prevalence of trade barriers);

- социокультурная среда инвестиционной деятельности: качество социальной среды (уровень коррупции – Corruption perception index), культурная среда (уровень бизнес-этики – Ethical behaviour of firms);

- страновой риск: политический риск (Political risk), финансовый риск (суверенный риск – Credit rating).

В отношении перечисленных параметров целесообразно применить метод агрегирования статистических данных – вычисление средней арифметической взвешенной. Основанием этого служит международная практика, заключающаяся в агрегировании близких по содержанию параметров [16, с. 22; 25, с. 22-23; 26, с. 74]. При расчете агрегированных оценок субрейтингов необходимо учесть, что все оценки должны быть перенесены на шкалу от 0 до 100 баллов, где 100 – лучшие для инвестора условия. Оценить репрезентативность субрейтингов позволяет корреляционный анализ агрегированных оценок Украины с темпами прироста объемов ПИИ на душу населения (табл. 3). Поскольку не все первичные оценки охватывают 2003 год, а в ряде случаев еще не опубликованы данные за 2010 год, анализ выполнен для промежутка с 2004 по 2009 год.

Модель комплексного рейтинга благоприятности инвестиционного климата государства целесообразно построить на основе модели Хиббса Д. (Douglas A. Hibbs), согласно которой результирующая оценка представляет собой сумму взвешенных агрегированных оценок. Основанием выбора этого метода служит дальнейшая возможность самостоятельного применения агрегированных оценок субрейтингов в рамках анализа отображаемых ими параметров.

Установленная сильная корреляционная связь между оценками субрейтингов и показателями инвестиционной активности (табл. 3), позволяет использовать значения коэффициентов корреляции в качестве весов. Основанием этого служит сущность коэффициентов – отражение силы влияния агрегированных оценок на инвестиционный климат, обуславливающий уровень инвестиционной активности.

Таблица 3

Корреляционная связь субрейтингов инвестиционного климата
и показателей инвестиционной активности Украины

Показатели	Состояние показателя								R (2004- 2009)	R ² (2004- 2009)
	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010		
Правовое обеспечение (0-100)	31,0	31,0	36,0	35,0	37,0	30,0	29,5	–	0,88	0,78
Организационные условия (0-100)	–	48,0	49,0	48,8	49,5	46,3	44,6	–	0,79	0,63
Социокультурная среда (0-100)	–	33,1	32,5	31,2	32,7	31,1	27,8	29,5	0,64	0,42
Страновой риск (0-100)	24,4	31,5	37,3	36,1	36,3	30,2	25,6	28,5	0,86	0,74
Темпы прироста объемов ПИИ на душу населения	0,29	0,28	0,80	0,35	0,66	0,24	0,11	0,12		

Источник: рассчитано автором на основе данных табл. 2.

Распространенной практикой является применение весовых коэффициентов в процентном выражении так, чтобы их сумма равнялась 100 [12, с. 455; 22]. По этой причине целесообразен пропорциональный пересчет значений коэффициентов корреляции. Для правового обеспечения инвестиционного процесса (S_{ls} – law support) новый коэффициент составит 28%, для организационных условий инвестирования (S_{ob} – organizational background) – 25%, для социокультурной среды инвестиционной деятельности (S_{sce} – sociocultural environment) – 20%, для странового риска (S_{cr} – country risk) – 27%. Результирующая оценка уровня благоприятности инвестиционного климата государства R определяется как сумма взвешенных агрегированных оценок (1).

$$R = 0,28S_{ls} + 0,25S_{ob} + 0,20S_{sce} + 0,27S_{cr} \quad (1)$$

Подразумевается, что значение результирующей оценки R относится к шкале от 0 до 100 баллов, а значения взвешенных агрегированных оценок S_{ls} варьирует от 0 до 28 баллов, S_{ob} – от 0 до 25 баллов, S_{sce} – от 0 до 20 баллов, S_{cr} – от 0 до 27 баллов (максимальное количество баллов в каждом случае соответствует высшему уровню благоприятности инвестиционного климата).

К основным сферам применения разработанной модели комплексной оценки инвестиционного климата государств, относятся:

- построение рейтинга, охватывающего множество стран, с целью дальнейшего его структурного (вертикального) и трендового (горизонтального) анализа;

- расчет прогнозных результирующих оценок инвестиционного климата на основе планирования агрегированных оценок его параметров.

Методика сравнительного рейтингового анализа инвестиционного климата государств, включает следующие этапы:

- 1) выбор субъектов сравнения, отвечающих критерию сопоставимости с исследуемым объектом;

2) формирование информационной базы сравнения – выбор данных, являющихся результатами международных рейтинговых исследований;

3) сравнение структуры и динамики оценок исследуемого объекта с субъектами сравнения, определение «проблемных зон» – параметров, требующих первоочередного реформирования.

Основным критерием выбора субъектов сравнения является сопоставимость. В отношении Украины этому критерию наиболее полно отвечают 28 постсоциалистических государств: 15 республик бывшего СССР, 6 республик бывшей СФРЮ, 2 республики бывшей ЧССР, Албания, Болгария, Венгрия, Польша и Румыния. Перечисленные государства характеризовались близостью уровней экономического развития и схожими «стартовыми условиями» в начале своей независимости, однако за последние 20 лет достигли разного прогресса в реформировании условий инвестиционной деятельности. Это привело к тому, что в настоящее время они демонстрируют существенные отличия в уровне показателей инвестиционной активности.

В качестве информационной базы сравнительного рейтингового анализа постсоциалистических государств целесообразно принять субрейтинги и комплексный рейтинг благоприятности инвестиционного климата, построенный на основе модели (1) и используемых в ней рейтинговых данных. Подобный подход на основе сравнения позиций Украины и других постсоциалистических государств позволит оценить конкурентоспособность отечественного инвестиционного климата по параметрам, наиболее коррелирующим с показателями инвестиционной активности.

Комплексный рейтинг благоприятности инвестиционного климата охватывает 24 постсоциалистические государства, исключая Беларусь, Таджикистан, Туркменистан и Узбекистан, по которым ни за один год с 2003 по 2010 нет исчерпывающих первичных данных (табл. 4). Среди ранжированных государств для сравнения целесообразно использовать данные с 2005 по 2009 год, которые исчерпывающе охватывают показатели максимального количества стран – 20 (исключая Киргизию, Молдову, Сербию и Черногорию). Рассматриваемые страны характеризуются значительными отличиями в уровне благоприятности инвестиционного климата – средняя оценка стран верхнего квартиля в разные годы превосходила аналогичный показатель стран нижнего квартиля в 1,4-1,8 раза.

Лидером среди 20 постсоциалистических государств в анализируемый период является Эстония, с отрывом опережающая показатели других государств. Стабильно высокими показателями также характеризовались: Словения, Словакия и Чехия. Аутсайдером до 2006 года являлась Албания, в 2007 году – Босния и Герцеговина, с 2008 года – Украина (прежде, занимавшая предпоследние места в рейтинге). Абсолютная оценка Украины до 2007 года, в целом, характеризовалась ростом, после чего наблюдается сокращение.

Таблица 4

Оценки инвестиционной активности и инвестиционного климата
постсоциалистических государств
(рассчитано автором на основе статистических данных [27], модели (1) и табл. 2.)

		Темп прироста ПИИ на душу населения						Рейтинговые оценки					
		2004	2005	2006	2007	2008	2009	2004	2005	2006	2007	2008	2009
1	Эстония	0,44	0,13	0,12	0,32	-	0,02	67,0	69,3	70,9	69,6	69,0	66,8
2	Словения	0,20	-	0,23	0,60	0,08	0,04	61,6	63,2	65,0	65,0	65,1	63,0
3	Чехия	0,26	0,06	0,31	0,40	0,00	0,11	59,6	60,4	61,4	63,4	62,2	60,8
4	Словакия	0,39	0,08	0,42	0,27	0,19	0,03	60,5	62,5	63,9	64,4	63,1	59,1
5	Польша	0,50	0,05	0,38	0,42	-0,08	0,13	53,2	52,2	54,0	56,6	58,7	58,7
6	Венгрия	0,28	-	0,31	0,19	-0,07	0,12	61,2	60,7	61,3	60,8	56,5	55,1
7	Литва	0,29	0,29	0,35	0,38	-0,13	0,08	57,6	57,5	58,9	60,2	55,7	53,9
8	Черногория	-	-	-	-	-	0,50	-	-	-	-	52,9	52,7
9	Латвия	0,39	0,09	0,52	0,46	0,07	0,01	57,2	58,4	60,2	59,7	54,6	50,3
10	Румыния	0,68	0,26	0,77	0,39	0,08	0,06	43,4	47,8	50,4	52,2	49,3	49,1
11	Болгария	0,60	0,38	0,71	0,63	0,17	0,13	45,5	48,1	50,3	52,4	48,2	47,9
12	Хорватия	0,45	0,17	0,88	0,65	-0,31	0,17	46,2	47,6	49,2	49,6	47,0	47,3
13	Грузия	0,38	0,26	0,51	0,51	0,27	0,09	34,8	39,6	41,5	46,0	45,7	46,3
14	Албания	0,46	0,23	0,35	0,79	0,12	0,26	-	35,0	35,5	43,7	43,6	46,3
15	Казахстан	0,26	0,14	0,27	0,34	0,31	0,21	-	47,4	47,8	46,8	44,3	45,0
16	Азербайджан	0,39	0,12	-0,05	0,37	-0,01	0,04	38,1	41,5	44,0	47,2	45,5	44,4
17	Македония	0,34	-	0,32	0,35	0,10	0,09	35,0	40,2	41,2	43,3	44,7	44,1
18	Российская Федерация	0,27	0,48	0,48	0,85	-0,56	0,77	42,3	42,8	44,2	45,5	43,3	43,3
19	Армения	0,31	0,25	0,36	0,40	0,41	0,03	37,3	39,1	41,5	43,5	42,3	43,1
20	Сербия	-	-	-	-	-	0,08	-	-	-	-	41,7	42,2
21	Босния и Герцеговина	0,52	0,07	0,37	0,65	0,06	0,06	-	38,0	39,7	38,8	35,5	37,3
22	Молдавия	0,20	0,23	0,25	0,48	0,41	0,04	-	-	-	-	-	35,8
23	Киргизия	0,36	-	0,19	0,31	0,28	0,07	-	-	-	-	33,9	32,2
24	Украина	0,28	0,80	0,35	0,66	0,24	0,11	35,8	38,9	38,0	39,1	34,3	31,8
R (со значениями темпов прироста объемов ПИИ на д.н.)								0,85	0,87	0,86	0,81	0,86	0,83

Примечание: государства упорядочены исходя из оценок, рассчитанных с точностью до тысячной доли за последний отчетный период, при равенстве – исходя из оценок за предыдущий период.

Прослеживается негативная тенденция увеличения разрыва между оценками Украины и лидера рейтинга – с 1,9 раза в 2005 году до 2,1 раза в 2009 году. На основании этого можно сделать вывод об ухудшении инвестиционного климата Украины как в абсолютных показателях (на основании результирующей рейтинговой оценки), так и в относительных (на основании увеличения разрыва с лидером рейтинга).

В течение 2005-2009 годов наибольший прогресс оценок отмечен у Албании (11,2 балла или 32,0%), Грузии (6,8 балла, 17,1%) и Польши (6,5 балла, 12,6%), чей опыт реформирования инвестиционной сферы может оказаться наиболее полезным для Украины. Тем более, что Украина демонстрировала наибольший регресс оценок в процентном выражении (7,0 баллов, 18,1%), в то время как в абсолютном – Латвия (8,2 балла, 14,0%). Установленный уровень корреляционной связи вертикальных рядов свидетельствует о том, что в каждый отдельно взятый год от состояния инвестиционного климата значительно зависели темпы прироста объемов ПИИ на душу населения. Так, в странах с более высокой рейтинговой оценкой наблюдались более высокие показатели инвестиционной активности. Корреляционный анализ горизонтальных рядов (рядов динамики) имеет первоочередной экономический смысл лишь в отношении показателей Украины по причине ориентированности модели (1) на особенности инвестирования в отечественную экономику (его результаты отражены в табл. 2). Подразумевается, что на показатели привлечения ПИИ существенное влияние кроме состояния инвестиционного климата оказывает другой компонент инвестиционной среды – инвестиционный потенциал. Корреляционный анализ горизонтальных рядов целесообразен в комплексной модели, включающей как оценку инвестиционного климата, так и инвестиционного потенциала, однако ее построение выходит за рамки предмета исследования.

Применение рейтинговых технологий в оценке инвестиционного климата, как одной из стадий процесса управления, открывает возможность применения полученных результатов на других стадиях: прогнозировании (сроков достижения требуемого уровня оценок), регулировании (реформировании) и оценке результативности регулирования.

Основы использования рейтинговых оценок в прогнозировании и мониторинге предложены в работе Гончарова Ю.В., Петина Ю.А. и Сальник О.Н., где применены в отношении управления процессом евроинтеграции [6]. Основными недостатками данной методики являются отсутствие обоснования выбора эталонной оценки, игнорирование ретроспективности рейтинговых оценок (факта отражения ими состояния системы в прошлые периоды) и нерешенность вопроса построения пессимистического прогноза. Предлагаемая методика прогнозирования состояния инвестиционного климата государства лишена упомянутых недостатков и включает следующие этапы:

- 1) определение эталонного уровня оценок на основе структурного анализа показателей сопоставимых субъектов сравнения;
- 2) определение рекордных показателей динамики на основе трендового анализа субрейтинговых оценок субъектов сравнения;

3) прогнозный расчет значений текущих рейтинговых оценок («нулевой период» – годы, не покрытые рейтинговыми данными) на основе трендового анализа;

4) расчет кратчайших сроков достижения объектом управления эталонного уровня оценок (оптимистический прогноз);

5) расчет прогнозного значения рейтинговой оценки объекта управления с учетом текущей динамики через, установленное согласно оптимистическому прогнозу, количество периодов (пессимистический прогноз).

Под эталонным уровнем оценок понимаются максимальные рейтинговые оценки (установленные по каждому субрейтингу), достигнутые одной или несколькими из сравниваемых стран в течение рассматриваемого периода. Рекордные показатели динамики – максимальные значения среднегодового прироста оценки в абсолютном выражении (установленные отдельно для каждого субрейтинга), достигнутые одной или несколькими из сравниваемых стран не менее чем за 2 отчетных периода.

Сравнительный анализ рейтинговых данных позволяет определить максимальные значения рейтинговых оценок и их среднегодового прироста, достигнутые постсоциалистическими странами в последние годы. Максимальные значения оценок субрейтингов составляют: для правового обеспечения инвестиционного процесса – 21,10 балла (Эстония, 2007), для организационных условий инвестирования – 16,06 (Эстония, 2006); для качества социокультурной среды – 13,47 (Эстония, 2008); для уровня странового риска – 24,14 (Словения, 2007). Максимальные значения среднегодового прироста оценок субрейтингов составляют: для правового обеспечения инвестиционного процесса – 2,62 балла (Молдавия, 2006-2008), для организационных условий инвестирования – 1,97 (Албания, 2004-2007); для качества социокультурной среды – 0,90 (Грузия, 2005-2007); для уровня странового риска – 2,33 (Армения, 2005-2007).

В случае достижения государством по каждому из субрейтингов уровня эталонной оценки, результирующая оценка составит 74,77 балла. Это незначительно (на 3,88 балла или 5,5%) превышает максимально зарегистрированную оценку 70,90 балла (Эстония, 2006 год).

Особенностью рейтинговых исследований является ретроспективность их результатов, отражающая состояние объектов в прошлом. Среди исследований, результаты которых используются в качестве первичных данных при составлении комплексного рейтинга инвестиционного климата, наибольшим хронологическим разрывом между актуальным и оцениваемым состоянием характеризуется исследование «Economic Freedom of the World». Оценки, опубликованные в текущем году, отражают состояние позапрошлого года [18]. Этим обусловлена практическая проблема, заключающаяся в отсутствии исчерпывающих текущих оценок. Решением проблемы представляется прогнозирование недостающих текущих значений оценок на основе данных за последние годы и наблюдаемых тенденций.

С целью упрощения прогнозирования текущих значений рейтинговых оценок может применяться экстраполяция абсолютных показателей динамики.

**МЕТОДИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ МЕХАНИЗМА РЕЙТИНГОВОГО УПРАВЛЕНИЯ
ИНВЕСТИЦИОННЫМ КЛИМАТОМ УКРАИНЫ**

Прогнозное значение текущей оценки (S_{cef} – current estimate forecast) по каждому параметру рассчитывается как сумма последней известной рейтинговой оценки (S_{le} – last estimate) и произведения числа периодов прогнозирования (n , разность между наименованием текущего года и последнего, покрытого рейтинговыми данными) на значение среднегодового прироста оценки ($\bar{\Delta}$) за 1-3 последних года, отражающего актуальную динамику (2):

$$S_{cef} = S_{le} + n \cdot \bar{\Delta} \quad (2)$$

Использование в модели (2) известных рейтинговых данных позволяет рассчитать прогнозные значения оценок, отражающих состояние параметров инвестиционного климата Украины в 2011 году (табл. 5).

Таблица 5

Расчетные данные прогнозирования значений текущей оценки
параметров инвестиционного климата Украины

	Последняя известная рейтинговая оценка (S_{le})		Число периодов прогнозирования (n)	Среднегодовой прирост (Δ)		Прогнозное значение текущей оценки (S_{cef})	
	значение	год		значение	годы	2010	2011
Foreign ownership / investment restrictions	5,79	2009	2	0,41	2008-2009	6,21	6,62
Judicial independence	2,34	2009	2	-0,37	2006-2009	1,98	1,61
Business freedom	2,29	2010	1	-0,04	2009-2010	–	2,25
Top marginal tax rate	3,72	2009	2	0,00	2006-2009	3,72	3,72
Labour market efficiency	2,12	2010	1	0,05	2008-2010	–	2,17
Ease of access to loans	0,84	2010	1	0,07	2009-2010	–	0,91
Prevalence of trade barriers	1,94	2010	1	-0,18	2007-2010	–	1,77
Corruption perception index	2,42	2010	1	0,20	2009-2010	–	2,62
Ethical behaviour of firms	3,53	2010	1	0,15	2009-2010	–	3,68
Political risk	5,83	2010	1	-0,24	2007-2010	–	5,59
Credit rating	2,00	2010	1	-0,14	2008-2010	–	1,86
Результирующая рейтинговая оценка инвестиционного климата						32,88	32,80

Источник: рассчитано автором на основе моделей (1, 2) и рейтинговых данных.

С учетом, рассчитанного для 2010 года прогнозного значения рейтинговой оценки (32,88 балла), коэффициент корреляции между рядами динамики рейтинговых оценок и показателей инвестиционной активности Украины за 2004-2010 годы (табл. 2) составляет 0,89. Установленное значение коэффициента корреляции свидетельствует о наличии сильной связи и является косвенным подтверждением адекватности модели (1), применимости модели (2) в краткосрочном прогнозировании.

Количество лет (N), минимально необходимое для достижения государством эталонных значений оценок, можно рассчитать как отношение разности между эталонными значениями оценки (S_{max}) и прогнозными значениями текущих оценок (S_{cef}) к эталонным значениям среднегодового прироста оценки (Δ_{max}) (3):

$$N = \frac{S_{max} - S_{cef}}{\Delta_{max}} \quad (3)$$

Применение в модели (3) прогнозных значений текущих оценок субрейтингов инвестиционного климата Украины и результатов сравнительного анализа позволяет рассчитать кратчайшие сроки достижения эталонных оценок. Эталонное значение оценки уровня правового обеспечения инвестиционного процесса может быть достигнуто Украиной за 5 лет (4,9), организационных условий инвестирования – за 3 года (2,7), социокультурной среды – за 8 лет (8,0), страновых рисков – за 7-8 лет (7,2). Общий срок достижения Украиной эталонного значения оценки определяется по наиболее продолжительному сроку достижения эталонной оценки субрейтинга – 8 лет (социокультурная среда).

Прогнозирование рейтинговых оценок согласно пессимистическому прогнозу основано на текущих показателях динамики оценок параметров в течение общего срока достижения эталонного значения результирующей оценки. Для определения рейтинговых оценок через заданное количество периодов уместно использование модели (2) в адаптированном виде (4). Прогнозное значение оценки (S_a) в этом случае рассчитывается как сумма прогнозного значения текущей оценки (S_{cef}) и произведения числа периодов прогнозирования (a) на значение среднегодового прироста оценки ($\bar{\Delta}$) за 1-3 последних года, отражающего актуальную динамику:

$$S_a = S_{cef} + a \cdot \bar{\Delta} \quad (4)$$

Учитывая нестабильность, присущую в настоящее время как национальной, так и мировой экономике, использование текущих трендов (рассчитанных на основе динамики абсолютных оценок) имеет ограниченную целесообразность в долгосрочном прогнозировании. Однако такая модель (4) позволяет определить гипотетический уровень оценок, пригодный для сравнения с показателями оптимистического прогноза. На практике допустима корректировка полученных прогнозных значений качественными показателями, но это требует привлечения

МЕТОДИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ МЕХАНИЗМА РЕЙТИНГОВОГО УПРАВЛЕНИЯ ИНВЕСТИЦИОННЫМ КЛИМАТОМ УКРАИНЫ

широкого круга независимых экспертов и научного обоснования метода обработки результатов экспертного оценивания.

Рассчитанные прогнозные значения результирующих оценок инвестиционного климата являются основой построения графиков, наглядно отражающих динамику показателей согласно оптимистическому и пессимистическому прогнозам. На рис. 1 по оси абсцисс отражены периоды прогнозирования (годы: «0» – 2011, «1» – 2012 ... «8» – 2019), по оси ординат – значения рейтинговой оценки (баллы).

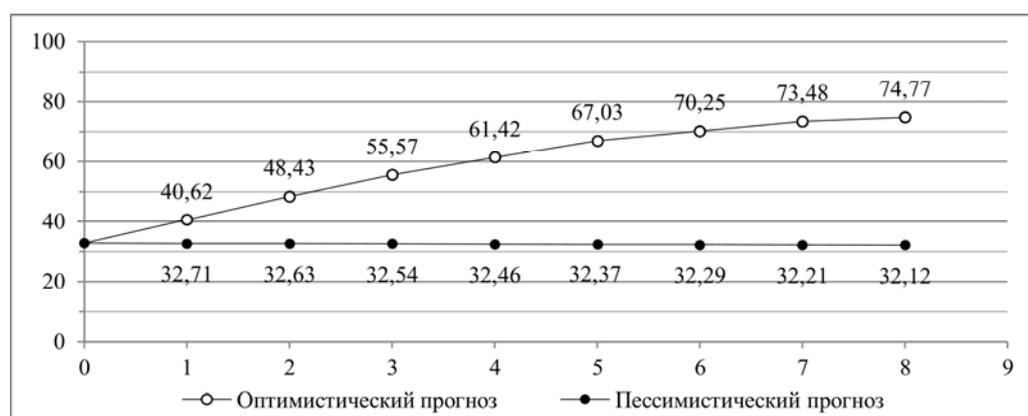


Рис. 1. Прогнозные значения результирующей рейтинговой оценки инвестиционного климата Украины

Источник: составлено автором

Сравнение графиков, описывающих динамику прогнозных значений рейтинговых оценок, позволяет установить, что оптимистический прогноз подразумевает значительный ежегодный прирост оценки в абсолютном выражении, в то время как пессимистический – сохранение текущего уровня динамики показателей. Учитывая сильную корреляционную связь между динамикой рейтинговых оценок и показателей инвестиционной активности (темпами прироста ПИИ на душу населения), уместно предположить, что пессимистический прогноз предполагает сохранение текущих темпов прироста объемов привлеченных ПИИ. Развитие событий в соответствии с оптимистическим прогнозом является предпосылкой увеличения темпов прироста объемов привлеченных ПИИ, активизации инвестиционной активности резидентов.

Придание рейтинговым оценкам, отражающим оптимистический прогноз, статуса индикативного плана позволит использовать их в системе мониторинга управления инвестиционным климатом государства. Подразумевается, что мониторинг результативности деятельности власти может быть основан на оценке соответствия индикативному плану реально достигнутого уровня благоприятности инвестиционного климата. Такой подход обеспечит

возможность оценки не только динамики, но и международной конкурентоспособности инвестиционного климата отечественной экономики на основе прямых, а не косвенных параметров.

Выводы. Формирование методических основ механизма рейтингового управления инвестиционным климатом государства подразумевает построение комплексной модели рейтинговой оценки инвестиционного климата, формирование методики сравнительного рейтингового анализа, а также разработку методик прогнозирования и мониторинга результативности управления.

Моделирование рейтинговой оценки инвестиционного климата включает: 1) определение набора параметров оценки (первичных данных); 2) выбор метода обработки первичных данных.

Анализ методик составления 152 параметров (15 наиболее цитируемых международных исследований) позволил соотнести их факторам инвестиционного климата и выбрать 11 наиболее репрезентативных, используемых в дальнейшем в качестве первичных данных. Выбранные 11 параметров агрегированы в 4 группы (субрейтинги) путем вычисления средней арифметической невзвешенной. Модель рейтинговой оценки представляет собой сумму взвешенных значений субрейтингов, веса рассчитаны на основе коэффициентов корреляции значений субрейтингов и показателей инвестиционной деятельности (темпы прироста объемов ПИИ на душу населения).

Методика сравнительного рейтингового анализа инвестиционного климата государств включает: 1) выбор сопоставимых субъектов сравнения; 2) формирование информационной базы исследования; 3) сравнение структуры и динамики оценок исследуемого объекта с субъектами сравнения. В качестве субъектов сравнения выбраны 28 постсоциалистических государств, которые характеризовались близостью «стартовых» условий в начале своей независимости (конец 1980-х – начало 1990-х годов), однако достигли разного уровня прогресса в реформировании условий инвестиционной деятельности. В качестве информационной базы приняты субрейтинги и комплексный рейтинг инвестиционного климата. Сравнение структуры и динамики оценок позволило: охарактеризовать текущее состояние инвестиционного климата Украины как крайне неблагоприятное; установить негативную тенденцию ухудшения состояния инвестиционного климата Украины; определить основные направления оптимизации, среди которых: обеспечение независимости судебной системы, упрощение разрешительной системы, снижение уровня коррупции.

Методика прогнозирования значений рейтинговых оценок включает: 1) определение эталонных значений оценок; 2) определение эталонных значений показателей динамики; 3) прогнозный расчет значений текущих рейтинговых оценок, непокрытых рейтинговыми данными; 4) расчет кратчайших сроков достижения эталонного уровня оценок – оптимистический прогноз; 5) расчет прогнозного значения рейтинговой оценки с учетом текущей динамики через установленное на 4-м этапе количество периодов – пессимистический прогноз. Установлено, что в случае достижения Украиной по каждому из субрейтингов

эталонного значения оценки, результирующая составит 74,77 балла против 32,80 – ориентировочной оценки за 2011 год. Срок достижения эталонного уровня оценки при максимальном темпе реформ оценивается в 8 лет. При сохранении текущей динамики, спустя 8 лет рейтинговая оценка ожидается на уровне 32,12 балла. Мониторинг результативности управления инвестиционным климатом государства основан на сравнении, присваиваемых Украине оценок, с прогнозными значениями.

Сильная корреляционная связь между вертикальными рядами результирующих рейтинговых оценок и значений темпов прироста ПИИ на душу населения постсоциалистических государств свидетельствует о том, что в рамках рассматриваемой группы государств, доля каждого из них в совокупном объеме ежегодно привлекаемых ПИИ пропорциональна достигнутому уровню благоприятности инвестиционного климата. Улучшение инвестиционного климата наряду с формированием положительного инвестиционного имиджа при имеющемся инвестиционном потенциале может стать предпосылкой перераспределения в пользу Украины объемов инвестиций, приходящихся на постсоциалистические государства (ближайшие конкуренты в системе международной экономики).

Список литературы

1. Арсененко А. Ю. Управління інвестиційним кліматом держави: основні поняття / А.Ю. Арсененко // Формування ринкової економіки в Україні. – 2011. – Вип. 24. – С. 54-60.
2. Бланк И. А. Основы финансового менеджмента / И. А. Бланк. – Т. 2. – К. : Ника-Центр, 1999. – 512 с. – (Серия «Библиотека финансового менеджера», Вып. 3).
3. Богатов О. И. Моделирование рейтингового управления экономическими системами : дисс. ... канд. экон. наук : 08.03.02 / О. И. Богатов. – Донецк, 1999. – 152 с.
4. Бондаренко С. М. Рейтингове управління конкурентоспроможністю продукції промислових підприємств (на прикладі взуттєвого виробництва) : автореф. дис. на здобуття наук. ступеню канд. экон. наук : спец. 08.06.01 «Економіка підприємства й організація виробництва» / С. М. Бондаренко. – К., 2002. – 20 с.
5. Бутко Н. П. Современная проблематика оценки инвестиционной привлекательности региона / Н. П. Бутко, С. Н. Зеленский, Е. Ю. Акименко // Экономика Украины. – 2005. – №11. – С. 30-37.
6. Гончаров Ю. В. Применение системы рейтинговых оценок как средство эффективного управления процессом евроинтеграции / Ю.В. Гончаров, Ю. А. Петин, О. Н. Сальник // Экономика Украины. – 2005. – №11. – С. 73-82.
7. Дроздова М. И. Рейтинговая оценка деятельности организаций потребительской кооперации / М. И. Дроздова // Регион: экономика и социология. – 2009. – №1. – С. 180-189.
8. Завсегдашня І. В. Комплексна рейтингова оцінка конкурентоспроможності гірничозбагачувальних підприємств : автореф. дис. на здобуття наук. ступеню канд. экон. наук : спец. 08.00.04 «Економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності)» / І. В. Завсегдашня. – Кривий Ріг, 2009. – 20 с.
9. Райли Д. Методология присвоения рейтингов / Д. Райли, П. Роукис, Д. МакКормак, Т. Паис-Фредель ; Fitch Ratings // Суверенные рейтинги. – 2007. – 12 октября. – 15 с.
10. Шаститко А. Е. Инвестиционный имидж России / А. Е. Шаститко, Е. Л. Яковлева // Мировая экономика и международные экономические отношения. – 2006. – №9. – С. 25-31.
11. 2010 Environmental Performance Index / [Jay Emerson, Daniel C. Esty, Marc A. Levy and other]. – New Haven : Yale Center for Environmental Law and Policy, 2010. – 87 p.
12. 2012 Index of Economic Freedom / [Terry Miller, Kim R. Holmes, Edwin J. Feulner and other] ; The Heritage Foundation, Dow Jones & Company, Inc. – New York : The Wall Street Journal, 2012. – 470 p.
13. Cailleteau P. A Guide to Moody's Sovereign Ratings / Pierre Cailleteau. – Moody's Investors Service, 2008. – 10 p.

14. Capital Access Index 2009 : Best Markets for Business Access to Capital / James R. Barth, Tong Li, Wenling Lu, Glenn Yago. – Santa Monica, CA, USA : Milken Institute, 2010. – 24 p.
15. Corruption Perceptions Index 2010 / Transparency International, 2010. – 19 p.
16. Doing Business 2012: Doing Business in a More Transparent World / The World Bank. – Washington : World Bank Publications, 2011. – 200 p.
17. Global Peace Index 2011: Methodology, Results & Findings / [Kevin P. Clements, Ian Anthony, Sultan Barakat, Nick Grono and other] ; Institute for Economics and Peace. – Sydney, 2011. – 47 p.
18. Gwartney James D. Economic Freedom of the World: 2011 Annual Report / James D. Gwartney, Robert Lawson, Joshua Hall. – Vancouver : Fraser Institute, 2011. – 221 p.
19. The Global Competitiveness Report 2011-2012 / Klaus Schwab, Xavier Sala-i-Martin ; World Economic Forum. – Geneva : SRO-Kundig, 2010. – 527 p.
20. World Prison Population List / Roy Walmsley ; International Centre for Prison Studies, University of Essex. – 9th ed. – London, 2011. – 6 p.
21. Кредитные рейтинги – Международная шкала [Электронный ресурс] / Официальный сайт представительства Standard & Poor's в странах СНГ. – Режим доступа: <http://www.standardandpoors.ru/page.php?path=international>.
22. Country risk March 2011: Country rankings and acknowledgements [Электронный ресурс] / Andrew Mortimer. – Официальный веб-сайт издания «Euromoney». – Режим доступа: <http://www.euromoney.com/Article/2773235/Country-risk-March-2011-Country-rankings-and-acknowledgements.html> (ограничен).
23. Definitions of Ratings and Other Scales: December 2009 [Электронный ресурс] / Fitch Ratings, 2009. – 45 p. – Режим доступа: http://www.fitchratings.com/web_content/ratings/fitch_ratings_definitions_and_scales.pdf.
24. Euromoney Country Risk Methodology [Электронный ресурс] / Официальный веб-сайт издания «Euromoney». – Режим доступа: <http://www.euromoney.com/Article/2773899/Euromoney-Country-Risk-Methodology.html>.
25. Nations in Transit 2011 : Selected Data from Freedom House's Annual Analysis of Democratic Development in Central and Eastern Europe and the Former Soviet Union [Электронный ресурс] / Freedom House, 2011. – 23 p. – Режим доступа: <http://www.freedomhouse.org/uploads/nit/2011/NIT2011-Full.pdf>.
26. Paying Taxes 2011 – The global picture / [Neil Gregory, Bob Morris, Sylvia Solf and other] ; World Bank Group, PricewaterhouseCoopers. – 2010. – 111 p.
27. UNCTADstat. – Foreign direct investment stocks and flows. – Inward and outward foreign direct investment stock, annual, 1980-2010. – Economy: Individual economies. – Measure: US Dollars at current prices and current exchange rates per capita. – Direction: Inward [Электронный ресурс] / Официальный сайт ЮНКТАД. Режим доступа: <http://unctadstat.unctad.org/ReportFolders/reportFolders.aspx>.

Поступила в редакцию 01.12.2011 г.

Арсененко А.Ю. Методичні основи механізму рейтингового управління інвестиційним кліматом України / А.Ю. Арсененко // Учені записки ТНУ. Серія: Економіка та управління. – 2011. – Т. 24 (63), № 4. – С. 15-32.

Розроблено та апробовано методичний інструментарій механізму рейтингового управління інвестиційним кліматом держави: модель рейтингової оцінки, методику порівняльного рейтингового аналізу, методику прогнозування рейтингових оцінок, запропоновано основи системи моніторингу результативності управління.

Ключові слова: інвестиційний клімат, рейтингове управління, державне регулювання.

Arsenenko A.Y. The rating management mechanism of the investment climate of Ukraine: methodological basics / A.Y. Arsenenko // Uchenye zapiski TNU. Series: Economy and management. – 2011. – Vol. 24 (63), № 4. – P. 15-32.

Methodological instrument of the rating management mechanism of the investment climate of Ukraine is developed: model of rating, method of comparative rating analysis, method of rating estimate forecast, basic of monitoring system of rating management effectiveness.

Keywords: investment climate, rating management, state regulation.

УДК 336.717.18 : 338.48

РОЛЬ И МЕСТО ФИНАНСОВОГО МЕНЕДЖМЕНТА В СИСТЕМЕ УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЕМ ТУРИСТИЧЕСКОЙ СФЕРЫ

Бантышева А.Л.

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

Рассмотрена сущность, значение, принципы организации и функции финансового менеджмента как эффективного инструмента управления предприятием. Установлена особая актуальность эффективного управления финансами для экономических субъектов туристической сферы в современных условиях ограниченности финансовых ресурсов, сложностей их заимствования.

Ключевые слова: финансы предприятий, финансовый менеджмент, финансовая деятельность.

Актуальность.

Эффективное функционирование туристско-рекреационного комплекса является одним из самых важных факторов социально-экономического развития любого государства, определяет качество жизни в условиях тенденций глобализации в мировой экономике. Рост заинтересованности мирового сообщества организованным комфортным отдыхом, туризмом, рекреацией и лечением в условиях открытости национальной экономики ставит новые стратегические ориентиры для устойчивого развития туристско-рекреационной сферы.

Весомым вкладом в исследование концептуальных основ устойчивого развития туристической деятельности в Украине и финансового обеспечения ее реализации являются основательные исследования отечественных ученых, в том числе Онишко С.В. [1], Поплавской Ж.В. и Поплавского В.Г. [2], Ткаченко Т.И. [3], Шульгиной Л.М. [4]. Современное состояние развития туризма в Украине научные исследователи определяют как «нестабильное, неустойчивое». Практика функционирования отечественных субъектов курортного хозяйства свидетельствует о том, что по эффективности они еще не заняли должное место в соответствии с мировым уровнем.

В настоящее время эффективная деятельность и развитие предприятий, в том числе туристической сферы, зависит от трех основных факторов: государственной политики в сфере предпринимательства, влияния банковской финансовой системы на развитие бизнеса, уровня организации финансового менеджмента на предприятии.

Анализ публикаций известных ученых в сфере финансового менеджмента, в том числе работы Крайник О.П. [5], Жовновач Р.И. [6], Онишко С.В. [1] свидетельствует о том, что большинство из них посвящены отдельным направлениям финансового менеджмента, и мало исследований по вопросам системной организации финансового менеджмента на предприятии. Практически отсутствуют публикации касательно применения финансового менеджмента на малых и средних предприятиях туристско-рекреационного комплекса.

Целью данного исследования является определение места и роли финансового менеджмента в системе управления предприятием туристической сферы в современных условиях.

Для достижения этой цели в работе решены задачи:

1. Обоснована необходимость использования современных методов и механизмов финансового менеджмента на туристических предприятиях;
2. Выявлены функции инструментов финансового менеджмента, определены последствия эффективного их применения;
3. Установлена взаимосвязь между необходимыми принципами организации финансового менеджмента и выполняемыми им функциями.

Основные результаты исследования.

В наиболее общем виде финансы представляют собой систему экономических отношений, связанных с формированием, распределением и использованием денежных средств в процессе их кругооборота.

Финансовая система страны подразделяется на три основные сферы: сфера государственных финансов, сфера финансов домашних хозяйств и сфера финансов предприятий. Основу финансовой системы страны составляют финансы отдельных предприятий. Их приоритет в общей системе финансов определяется наибольшим объемом генерируемых финансовых ресурсов за счет собственных внутренних источников (а соответственно и наибольшим вкладом в создание национального дохода), а также обеспечением преимущественной доли формирования доходной части государственных бюджетов (внебюджетных фондов) разных уровней и бюджетов домашних хозяйств. Способность финансов предприятий эффективно выполнять свои функции в общей системе финансов страны, напрямую связана с качеством управления ими на предприятиях.

Рассмотрим подробно роль финансов туристического предприятия и необходимость эффективного управления ими с помощью методов финансового менеджмента. Финансы туристического предприятия представляют собой систему экономических отношений отдельных субъектов хозяйствования туристической сферы – юридических лиц, связанных с формированием, распределением и использованием денежных средств в процессе осуществления ими хозяйственной деятельности. Финансы предприятия, выполняя ресурсообразующую, распределительную и контрольную функции, играют важную роль не только в финансовой системе страны, но и в обеспечении эффективного ее экономического и социального развития. Эта роль проявляется в следующем:

1. За счет финансов предприятия обеспечивается формирование преобладающей части финансовых ресурсов, концентрируемых государством для обеспечения централизованного финансирования разнообразных общественных потребностей;
2. Финансы предприятий формируют необходимый финансовый базис обеспечения непрерывности производственного процесса, направленного на удовлетворение спроса на товары и услуги;

3. Система финансов предприятий обеспечивает формирование финансового потенциала его развития в соответствии со стратегическими целями и тактическими задачами на разных стадиях его жизненного цикла;

4. С помощью финансов предприятий децентрализованно реализуются социальные задачи развития общества, так как часть сформированных предприятием финансовых ресурсов направляется на цели потребления;

5. Финансы предприятий позволяют эффективно использовать денежные накопления граждан путем предоставления возможности инвестировать их в акции, облигации и другие доходные финансовые инструменты, эмитируемые отдельными предприятиями;

6. Финансы предприятий способствуют рационализации оборота денежных средств в стране, обеспечивая эффективное их использование в процессе функционирования экономики.

В системе управления различными аспектами деятельности любого предприятия в современных условиях наиболее сложным и ответственным звеном является управление финансами. Ряд проблем финансового менеджмента в последние годы получили свое углубленное развитие в новых, относительно самостоятельных областях знаний – финансовом анализе, инвестиционном менеджменте, риск-менеджменте, антикризисном управлении предприятием при угрозе банкротства.

В Украине практика эффективного финансового менеджмента, особенно в туристической сфере, находится пока лишь в стадии становления, сталкиваясь с объективными экономическими трудностями переходного периода, несовершенством нормативно-правовой базы, недостаточным уровнем подготовки специалистов к работе в кризисных экономических условиях.

Финансовый менеджмент туристического предприятия представляет собой систему принципов и методов разработки и реализации управленческих решений, связанных с формированием, распределением и использованием финансовых ресурсов туристического предприятия и организацией оборота его денежных средств.

Эффективное управление финансовой деятельностью туристического предприятия обеспечивается реализацией ряда принципов, основными из которых являются:

1. Интеграция с общей системой управления предприятия. В какой бы сфере деятельности туристического предприятия не принималось управленческое решение, оно прямо или косвенно оказывает влияние на формирование денежных потоков и результаты финансовой деятельности. Финансовый менеджмент непосредственно связан с производственным менеджментом, инновационным менеджментом, менеджментом персонала и некоторыми другими видами функционального менеджмента. Это определяет необходимость органической интеграции финансового менеджмента с общей системой управления туристическим предприятием.

2. Комплексный характер формирования управленческих решений. Все управленческие решения в области формирования, распределения и

использования финансовых ресурсов и организации денежного оборота туристического предприятия теснейшим образом взаимосвязаны и оказывают прямое или косвенное воздействие на результаты его финансовой деятельности. В ряде случаев это воздействие может носить противоречивый характер. Так, например, осуществление высокодоходных финансовых инвестиций может вызвать дефицит в финансировании основной деятельности и, как следствие – существенно уменьшить размер операционной прибыли. Поэтому финансовый менеджмент должен рассматриваться как комплексная управляющая система, обеспечивающая разработку взаимозависимых управленческих решений, каждое из которых вносит свой вклад в общую результативность финансовой деятельности туристического предприятия.

3. Высокий динамизм управления. Даже наиболее эффективные управленческие решения в области формирования и использования финансовых ресурсов и оптимизации денежного оборота, разработанные и реализованные в предшествующем периоде, не всегда могут быть повторно использованы на последующих этапах его финансовой деятельности. Прежде всего, это связано с высокой динамикой факторов внешней среды на стадии перехода к рыночной экономике, и в первую очередь – с изменением конъюнктуры финансового рынка. Кроме того, меняются во времени и внутренние условия функционирования туристического предприятия, особенно на этапах перехода к последующим стадиям его жизненного цикла. Поэтому финансовому менеджменту должен быть присущ высокий динамизм, учитывающий изменение факторов внешней среды, ресурсного потенциала, финансового состояния и других параметров функционирования предприятия.

4. Многообразие подходов к разработке отдельных управленческих решений. Реализация этого принципа предполагает, что подготовка каждого управленческого решения в сфере формирования и использования финансовых ресурсов и организации денежного оборота должна учитывать альтернативные возможности действий. При наличии альтернативных проектов управленческих решений их выбор для реализации должен быть основан на системе критериев, определяющих финансовую идеологию, финансовую стратегию или конкретную финансовую политику туристического предприятия. Система таких критериев устанавливается самим предприятием.

5. Ориентированность на стратегические цели развития предприятия. Какими бы эффективными не казались те или иные проекты управленческих решений в области финансовой деятельности в текущем периоде, они должны быть отклонены, если они вступают в противоречие с главной целью деятельности туристического предприятия, стратегическими направлениями его развития, подрывают экономическую базу формирования высоких размеров собственных финансовых ресурсов за счет внутренних источников в предстоящем периоде.

Эффективный финансовый менеджмент на туристическом предприятии, организованный с учетом изложенных принципов, позволяет формировать ресурсный потенциал предприятия, обеспечивать постоянный рост собственного

капитала, существенно повышать его конкурентную позицию на рынке, обеспечивать стабильное экономическое развитие в перспективе [7, с. 36].

Главной целью финансового менеджмента туристического предприятия является обеспечение максимизации благосостояния собственников предприятия в текущем и перспективном периоде. Эта цель получает конкретное выражение в обеспечении максимизации рыночной стоимости туристического предприятия, что реализует конечные финансовые интересы его владельцев. Характеризуя общепринятую в рыночной экономике вышеизложенную главную цель финансового менеджмента, следует отметить, что она вступает в противоречие с весьма распространенным мнением о том, что главной целью финансовой деятельности предприятия является максимизация прибыли. Максимизации рыночной стоимости не всегда автоматически достигается при максимизации его прибыли. Так, полученная высокая по сумме и уровню прибыль может быть полностью израсходована на цели текущего потребления, в результате чего туристического предприятия будет лишено основного источника формирования собственных финансовых ресурсов для предстоящего развития (а неразвивающееся предприятие утрачивает в перспективе достигнутую конкурентную позицию на рынке, сокращает потенциал формирования собственных финансовых ресурсов за счет внутренних источников, что в конечном итоге приводит к снижению его рыночной стоимости). Кроме того, высокий уровень прибыли туристического предприятия может достигаться при соответственно высоком уровне финансового риска и угрозе банкротства в последующем периоде, что может обусловить снижение его рыночной стоимости. Поэтому в рыночных условиях максимизация прибыли может выступать как одна из важнейших задач финансового менеджмента, но не главная его цель.

В процессе реализации своей главной цели финансовый менеджмент на предприятии туристической сферы направлен на решение следующих основных задач:

1. Обеспечение формирования достаточного объема финансовых ресурсов в соответствии с задачами развития предприятия в предстоящем периоде. Эта задача состоит в определении общей потребности в финансовых ресурсах предприятия на предстоящий период, максимизации объема привлечения собственных финансовых ресурсов за счет внутренних источников, определения целесообразности формирования собственных финансовых ресурсов за счет внешних источников, управления привлечением заемных финансовых средств, оптимизации структуры источников формирования ресурсного финансового потенциала.

2. Обеспечение наиболее эффективного использования сформированного объема финансовых ресурсов в разрезе основных направлений деятельности предприятия. Эта задача предусматривает установление необходимой пропорциональности в их использовании на цели производственного и социального развития предприятия, выплаты необходимого уровня доходов на инвестированный капитал собственникам предприятия и т.п.

3. Оптимизация денежного оборота решается путем эффективного управления денежными потоками предприятия в процессе кругооборота его денежных средств, обеспечением синхронизации объемов поступления и расходования денежных средств по отдельным периодам, поддержанием необходимой ликвидности его оборотных активов. Одним из результатов такой оптимизации является минимизация среднего остатка свободных денежных активов, обеспечивающая снижение потерь от их неэффективного использования и инфляции.

4. Обеспечение максимизации прибыли предприятия при предусматриваемом уровне финансового риска. При этом для достижения целей экономического развития предприятие должно стремиться максимизировать не балансовую, а чистую прибыль, остающуюся в его распоряжении, что требует осуществления эффективной налоговой, амортизационной и дивидендной политики.

5. Обеспечение минимизации уровня финансового риска при предусматриваемом уровне прибыли. Такая минимизация может быть обеспечена путем диверсификации видов операционной и финансовой деятельности, а также портфеля финансовых инвестиций; профилактикой и избеганием отдельных финансовых рисков, эффективными формами их внутреннего и внешнего страхования.

6. Обеспечение постоянного финансового равновесия предприятия в процессе его развития. Такое равновесие характеризуется высоким уровнем финансовой устойчивости и платежеспособности предприятия на всех этапах его развития и обеспечивается формированием оптимальной структуры капитала и активов, эффективными пропорциями в объемах формирования финансовых ресурсов за счет различных источников, достаточным уровнем самофинансирования инвестиционных потребностей.

Выводы.

Изменения в экономике Украины, которые связаны с переходом на рыночные основы хозяйствования, требуют новых способов и подходов к управлению экономическими процессами. В значительной степени это касается финансовых ресурсов на уровне предпринимательских структур туристско-рекреационного комплекса.

В последнее время объективно возрастает роль финансового менеджмента в туристической сфере как комплекса взаимосвязанных управленческих решений и мероприятий на разных уровнях управления финансовыми ресурсами, поскольку именно качественный финансовый менеджмент обеспечивает устойчивость и платежеспособность фирмы, способность развиваться и расширять масштабы деятельности умелым участием на рынке финансовых капиталов.

Однако высокая эффективность финансовых решений на туристическом предприятии становится возможной при соблюдении следующих принципов организации финансового менеджмента:

1. Интеграция с общей системой управления предприятия.
2. Комплексный характер формирования управленческих решений.

3. Высокий динамизм касательно принимаемых решений.

4. Рассмотрение альтернативных возможностей действий при условии соответствия выбираемого проекта финансовой политике предприятия.

5. Ориентированность на стратегические цели развития предприятия.

Весь комплекс инструментов финансового менеджмента на туристическом предприятии направлен на выполнение целого ряда важнейших функций, среди которых:

1. Формирование необходимого объема финансовых ресурсов и его наиболее эффективное использование.

2. Оптимизация денежного оборота на предприятии.

3. Максимизация прибыли при предусматриваемом уровне финансового риска.

4. Минимизация уровня финансового риска при предусматриваемом уровне прибыли.

5. Финансовое равновесие предприятия (высокая устойчивость и платежеспособность).

Все рассмотренные задачи финансового менеджмента на туристическом предприятии теснейшим образом взаимосвязаны, хотя отдельные из них и носят разнонаправленный характер (например, обеспечение максимизации суммы прибыли при минимизации уровня финансового риска; обеспечение формирования достаточного объема финансовых ресурсов и постоянного финансового равновесия предприятия в процессе его развития и т.п.). Поэтому в процессе финансового менеджмента отдельные задачи должны быть оптимизированы между собой для наиболее эффективной реализации его главной цели.

Дальнейшие исследования будут посвящены разработке комплексных механизмов практической оценки финансового состояния предприятия туристско-рекреационного комплекса, выявления наиболее оптимальных тактических решений его развития, обоснования и дальнейшего анализа эффективности выбранной линии поведения.

Список литературы

1. Онишко С.В. Фінансове забезпечення інноваційного розвитку / Ін-т екон. прогнозування НАН України; Нац. акад. держ. Податкової служби України. / С.В. Онишко. – Ірпінь: Нац. акад. ДПС України, 2004. – 434 с.
2. Поплавська Ж.В., Поплавський В.Г. Фінансово-організаційні аспекти туристичного бізнесу / Ж.В. Поплавська // Фінанси України. – 2006. – № 1. – С. 121-128.
3. Ткаченко Т.І. Сталій розвиток туризму : теорія, методологія, реалії бізнесу / Т.І. Ткаченко. – К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2006. – 536 с.
4. Шульгіна Л.М. Маркетинг підприємств туристичного бізнесу : Моногр. / Л.М. Шульгіна. – К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2005. – 597 с.
5. Крайник О.П. Фінансовий менеджмент : навч. посібн. / О.П. Крайник, З.В. Клепкова. – Л.: Изд-во ДУ «Львівська політехніка» (Інформаційно видавничий центр «Інтелект +»); Ін-т підвищення кваліфікації та перепідготовки кадрів, 2002. – 257 с.
6. Жовновач Р.І. Планування діяльності підприємства / Р.І. Жовновач // Фінанси України. – 2003. – № 5. – С. 50-53.
7. Бланк И.А. Основы финансового менеджмента: Т.1 / И.А. Бланк. – К.: Ника-Центр, 1999. – 592 с.

Поступила в редакцию 01.12.2011 г.

Бантышева А.Л. Роль і місце фінансового менеджменту в системі управління підприємством туристичної галузі / А.Л. Бантышева // Учені записки ТНУ. Серія: Економіка та управління. – 2011. – Т. 24 (63), № 4. – С. 33-40.

Розглянуто сутність, значення, принципи організації та функції фінансового менеджменту як ефективного інструменту управління підприємством. Встановлено особливу актуальність ефективного управління фінансами для економічних суб'єктів туристичної галузі в сучасних умовах обмеженості фінансових ресурсів, складностей їх запозичення.

Ключові слова: фінанси підприємств, фінансовий менеджмент, фінансова діяльність.

Bantysheva A.L. The role and place of financial management in the enterprise management of travel and tourism industry / A.L. Bantysheva // Uchenye zapiski TNU. Series: Economy and management. – 2011. – Vol. 24 (63), № 4. – P. 33-40.

The essence, meaning, principles of organization and functions of an effective instrument of enterprise management (financial management) has been considered. Special relevance of managing finance for economic entities in travel and tourism industry under current conditions of financial resources scarcity and borrowing difficulties has been specified.

Keywords: enterprise finances, financial management, financial activity.

УДК 338.48(477.75)

НЕОБХОДИМОСТЬ РЕШЕНИЯ ПРОБЛЕМЫ НЕРАВНОМЕРНОГО ИСПОЛЬЗОВАНИЯ РЕКРЕАЦИОННОГО ПОТЕНЦИАЛА АР КРЫМ

Бессонова А.С.

*Таврический национальный университет имени В.И. Вернадского, Симферополь, Украина
E-mail: bessonowa.anna@rambler.ru.*

В статье рассматриваются проблемы неравномерного использования рекреационного потенциала АР Крым в аспекте круглогодичного функционирования туризма. Выделены факторы, препятствующие развитию зимних видов туризма в регионе, определена экономическая и социальная значимость функционирования системы горнолыжного туризма и рекреации, сформированы способы повышения конкурентоспособности региона и его туристического продукта.

Ключевые слова: рекреационный потенциал, зимние виды туризма, конкурентоспособность, сезонность туризма, социальная и экономическая функция туризма.

Постановка проблемы. В современных условиях особую важность имеет идентификация проблем, тормозящих функционирование туризма в регионах Украины, в частности, в АР Крым, и факторов, влияющих на негативную динамику развития отдельных составляющих туризма. Крымский регион как туристическая дестинация имеет значительный рекреационный потенциал, однако характеризуется слабым развитием активных видов туризма, что влечет за собой проблему сезонности в туризме и неравномерное использование туристического и рекреационного потенциала региона. Для устранения неравномерного спроса, связанного с туристической сезонностью, предприятия туризма Франции, Италии, Швейцарии и Австрии активно развивают горнолыжный туризм и уменьшают сезонные колебания посредством сочетания традиционных и нетрадиционных видов туризма. В то же время, районы предгорного Крыма, по мнению ученых-географов, являются перспективными в развитии спортивного туризма в регионе [11, с. 42].

Несмотря на всемирно признанную необходимость развития туристического сектора, на уровне национальных экономик мира существует много факторов, тормозящих его развитие. Оценка конкурентоспособности туризма 133 экономических систем всех регионов мира в 2008 году свидетельствует о том, что национальные экономики мира нуждаются в реформах по совершенствованию различных отраслей хозяйствования с целью улучшения конкурентоспособности стран в сфере туристической деятельности.

В современных условиях недостаточный уровень развития туристической деятельности региона влечет за собой неудовлетворительное качество туристических и сопутствующих услуг, нерациональное использование рекреационного потенциала, низкий уровень развития рекреационной инфраструктуры и неэффективное обслуживание туристов. Нерациональное использование рекреационного потенциала характеризуется проблемами,

связанными с сезонностью отдыха и недостаточным потоком туристов в регион в зимнее время года. Данный факт обусловлен неравномерным распределением рабочего времени – недостаточной загруженностью рабочих мест на предприятиях региона в зимнее время года, что связано с большой долей удельного веса не полностью занятых работников и текучестью кадров.

Анализ исследований и публикаций. Проблемы развития туризма и конкурентоспособности туристических услуг интенсивно исследуются отечественными учеными-экономистами, в частности, Александровой А. Ю., Биржаковым М. Б., Боголюбовым В. С., Квартальновым В. А., Слепокуровым А. С. Так, в работах Александровой А.Ю. отмечается важность формирования конкурентоспособного туристического продукта и исследования потребительских предпочтений посредством внедрения новых организационных структур туристического бизнеса. Слепокуров А.С. определяет факторы, влияющие на перспективность развития определенного вида туризма, в частности: развитость материально-технической базы; объем обслуживания туристов; объем туристических услуг; продолжительность пребывания туристов в стране; место туризма в системе отраслей экономики; количество прямо и косвенно занятых в обслуживании туристов, финансовые поступления от обслуживания туристов. С целью повышения конкурентоспособности туристического продукта Квартальнов В.А. предлагает внедрение несезонных форм обслуживания туристов и использование материально-технической базы для проведения мероприятий делового туризма при увеличении уровня использования основных фондов других отраслей – транспорта, питания, проживания.

Необходимость повышения конкурентоспособности на государственном, региональном, отраслевом уровнях, а также на уровне предприятия и отдельного продукта рассматривается Гуриевой Л.К., Бицовой С.М., Мигущенко Ю.В., Ручинской В.А., Соколовой Л.В. и др. Отечественные исследователи Гуриева Л.К. и Бицова С.М. определяют систему понятий конкурентоспособности региона, при этом соотносят понятия конкурентоспособности страны, региона, отрасли, кластера, предприятия и товара. Соколова Л.В. также проводит структурированную взаимосвязь приведенных понятий, утверждая, что «конкурентоспособность товара есть проявление конкурентоспособности предприятия, а конкурентоспособность предприятий отражает конкурентоспособность страны в целом». По мнению Мигущенко Ю.В., к проблемам развития конкурентоспособного туристического продукта в Украине следует отнести недостаточный уровень занятости населения, высокую трудовую миграцию, низкий уровень деловой активности, недостаточно высокие финансовые показатели деятельности предприятий, недостаточный уровень туристического имиджа региона.

В работах перечисленных авторов исследуются проблемы функционирования сферы туризма, направления новых форм ее развития, однако проблемы обеспечения конкурентоспособности туристической деятельности в аспекте ее круглогодичного функционирования исследованы явно недостаточно и нуждаются в углубленном изучении.

Целью данной статьи является формирование механизма устранения неравномерного использования туристического потенциала в аспекте круглогодичного функционирования туризма в АР Крым посредством внедрения системы зимних видов отдыха в регионе.

Достижение цели предусматривает выполнение следующих **задач**:

1. Определение проблем факторов сезонности, препятствующих развитию круглогодичного туризма и рекреации в АР Крым;
2. Выявление влияния функционирования горнолыжного туризма и рекреации в аспекте его экономической эффективности;
3. Обоснование социальной значимости развития зимних видов туризма и рекреации в регионе;
4. Внедрение комплексной системы управления горнолыжным туризмом и рекреацией для повышения конкурентоспособности государства, отрасли, предприятий туризма и туристического продукта АР Крым.

Основное содержания исследования. В современных условиях туризм АР Крым характеризуется сезонностью предоставления туристических услуг, значительным снижением ежегодного туристического потока в период с декабря по апрель. Сезонную неравномерность в туристических услугах можно снизить за счет опережающего развития предложения относительно спроса. В зарубежных странах развиты несезонные формы обслуживания туристов: материально-техническая база, например, используется для проведения мероприятий делового туризма – конгрессов, симпозиумов, форумов, конференций. При этом увеличивается уровень использования основных фондов других отраслей – транспорта, питания, проживания. [8].

По мнению отечественных исследователей, модель туризма может быть представлена системой, состоящей из трех секторов, напрямую связанных с туризмом. Первичный и вторичный секторы модели представляют собой предприятия и организации, функционирующие с целью «освобождения индивидуума от чувства усталости путем контрастной смены обстановки и вида деятельности», а также представляют отдыхающим возможность развлечься, при этом данные секторы формируют «индустрию туризма» [8]. Особый интерес представляет комплекс предприятий сопутствующего (третичного) функционального уровня, который формируют, вовлеченные в рекреационное обслуживание, организации других отраслей хозяйства. Сюда относят предприятия промышленности и сельского хозяйства, удовлетворяющие потребности рекреантов и туристов: «обеспечение необходимыми товарами, туристским снаряжением и спортивным инвентарем, поставка сырья, топлива, полуфабрикатов и других видов продукции», а также предприятия здравоохранения и образования.

Формирование и управление комплексом обозначенных предприятий в системе горнолыжного туризма и рекреации в АР Крым целесообразно рассмотреть как с экономической, так и с социальной точек зрения [5].

Для устранения сезонной неравномерности использования туристического потенциала в регионе целесообразно формировать спрос на туристический

продукт зимних видов туризма и рекреации. В рамках спортивной классификации к зимним видам спорта относят следующие: айсшток; биатлон; бобслей; горнолыжный спорт; ездовой спорт; керлинг; конькобежный спорт; лыжные гонки; лыжное двоеборье; прыжки на лыжах с трамплина; санный спорт; сноуборд; фигурное катание на коньках; фристайл; хоккей; хоккей с мячом; шорт трек. Данные виды спорта формируют систему зимних видов туризма и рекреации.

По мнению Куташева М., АР Крым имеет большой потенциал для развития зимних видов спорта. В настоящее время существует 13 трасс для катания на сноуборде и горных лыжах на Ангарском перевале и на горе Ай-Петри, объекты горнолыжной рекреации являются доступными (существуют троллейбусные и автомобильные сообщения), стоимость использования подъемника в зимний период 2010-2011 гг. составила 60-70 грн. в день [7]. Необходимо отметить, что популярность АР Крым как туристического региона резко возросла в последние годы, что связано, прежде всего, с увеличением расходов государства и субъектов туристической деятельности на активное рекламирование крымского отдыха и доступное, соответствующее возможностям туриста, ценообразование на предлагаемые услуги. Так, за период с 27 декабря 2010 года по 7 января 2011 года АР Крым посетило 46,6 тыс. отдыхающих, что на 31% больше, чем в 2009 г. При этом число представителей организованного отдыха составило 13,9 тыс. человек, что на 17,7% больше, чем за аналогичный период 2009-2010 гг. и на 36,6% превышает показатель 2008-2009 гг. [7].

В оптимальном сценарии решения проблемы недостаточного развития зимних видов спорта в Украине ставится задача совершенствования спортивной и туристической инфраструктуры соответственно международным стандартам путем поэтапного укрепления ее материально-технического, информационного и финансового потенциала с объединением финансовых ресурсов государства, местных общин, спортивных объединений, других общественных организаций физкультурно-спортивного направления и частных структур [2].

По спортивной инфраструктуре Украина в 10-15 раз уступает странам, сборные команды которых являются главными конкурентами Украины на мировой спортивной арене, в частности, Чехии, Эстонии, Беларуси, Болгарии, Латвии, Словакии. Такие государства, как: Германия, Канада, США, Австрия, Норвегия, Финляндия, Россия, Швеция – опережают Украину по уровню обеспечения населения спортивными сооружениями [2].

В нормативно-правовой базе Украины обозначена необходимость совершенствования спортивной инфраструктуры и развитие зимних видов спорта в государстве. Как отмечается в «Концепции государственной целевой социальной программы развития в Украине спортивной и туристической инфраструктуры в 2011-2022 гг.» N 2068-р от 27 октября 2010 года, на протяжении последних 15 лет наблюдается снижение зимних видов спорта и ослабление их социальных функций. Так, в период с 2001 по 2010 год количество занимающихся зимними видами спорта уменьшилось на 2741 человек

**НЕОБХОДИМОСТЬ РЕШЕНИЯ ПРОБЛЕМЫ НЕРАВНОМЕРНОГО
ИСПОЛЬЗОВАНИЯ РЕКРЕАЦИОННОГО ПОТЕНЦИАЛА АР КРЫМ**

и составляет, по статистическим данным, 14347 человек, или всего 2,26% от общего числа занимающихся спортом [2].

В 2007 году в решении Совета национальной безопасности и обороны Украины «О состоянии социально-демографического развития, здравоохранения и рынка труда в Украине» был зафиксирован рост депопуляции Украины и сокращение численности населения более чем на 6 млн. человек в период с 1991 года. Данная тенденция связана с увеличением показателей смертности, уменьшением рождаемости, сокращением продолжительности жизни. Средняя продолжительность жизни в Украине характеризуется негативной динамикой с 1991 по 1995 гг., что связано со спадом уровня жизни населения государства. После тенденции к улучшению состояния здоровья и увеличению продолжительности жизни в период с 1998 года наблюдается снижение продолжительности жизни до 2005 года с 68,6 до 67,3 лет [6, с. 570]. Данный спад в показателях обусловлен ухудшением социально-экономической ситуации вследствие экономического кризиса конца 1998 г. [10, с. 3]. Для сравнения необходимо отметить, что в Андорре наблюдается наибольшая средняя продолжительность жизни в мире на протяжении нескольких десятков лет [12]. Так, например, в 2003 году она составляла 83,49 года, в то время как в Украине – 67,8. В 2010 году наблюдается резкий спад в продолжительности жизни в Украине – с 73,5 года в 2008 до 68,5 лет в 2010 году (рис. 1).

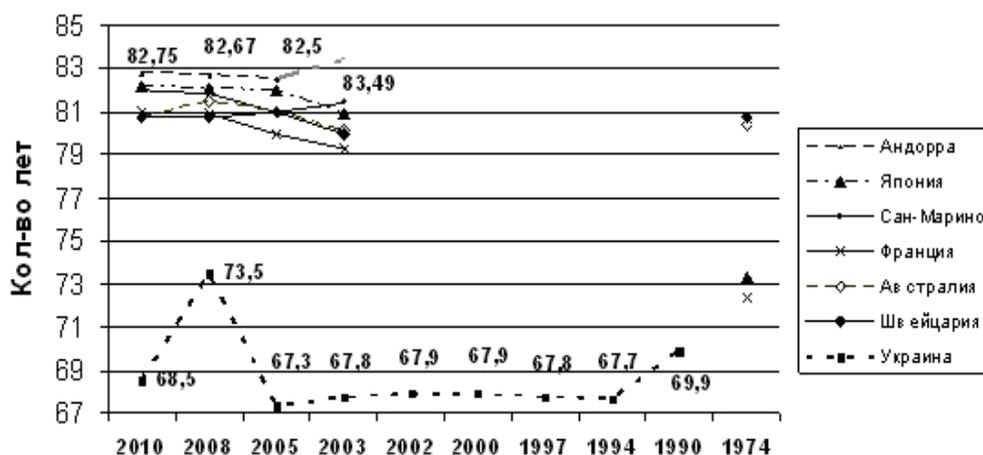


Рис. 1. Динамика средней продолжительности жизни в Украине и государствах Европы

Результаты исследований, полученные Нагорной А.М., показали, что по данным за 2008 год, в Украине «почти 9 из каждых 10 детей в возрасте 6 лет и старше занимаются физкультурой и спортом не менее 1 раза в неделю». У взрослого поколения данный показатель значительно ниже: 1/3 мужчин и 1/5 женщин, проживающих в городской местности, и 1/4 мужчин и 1/8 женщин,

проживающих в сельской местности [9]. Низкая физическая активность связана с недостаточно развитой инфраструктурой здоровья. По данным социологического исследования, проведенного среди 2000 украинцев старше 18 лет, занятых в различных сферах хозяйственной деятельности, такая проблема самочувствия, как «полное изнеможение или очень сильная усталость» получила наибольшее распространение – показатель 46 из 100 [6, с. 566].

Как отмечается в Концепции государственной целевой программы развития в Украине спортивной и туристической инфраструктуры в 2011-2022 гг., принятой Кабинетом Министров Украины 27 октября 2010 года, на протяжении пятнадцати лет в Украине наблюдается спад в развитии зимних видов спорта и существенное ослабление их социальных функций. Так, с 2001 по 2010 гг. количество жителей Украины, занимающихся зимними видами спорта, сократилось на 2741 и составляет 14347 человек, или 2,26% от общего количества тех, кто занимается спортом. Такая негативная тенденция привела к тому, что на протяжении пяти олимпийских циклов национальная олимпийская сборная завоевала всего одну золотую, одну серебряную и четыре бронзовые медали, а на XXI Зимних Олимпийских играх в 2010 году не завоевала ни одной медали [2].

Кроме ярко выраженной сезонности туризма АР Крым и слабо развитой спортивной и туристической инфраструктуры, способствует ряд факторов, негативно влияющих на конкурентоспособность региона на мировом рынке. К числу наиболее значимых проблем, следует отнести:

- высокую себестоимость услуг, предоставляемых субъектами туристической деятельности;
- несовершенство налогового законодательства, вследствие чего предприятиям туристической деятельности не выгодно использовать собственную прибыль на развитие материально-технической базы;
- недостаток средств в местных бюджетах для развития инфраструктуры курортов;
- неэффективное использование туристического потенциала горных и предгорных территорий;
- недостаточное количество курортных учреждений круглогодичного функционирования [5].

По конкурентоспособности среди 139 стран мира Украина занимает 83 место, по инновационной конкурентоспособности – 63 место. Число зарегистрированных проектов технологических парков в 2009 году составило 17 (по сравнению с 63 в 2004 г.). При этом по данным Концепции развития национальной инновационной системы, одобренной Кабинетом Министров Украины от 17 июня 2009 г. № 680-р, в 2009 г., среди 134 стран Украина заняла 37 место в сфере развития начального образования, в сфере развития высшего образования – 45 место, в сфере формирования фактического инновационного развития – 52 место, по оснащенности современными технологиями – 65 место, в сфере защиты прав интеллектуальной собственности – 114 место [3].

О необходимости повышения конкурентоспособности в различных сферах хозяйствования свидетельствуют нормативно-правовые документы Украины,

НЕОБХОДИМОСТЬ РЕШЕНИЯ ПРОБЛЕМЫ НЕРАВНОМЕРНОГО ИСПОЛЬЗОВАНИЯ РЕКРЕАЦИОННОГО ПОТЕНЦИАЛА АР КРЫМ

принятые на государственном, региональном и местном уровнях. Так, например, с целью повышения конкурентоспособности отечественной продукции на внутреннем и внешнем рынках Украины, Кабинетом Министров Украины было принято Постановление «Об утверждении Программы развития инвестиционной и инновационной деятельности в Украине» № 389 от 2 февраля 2011 г.

В «Государственной стратегии регионального развития на период до 2015 г.», утвержденной Постановлением Кабинета Министров Украины от 21 июля 2006 года № 1001, отмечается, что экономика Украины нуждается во внедрении новых подходов к использованию экономического, человеческого и природно-ресурсного потенциала регионов. Данные подходы обеспечат достижение нового уровня эффективности и конкурентоспособности экономики и жизни населения [1].

Конкурентоспособность человеческих ресурсов в Украине рассматривается в Постановлении Кабинета Министров Украины «Об утверждении основных направлений реализации государственной политики занятости на 2010-2011 гг.». При этом основной целью повышения качества конкурентоспособности рабочей силы является решение ряда поставленных задач, в частности: создание государственной системы профессиональной подготовки, переподготовки и повышения квалификации кадров; привлечение выпускников высших и профессионально-технических учебных заведений на рынки труда; внедрение механизма содействия трудоустройству выпускников учебных заведений соответственно законодательству.

Необходимость повышения конкурентоспособности туристической сферы Украины обуславливает развитие иностранного, семейного, молодежного отдыха и туризма, зимнего, морского туризма, нетрадиционных видов туризма, развитие фестивального движения. В Комплексной Программе социально-экономического развития Большой Ялты как курорта общегосударственного значения (Постановление Кабинета Министров Украины от 5 января 1998 г. № 9) обозначена целесообразность расширения временных границ курортного сезона до 7-8 месяцев с уровнем заполнения санаторно-курортных заведений не менее чем на 60% [5]. Кроме того, определяется цель привлечения дополнительного притока отдыхающих в весенний и осенний периоды за счет повышения уровня лечения, обслуживания и условий проживания, улучшения качества питания.

Выводы. Из проведенного исследования можно сделать вывод о том, что крымский регион характеризуется значительным потенциалом для развития зимних видов туризма, однако туристическая сфера АР Крым характеризуется сезонностью предоставления туристических и услуг и значительным снижением ежегодного туристического потока в период с декабря по апрель. С целью устранения данной негативной тенденции целесообразно формировать спрос на туристический продукт горнолыжного туризма и рекреации. При этом данный вид туристско-рекреационной деятельности может быть рассмотрен с позиции двух составляющих: экономической и социальной.

Экономическая значимость развития горнолыжного туризма и рекреации в АР Крым позволит увеличить заполняемость санаторно-курортных учреждений

Украины в зимний период за счет роста туристического потока, будет способствовать пополнению местных, региональных и государственного бюджетов; будет содействовать созданию новых рабочих мест и, тем самым, снизит уровень безработицы в регионе.

Социальная значимость развития туризма и рекреации заключается в таких важнейших функциях, как оздоровление нации, воспроизводство рабочей силы, увеличение продолжительности жизни и периода активного долголетия, сохранение генофонда нации и одновременное повышение уровня жизни, соблюдение экологических стандартов на основании сбалансированного использования природных лечебных ресурсов и территории курортов.

Рассматривая систему управления горнолыжным туризмом и рекреацией с позиции трех секторов обслуживания туристов, можно сделать вывод о том, что снижение спроса на продукцию отдельных отраслей хозяйствования во всей цепи межотраслевых связей и сезонный характер занятости населения характеризует замедление темпов роста производства. Данную негативную тенденцию возможно устранить развитием отдельных видов туризма, особенно тех, что обеспечивают круглогодичное производство и спрос на туристический продукт в течение всего года. Формирование комплексной системы управления горнолыжным туризмом и рекреацией в АР Крым позволит создать кооперационные связи между предприятиями первичного, вторичного и третичного секторов, обслуживающих сферу туризма региона, что позволит повысить производительность труда работников предприятий различных сфер хозяйствования и увеличить общий уровень состояния здоровья населения государства.

Список литературы

1. Государственная стратегия регионального развития на период до 2015 г. № 1001 от 21 июля 2006 г. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.rada.crimea.ua>. Проверено 10.01.12.
2. Концепция государственной целевой программы развития в Украине спортивной и туристической инфраструктуры в 2011-2022 гг. от 27 октября 2010 г. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.rada.crimea.ua>. Проверено 09.01.12.
3. Концепция развития национальной инновационной системы № 680-р от 17 июня 2009 г. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.rada.crimea.ua>. Проверено 10.01.12.
4. Об утверждении Программы развития Крыма как круглогодичного общегосударственного и международного курортно-рекреационного и туристического центра: Постановление Кабинета Министров Украины от 29 января 2003 г. №133. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://zakon1.rada.gov.ua>. Проверено 10.01.12.
5. Стратегия развития туризма и курортов от 6 августа 2008 №1088-р [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.rada.crimea.ua>. Проверено 07.01.12.
6. Даниленко И. В. Основные социальные детерминанты здоровья населения Украины (по результатам международного исследовательского проекта НИТТ-CIS) / И.В. Даниленко, К.А. Кизилова, И.И. Кузина, Н.Л. Маликова, А.В. Рапопорт, К.А. Телегина // Методологія, теорія та практика соціологічного аналізу сучасного суспільства: Збірник наукових праць. – Випуск 16. – Х.: ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2010. – С. 568-586.

**НЕОБХОДИМОСТЬ РЕШЕНИЯ ПРОБЛЕМЫ НЕРАВНОМЕРНОГО
ИСПОЛЬЗОВАНИЯ РЕКРЕАЦИОННОГО ПОТЕНЦИАЛА АР КРЫМ**

7. Зимний отдых и лечение в Крыму. Горнолыжный спорт в Крыму. Активный отдых зимой [Электронный ресурс] – Режим доступа:
<http://www.allkrim.ru>. Проверено 11.01.12.
8. Квартальнов В. А. Туризм / В. А. Квартальнов. – М.: Финансы и статистика, 2002. – 320 с.
9. Нагорная А. М. Обзор литературы и собственных исследований [Электронный ресурс] / А. М. Нагорная // Социально-экономические детерминанты здоровья населения Украины. Институт медицины труда АМН Украины. – Режим доступа:
<http://www.infmed.kharkov.ua/1rus.htm>. Проверено 12.01.12.
10. Обзор состояния здоровья и здравоохранения в Украине [Электронный ресурс] // База данных «Здоровье для Всех» (ЗДВ) Европейского Регионального Бюро Всемирной Организации Здравоохранения. Выпуск – январь 2000 г. – Режим доступа:
<http://shp.by.ru/health/lit/doc/who/state/e72372r.pdf>. Проверено 10.01.12.
11. Социально-экономическая география Украины / [под ред. О. Шабля]; пер. с укр. – Львов: Свит, 1998. – 640 с.
12. Статистика СНГ / Статистический бюллетень, март 2011 года – № 3 (498). – М.: Статкомитет СНГ, 2011. – С. 54-101.

Поступила в редакцию 01.12.2011 г.

Бессонова Г.С. Необхідність вирішення проблеми нерівномірного використання рекреаційного потенціалу АР Крим / Г.С. Бессонова // Учені записки ТНУ. Серія: Економіка та управління. – 2011. – Т. 24 (63), № 4. – С. 41-49.

У статті розглядаються проблеми нерівномірного використання рекреаційного потенціалу АР Крим в аспекті цілорічного функціонування туризму. Виділені чинники, що перешкоджають розвитку зимових видів туризму в регіоні, визначена економічна і соціальна значущість функціонування системи гірськолижного туризму і рекреації, сформовані способи підвищення конкурентоспроможності регіону і його туристичного продукту.

Ключові слова: рекреаційний потенціал, зимові види туризму, конкурентоспроможність, сезонність туризму, соціальна та економічна функція туризму.

Bessonova A.S. Necessity for the problem solution of unbalanced use of recreational potential of Autonomous Republic of Crimea / A.S. Bessonova // Uchenye zapiski TNU. Series: Economy and management. – 2011. – Vol. 24 (63), № 4. – P. 41-49.

The problems of unbalanced use of recreational potential of Autonomous Republic of Crimea in the context of the all-season tourism functioning are considered in the article. The factors which hinder the development of winter tourism in the region are emphasized, the economic and social importance of the ski tourism and recreation system functioning is defined; the means of competitiveness increase of the region and of its tourism product are formed.

Keywords: recreational potential, winter tourism, competitiveness, seasonality of tourism, social and economic function of tourism.

УДК 339.138:659.4

ПРАКСИОЛОГИЧЕСКИЙ ПОДХОД К ОПРЕДЕЛЕНИЮ ВЗАИМОСВЯЗИ КАТЕГОРИЙ «МАРКЕТИНГ» И «СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ»

Бузни А.Н., Бузни Е.Н.

Таврический национальный университет имени В.И. Вернадского, Симферополь, Украина

E-mail: tema@crimea.com

Негосударственная автономная некоммерческая образовательная организация «Институт индустрии моды», Москва, Российская Федерация

E-mail: bouzneu@mail.ru

В статье приводятся краткие данные исследования взаимосвязи категорий «маркетинг» и «связи с общественностью», позволяющие уточнить понимание сущности данных категорий и условия их взаимодействия.

Ключевые слова: маркетинг, связь с общественностью, праксиология, общественная система.

Постановка проблемы. Любой хозяйственный механизм, рассматриваемый как совокупность организационных структур и конкретных форм и методов управления [1], включает в себя элементы, категориальная сущность которых в данном механизме может отличаться от ее сущностной характеристики в другой общественной системе, понимаемой как множество моделей производителя-потребителя, моделей отношений, моделей ресурсов [2]. Этим, в частности, обусловливается многообразие различных толкований одного и того же термина применительно к той или иной общественной системе или организационно-экономическому механизму. Функциональная определенность элементов системы проявляется в их практической взаимосвязанной деятельности и потому может конкретизироваться на основе праксиологии, рассматриваемой в самом общем смысле как общая теория деятельности. Праксиология (греч. *prakti kos* — деятельный) — область социологических исследований, которая изучает методику рассмотрения различных действий или совокупности действий с точки зрения установления их эффективности [3]). Так, определения категории «маркетинг», количество которых превышает уже более двух тысяч, хотя и имеют различия, не взаимоисключающие, а, как правило, лишь дополняющие друг друга [4], тем не менее, осложняют достижение единства в понимании процесса. Сущность различий состоит в сфере рассмотрения этой категории, например как практической деятельности либо как философии или концепции, в сфере бизнеса или в любой сфере общественных отношений, как коммерческой деятельности или как функции управления и др. Аналогичные трудности наблюдаются и при определении относительно более «молодой» категории — «связи с общественностью», тоже имеющей уже более тысячи определений [5]. Две названные категории в теории часто рассматриваются как дискретные составляющие, как правило, одна в составе другой и в недостаточной мере в их взаимодействии.

**ПРАКСИОЛОГИЧЕСКИЙ ПОДХОД К ОПРЕДЕЛЕНИЮ ВЗАИМОСВЯЗИ
КАТЕГОРИЙ «МАРКЕТИНГ» И «СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ»**

Цель статьи состоит в том, чтобы на основе праксиологического подхода идентифицировать и дифференцировать категории «маркетинг» и «связи с общественностью» в условиях их взаимодействия.

Анализ существующих подходов к исследуемой проблеме.

Обычно взаимодействие маркетинга и связи с общественностью (Public Relations, PR) рассматривается в научной литературе при характеристике комплекса маркетинга, обстоятельно рассмотренного в трудах основоположника современной теории управления маркетингом Котлера Ф., затем Дайана А., Друкера П. [6-8], а также российских и украинских ученых: Багиева Г. Л., Басовского Л. Е., Близнюка С., Герасимчука В. Г., Голубкова Е. П., Павленко А.Ф., Старостиной А.О., Фатхутдинова Р.А. [9-16], в которых связи с общественностью рассматриваются практически в составе всех моделей комплекса маркетинга, начиная с первой модели «4Р» Маккартни Е. и впоследствии в других, расширенных моделях (табл. 1). В таблице позиции, предусматривающие связи с общественностью, выделены жирным шрифтом.

Таблица 1

Состав комплекса маркетинга в различных концепциях

Модели комплекса маркетинга				Элементы комплекса маркетинга		
8P	7P	5P	4P	Product	Товар	
				Price	Цена	
				Place	Рынок, место продажи	
				Promotion	Продвижение товара	
		People (personnel)	Персонал, оказывающий услугу			
					Process	Процедура оказания услуги
					Physical evidence	Материальные признаки процесса
					Perceptual psychology	Восприятие услуг потребителем
	4C				Customer needs and wants	Покупатели, нужды и потребности
					Cost	Стоимость товара
				Convenience	Доступность приобретения товара	
				Communication	Коммуникация, информированность	
4A				Acceptability	Приемлемость товара	
				Affordability	Возможность приобретения товара	
				Avialability	Наличие и доступность товара	
				Awareness	Осведомлённость о товаре	
4D				Data base management	Управление базой данных	
				Strategic design	Стратегия дизайна	
				Direct marketing	Прямой маркетинг	
				Differentiation	Дифференциация	

В представленных моделях (чаще их называют концепциями) связи с общественностью используются как инструмент маркетинга в системе коммуникации, продвижения (промоушинга) товара к потребителю, элементами которых называют имиджбилдинг, брендинг, рекламу, участие в выставках,

ярмарках в качестве способов управления спросом.

В то же время в исследованиях, посвященных связям с общественностью (Алешина И. В., Белов А. А, Блэк С., Борисов Б. Л, Викентьев И. Л. , Доти Д., Джефкинс Ф., Королько В. Г., Невзлин Л. Б., Пашенцев Е. Н., Почепцов Г. Г., Рева В. Е., Синяева И. М, Уткин Э. А., Чумиков А. Н., Шарков Ф. И., Яковлев И. [17-34]) маркетинг представлен либо одной из составляющих системы связи с общественностью (рис. 1), либо эти два направления деятельности дистанцируют в структуре предприятия в качестве самостоятельных подразделений (рис. 2) .

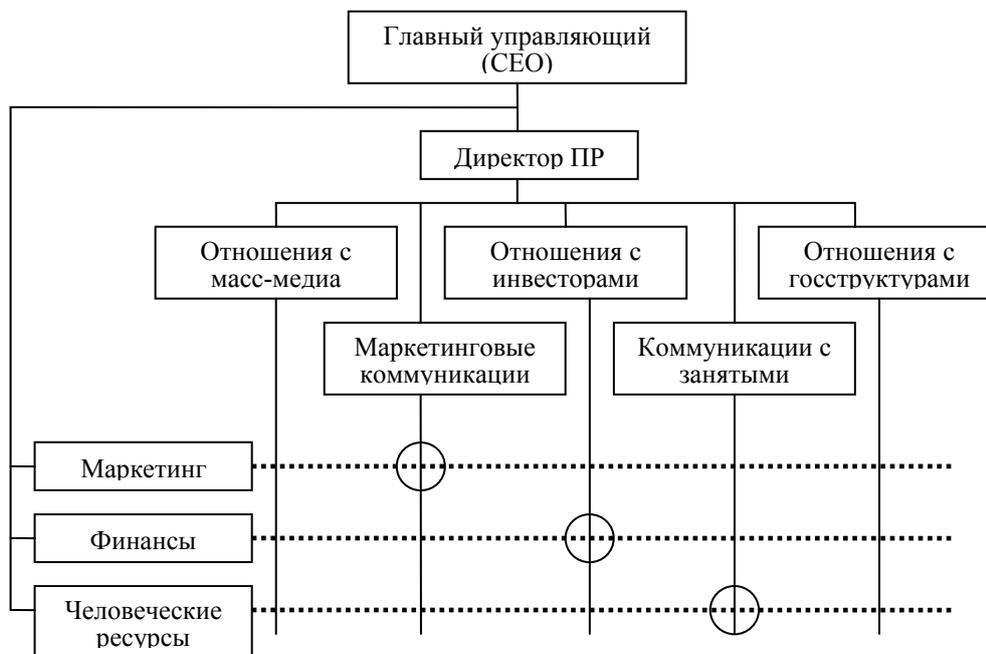


Рис. 1. Интеграция коммуникаций на базе PR-подразделения [17]

Алешина И. В. определяет сферы ответственности публик рилейшнз по направленности коммуникаций:

- отношения с СМИ (широкой общественностью);
- отношения с потребителями (consumer relations);
- отношения с занятыми (employee relations);
- отношения с инвесторами (investor relations);
- отношения с госструктурами (government relations);
- отношения с местной общественностью (community relations) [17].

В этой системе автор выделяет место маркетингу в направлении отношений с потребителями. В то же время, если в определениях комплекса маркетинга почти всегда при решении коммуникационных задач используются связи с общественностью, то в исследованиях связи с общественностью нередко о маркетинге нет упоминаний, хотя функции их во многом пересекаются и даже

смыкаются. Специальных исследований по функциональной взаимозависимости этих категорий в научной литературе нет.

Основные результаты исследования. Праксиологический подход предполагает исследование соотношения, структуры и характеристики всякой деятельности в целях выявления общих закономерностей и путей совершенствования этой деятельности. Соотношение категорий «маркетинг» и «связи с общественностью» целесообразно рассмотреть в сопоставлении их функций. Маркетинг является рыночной категорией и применяется, главным образом, в рыночном механизме, в модели общественной системы «производитель-потребитель», где его основные функции определяются векторной направленностью от производителя к спросу потребителя. Одним из главных постулатов маркетинга, при этом, является требование производить только то, что можно продать, а не продавать то, что уже произведено. Поэтому основные функции маркетинга заключаются в изучении спроса на продукт или услугу, отслеживать соответствие разрабатываемого и затем, производимого товара ожидаемому спросу на него, выявлять спрос на место и время приобретения товара, на способ предложения товара, спрос на цену, на сервисное сопровождение продажи, на информацию о товаре, на степень удовлетворенности спроса. То есть, задача специалиста по маркетингу (маркетолога) состоит в предоставлении руководству фирмы исчерпывающей аналитической информации о спросе потребителей товара и в отслеживании на всех этапах разработки, производства и продвижения товара к потребителю (логистика, реклама, брендинг, имиджбилдинг) их соответствие спросу. Кроме того, в современных условиях сервисизации экономики с принципами опережающего развития производства и предложения инновационной продукции и услуг, с новым содержанием которых потребитель может быть не знаком и потому спрос на них может отсутствовать, задачей маркетинга является предложение мероприятий по формированию и управлению спросом, тогда как реализация этих предложений остается функцией органов управления. В функции маркетинга не входит разработка товара, его изготовление и собственно продажа. Даже продвижение (доставка) товара к потребителю не относится к функции маркетинга, так как маркетинг является лишь основой для принятия управленческих решений.

В континууме названных функций маркетолог использует связи с общественностью. В процессе исторического развития общества и рыночных отношений в нем концепция традиционного маркетинга с ориентацией на спрос потребителя сменилась концепцией социально-ориентированного (экологического) маркетинга, вызванного необходимостью учитывать при производстве, например, наркотических веществ, алкогольной, табачной и другой подобной продукции, растущие потребности общества в здоровом образе жизни, требования общества к охране окружающей среды в техногенной деятельности. Однако в этом случае производители не столько по своей инициативе адаптируют свое производство к спросу общества, сколько вынужденно корректируют объемы производства, цены и условия продажи под давлением общественных организаций и государственных органов.

Связь с общественностью как профессиональная деятельность, направленная на создание тех или иных желаемых отношений между определенными субъектами или группами субъектов, в системе маркетинга применяется для информирования потребителей через СМИ, ярмарочно-выставочные мероприятия о предлагаемом товаре, а также для целенаправленного взаимодействия с различными контактными аудиториями (управленческими и контролирующими государственными и общественными органами, банковскими и страховыми организациями и т.п.) в целях более эффективного удовлетворения спроса или влияния на него. Этим взаимодействие маркетинга и связи с общественностью в системе «производитель-потребитель» ограничиваются.

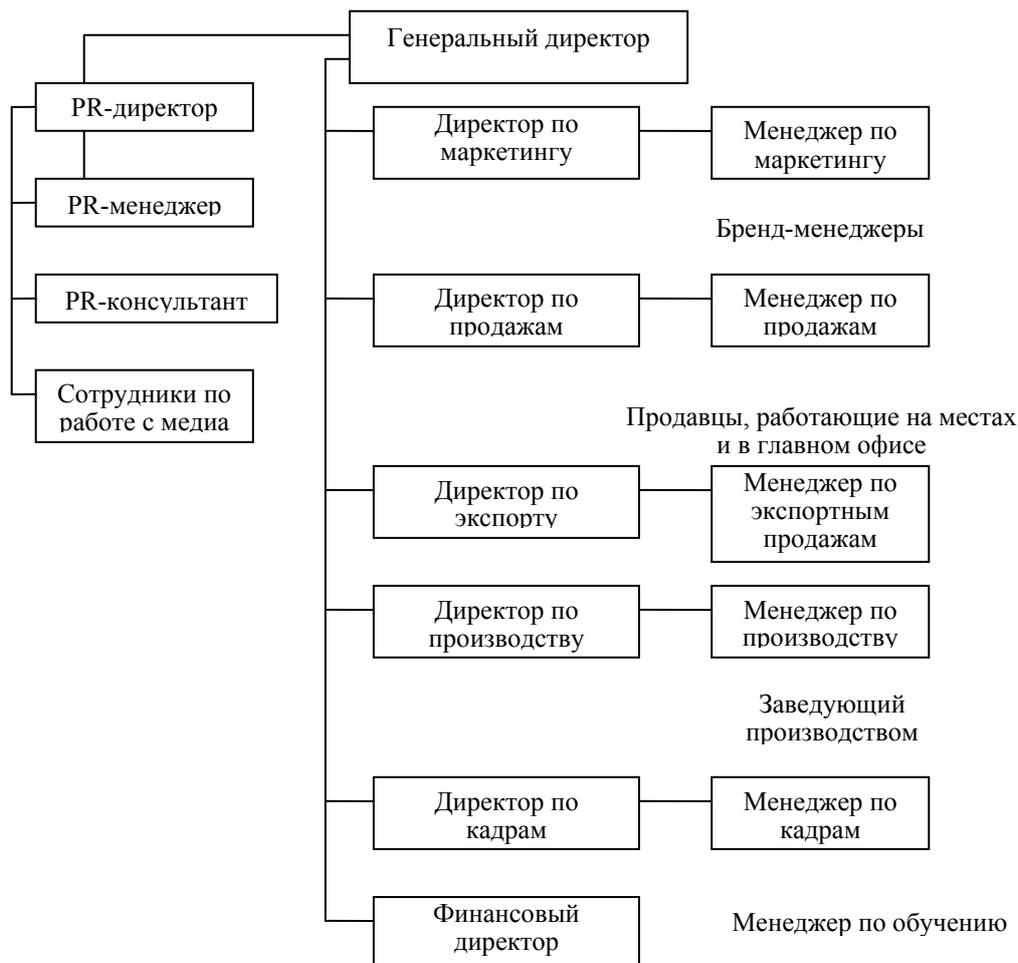


Рис. 2. Позиционирование PR-менеджера: непосредственное подчинение руководству компании и работа со всеми функциональными подразделениями компании [23]

Как отмечает Алешина И., PR-специалисты не стремятся подчиняться маркетинговой функции без видимой для себя необходимости, поскольку она ограничивает поле их деятельности маркетинговыми ориентирами и принуждает работать на продажи, сбыт продукции [17].

Связи с общественностью проявляются наиболее полно в общественной системе, представляемой моделью отношений. Применительно к производственной сфере ее вектор направлен от предприятия к обществу и обратно в целях привлечения внимания к себе, для удовлетворения потребностей предприятия. О спросе как маркетинговой категории, обозначающей платежеспособную потребность, тут уже речи нет, хотя отношения купли-продажи, легальные и часто нелегальные, нередко присутствуют.

По Шаркову Ф.И., перед службой связей с общественностью любой организации стоят задачи:

- постоянно предоставлять руководству организации информацию о мнении общественности по тому или иному направлению деятельности организации, ее лидерах, о реакции публики на проводимые акции и предпринимаемые действия;
- постоянно поддерживать доверие к организации;
- улучшать взаимоотношения между организацией и целевой общественностью [33].

В непроизводственной сфере масштабы, виды и функции связей с общественностью значительно многообразнее и рассмотрение их выходит за рамки данной статьи. Но в этом аспекте маркетинг используется PR-специалистами в качестве инструмента выявления и разработки путей удовлетворения спроса на PR-акции, что позволяет им быть наиболее эффективными.

Вывод.

Сущность категорий «маркетинг» и «связи с общественностью» состоит в отличающихся видах профессиональной деятельности специалистов в разных общественных системах: маркетинг – в системе «производитель-потребитель», а связи с общественностью – в системе человеческих отношений.

В сфере производства, а иногда и в непроизводственной сфере (система здравоохранения, культурно-просветительная деятельность и т.п.), маркетинг использует связи с общественностью в системе коммуникаций в качестве инструмента, повышающего эффективность его деятельности. В сфере иных общественных отношений связи с общественностью являются самостоятельным видом профессиональной деятельности, в структуре которой маркетинг используется в качестве инструмента, обеспечивающего эффективность удовлетворения спроса на PR-акции.

Список литературы

1. Райзберг Б.А. Современный экономический словарь / Б.А. Райзберг, Л.Ш.Лозовский, Е.Б.Стародубцева. – М.: ИНФРА-М, 2007. – 495 с.
2. Уфимцев В.А. Генология общества, 1996 [Электронный ресурс]. – Режим доступа к информации:
<http://econic.chat.ru/toext/geno01.htm>
3. Философский энциклопедический словарь. – М.: Советская энциклопедия, 1983. – 840 с.

4. Бузни А.Н. Маркетинг как организационно-информационная система / А.Н. Бузни // Экономика и управление. – 2006. – С. 82-89.
5. Бузни Е.Н. История связей с общественностью: [учеб. пособие] / Е.Н. Бузни. – М.: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2011. – 192 с.
6. Котлер Ф. Основы маркетинга / Ф. Котлер, Г. Армстронг, Дж. Сонсер, В. Вонг; [пер. с англ.]. – М.; СПб; К.: Изд. Дом «Вильямс», 2000. - 944 с.
7. Дайан А. Академия рынка: маркетинг / А. Дайан, Ф. Букерель, Р. Ланкар и др. – М.: Экономика, 1993. – 572 с.
8. Рынок: как выйти в лидеры / П. Друкер. – М.: Прогресс, 1992. – 350 с.
9. Багиев Г.Л. Маркетинг: учебник для вузов / [Г.Л. Багиев, В.М. Тарасевич, Х. Анн]; под общ. ред. Г.Л. Багиева. – М.: ОАО «Изд-во „Экономика“», 2001. – 703 с.
10. Басовский Л. Е. Маркетинг: [курс лекций] / Л.Е.Басовский. – М.: ИНФРА-М, 1999. – 219 с.
11. Основы маркетинга: [учебник] / Е.П. Голубков. – М.: Изд-во "Финпресс", 1999. – 656 с.
12. Стратегический маркетинг: [учебник] / Р.А. Фатхутдинов. – М.: ЗАО «Бизнес-школа «Интел-Ситнез», 2000. – 640 с.
13. Блізнюк С.В. Маркетинг в Україні: проблеми становлення та розвитку / С.В. Блізнюк. – К.: ІВЦ „Видавництво „Політехніка”, 2003. – 384 с.
14. Герасимчук В.Г. Маркетинг: Теорія і практика: [навч. посібник] / В.Г. Герасимчук. – К.: Вища школа, 2004. – 327 с.
15. Павленко А.Ф. Маркетинг: [підручник] / [А.Ф.Павленко, І.Л.Решетнікова, А.В. Войчак та ін.]; за наук. ред. д-ра екон. наук, проф., акад. АПН України А. Ф. Павленка; Кер. авт. кол. д-р екон. наук, проф. І.Л. Решетнікова. – К.: КНЕУ, 2008. – 600 с.
16. Старостіна А.О. Маркетинг: підручник / [А.О.Старостіна, Н.П. Гончарова, Є.В. Крикавський та ін.]; за ред. А.О. Старостіної. – К.: Знання, 2009. – 1070 с.
17. Алешина И.В. Паблик рилейшнз для менеджеров / И. В. Алешина. – М.: ИКФ „ЭКМОС”, 2004. - 480 с.
18. Белов А.А. Теория и практика связей с общественностью / А.А. Белов. – СПб.: Северо-Запад, 2005. - 208 с.
19. Блэк С. Введение в паблик рилейшнз / С.Блэк. – Ростов-на-Дону: Фенкис, 1998. – 320 с.
20. Борисов Б.Л. Технология рекламы и PR / Б.Л. Борисов. – М.: ФАИР-ПРЕСС, 2004. – 624 с.
21. Викентьев И.Л. Приёмы Public Relation / И.Л. Викентьев. – СПб.: "ТРИЗ-ШАНС" и "Бизнес-пресса", 2007. - 406 с
22. Варакута С.А. Связи с общественностью / С.А. Варакута. – М.: Инфра-М, 2009. – 208 с.
23. Джефкинс Ф. Паблик рилейшнз: [уч. пос. для вузов] / Ф. Джефкинс, Д. Ядин. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2003. – 416 с.
24. Доти Д. Паблсити и паблик рилейшнз / Д. Доти. – М.: «Филинь», 1998. – 288 с.
25. Королько В. Г. Основы паблик рилейшнз. Наукові основи, методика, практика: [підручник] / В.Г. Королько. – К.: Видавничий дім «Скарби», 2001. – 400 с.
26. Невзлин Л.Б. «Паблик рилейшнз» - кому это нужно? / Л.Б. Невзлин. – М.: Экономика, 1993. – 220 с.
27. Пашенцев Е.Н. Паблик рилейшнз от бизнеса до политики / Е.Н. Пашенцев. – М.: Фин-пресс, 2000. - 230 с.
28. Почепцов Г.Г. Паблик рилейшнз для профессионалов / Г.Г. Почепцов. – М.: Рефлбук; Ваклер, 2005. – 640 с.
29. Рева В.Е. Связи с общественностью: история, теория, практика / В.Е. Рева. – М.: Наука, 1997. - 136 с.
30. Синяева И.М. Паблик рилейшнз в коммерческой деятельности: [учебник] / И.М. Синяева. – М.:Юнити, 1998.-287 с.
31. Уткин Э.А. Управление связями с общественностью: [учеб. пособие] / Э.А. Уткин, В.В. Баяндаев, М.Л. Баяндаева. – М.: Теис, 2001. – 296 с.:
32. Чумиков А.Н. Связи с общественностью: теория и практика: [учеб. пособие] / А.Н. Чумиков, М.П. Бочаров. – М.: Дело, 2003. – 496 с.
33. Шарков Ф.И. Паблик рилейшнз: [учебник] / Ф.И. Шарков. – М.: Издательско-торговая корпорация "Дашков и Ко", 2010. - 332 с.

**ПРАКСИОЛОГИЧЕСКИЙ ПОДХОД К ОПРЕДЕЛЕНИЮ ВЗАИМОСВЯЗИ
КАТЕГОРИЙ «МАРКЕТИНГ» И «СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ»**

34. Яковлев И. Паблик рилейшнз в организациях / И. Яковлев. – СПб.: Петрополис, 1995. – 148 с.

Поступила в редакцию 01.12.2011 г.

Бузни А.М. Праксиологічний підхід до визначення взаємозв'язку категорій «маркетинг» і «зв'язки з громадськістю» / А.М. Бузни, Є.М. Бузни // Учені записки ТНУ. Серія: Економіка і управління. – 2011. – Т. 24 (63), № 4. – С. 50-57.

У статті наводяться короткі дані дослідження взаємозв'язку категорій "маркетинг" і "зв'язки з громадськістю", що дозволяють уточнити розуміння сутності даних категорій і умови їхньої взаємодії.

Ключові слова: маркетинг, зв'язки із громадськістю, прaksiологія, суспільна система

Buzni A.N. Praxiological approach to the definition of “Marketing” and “Public Relations” categories interrelationship /A.N. Buzni, E.N. Buzni // Uchenye zapiski TNU. Series: Economy and management. – 2011. – Vol. 24 (63), № 4. – P. 50-57.

The article deals with brief analysis of “Marketing” and “Public Relations” categories interrelationship that will help understanding of these categories essence and the nature of their interrelationship.

Keywords: marketing, public relations, praxiology, society system.

УДК 658.3.018

ПРОИЗВОДИТЕЛЬНОСТЬ И ЭФФЕКТИВНОСТЬ ПРОИЗВОДСТВА КАК ПАРАДОКС ИМПЛЕМЕНТАЦИИ

Василенко В.А.

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

Рассматриваются вопросы качественно-количественной трактовки производительности и эффективности, критический анализ которых выявил несостоятельность имеющихся подходов. Дается оценка и некоторые предложения по развитию и повышению результативности работы предприятий.

Ключевые слова: производительность и эффективность производства, оценка, развитие

Постановка проблемы. Производительность является показателем качества использования предприятием своих ресурсов, своего рода критерием эффективности деятельности организации, оказывая воздействие на конечные результаты ее деятельности – прибыль и рентабельность. Следовательно, можно утверждать, что одним из основных средств успешности экономической системы в быстро изменяющихся условиях среды является наличие эффективного управления, обеспечивающего формирование и реализацию такого варианта развития, который дает наилучшие в сложившейся ситуации конечные результаты субъектов экономики. При этом формирование эффективного воспроизводственного процесса (производства), является необходимым условием обеспечения экономического роста и устойчивого развития предприятий в современных условиях.

Понятие «рост производительности» не является каким-то новшеством. Однако данная экономическая категория, как проблема, постоянно стоявшая на повестке дня перед наукой и практикой в СССР, в последнее время почти забыта исследователями и практически отсутствуют научные публикации, посвященные данному вопросу. Последние двадцать лет проблема производительности не рассматривается в Украине ни на государственном, ни на региональном уровнях и отдана, по сути, «на откуп» предпринимателям. Показатель производительности труда исключен из статистической отчетности, программ развития экономики не только в Украине, но и в странах СНГ [1].

Такое положение сложилось вследствие затяжного экономического кризиса в 90-х гг. при переходе к рыночной экономике, когда наше государство утратило интерес к производительности труда, попутно исключив данный показатель из статистической отчетности предприятий. Это – следствие близорукости чиновников и уверенности в том, что: «частная собственность, заинтересованная в наращивании выпуска продукции, естественным образом обеспечит подъем производства, а значит и рост производительности труда» [2].

Анализ последних немногочисленных исследований и публикаций [1 – 5], показывает, что авторы, рассматривая различные аспекты затронутой

проблемы, сходятся во мнении, что вопросы роста производительности труда и производства являются основной и показателем эффективности деятельности предприятий. Так, например, в трудах российского ученого Михеева Д. [1, 2] рассматриваются вопросы производительности труда сквозь призму роста эффективности использования рабочей силы. Другой российский профессор Мацкуляк И.в своих работах, связанных с производительностью труда главное внимание уделяет сущности, уровням и формам ее проявления [3]. Исследователь Овчинникова Т.И. [4] связывает качественно-количественные характеристики производительности труда с эффективностью управления производством [5]. Тем не менее, **нерешенными аспектами** затронутой проблемы являются вопросы уточнения количественного определения производительности, а также качественных сторон рассматриваемой категории в увязке с эффективностью управления предприятиями, что и является обоснованием необходимости дальнейших исследований в этой области.

Поэтому **главной целью работы** является уточнение основных параметров количественного определения производительности и эффективности развития предприятий как основного показателя качества управления субъектами хозяйствования.

Основные результаты исследования. «Рост производительности труда является главным реальным источником преодоления негативных последствий как реформируемого периода, так и мирового финансового кризиса. Это важнейший фактор необратимости проводимых реформ, а, в конечном счете – улучшения жизни народа» – считает российский ученый, профессор Мацкуляк И. [3].

В период господства административно-командной системы экономики использовались показатели оценки производительности труда на основе отношения объема производства к числу работников (1) или к отработанному времени (2):

$$P_m = \frac{V_n}{N_p}; \quad (1)$$

$$P_m = \frac{V_n}{T_v}, \quad (2)$$

где: P_m – производительность труда за определенный период;

V_n – объем производства продукции за тот же период;

N_p – среднесписочное число работников, участвующих в производстве;

T_v – период времени (час, смена, месяц, год) на производство определенного объема продукции.

Правомочность таких подходов в нынешнее время вызывает обоснованные сомнения. Если в формулах (1,2) проанализировать содержательную сущность числителя (P) разложив его на составляющие, то оказывается, что потребительская стоимость произведенного продукта включает: себестоимость (прямые материальные затраты, стоимость эксплуатации оборудования,

энергоресурсы, зарплату рабочих, косвенные, затраты, связанные с реализацией и т.п.) и прибыль. Получается так, что чем выше затраты, входящие в числитель на отработанную единицу времени или работника (рабочего), тем выше будет производительность труда. Абсурд!

Сущность эффективности производства в какой-то мере отражает прибыль, находящаяся в числителе выражений (1,2). Можно было бы подискутировать с подходом, основанном на отношении прибыли (получаемой по результатам деятельности предприятия) ко времени, затраченному на получение этой прибыли. А в целом, в приведенных показателях (1, 2) очень ярко отображается затратная модель экономики [4], то есть ее неэффективность, что не укладывается в современный рыночный формат экономических отношений.

Российский профессор Мацкулак И. считает, что «под производительностью труда понимают степень его плодотворности». С таким тезисом трудно не согласиться. Однако далее автор пишет: «Она (*производительность*¹) измеряется количеством потребительных стоимостей, созданных в единицу времени, или величиной времени, затрачиваемого на единицу продукта труда»[3]. Иначе говоря – показатель производительности труда исчисляется отношением объема производства (выпущенной продукции) к единице времени (день, час и т.п.), то есть автор является сторонником того же, только что рассмотренного, подхода к производительности труда, существовавшего при административно-командной системе.

Ресурсосберегающей модели экономики необходимо эффективное использование всех ресурсов, задействованных в процессе производства продукции: труда, капитала, сырья и материалов, оборудования, энергоресурсов, информации и других факторов, позволяющее получать большую прибыль. Производительностью производства в таком случае измеряется соотношением эффекта (результата) (P) с затратами (Z) [4, 5], что соответствует оценке деятельности предприятий (эффективности), которая применяется в странах с рыночной экономикой и, которую многие понимают как «цену» за достижение конечного результата:

$$P_m = \frac{P}{Z} \quad (3)$$

Казалось бы, что при таком подходе руководители предприятий, в немалой степени заинтересованные в получении прибыли, должны повсеместно внедрять ресурсосберегающие технологии производства, новые виды продукции, новые машины, оборудование, другие инновации, с целью повышения производительности труда, его эффективности. Однако этого не случилось. Больше того, частная собственность в своем подавляющем большинстве в настоящее время является тормозом прогресса. Дело в том, что с переходом к рыночным отношениям многие украинские предприниматели и владельцы предприятий, как это ни парадоксально, слабо заинтересованы в росте

¹ Курсив здесь и далее автора, В.А. Василенко

**ПРОИЗВОДИТЕЛЬНОСТЬ И ЭФФЕКТИВНОСТЬ ПРОИЗВОДСТВА
КАК ПАРАДОКС ИМПЛЕМЕНТАЦИИ**

производительности труда своих работников. Они научились распознавать две формы эффективности – производительность труда и производительность производства. Их крайне интересуют объем конечной продукта и его реализация, но слабо волнует производительность труда работника, мерой которого является выработка. И это притом, что в сравнении с развитыми странами мира производительность труда в Украине очень низка.

В чем же дело? – возникает законный вопрос. Ответ простой – низкая стоимость трудовых ресурсов. Доля зарплаты на малых и средних предприятиях в Украине составляет примерно 11 – 12 %, (в СССР – 25 – 30%) от стоимости готового продукта, тогда как, например, в Германии, США и других развитых странах мира этот показатель равен 75 – 80 %. В Украине рост объемов производства достигается уже забытым, еще со времен СССР, экстенсивным путем. Благо – есть лишние рабочие руки, не требующие больших зарплат. «Если мало одного рабочего и не справляется с необходимым объемом работ, возьмем двух, трех – главное результат. Не покупать же станок или целую конвейерную линию!».

Заметим, что рост объемов производства далеко не всегда сопровождается ростом эффективности. Это связано с тем, что уровень производительности зависит не только от объемов производства, но и от затрат ресурсов. Объемы производства могут быть квазирастущими (например, без учета роста цен или инфляции) или при внесении избыточных ресурсов (например, трудовых, как оговорено выше). Может наблюдаться и обратный процесс, когда уменьшение объемов производства может сопровождаться увеличением производительности. В общем случае уровень производительности производства (эффективность) определяется изменением объемов производства, объемов продаж и затрат ресурсов, а также соотношением темпов этих изменений (табл. 1) [5].

Таблица 1

Вариативность изменений объемов производства и затрат, характеризующих
эффективность (результаты /затраты)

1. Объемы производства (результаты) растут, затраты уменьшаются
2. Объемы производства растут, затраты остаются неизменными
3. Объемы производства остаются неизменными, затраты уменьшаются
4. Темпы роста объемов производства превышают темпы роста затрат
5. Темпы снижения затрат превышают темпы снижения объемов производства

Приведенная таблица помогает не только установить взаимосвязи изменений объемов производства и затрат, но и глубже понять главный экономический смысл приведенной ранее оценки производительности с помощью выражения (3). Главный смысл состоит в том, что производительность возрастает с увеличением объема реализации продукции (работ, услуг), при постоянном уровне расходов или уменьшении последних. То же наблюдается и при определенном постоянном объеме реализации продукции, если снижаются затраты на ее производство. Выражение (3) способно отразить и обратную картину. Оно, в какой то мере,

отображает статичный постфактум (т.е. статику) такого экономического явления, как производительность производства. Иначе говоря, оценочный показатель производительности (3) пригоден для интерпретации вариантов 1 – 3 приведенной табл.1 и совершенно не способен представить количественно развитие процессов в динамике (позиции 3 и 4 табл.1). Больше того, формула (3), хотя и получила в настоящее время всемирное распространение как показатель эффективности работы организаций, при ближайшем рассмотрении имеет ряд недостатков и слабо отвечает своему назначению.

Проиллюстрируем ход наших рассуждений с помощью обычного «черного ящика» (рис.1):



Рис. 1. Принципиальная модель формирования прибыли

Анализируя компоненты рис. 1, необходимо вновь обратиться к структуре потребительской стоимости произведенного продукта, представляющей собой ни что иное, как результат, изложенной ранее при анализе формул (1,2). Тогда как затраты определяются разностью между полученным результатом (P) и прибылью π , обретенной от реализации произведенного продукта. Представим формулу(3) в виде:

$$P_m = \frac{P}{3} = \frac{3 + \pi}{3} = 1 + \frac{\pi}{3} \quad (4)$$

В соответствии с формулой (4) производительность производства (эффективность) в полной мере зависит от прибыли: с ее возрастанием растет и производительность; при отрицательной прибыли (убытке) производительность, исчисляемая по этой формуле, падает. Однако, общеизвестно, что уменьшение затрат при производстве каких либо продуктов должно вести к росту производительности [1-6], к сожалению, данная логика здесь не действует. Некорректность формулы (3) подтверждается, также и тем, что любые меры, направленные на интенсификацию производства, инновации, снижение или повышение материалоемкости, фондоотдачи, изменение структуры себестоимости, качественно-количественные и другие изменения – не отразятся на росте (падении) производительности труда.

На эффективность производства оказывают значительное влияние величина и качество фондовооруженности труда, то есть мера оснащенности труда основными производственными фондами (ОПФ), измеряемая отношением величины стоимости ОПФ к затратам живого труда (численность работников) [3,6]:

$$\Phi_6 = \frac{\Phi}{N_p}, \quad (5)$$

где: Φ_6 – фондовооруженность труда;
 Φ – величина стоимости ОПФ.

Профессор Мацкуляк И. [3] считает, что зависимость (5) следует принимать во внимание при рассмотрении влияния производительности труда на общую эффективность производства, потому, как *эффективно не любое повышение производительности труда, а только такое, когда экономия живого труда окупает дополнительные затраты на рост его технической оснащенности.*

Фондоотдача характеризует эффективность использования основного капитала. Она определяется путем деления стоимости произведенной за год продукции на среднегодовую стоимость ОПФ:

$$\Phi_o = \frac{V_p}{\Phi} \quad (6)$$

По мнению Мацкуляка И., между производительностью труда, фондоотдачей и фондовооруженностью существует тесная связь, выражена формулой [3]:

$$P_m = \Phi_o \times \Phi_6 \quad (7)$$

Из этой зависимости вытекает, что производительность труда повышается при условии, если растут фондоотдача и (или) фондовооруженность, и P_m падает в обратной зависимости. В то же время если производительность труда растет быстрее, чем его фондовооруженность, то растет фондоотдача. И наоборот, фондоотдача падает, если динамика производительности отстает от роста фондовооруженности.

К показателям эффективности производства относится и энергоемкость продукции. Этот показатель характеризует количество энергии, затрачиваемой на единицу выпуска продукции. С ростом энергоемкости продукции эффективность производства в обществе падает, и наоборот, снижение энергоемкости повышает эффективность общественного производства. То же самое можно сказать и о материалоемкости производства.

Таким образом, анализ приведенных частных показателей, с помощью которых измеряется результативность применения отдельных видов ресурсов (производительность труда, трудоемкость, материалоемкость, фондоотдача, фондовооруженность, энергоемкость и т.д.) подтверждает некорректность формулы (3) и ее *несостоятельность*.

Для характеристики эффективности производства иногда используют отношение рыночной стоимости произведенных выходов к общей величине затрат данного предприятия на израсходованные входы [6], известное как показатель «выход/вход» (см. рис.1). При этом сам «Выход» разными исследователями толкуется по-разному. Одни истолковывают его так, как представлено на приведенной иллюстрации, другие перемещают его вправо от имеющегося и совпадающего с блоком «ЦЕЛЬ», что инерпритируется как

«результат». Проанализируем оба варианта на основе уже рассмотренного подхода. Здесь, в обоих случаях «невооруженным глазом» видно, что, чем меньше величина на входе и чем больше она на выходе (независимо от того где он (выход) находится на самом деле), тем, казалось бы, эффективнее работает наше предприятие. Однако так ли это? Здесь, как и в предыдущем случае (формулы 3 и 4) *негативно срабатывает затратная составляющая числителя*: чем выше затраты на производство продукта (1-й вариант) и дополнительных затрат на его продвижение (2-й вариант), тем «эффективнее» результат. Тут уместно вспомнить и о прибыльной составляющей, входящий во второй вариант и в «результат» формул (3,4). Чем выше прибыль в формулах (3,4) и втором варианте подхода «выход/вход», тем выше показатель эффективности. Мы не будем здесь затрагивать социальную и этическую составляющую величины прибыли, а ее экономическую компоненту отдадим «на откуп» рынку, как регулятору ее формирования, сосредоточив внимание на других аспектах рассматриваемого подхода.

Весьма интересен для анализа обратный результат, то есть случай, когда затраты на «Входе» растут, а на «Выходе» уменьшаются. Плохо это или хорошо? На первый взгляд – плохо. Значит, падает эффективность – может заключить неискушенный исследователь. А, если затраты (стоимость) на «Входе» остаются неизменными, а показатели «Выхода» падают? Снижается эффективность? Казалось бы, да! Но на самом деле происходит обратное. В «черном ящике», где формируется продукт перерабатывающей подсистемой (см. рис.1) протекают производственные процессы по уменьшению добавленной стоимости, а значит и уменьшаются затраты на изготовление единицы продукции. Это разве плохо?

Теоретически возможен и такой вариант, когда стоимость «выхода», находящаяся в положении, представленном на рис.1. больше стоимости «входа», но:

- 1) продукт не реализован из-за отсутствия спроса;
- 2) продукт вообще не подлежит реализации из-за сплошного брака.

И, наконец, обратимся к еще одному ключевому (пока утопическому) варианту (опуская другие, как несущественные): цена на выходе практически равна стоимости входа, а качественный продукт выпущен и реализация его вполне реальна. О чем это говорит? В этом случае можно говорить об идеальности системы будущего (см. 3.3, [6]), что сегодня звучит как нонсенс, но, тем не менее, в совокупности с другими результатами подтверждает *полную несостоятельность последнего подхода, как и всех предыдущих* к определению производительности на микроуровне.

Проведем некоторую аналогию с ситуацией на макроуровне. В настоящее время в Украине наблюдается заметный рост объемов производства, что само по себе не так уж и плохо, но это ни в коем случае не говорит об эффективной экономике или производительности без учета соответствующих затрат, за счет которых достигнуто увеличение этих объемов. Например, рост ВВП не может достоверно отражать степень экономического роста без оценки производительности. Если показатели ВВП (или ВНП) и прибавочная (вновь

ПРОИЗВОДИТЕЛЬНОСТЬ И ЭФФЕКТИВНОСТЬ ПРОИЗВОДСТВА КАК ПАРАДОКС ИМПЛЕМЕНТАЦИИ

созданная) стоимость будут расти, а показатель производительности – снижаться (темпы роста затрат опережают темпы роста объемов производства), то это указывает на неэффективность экономики. В этом случае нельзя говорить о достижении каких-либо высоких результатов. Следовательно, проблема производительности (эффективности) требует своего разрешения на всех уровнях экономики.

Данную проблему на микроуровне можно разрешить, к примеру, снижением производством (перерабатывающей подсистемой) стоимости переработки хотя бы одного из важных ресурсов, подаваемого на «вход» в систему предприятия, сохранив неизменным или увеличив при этом «выход» (выпуск продукции) [6].

Отметим, что подавляющее большинство руководителей отечественных предприятий всех рангов хорошо понимают, что эффективное и, следовательно, производительное производство более рентабельно, но далеко не все этого могут добиться. Одни «хотят, но не могут», другие «могут, но не хотят». Часто вопрос заключается даже не в руководителях. Работники предприятия настороженно относятся к желанию «верхов» поднять производительность за счет интенсификации труда. Энтузиазм, трудовой запал и азарт, характерный для периода строительства социализма в СССР, давно ушел в прошлое, а рост производительности труда всегда приводил к более напряженному труду и не всегда этот труд достойно оплачивался. В то же время нежелание персонала участвовать в повышении производительности труда, неизбежно приведет к падению уровня реальной заработной платы, которая зависит от предельной производительности, представляющей собой приращение объема выпускаемой продукции, вызванное использованием дополнительной единицы труда при фиксированных остальных условиях [4].

Работники предприятия должны понимать не только важность роста производительности труда как источника большей заработной платы, но и требовать от руководства комплексного подхода к повышению производительности, как инструмента достижения специфических целей каждого из них.

Существует и другой, более кардинальный, но реальный подход, связанный с вмешательством государства – это рост минимальной зарплаты, как стимул повышения производительности труда. Повышение уровня оплаты труда увеличивает стоимость производимого продукта и поднимает предел производительности труда и экономически сдерживает желание руководителей привлекать дополнительных работников, мотивируя руководство более эффективно использовать живой труд. Рост зарплат побуждает работников к интенсификации труда, а руководство – к замене живого труда техникой, инновациям, что, в свою очередь, обеспечит дальнейший рост производительности остальных факторов производства [1]. В общем случае тезис достижения эффективности и прибыли можно представить в виде некоторой логико-графической модели (рис.2).

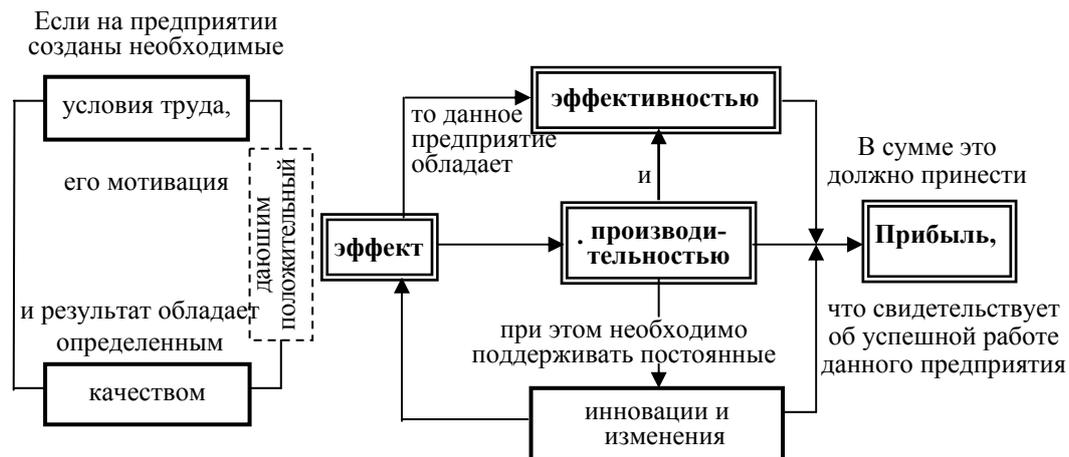


Рис.2. Взаимосвязь категорий «эффект – производительность – прибыль»

Согласно рисунку 2, эффект можно трактовать как достижение некоторого заданного результата: насколько хорошо выполнена задача по производству товара или услуги, удовлетворяет ли он потребителя и вообще стоит ли этот продукт производить. Большинство коммерческих предприятий функционируют не ради роста производительности труда, а ради повышения прибыли, как основной меры эффективности. Но в условиях инфляции прибыль не является надежным ориентиром устойчивости развития предприятия в долгосрочной перспективе. Мера производительности должна позволять анализировать состояние дел с поправкой на инфляцию, т. е. выступать как корректирующий коэффициент или играть самостоятельную роль в качестве критерия эффективности при корректном ее определении.

В этой связи особенно важным представляется согласование и реализация экономических интересов субъектов экономических отношений во временном аспекте. Сейчас уже недостаточно производить максимальный объем продукции надлежащего качества в единицу времени или соотносить его с величиной каких-либо затрат. Становится определяющим фактором не объем, а способность произвести быстрее своих конкурентов принципиально новую продукцию, удовлетворяющую потребность клиента на основе постоянных инновационных и структурных изменений. Мерой производительности в условиях глобализации может стать «*время*», *затраченное на то, чтобы новый товар вышел на рынок быстрее, чем у конкурентов при обязательном снижении расходов на производство качественной продукции.*

Определяющим обстоятельством в настоящий период становятся не только общий объем затрат предприятия, но и ряд других сопутствующих факторов. Например, при анализе материальных затрат необходимо учитывать не только цену приобретаемых материалов, но и затраты на их заказ, транспортировку, прием качества и хранение материалов, затраты на подготовку материалов к

ПРОИЗВОДИТЕЛЬНОСТЬ И ЭФФЕКТИВНОСТЬ ПРОИЗВОДСТВА КАК ПАРАДОКС ИМПЛЕМЕНТАЦИИ

реализации, транзакционные издержки т.п. По расходам на использование трудовых ресурсов кроме основных затрат необходимо учитывать: сверхурочные работы (почему); использование работников не по уровню квалификации и оплате (заниженной или завышенной); затраты, связанные с текучестью кадров; затраты, связанные с ошибками персонала из-за недостаточного уровня подготовки или слабого менеджмента и т.д.

Подобный учет должен постоянно проводиться по всем факторам производства, включая информационные ресурсы, и статьям внутренних и внешних, прямых и косвенных расходов, связанных как с производственной, так и непроизводственной деятельностью предприятия.

Выводы. Рассмотренные приемы и подходы, связанные с производительностью и эффективностью производства показывают многогранность и многовариантность задач, стоящих перед исследователями, экономистами и управленцами всех уровней. Некоторые из этих задач противоречат друг другу и это нормально. Ведь развитие осуществляется в постоянном устранении (сглаживании) существующих и, вновь возникающих противоречий (диалектика). Например, можно добиться поставленной цели, но только за счет привлечения сверхплановых ресурсов или организации сверхурочных работ. Или часто возможен конфликт между техническим творчеством и временем на его осуществление, творчеством и эффективностью производства. Конфликтная ситуация в нашем случае возникает при качественном и количественном толковании производительности, ее сущностной имплементации, что свидетельствует о необходимости их совершенствования и является задачей наших дальнейших исследований. Сейчас можно только сказать, что буквально все приведенные относительные показатели (в том числе и рентабельность) с математической точки зрения неверны или некорректны, так как не учитывают нелинейность экономических процессов, их синергизм.

Менеджеру приходится постоянно учитывать многие факторы, влияющие на производительность и эффективность работы предприятия не дожидаясь наших и других исследований. Поэтому, понимая сущность производительности, можно обратить внимание на формулу (4), имеющей в своем составе постоянную величину, равную единице. Вербальная трактовка данного выражения, хотя и будет носить некоторый односторонний характер, представляется следующим образом: чем выше прибыль, получаемая за счет роста объемов производства при постоянных затратах, тем меньшими будут расходы в этих условиях и тем выше будет производительность и эффективность производства.

Список литературы

1. Михеев Д. Эффективность труда - ключевой приоритет / Д. Михеев // Экономист. – 2008. – № 3. – С. 32-37.
2. Михеев Д. Эффективность труда – ключевой приоритет [Электронный ресурс]. – Режим доступа к сайту:
<http://institutiones.com/industry/1115-effektivnost-truda-klyuchevoj-prioritet.html>.
3. Мацкуляк И. Производительность труда: сущность, формы проявления, уровень / И. Мацкуляк // Экономика бизнеса» – 2009. – № 9 (9275). – С. 27-31.

4. Овчинникова Т.И. Производительность труда и эффективность управления производством / Т.И. Овчинникова // Кадры предприятия. – 2005. – №5. С. 37-42.
5. Современная концепция производительности [Электронный ресурс]. – Режим доступа к сайту: <http://www.hrliga.com/index.php?module=profession&op=view&id=447>.
6. Василенко В.А. Креативное управление развитием социально-экономических систем: [монография] / В.А. Василенко. – К.: Освіта України, 2010. – 772 с.

Поступила в редакцию 01.12.2011 г.

Василенко В.О. Продуктивність і ефективність виробництва як парадокс імплементації / В.О. Василенко // Учені записки ТНУ. Серія: Економіка і управління. – 2011. – Т. 24 (63), № 4. – С. 58-68.

Розглядаються питання якісно-кількісного трактування продуктивності і ефективності, критичний аналіз яких виявив неспроможність наявних підходів. Дається оцінка і деякі пропозиції по розвитку і підвищенню результативності роботи підприємств.

Ключові слова: продуктивність і ефективність виробництва, оцінка, розвиток

Vasilenko V.O. The performance and efficiency of production as an implementation paradox / V.O. Vasilenko // Uchenye zapiski TNU. Series: Economy and management. – 2011. – Vol. 24 (63), № 4. – P. 58-68.

The questions of high-quality-quantitative interpretation of the productivity and efficiency are examined, the walkthrough of which exposed insolvency of present approaches. An estimation and some suggestions is given on development and increase of the effectiveness work of enterprises.

Keywords: productivity and efficiency of production, estimation, development

УДК 656.072.6+659.113.25:911.375.62:338.49

РЕКРЕАЦІЙНА ПРИВАБЛИВІСТЬ І МАРКЕТИНГ ТУРИСТИЧНОГО РЕГІОНУ ЯК ОСНОВА РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ

Вершицький А.В.

*Таврійський національний університет імені В.І. Вернадського, Сімферополь, Україна
E-mail: vershitsky@ukr.net*

Розглянуто вплив наявності та стану туристичної інфраструктури на використання рекреаційних ресурсів регіону, проаналізовано розташування засобів розміщення туристів, як важливого елементу інфраструктури по регіонах АР Крим. Взаємодію транспорту і туризму розглянуто у якості фактору розвитку туристичної інфраструктури регіону. Проаналізовано структуру експорту санаторно-курортних, готельних і туристичних послуг по регіонах АР Крим. Запропонований розвиток туристичної інфраструктури у регіонах, що потребують і мають можливість залучення додаткових потоків туристів для досягнення збалансованості регіонального розвитку.

Ключові слова: туристична інфраструктура, рекреаційна привабливість, маркетинг туристичного регіону, регіональний розвиток.

Постановка проблеми дослідження. При розгляді рекреаційної привабливості і маркетингу туристичних регіонів маємо на увазі, насамперед той факт, що метою загальної маркетингової стратегії є залучення туристів у даний регіон. Туристичний регіон – це окрема територіальна одиниця, заснована на спільності природних, культурних чи історичних ресурсів, об'єднана загальною туристичною інфраструктурою, що сприймається як цілісний об'єкт, знаходиться в межах національних кордонів, може співпадати з конкретною адміністративно-територіальною одиницею, займає її частину чи поєднує кілька адміністративно-територіальних одиниць.

Однією зі специфічних рис маркетингу регіонів, на відміну від маркетингу національного рівня, є залучення не тільки іноземних туристів, але і внутрішніх. Відповідно маркетингові зусилля по просуванню здійснюються на двох рівнях: на зовнішньому ринку, як правило, відповідно до національних стратегій і при координації Національної туристичної адміністрації, та на внутрішньому ринку – регіоном самостійно. Ще однією специфічною рисою маркетингу можна назвати регулювання туристських потоків у той чи інший регіон у зв'язку з, наприклад, перевантаженням екологічної системи чи негативною реакцією місцевого населення на високий потік туристів.

Реформування санаторно-курортного і туристичного сектору є пріоритетним напрямком розвитку АР Крим, що відображено у Стратегії економічного і соціального розвитку Автономної Республіки Крим до 2020 р. Нерівномірність природно-ресурсного, виробничого і соціального потенціалу територій АРК, а також їх економічна спеціалізація і рівень розвитку інфраструктури стали причиною диспропорцій внутрішньорегіонального розвитку півострова [1].

Одним з інструментів перерозподілу туристичних потоків між регіонами, забезпечення збалансованості міжрегіонального розвитку підприємств індустрії туризму є розвиток туристичної інфраструктури. Інфраструктура повинна

забезпечувати необхідні умови для надання туристичних послуг і високу якість обслуговування туристів [2]. Розвиток інфраструктури повинен забезпечуватися загальнодержавними або регіональними органами влади з врахуванням рекреаційної привабливості туристичних регіонів, забезпечувати оптимальний рівень облаштування регіонів.

Питанням розвитку туризму та його інфраструктури присвячені дослідження багатьох вітчизняних і закордонних економістів, серед яких: Асплунд К., Джанджугазова Е.А., Гуляєв В.Г., Котлер Ф., Рейн І., Ткаченко Т.І., Хайдер Д., Яковлева С.І. та багатьох інших. Питання формування і просування територіального туристичного продукту з урахуванням регіональної специфіки, аналіз причин занепаду багатьох європейських місць відпочинку розглянуто в роботах Джанджугазової Е.А. [10], Котлера Ф., Асплунда К., Рейна І., Хайдера Д. [4].

В роботі Гуляєва В. Г. розглянуті питання туристсько-рекреаційних ресурсів і районування, державного регулювання туристичної діяльності, організаційні схеми управління туристичними підприємствами [3]. У роботах Ткаченко Т.І. і Яковлевої С.І. представлений аналіз функцій, складу і структури галузевих і територіальних інфраструктур [2, 9].

У проведених дослідженнях багато уваги приділяється галузевому і регіональному рівню розвитку туризму, розглянуто маркетинг місць і територій, функції, склад і структуру галузевих і територіальних інфраструктур, але комплексне питання розвитку інфраструктури туристичного регіону з урахуванням регіональної специфіки, напрямів розвитку, ресурсного потенціалу, існуючого попиту і пропозиції для такого регіону як Крим досі не вивчені детально, що і підкреслює актуальність дослідження.

Метою статті є визначення впливу туристичної інфраструктури на регіональний розвиток туризму і напрямів розвитку інфраструктури з урахуванням рекреаційної привабливості і маркетингу туристичних регіонів.

Виклад основного матеріалу. Рекреаційні ресурси розподілені на планеті вкрай нерівномірно, унаслідок чого усе більша кількість людей подорожує з рекреаційними мотивами. Ці рекреаційні подорожі (лікувальні, оздоровчі, пізнавальні) стали основою розвитку рекреаційного туризму. Також рекреаційні аспекти завжди присутні й у ділових видах туризму.

Під рекреаційними ресурсами розуміють сукупність природних і штучно створених людиною об'єктів, які придатні для створення туристичного продукту. Як правило, рекреаційні ресурси визначають формування туристичного бізнесу в тому чи іншому регіоні. Ці ресурси мають наступні властивості: привабливість, доступність, ступінь вивчення, екскурсійна значущість, соціальні і демографічні характеристики, потенційний запас, спосіб використання та ін. Дані ресурси використовуються в оздоровчою, лікувальною, туристичною, спортивною і пізнавальною метою [3]. При просуванні територій визначається 4 напрямки розвитку – іміджева, інвестиційна, туристична і соціальна привабливість [4].

Україна має багаті природно-кліматичні, культурно-історичні і національно-етнографічні ресурси, що створюють передумови для розвитку багатьох видів

РЕКРЕАЦІЙНА ПРИВАБЛИВІСТЬ І МАРКЕТИНГ ТУРИСТИЧНОГО РЕГІОНУ ЯК ОСНОВА РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ

туризму. Більшість регіонів України має туристичні ресурси, що належать до всіх трьох груп, що дає можливість виходу на туристичний ринок із привабливими туристичними пропозиціями. Близько 30% рекреаційних ресурсів України сконцентровані в Криму, і це при тому, що площа регіону складає всього 4,3% території країни [5].

Головним, в ефективному використанні рекреаційних ресурсів й забезпеченні високих результатів розвитку туризму, є наявність та стан туристичної інфраструктури. Інфраструктура туризму – ієрархічно організована сукупність взаємозалежних структур і ресурсний потенціал, що у комплексі створюють умови для туризму й обслуговують туристичну діяльність [6].

Однією з основних складових інфраструктури туризму є засоби розміщення. На 01 вересня 2011 року в АР Крим працювало більш ніж 3500 засобів розміщення, серед яких 123 санаторія, 121 пансіонат з лікуванням, більш ніж 3000 приватних домоволодінь з 10-ю і більш місцями. За оцінками експертів в автономії також працюють більш ніж 10000 засобів розміщення до 10 ліжко-місць (частки будинку і квартири). [5]. Розподіл основних офіційно зареєстрованих засобів розміщення по регіонах АР Крим наведений на рис. 1 і рис. 2.

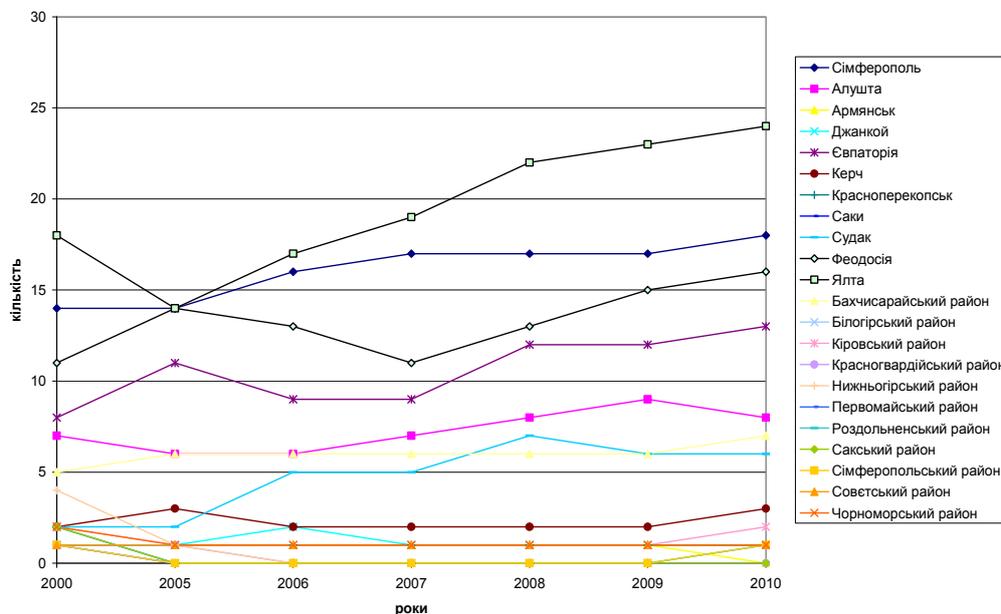


Рис. 1. Розподіл готелів і інших місць для короткострокового проживання по регіонах АР Крим [7]

За станом на 01.07.2011 року на території АР Крим зареєстровано 244 санаторія і пансіонату, більшість з яких мають потребу в комплексній модернізації і є потенційними інвестиційними майданчиками. При цьому відсутні інвестиційні проекти, що відповідають світовим стандартам [5].

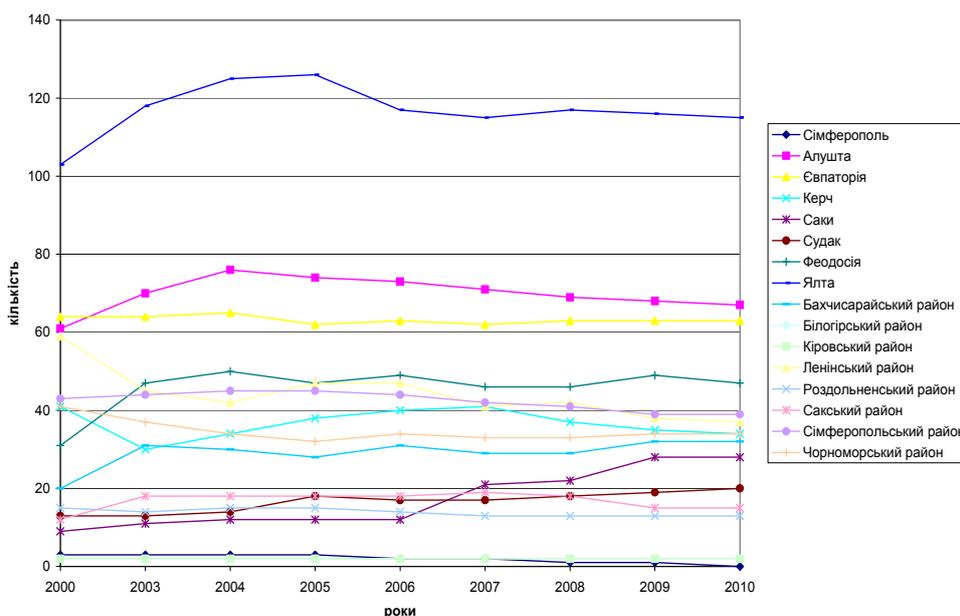


Рис. 2. Розподіл санаторно-курортних і оздоровчих установ по регіонах АР Крим [7]

Однак, однієї наявності інфраструктури, призначеної для туризму, недостатньо. Її необхідно розглядати в широкому розумінні: основні елементи інфраструктури повинні виконувати не тільки виключно рекреаційну функцію, але і служити провідними факторами поліпшення усього соціально-економічного життя регіону. Це повинна бути інфраструктура загального користування, що відповідає світовим стандартам і орієнтована на всіх жителів України та її відвідувачів.

Для організації інфраструктурного забезпечення рекреаційного процесу одне з ключових місць належить транспортній системі. Україна має мережу автомобільних доріг і залізниць, аеропортів, морських портів, але, у порівнянні з розвинутими країнами, забезпеченість і облаштування транспортними мережами залишається в Україні на низькому рівні. Наприклад у порівнянні з США в Україні на кожні 1000 кв. км. припадає 282 км. автомобільних шляхів, у США – 640 км., залізниць в Україні 29 км. на 1000 кв. км., у США – 51 км. [2]. В АР Крим ці показники ще гірші: 245 км. і 23 км. – відповідно [7].

Транспортні шляхи і транспортні засоби повинні відповідати міжнародним вимогам і надавати можливість здійснювати перевезення швидко, безпечно, надійно, комфортно. Саме вони є першою ланкою туристичного потоку іноземних громадян в Україну.

Питома вага експортованих послуг рекреаційної сфери в загальному обсязі всіх експортованих АР Крим послуг у 2010 році склала 37,4%, що вище рівня 2009 року (35,5%), але нижче 2008 року (46,5%). У 2010 році у загальному обсязі

експорту послуг рекреаційного комплексу АР Крим частка санаторно-курортних установ склала – 13,1%, туристичних підприємств – 13,0%, підприємств готельного господарства – 11,3%. Частка чотирьох регіонів АР Крим склала 95,4 % експорту послуг санаторно-курортного комплексу (м. Саки – 34,3 %, м. Ялта – 25,5 %, м. Євпаторія – 21,0 %, м. Алушта – 14,6 %), чотири регіони забезпечують 96,1 % туристських послуг (м. Сімферополь – 63,6 %, м. Євпаторія – 15,0 %, м. Ялта – 11,3 %, м. Судак – 6,2 %), чотири регіони забезпечують 70,3 % експорту готельних послуг (м. Ялта – 38,4%, м. Сімферополь – 16,9%, м. Алушта – 15,7 %, Сімферопольський район – 8,3 %) [8].

Взаємодія галузей транспорту і туризму допоможе кожній з них у короткий термін вирішити більшість питань, зокрема розвитку туристичної інфраструктури за напрямками національної мережі транспортних коридорів із залученням національного та іноземного капіталу, розвитку державно-приватного партнерства в розвитку інфраструктури.

Не менш важливою складовою інфраструктури є існуюча мережа прикордонних переходів із країнами-сусідами, її розширення і сервісна облаштованість. У 2010 році 76,6 % іноземних туристів прибули в АР Крим з Російської Федерації [8]. Але існує багато проблем з перетином державного кордону. Негативним прикладом є переправа Крим–Кубань: на перетин кордону і відстані близько 5 км. туристи витрачають мінімум 3 години і змушені чекати у багаточасовій черзі. Пором не здатен перевезти більш 3500 тис. людей та 100 автомобілів за день. Недостатній розвиток прикордонних переходів приводить до зниження туристичного потоку до залежних від нього регіонів.

Неможливий розвиток туризму без функціонування різних служб сервісу, розвитку суспільного харчування і побутового обслуговування, організації культурно-розважального обслуговування. Потрібен розвиток інфраструктури індустрії туризму, яка створює умови для функціонування підприємств, що входять до її складу [6].

Змінюються функції інфраструктури, її підприємства і мережі, змінюються потреби туристів та місцевого населення, але соціально-економічна і просторова роль інфраструктури залишається, і саме ці рольові функції характеризують інфраструктуру як активний фактор територіального розвитку [9].

Актуальною для туристських регіонів залишається проблема водопостачання і каналізації населених пунктів. Інфраструктурні питання, пов'язані із серйозними санітарними проблемами, повинні вирішуватися за допомогою комплексу проектів, спрямованих на розробку техніко-економічних обґрунтувань систем водопостачання, каналізації та очистки стічних вод з урахуванням механізмів фінансування, побудованих на співпраці між районами та цільовими населеними пунктами.

У незадовільному стані знаходяться під'їзні шляхи до пам'ятників історії, культури, природи, що користуються підвищеним попитом у туристів. Ці шляхи і туристичні маршрути, в більшості випадків, не обладнані, відсутнє їх маркірування як державною, так і на іноземною мовами [5].

Маркетинг туристської інфраструктури є одним зі стратегічних напрямків маркетингу території [10]. Це набуває особливої актуальності у зв'язку зі зниженням популярності традиційних видів туризму в АР Крим (рис. 3) [7, 8, 11, 12] і потребує розвитку нових туристичних послуг, залучення існуючих, та створення нових об'єктів інфраструктури, особливо у регіонах, які використовуються з туристичною метою ще недостатньо.

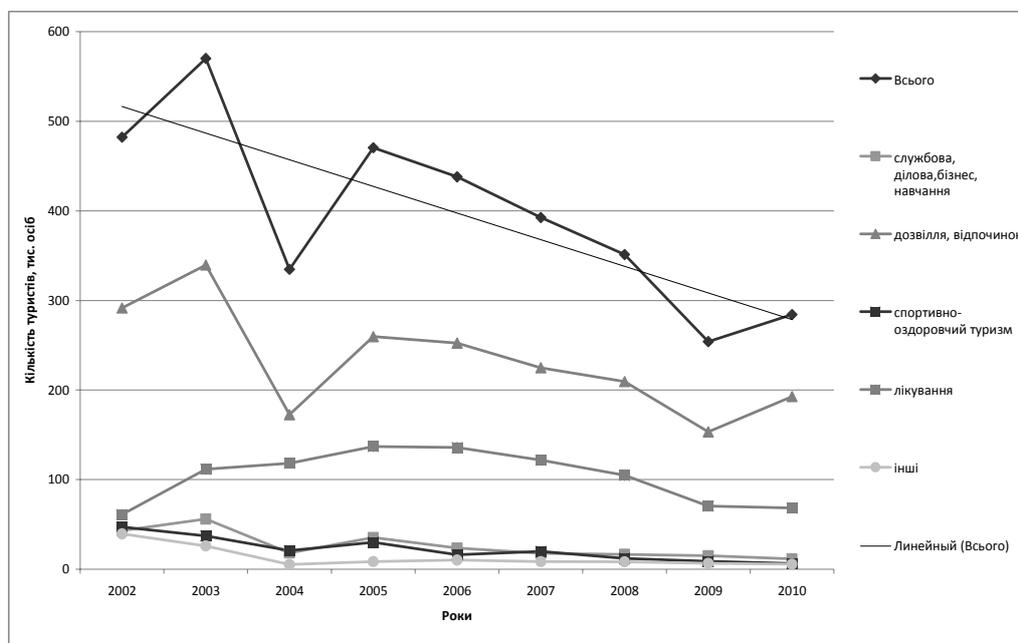


Рис. 3. Динаміка кількості туристів в АР Крим за видами туризму згідно статистичної звітності за формою № 1-ТУР

Забезпечення розвитку туристичних регіонів та їх інфраструктури дозволить досягти рівномірності і збалансованості антропогенного навантаження на рекреаційні території.

Висновки. Головним фактором ефективного використання рекреаційних ресурсів й забезпечення високих результатів розвитку туризму, є наявність та стан туристичної інфраструктури. Більша частина туристичної інфраструктури Автономної Республіки Крим не відповідає сучасним вимогам. Об'єкти туристичної інфраструктури розташовані по території півострова вкрай нерівномірно, що приводить до високої концентрації потоків туристів в окремих, найбільш розвинених туристичних регіонах.

Маркетинг туристичної інфраструктури є стратегічним напрямком розвитку туристичного регіону. У зв'язку зі зниженням популярності традиційних видів туризму в АР Крим потрібен розвиток нових, затребуваних ринком туристичних послуг, залучення існуючих, та створення нових об'єктів інфраструктури.

Розвиток туристичної інфраструктури найбільш потрібен у регіонах, що потребують залучення додаткових туристичних потоків для досягнення збалансованості міжрегіонального розвитку та у тих регіонах півострова, що мають можливості розвитку нових видів туризму і які будуть відповідати вимогам туристів.

Список літератури

1. Стратегия экономического и социального развития Автономной Республики Крым на 2011–2020 годы [Электронный ресурс] / Верховная Рада Автономной Республики Крым. – 2010. – № 121-6/10. – Режим доступа:
<http://www.warkgoŭua/blog/2010/12/15/strategiyarazvitiyaarkobsuzhdaemvmestē>
2. Ткаченко Т.І. Сталий розвиток туризму: теорія, методологія, реалії бізнесу: [монографія] / Т.І. Ткаченко. – К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2006. – 537 с.
3. Гуляев В.Г. Организация туристской деятельности: [учебное пособие] / В.Г. Гуляев – М.: Нолидж. – 1996. – 312 с.
4. Котлер Ф. Маркетинг мест. Привлечение инвестиций, предприятий, жителей и туристов в города, коммуны, регионы и страны Европы / Ф. Котлер, К. Асплунд, И. Рейн, Д. Хайдер. – СПб: Стокгольмская школа экономики в Санкт-Петербурге, 2005. – 376 с.
5. Программа развития и реформирования рекреационного комплекса Автономной Республики Крым на 2012–2013 годы [Электронный ресурс] // Верховная Рада Автономной Республики Крым. – 2011. – Режим доступа:
<http://www.wcrimeagovua/programmrazvitiya-2012-2013>.
6. Вершицкий А.В. Инфраструктурное обеспечение повышения конкурентоспособности туризма / А.В. Вершицкий, Е.Р. Вершицкая // Ученые записки Таврического национального университета им. В.И. Вернадского. Серия: Экономика и управление, 2010. – Т. 23 (62). – № 3. – С. 72-80.
7. Статистичний щорічник Автономної Республіки Крим за 2010 рік. – Сімферополь: Головне управління статистики в Автономній Республіці Крим, 2011. – 553 с.
8. Статистический бюллетень «Крым. Курорты. Туризм. 2010». – Симферополь: Министерство курортов и туризма АР Крым, 2011. – 28 с.
9. Яковлева С.И. Инфраструктурные системы: территориальное развитие и управление: [монография] / С.И. Яковлева. – Тверь, 2002. – 200 с.
10. Джанджугазова Е.А. Маркетинг туристских территорий: учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений / Е.А. Джанджугазова. – М.: Издательский центр «Академия», 2006. – 224 с.
11. Статистичний щорічник Автономної Республіки Крим за 2004 рік. – Сімферополь: Головне управління статистики в Автономній Республіці Крим, 2005. – 597 с.
12. Статистичний щорічник Автономної Республіки Крим за 2007 рік. – Сімферополь: Головне управління статистики в Автономній Республіці Крим, 2008. – 619 с.

Поступила в редакцію 01.12.2011 г.

Вершицкий А.В. Рекреационная привлекательность и маркетинг туристского региона как основа развития туристской инфраструктуры / А.В. Вершицкий // Ученые записки ТНУ. Серия: Экономика и управление. – 2011. – Т. 24 (63), № 4. – С. 69-76.

Рассмотрено влияние наличия и состояния туристской инфраструктуры на использование рекреационных ресурсов региона, проанализировано распределение средств размещения туристов, как важного элемента инфраструктуры по регионам АР Крым. Взаимодействие транспорта и туризма рассмотрено как важный фактор развития туристской инфраструктуры региона. Проанализирована структура экспорта санаторно-курортных, гостиничных и туристических услуг по регионам АР Крым. Предложено развитие туристической инфраструктуры в регионах, нуждающихся и имеющих возможность привлечения дополнительных потоков туристов для достижения сбалансированности регионального развития.

Ключевые слова: туристическая инфраструктура, рекреационная привлекательность, маркетинг туристического региона, региональное развитие.

Vershitsky A.V. Recreational attraction and marketing of tourism in the region as a basis for tourist infrastructure development / A.V. Vershitsky // Uchenye zapiski TNU. Series: Economy and management. – 2011. – Vol. 24 (63), № 4, – P. 69-76.

The influence of the presence and condition of tourist infrastructure for the region's recreational resources use is considered in the article, the dissemination of tourists' accommodation as an important infrastructure element in the regions of the Crimean Autonomous Republic is analyzed. Interaction of transport and tourism are considered as a basic factor for region's tourist infrastructure development. The structure of export of recreational, accommodation and tourist services in the regions of the Crimean Autonomous Republic. The development of the tourist infrastructure in the regions that need to attract additional tourists flow to achieve the balance of regional development is proposed.

Keywords: tourism infrastructure, recreational attraction, marketing tourism in the region, regional development.

УДК 65.012.32:334.735

ОРГАНІЗАЦІЙНІ НАПРЯМИ АДАПТАЦІЇ МЕХАНІЗМУ ГАЛУЗЕВОГО УПРАВЛІННЯ СИСТЕМОЮ СПОЖИВЧОЇ КООПЕРАЦІЇ УКРАЇНИ ДО НОВИХ ЕКОНОМІЧНИХ УМОВ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Власенко В.А.

*Вищий навчальний заклад Укоопспілки „Полтавський університет економіки і торгівлі”,
Полтава, Україна
E-mail: valentinpusku@mail.ru*

У статті розглянуто особливості галузевого управління підприємствами і організаціями системи споживчої кооперації України. Обґрунтовано необхідність впровадження механізму галузевого управління шляхом виділення організаційних форм і структур управління. Запропоновано напрями подальшого удосконалення галузей господарської діяльності: торгівлі, ресторанного господарства, заготівель. Узагальнено основні напрями виходу з кризового стану і подальшого розвитку кооперативних підприємств та організацій на макро- і мікроекономічному рівнях.

Ключові слова: кооператив, споживча кооперація, галузеве управління, роздрібна торгівля, оптова торгівля, ресторанне господарство, кооперативна промисловість, заготівельна галузь, сфера послуг, організаційно-економічний механізм управління розвитком системи.

Актуальність.

Перехід нашої країни до нових ринкових відносин, від соціалістичного господарства до економіки ринково-підприємницького типу викликав необхідність перегляду стану діючих та розробки нових систем управління. Різноманітні економічні процеси, що відбуваються у суспільстві, почали реалізовуватися через систему взаємовідносин між суб'єктами господарської діяльності. За таких обставин, кооперація виступає, з одного боку, одним із принципів ефективного управління бізнес-структурами, а, з іншого, – формою господарської діяльності відкритих та цілеспрямованих соціально-економічних систем.

Варто відзначити, що кооперація – один із найдивовижніших феноменів людської культури, витвір духу людини, живильна сила якого поширилася за свою майже 200-річну історію на всі галузі економічного життя. Вона набула специфічних видових характеристик. Один із найпопулярніших і найпоширеніших у світі її різновидів – споживча кооперація, завдання якої полягає у задоволенні потреб і прагнень людей як споживачів та захисті їх економічних інтересів [3].

В умовах трансформації ринкової економіки до євроінтеграційних процесів і адаптації національних підприємств до вимог Світової організації торгівлі споживча кооперація має найбільш перспективне майбутнє, оскільки вона єдина із соціально-економічних систем ринкового типу зберегла потужну матеріально-технічну базу, кваліфікований персонал і, найголовніше, свого головного інвестора – пайовика, який формує соціально-економічний базис її розвитку на рівні сіл, районних центрів, міст та міських утворень.

Проблема побудови ефективного механізму управління галузями господарської діяльності організацій та підприємств споживчої кооперації України є своєчасною у період системних трансформацій суспільства та окремих секторів національної економіки.

Теоретичні та прикладні основи дослідження особливостей функціонування організацій і підприємств системи споживчої кооперації, її становлення та розвитку заклали дослідники: Балін М., Витанович І., Макаренко А., Мартос Б., Туган-Барановський М., Чайанов О., а подальший стрімкий розвиток кооперативного руху пов'язаний із працями Алімана М., Апопія В., Бабенка С., Гелея С., Балабана П., Башнянина Г., Березіна О., Бернвальда А., Блістера В., Гончаренка В., Гончарука Я., Жигалова В., Маркіної І., Марцина В., Овчарука М., Семенова А., Скляра Г., Смірнова В., Ушакової Н., Фрідмана А., Хміля Ф., Шевченка А. та ін. [1-13, 16, 19-21].

За цей час було зроблено чимало досліджень у сфері управління підприємствами і організаціями системи споживчої кооперації. Проведені раніше дослідження стосувалися загальних аспектів розвитку системи [1, 2, 9, 19, 21], виділення галузевих особливостей діяльності кооперативних суб'єктів господарювання [4, 5, 6, 8, 10, 12, 16, 20], характеристики закономірностей функціонального управління [7, 13, 15, 18]. Проте, і надалі невирішеною залишається проблема формування цілісного організаційно-економічного механізму управління розвитком підприємств та організацій споживчої кооперації України із виділенням його структурних елементів. Одним із таких елементів є механізм галузевого управління кооперативними об'єктами, який потребує теоретичного обґрунтування та адаптації до вимог ринку.

Доцільність перебудови системи управління споживчою кооперацією України на основі територіально-галузевого підходу спричинена необхідністю її ринкової адаптації, підвищення ефективності функціонування з урахуванням стратегії розвитку господарської діяльності та наявних можливостей внутрішнього потенціалу. У зв'язку з цим набуває актуальності пошук шляхів науково обґрунтованого механізму формування ефективної системи управління на підприємствах і організаціях споживчої кооперації. Отже, об'єктивна необхідність подальшого розвитку теоретичних і методико-прикладних основ управління з урахуванням специфіки розвитку галузей господарської діяльності організацій і підприємств споживчої кооперації України обумовили практичну значущість та актуальність теми дослідження.

Метою статті є теоретичне обґрунтування та розробка прикладних рекомендацій щодо адаптації механізму галузевого управління системою споживчої кооперації України до умов трансформаційних змін національної економіки.

Відповідно до поставленої мети у роботі вирішено наступні завдання:

- розглянути особливості галузевого управління підприємствами і організаціями системи споживчої кооперації України;
- обґрунтувати необхідність впровадження механізму галузевого управління за рахунок виділення організаційних форм і структур управління;

**ОРГАНІЗАЦІЙНІ НАПРЯМИ АДАПТАЦІЇ МЕХАНІЗМУ ГАЛУЗЕВОГО
УПРАВЛІННЯ СИСТЕМОЮ СПОЖИВЧОЇ КООПЕРАЦІЇ УКРАЇНИ ДО НОВИХ
ЕКОНОМІЧНИХ УМОВ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ**

- запропонувати напрями удосконалення галузей господарської діяльності кооперативної системи господарювання;
- узагальнити основні напрями виходу з кризового стану і подальшого розвитку підприємств та організацій споживчої кооперації України.

Основні результати дослідження.

Загальновідомо, що споживча кооперація в Україні – це система самоврядних організацій, заснована на добровільному об'єднанні громадян для спільного ведення господарської діяльності з метою поліпшення свого економічного та соціального стану. Вона здійснює торговельну, заготівельну, виробничу та іншу діяльність, не заборонену чинним законодавством України, сприяє соціальному і культурному розвитку села, народних промислів і ремесел, бере участь у міжнародному кооперативному русі [17]. За організаційною ознакою система споживчої кооперації України включає споживчі товариства, спілки різних ланок (на рівні областей і районів), кооперативні об'єднання, підприємства та установи названих організацій, діяльність яких носить багатогалузевий характер.

Нами було встановлено, що механізм галузевого управління є складовим елементом загального організаційно-економічного механізму управління розвитком підприємств і організацій споживчої кооперації України [22, с. 122]. Тому процес його формування має спільні риси із загальним механізмом управління розвитком системи на рівні територіальних утворень.

1. Особливості формування механізму галузевого управління підприємствами і організаціями системи споживчої кооперації України.

З метою розробки і впровадження механізму галузевого управління на рівні обласних спілок споживчих товариств, райспоживспілок, районних споживчих товариств, сільських споживчих товариств, підприємств і об'єднань власного господарства системи необхідно розглянути сучасний стан та особливості розвитку організаційних форм і структур управління.

Різноманітність видів господарської діяльності системи споживчої кооперації нашої країни пояснюється її багатогалузевою горизонтально-функціональною структурою, а саме: торгівля товарами масового споживання, громадське харчування (ресторанне господарство), заготівлі і закупівлі сільськогосподарської продукції та сировини у населення, виробництво товарів народногосподарського призначення на власних промислових підприємствах, підсобне господарство, сфера послуг, капітальне будівництво і ремонт, зовнішньоекономічна діяльність, підготовка робітників масових професій та фахівців середньої і вищої кваліфікації у підпорядкованих системі вузах (академії, університеті, 2 інститутах), коледжах і технікумах тощо. Отже, розглянемо особливості функціонування і розвитку основних галузей кооперативної системи.

Активно діючою, домінуючою і основною галуззю системи споживчої кооперації є оптова і роздрібна торгівля, яка здійснюється переважно у сільській місцевості. Тому споживча кооперація в економіці нашої країни була і залишається однією із ключових торговельних систем на селі: вона відіграє велике значення у створенні торговельних зв'язків між містом і селом у процесі

забезпечення мешканців сільських місцевостей необхідною продукцією [14, с. 18-19].

Торговельна галузь споживчої кооперації України відіграє важливу роль у забезпеченні населення товарами і послугами, а працівників торговельних підприємств гарантованим місцем роботи і відповідним рівнем матеріального стимулювання. У процесі своєї трансформації вона потребує застосування нових підходів до системи управління нею, належного ресурсного і методичного забезпечення, відновлення відповідно до вимог інформаційного суспільства і модернізації діючої матеріально-технічної бази, впровадження гнучкого механізму управління розвитком її складових підсистем.

Роль і значення торговельної галузі полягає в тому, що вона: впливає на виробництво і споживання матеріальних благ; встановлює зв'язок між промисловим і сільськогосподарським комплексом національної економіки, між містом і селом шляхом забезпечення їхніх мешканців необхідним набором продовольчих та непродовольчих товарів; завдяки реалізації функції обміну товарами підтримує зв'язок між регіонами держави; сприяє підвищенню соціально-культурного рівня життя міського і сільського населення [15, с. 6].

Основними функціями роздрібною торгівлі споживчої кооперації є [10, с. 200; 11, с. 96]: управління товаропостачанням, забезпечення зберігання товарних запасів, управління асортиментом в магазинах, управління процесом торговельного обслуговування, забезпечення збереження та скорочення витрат, формування комплексу потреб сільських мешканців.

Специфічними організаційними формами управління роздрібною торгівлею системи споживчої кооперації України на різних рівнях виступають: міськкоопторг, роздрібне торговельне підприємство (РТП) „Коопунівермаг”, госпрозрахункове сільське роздрібне торговельне підприємство (СРТП), негоспрозрахункові роздрібні торговельні підприємства, спеціалізовані магазини та госпрозрахункові відокремлені підрозділи (ГВП). Останнім часом досить актуальним є модернізація діючих торговельних підприємств і створення сучасних широко спеціалізованих коопмаркетів, подібних до гіпер- і супермаркетів приватних торговельних комплексів, яких нині у системі налічується близько 900 одиниць.

Ступеневу структуру управління роздрібною торгівлею споживчої кооперації України можна подати у таблиці 1.

Сільські роздрібні торговельні підприємства (СРТП) здійснюють роздрібну торгівлю на території одного чи декількох сільських населених пунктів і являють собою групу організаційно об'єднаних магазинів. Завданнями СРТП є: організація торговельного обслуговування жителів сільських місцевостей, проведення роботи по закупівлі сільськогосподарської продукції і сировини у населення, надання приміщень цих магазинів як опорних пунктів для роботи з пайовиками [20, с. 205].

На території районів діють госпрозрахункові роздрібні торговельні підприємства (РТП) „Коопунівермаг”, що виступають юридичними особами і є основною організаційною формою торгових об'єднань на рівні райспоживспілок

**ОРГАНІЗАЦІЙНІ НАПРЯМИ АДАПТАЦІЇ МЕХАНІЗМУ ГАЛУЗЕВОГО
УПРАВЛІННЯ СИСТЕМОЮ СПОЖИВЧОЇ КООПЕРАЦІЇ УКРАЇНИ ДО НОВИХ
ЕКОНОМІЧНИХ УМОВ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ**

чи районних споживчих товариств. До складу коопунівермагів можуть входити спеціалізовані магазини, що надають торговельні послуги споживачам. РТП „Коопунівермаг” виступає як група об’єднаних навколо центрального магазину торговельних одиниць (його філій, магазинів), що розташовані навколо найближчих населених пунктів. Він у своїй діяльності підпорядкований правлінню райспоживспілки (районного споживчого товариства), очолюється директором, який призначається правлінням. Зауважимо, що чисельність його апарату управління визначається залежно від загальних обсягів роздрібногo товарообороту.

Таблиця 1

Ступенева структура управління роздрібною торгівлею споживчої
кооперації України [10, с. 201]

Рівень управління	Типові підрозділи	Функції
Укоопспілка	Управління організації торгівлі і харчування	Організаційно-методичне забезпечення, укладання договорів і контрактів, представництво, залучення в обіг місцевих ресурсів, управління підприємствами власного господарства.
Облспоживспілки (Кримспоживспілка)	Управління організації торгівлі і харчування	Організаційно-методичне забезпечення, укладання договорів і контрактів, представництво, залучення в обіг місцевих ресурсів, забезпечення товаропостачання через бази обласного підпорядкування.
Районний рівень (райспоживспілки)	Торговий відділ, госпрозрахункові підприємства, інші підрозділи	Планування товарообороту, розвиток матеріально-технічної бази роздрібної торгівлі, управління товаропостачанням і просуванням товарів до роздрібної мережі, організація обліку та звітності, залучення місцевих ресурсів в обіг.
Районні споживчі товариства (і при наявності в райспоживспілках негоспрозрахункових підприємств)	Торговий відділ, госпрозрахункові підприємства, інші підрозділи	Крім вищезазначеного, організаційно-оперативне управління торговими процесами, формування заявок, завезення продукції, її реклама.
РТП „Коопунівермаг”	Всі підрозділи	Планування товарообороту, управління асортиментом продукції та торговими процесами, контроль вибірки, повний облік і звітність, укладання договорів і контрактів.

Продовження таблиці 1

Сільське РТП (на повному господарському обліку)	Всі підрозділи	Участь у розробці планів організації роботи магазину, впровадження прогресивних форм обслуговування, організація кооперативно-масової роботи.
Інші типи підприємств (спеціалізовані)		Всі функції в залежності від ступеню самостійності підрозділів.

Управління роздрібною торгівлею в райспоживспілках здійснюється наступним чином: магазинами споживчих товариств – правлінням цих товариств; магазинами, що розміщені в районних центрах – правлінням райспоживспілки через створені ним роздрібні торгові об'єднання „Коопунівермаг”, або безпосередньо районним споживчим товариством, якщо магазини знаходяться на його балансі.

В організації управління оптовою торгівлею системи споживчої кооперації України найбільш важливими є комерційні (торгівельні) і технологічні (складські і транспортно-експедиційні) функції. Комерційні функції пов'язані із закупівлею товарів у постачальників і реалізацію їх покупцям. Технологічні операції виконують оптово-торгівельні бази, міжрайбази, господарські бази райспоживспілок (районних споживчих товариств), розподільчі склади, на яких здійснюється провідними спеціалістами підсортування, зберігання, транспортування продукції, а також переробка і фасування продовольчих товарів. Складські і транспортно-експедиційні операції організовує заступник директора і підпорядковані йому транспортний відділ і диспетчерська служба [16, с. 123; 20, с. 203-204].

Основними організаційними формами управління оптовою торгівлею системи споживчої кооперації України виступають [11, с. 95]:

- на рівні Укоопспілки – оптові бази республіканського підпорядкування;
- на рівні Кримспоживспілки та облспоживспілок – оптово-торговельні бази та міжрайбази; оптові бази обласного підпорядкування;
- на рівні райспоживспілок (районних споживчих товариств) – господарські бази райспоживспілок (районних споживчих товариств); розподільчі склади при райспоживспілках (районних споживчих товариствах);
- на рівні сільських споживчих товариств – розподільчі склади при сільських споживчих товариствах.

Необхідно зазначити, що в організаційній структурі управління оптовою торгівлею можна виділити спеціалізовані підприємства, об'єднання районних і обласних спілок споживчих товариств та Укоопспілки. Вона відрізняється вертикальною побудовою і характеризується керованістю структурних підрозділів (таблиця 2).

Ми вбачаємо подальшу раціоналізацію оптової ланки кооперативної торгівлі шляхом ліквідації господарських оптово-роздрібних контор, оптимізації

**ОРГАНІЗАЦІЙНІ НАПРЯМИ АДАПТАЦІЇ МЕХАНІЗМУ ГАЛУЗЕВОГО
УПРАВЛІННЯ СИСТЕМОЮ СПОЖИВЧОЇ КООПЕРАЦІЇ УКРАЇНИ ДО НОВИХ
ЕКОНОМІЧНИХ УМОВ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ**

чисельності міжрайбаз, госпрозрахункових баз райспоживспілок (районних споживчих товариств), розподільчих складів.

Таблиця 2

Організаційно-управлінська структура оптової торгівлі системи споживчої кооперації України [6, с. 30]

Рівень управління (суб'єкти управління галузей)	Типові підрозділи (об'єкти управління в залежності від галузей)	Наявна у системі матеріально-технічна база
Укоопспілка	Управління організації торгівлі і харчування	Оптові бази, їх інфраструктурне та інституційне забезпечення
Облспоживспілка (Кримспоживспілка)	Оптово-роздрібні контори, відділи організації торгівлі і харчування	Оптово-торговельні бази, міжрайбази, оптові бази та їх інфраструктура
Райспоживспілка (районне споживче товариство)	Торговий (комерційний) відділ	Госпрозрахункові оптові бази, розподільчі склади, магазини
Споживче товариство	Спеціалісти	Розподільчі склади, магазини, підприємства дрібно-роздрібної мережі

Надзвичайно важливою галуззю системи споживчої кооперації нашої країни є громадське харчування, яке поступово трансформувалося у ресторанне господарство. Його основними функціями є виробничі, комерційні і сервісні [10, с. 204-205], а саме:

1. Управління виробничими процесами (оперативне управління виробництвом) – забезпечення ритмічності роботи; оперативне планування організації технологічного процесу виробництва; управління постачанням; контроль виробництва та якості продукції; раціональна організація виробництва; реалізація продукції з мінімальними витратами.

2. Управління торговельною діяльністю (комерційні) – забезпечення виконання плану товарообігу; забезпечення реалізації товарів через буфети та столи замовлень; організація розрахунків з покупцями за продукцію власного виробництва.

3. Управління обслуговуванням споживачів (сервісні) – створення оптимальних умов для прийому їжі; забезпечення своєчасності прибирання об'єктів; скорочення витрат часу на одержання раціону; розробка графіків режиму роботи підприємств; виконання господарських завдань; втілення заходів наукової організації праці та комплексної системи управління якістю.

Основними об'єктами та організаційними формами управління громадського харчування (ресторанного господарства) є: об'єднання підприємств ресторанного господарства, комбінати громадського харчування, їдальні, ресторани, кафе,

кухні, бари, буфети, кулінарії тощо [11, с. 97].

Ключовою ланкою системи споживчої кооперації за умов ринку виступають госпрозрахункові об'єднання ресторанного господарства і комбінати громадського харчування, які мають у своєму складі кулінарний комбінат або фабрику, спеціалізовані цехи, розгалужену мережу інших підприємств. До складу об'єднань входять ресторани, їдальні, кафе та інші підприємства ресторанного господарства району або його частини. Структура управління госпрозрахункових об'єднань визначається їх завданнями та обсягом діяльності і залежить від ступеню спеціалізації об'єднання та інших факторів. Такі об'єднання функціонують на основі повного госпрозрахунку. Вони є юридичними особами, мають власний розрахунковий рахунок в банківських установах, їх завдання і функції визначені положенням, що затверджене правлінням Укоопспілки. Загальне керівництво об'єднанням здійснює директор на основі принципу єдиноначальності. Функціональний апарат управління розробляє плани виробничо-торгової діяльності і забезпечує їх виконання матеріально (постачає підприємства сировиною, матеріалами і товарами), веде облік та звітність і виконує ряд специфічних функцій [20, с. 85].

Ступеневу структуру управління ресторанним господарством споживчої кооперації України представлено у таблиці 3.

Ресторанне господарство є однією із провідних галузей споживчої кооперації України, має територіальну та галузеву структуру, різноманітні форми господарських утворень, та функції органів управління. Не менш важливими галузями господарської діяльності системи споживчої кооперації України, які підтверджують її цілісність і організаційну єдність, є заготівельна галузь і кооперативна промисловість.

Враховуючи взаємопов'язаність основних галузей споживчої кооперації, необхідно відзначити роль заготівель і переробки сільськогосподарської продукції та сировини. Заготівельно-виробничі підприємства споживчої кооперації України виступають сполучною ланкою між виробниками і споживачами сільськогосподарської продукції, основними посередниками на продовольчому ринку [8, с. 141]. Тому від діяльності і змін у системі управління заготівельної галузі багато в чому залежить успішне функціонування оптової і роздрібною торгівлі, ресторанного господарства та виробничої сфери.

Управління заготівельно-переробним комплексом включає такі взаємопов'язані процеси [20, с. 218-222; 10, с. 208-209; 11, с. 94]:

- управління закупівлею сільськогосподарської продукції і сировини – участь у плануванні виробництва господарств інших форм власності; зміцнення міжгосподарських зв'язків; здійснення мотиваційних заходів; організація прийому продукції у населення; формування асортименту товарів; реалізація товарів у порядку зустрічного продажу; організація зберігання продукції;

- управління виробництвом (переробкою) продукції на підприємствах – скорочення втрат сільськогосподарської продукції та сировини; збереження її якості; застосування сучасних технологій переробки продукції; продовження сезону закупівлі; втілення безвідходних технологій та економії ресурсів;

**ОРГАНІЗАЦІЙНІ НАПРЯМИ АДАПТАЦІЇ МЕХАНІЗМУ ГАЛУЗЕВОГО
УПРАВЛІННЯ СИСТЕМОЮ СПОЖИВЧОЇ КООПЕРАЦІЇ УКРАЇНИ ДО НОВИХ
ЕКОНОМІЧНИХ УМОВ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ**

забезпечення технологічних процесів переробки продукції;

- оперативне управління – виробниче планування робіт; забезпечення технологічних процесів переробки; управління матеріально-технічним забезпеченням; організація поточного контролю;

- управління збутом сільськогосподарської продукції і сировини (організація збуту продукції у роздрібній торговельній мережі) – організація виконання договорів та прямих зв'язків; забезпечення збуту за раніше розробленими графіками, заявками підприємств системи (міськкоопзаготпром, підприємства ресторанного господарства тощо).

Таблиця 3

Ступенева структура управління ресторанним господарством споживчої кооперації України [10, с. 206]

Рівень управління	Типові підрозділи	Функції
Укоопспілка	Управління організації торгівлі і харчування	Організаційно-методичне забезпечення, представництво, укладання договорів і контрактів, залучення в обіг місцевих ресурсів, управління підприємствами власного господарства.
Облспоживспілки (Кримспоживспілка)	Управління організації торгівлі і харчування, відділ громадського харчування	Організаційно-методичне забезпечення, представництво, укладання договорів і контрактів, залучення в обіг місцевих ресурсів, управління підприємствами власного господарства.
Райспоживспілки (районні споживчі товариства)	Торговий відділ, госпрозрахункові підприємства	Постачання товарами сільської мережі, укладання договорів і контрактів, залучення в обіг місцевих ресурсів.
Об'єднання підприємств ресторанного господарства (комбінати громадського харчування)	Всі підрозділи	Розробка планів розвитку, організація впровадження прогресивних методів обслуговування, розвиток виробництва напівфабрикатів, забезпечення сировиною і матеріалами, розробка заходів з раціонального використання ресурсів, сприяння діяльності кооперативів.
Підприємства ресторанного господарства	Всі підрозділи	Всі функції в залежності від ступеню самостійності підрозділів.

Господарська самостійність заготівельно-переробного комплексу безпосередньо пов'язана із організацією процесу дослідження потенційних

ресурсів сільськогосподарського виробництва, розробкою планів закупівель сільськогосподарських продуктів та їхньої переробки, укладанням договорів з підприємствами АПК і громадянами (власниками підсобних господарств), розвитком матеріально-технічної бази заготівельних і переробних підприємств.

Основними об'єктами управління у заготівельно-переробному комплексі системи споживчої кооперації України є райкоопзаготпром та сількоопзаготпром. До розгалуженої структури райкоопзаготпрому, входять: переробні підприємства, сховища, склади, кооперативи з переробки та закупівлі сільськогосподарської продукції і сировини, холодильники і комплексні приймально-заготівельні пункти у селах. Сількоопзаготпром включає до свого складу: переробні пункти, приймально-заготівельні пункти, сховища, склади, кооперативи із заготівлі та переробки сільськогосподарської продукції. Сількоопзаготпроми утворюються, як правило, на основі існуючих комплексних приймально-заготівельних пунктів та переробних підприємств і повинні закуповувати у населення всі види сільськогосподарських продуктів, переробляти ці продукти і надавати населенню відповідні послуги з обслуговування [16, с. 131-132].

Необхідно відзначити, що структура управління райкоопзаготпромів на рівні райспоживспілок та районних споживчих товариств визначається обсягами планового заготівельного обороту, а також завданнями і функціями, які покладено на основних спеціалістів.

Діяльність заготівельних підприємств сприяє вирішенню господарських і соціально-економічних проблем, передусім у сільській місцевості, а саме: задоволення потреб членів споживчих товариств і спілок у збуті виробленої ними продукції; забезпечення власних переробних підприємств сільськогосподарською сировиною; поповнення товарних ресурсів продовольчого ринку держави.

Надзвичайно пов'язаною із попередньою галуззю споживчої кооперації є кооперативна промисловість (виробнича діяльність), що складається із двох основних підгалузей: виробництва непродовольчих товарів (в тому числі ремонтні підприємства) та виробництва харчової продукції. За обсягами валової продукції, що припадає на одне підприємство, харчова промисловість займає суттєве місце в кооперативному виробництві. Більшість із підприємств, що здійснюють виробничу діяльність, підпорядковані безпосередньо районним кооперативним організаціям [16, с. 135; 20, с. 86].

Особливостями виробничої діяльності системи споживчої кооперації України є те, що її функціями, є: комерційні (постачання, збут та реалізація продукції), виробничі (закупівля сировини, забезпечення її реалізації) та функції з управління закупівлями [10, с. 212].

Основними типами організаційних форм управління виробничою діяльністю системи споживчої кооперації України є: хлібопекарні заводи (комбінати), ковбасні та копильні цехи, рибні виробництва, підприємства (цехи) по виробництву безалкогольної продукції, транспортні підприємства (виробничі автотранспортні об'єднання облспоживспілок, автоколони), крупорушки, маслобойні, промкомбінати, ательє тощо [16, с. 86-87; 11, с. 95]. У системі на рівні райспоживспілок і районних споживчих товариств, де обсяг валової

**ОРГАНІЗАЦІЙНІ НАПРЯМИ АДАПТАЦІЇ МЕХАНІЗМУ ГАЛУЗЕВОГО
УПРАВЛІННЯ СИСТЕМОЮ СПОЖИВЧОЇ КООПЕРАЦІЇ УКРАЇНИ ДО НОВИХ
ЕКОНОМІЧНИХ УМОВ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ**

продукції достатньо великий, існують госпрозрахункові об'єднання виробничих підприємств, найбільш розповсюдженими їх типами є хлібокомбінати і промкомбінати.

Ступеневу структуру управління виробничою галуззю системи споживчої кооперації України представлено у таблиці 4.

Таблиця 4

Ступенева структура управління виробничою галуззю системи споживчої
кооперації України [10, с. 213]

Ступінь управління	Типові підрозділи	Функції
Укоопспілка	Управління інвестицій і техніки, відділ хлібопечення	Організаційно-методичне забезпечення, укладення договорів і контрактів, представництво, залучення в обіг місцевих ресурсів, управління підприємствами власного господарства.
Облспоживспілки (Кримспоживспілка)	Управління (відділ) кооперативної промисловості; відділ інвестицій і техніки	Організаційно-методичне забезпечення, укладення договорів і контрактів, представництво, залучення в обіг місцевих ресурсів.
Райспоживспілка (районний рівень)		Крім вищезазначених, існують додаткові в залежності від ступеню самостійності підвідомчих підприємств.
Виробничі комбінати, підприємства	Всі підрозділи	Комплекс функцій в залежності від ступеню економічної самостійності.

Для кожного виробничого підприємства споживчої кооперації на різному рівні управління структурна підпорядкованість підрозділів буде змінюватися. Такі зміни будуть залежати від фінансово-господарського стану підприємства, наявної кількості працюючих в ньому, видів діяльності і характеру продукції, що випускається.

Особливо активними темпами в останній час розвивається сфера послуг. Підприємствами споживчої кооперації надається широкий спектр різноманітних послуг щодо надання інформації виробничим, сільськогосподарським та іншим підприємствам (організаціям, установам) про попит, реалізацію, збереження, транспортування продукції до місць споживання, закупівлю, переробку та продаж продукції через мережу власних кооперативних закладів [15].

Найбільшу частку у структурі послуг, що надаються у споживчій кооперації, складають послуги безпосередньо населенню в формі торгових і побутових послуг [16, с. 142-143; 20, с. 222].

Всі види послуг, що надаються в магазинах і на підприємствах ресторанного господарства, можна умовно поділити на: послуги, що пов'язані із процесом продажу товарів (продукції) і вільні (безпосередньо не пов'язані з купівлею).

Послуги першої групи є безкоштовними (входять в ціну товарів) і характеризують якість обслуговування населення. Вільні послуги надаються окремо від товару і є зазвичай платними [20, с. 223; 10, с. 215].

Основною метою надання послуг магазинами, підприємствами ресторанного господарства і заготівельно-переробного комплексу є повне задоволення потреби населення у товарах і послугах, створення кращих умов для розвитку власного підсобного господарства шляхом підвищення якості обслуговування, економії часу та покращення умов життя і побуту сільських мешканців. Управління сферою послуг у споживчій кооперації здійснюється відповідними управліннями і відділами споживспілок (торговельними, заготівельними). Велике значення відіграють бюро обслуговування (довідкові бюро), що створюються при коопунівермагах, а також бюро торгових послуг при кооперативних ринках. Управління сферою послуг, що надаються підприємствами заготівельно-переробного комплексу, здійснюється управлінським і заготівельним апаратом райкоопзаготпромів, споживчих товариств і сількоопзаготпромів, а також окремі функції покладені на робітників роздрібно-торговельної мережі і ресторанного господарства. В основному цю функцію виконують штатні заготівельники [20, с. 224-225].

Основними об'єктами управління, що надають послуги у системі споживчої кооперації України, є: коопунівермаг (бюро обслуговування, довідкове бюро), кооперативний ринок (бюро торгових послуг), райкоопзаготпром, сількоопзаготпром (заготівельники) [11, с. 95].

Отже, у процесі розвитку кооперативного господарства все більше значення мають відігравати підприємства (об'єднання) всіх галузей господарської діяльності, що функціонують в умовах загострення конкурентної боротьби та надзвичайно стрімких змін зовнішнього середовища.

2. Напрями удосконалення галузей господарської діяльності кооперативної системи господарювання

Незважаючи на багатогалузевий характер діяльності споживчої кооперації України, разом з тим, на сучасному етапі провідну роль у її розвитку відіграє торговельна галузь. Тому вважаємо за доцільне впровадити у практичну діяльність такі заходи з оптимізації торговельної діяльності підприємств та організацій системи [22]:

1. Структурна перебудова кооперативної роздрібно-торговельної мережі – переспеціалізація, типізація, диверсифікація і комбінування сільських роздрібних торговельних підприємств.

2. Перепрофілювання основної частини кооперативних роздрібних торговельних підприємств (розвиток мережі магазинів з торгівлі продовольчими товарами і зростання чисельності магазинів повсякденного попиту).

3. Впровадження нових форм і методів роботи торговельних підприємств.

4. Переспеціалізація частини нерентабельних підприємств роздрібно-торгівлі у підприємства ресторанного господарства, фірмові магазини з торгівлі продукцією власного виробництва підприємств системи споживчої кооперації, приймально-заготівельні пункти, побутові підприємства тощо.

**ОРГАНІЗАЦІЙНІ НАПРЯМИ АДАПТАЦІЇ МЕХАНІЗМУ ГАЛУЗЕВОГО
УПРАВЛІННЯ СИСТЕМОЮ СПОЖИВЧОЇ КООПЕРАЦІЇ УКРАЇНИ ДО НОВИХ
ЕКОНОМІЧНИХ УМОВ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ**

5. Диверсифікація багатопрофільних торговельних підприємств за рахунок використання діючих об'єктів та введення додаткових площ.

6. Організація державної підтримки торгівлі на селі.

7. Врегулювання фінансово-господарських аспектів діяльності кооперативних організацій та підприємств.

8. Створення спеціалізованих коопмаркетів (гіпер- і супермаркетів), складів-магазинів, комісійних, консигнаційних, реалізаційно-збутових підприємств посередницького типу.

9. Перебудова інфраструктури районного інституціонального ринку: створення сервісних підрозділів (торговельно-сервісні пункти з організації ресторанного господарства та побутового обслуговування населення), рекламних та інформаційних служб, маркетингових, страхових, посередницьких, кредитно-фінансових, банківських фірм та установ.

10. Концентрація у великих селах торгівлі непродовольчими товарами складного асортименту і довготривалого користування.

11. Інтенсифікація використання роздрібною торговельною мережі, реконструкція, модернізація і технічне переоснащення магазинів у широких масштабах, використання підсобних і торгових приміщень, устаткування побутових кімнат в усіх реконструйованих магазинах, поліпшення процесу їх планування, проведення заміни застарілого устаткування.

12. Підвищення оснащення організацій і підприємств системи засобами механізації, забезпечення широкого впровадження досягнень науково-технічного прогресу і передового досвіду.

Далі розглянемо напрями удосконалення галузі ресторанного господарства у системі споживчої кооперації України.

Одним із найважливіших напрямів розвитку кооперативного ресторанного господарства є підвищення ефективності використання наявної матеріально-технічної бази шляхом:

- припинення скорочення закладів ресторанного господарства, відмову від практики їх здавання в оперативну чи фінансову оренду;

- модернізації приміщень, обладнання, виробничо-технологічних процесів завдяки залученню інвестицій інших діючих підприємств споживчої кооперації, членів споживчих товариств (пайовиків) і потенційних інвесторів;

- застосування у виробничо-технологічному процесі неенергоємного устаткування, міні-обладнання;

- зміни асортиментної політики підприємств з орієнтацією на індивідуальні смаки і уподобання споживачів;

- нарощування обсягів випуску ресторанами та кафе продукції власного виробництва і реалізацію її через підприємства роздрібною чи оптовою торгівлі.

Застосування сучасної стратегії в ресторанному господарстві системи споживчої кооперації України, передбачає: відновлення і розвиток об'єктів харчування в дитячих, медичних, шкільних установах з використанням недорогих технологій приготування та доготування їжі, швидкого обслуговування; розвиток мережі підприємств швидкого обслуговування з елементами пересувного

обслуговування; широке використання ресторанів і кафе для обслуговування розважальних заходів, участь в організації вечірніх клубів, дискотек. У структурі нових об'єктів харчування повинні переважати підприємства павільйонного типу з легких модульних конструкцій, з можливістю передислокації при збереженні типових підприємств ресторанів, кафе, барів, розташованих у капітальних приміщеннях. Збереження і відновлення діяльності підприємств ресторанного господарства повинно супроводжуватися агресивним їх розвитком у великих і малих містах. Саме такі напрями визначаються як пріоритетні у Стратегії розвитку споживчої кооперації України на період 2004-2015 рр. [18].

Провідні фахівці у сфері кооперативного менеджменту неодноразово вказували на необхідність створення цілісних заготівельно-переробних комплексів, які поєднують функції закупівлі, переробки та збуту сільськогосподарської продукції на території сільських районів [5, 8]. Ми переконані, що у райспоживспілках і районних споживчих товариствах, де створені заготівельно-переробні комплекси, доцільно ліквідувати заготконтори і суттєво змінити структуру управління заготівлями, а також переробними підприємствами. Перспективною зміною є об'єднання торгових площ оптових баз райспоживспілок (районних споживчих товариств) із заготконторами шляхом їх укрупнення в межах підприємств оптової торгівлі, що б відповідало інтересам обох галузей у напрямі реалізації готової продукції, скорочення питомої собівартості, зростання рівня валових доходів та збільшення розміру чистого прибутку.

Сукупність заготівельно-переробних підприємств місцевого і районного значення складають основу продовольчого комплексу території, спрямованого вирішувати питання забезпечення населення більшістю із видів продукції, котру можна виробляти за рахунок наявних у районі ресурсів. У цьому, на наш погляд, полягає перспектива розвитку всієї галузі заготівель у системі.

Успішний розвиток заготівельної сфери споживчої кооперації неможливий без активної державної підтримки і правового захисту кооперації, а також створення інтеграційних кооперативних структур. До того ж, діяльність заготівельних підприємств споживчої кооперації буде більш ефективною при точному і вивіреному знанні потреб цільового ринку і споживчого попиту, оцінці та врахуванні всіх умов виробництва та збуту в найближчий час і на перспективу.

3. Напрями виходу з кризового стану і подальшого розвитку підприємств та організацій споживчої кооперації України.

Зауважимо, що підприємства і організації споживчої кооперації України, незалежно від територіальної ознаки і галузевої приналежності, продовжують адаптуватися до нових економічних умов господарської діяльності. Значно вплинула на динаміку їх ефективного економічного розвитку світова фінансово-економічна криза кінця 2008 – початку 2009 років, існує імовірність розгортання другої хвилі світової економічної кризи, що почала набирати обертів на початку 2011 року в країнах Європейського Союзу і пов'язана із кризою платіжного балансу.

**ОРГАНІЗАЦІЙНІ НАПРЯМИ АДАПТАЦІЇ МЕХАНІЗМУ ГАЛУЗЕВОГО
УПРАВЛІННЯ СИСТЕМОЮ СПОЖИВЧОЇ КООПЕРАЦІЇ УКРАЇНИ ДО НОВИХ
ЕКОНОМІЧНИХ УМОВ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ**

Керівництво кооперативних організацій і підприємств не може не насторожувати такі зміни у зовнішньому середовищі, що вимагає впровадження адекватних компенсаторних механізмів упередження і подолання наслідків кризових процесів. Одним із таких механізмів є проведення у 2012 році XXI (позачергового) з'їзду споживчої кооперації України, на якому, на нашу думку, ці питання будуть обговорюватися і прийматимуться рішення щодо виходу з кризового стану і втілення програм антикризових заходів в організаціях і на підприємствах низових ланок системи.

З цією метою нами було узагальнено основні напрями виходу з кризового стану і подальшого розвитку підприємств та організацій споживчої кооперації України у залежності від рівнів управління.

Так, на макроекономічному рівні пропонується:

1. Підвищення уваги з боку держави до проблем кооперативного сектору економіки.

2. Забезпечення рівних умов діяльності для всіх учасників споживчого ринку.

3. Удосконалення системи планування і підвищення жорсткості контролю за витратами на всіх рівнях управлінської ієрархії.

4. Створення спільних підприємств з майбутніми інвесторами на засадах спільного володіння і використання майна (спільні підприємства на засновників), враховуючи кооперативні принципи господарювання.

5. Збільшення кількості пайовиків і пайового капіталу, більший рівень задоволення їх потреб шляхом завершення програми розмежування і закріплення власності споживчої кооперації.

6. Підвищення рівня товарообігу, збільшення розміру власних обігових коштів, використання лізингових і факторингових операцій.

7. Впровадження на практиці конкурентних маркетингових стратегій, оптимальних методів ведення конкурентної боротьби, створення рівних умов для господарської діяльності з метою реалізації конкурентних переваг системи споживчої кооперації.

8. Навчання керівників і спеціалістів усіх рівнів системи новим методам господарювання, механізмам управління, тактичним засобам реалізації конкурентних переваг, перспективним формам планування податкових платежів тощо.

На мікроекономічному рівні необхідно здійснити:

1. Нарощення розміру власних оборотних коштів шляхом завершення процесу розмежування і закріплення власності, залучення власних коштів пайовиків і потенційних інвесторів, реалізації неперспективних об'єктів.

2. Збільшення обсягів основної діяльності за рахунок обслуговування як кооперативних підприємств, так і приватних підприємств і комерційних структур, надання широкого спектру послуг.

3. Відновлення міжгосподарських зв'язків з підприємствами-виробниками товарів шляхом використання нових форм комерційних взаємовідносин (дилерства, лізингу, дистрибуції).

4. Проведення комплексної і системної інвентаризації основних засобів, перегляд структури балансів, реструктуризація заборгованості підприємств і організацій.

5. Розробка концепцій, реальних тактичних заходів і програм розвитку основних галузей споживчої кооперації на перспективу.

6. Впровадження методів підприємництва в роботу організацій та підприємств.

7. Модернізація організацій та підприємств, раціоналізація їх виробничих і складських потужностей, концентрація на окремих сферах господарської діяльності, оптимізація розміщення кооперативних структур.

8. Підвищення рівня фахової підготовки і подальша перекваліфікація фахівців апарату управління (керівників, спеціалістів, службовців) і робітників до роботи у нових конкурентних умовах господарювання.

9. Проведення атестації персоналу, впровадження програм навчання новим методам роботи відповідно до галузевих особливостей кооперативних об'єктів.

10. Переоснащення кооперативних об'єктів на основі нових технологій, раціональна диверсифікація їх господарської діяльності.

11. Удосконалення роботи з основної діяльності, поліпшення комерційної роботи з постачальниками товарів.

12. Впровадження узгодженої цінової стратегії в оптовій і роздрібній торгівлі, розширення асортименту пропонованих груп товарів.

13. Поліпшення якості обслуговування та орієнтація на різні соціальні групи покупців.

14. Зниження розмірів оптових і роздрібних надбавок на товари і послуги у порівнянні з конкурентами з метою завоювання більших ринкових сегментів.

15. Інтеграція основних галузей діяльності споживчої кооперації, їхніх внутрішніх структур і підрозділів в межах райспоживспілок (районних споживчих товариств).

16. Створення сучасних підрозділів (служб маркетингу, кадрових підсистем, відділів організаційного розвитку).

17. Проведення комплексних досліджень середовища, вивчення інформації про потенційних контрагентів.

18. Укрупнення і реструктуризація збиткових споживчих товариств і райспоживспілок (районних споживчих товариств) у більш прогресивні з метою погашення боргів і виходу з кризового стану.

Висновки.

Таким чином, впровадження механізму галузевого управління на рівні підприємств і організацій системи споживчої кооперації України сприятиме їх адаптації до вимог ринкового середовища, дозволить удосконалити діючі системи управління в окремих галузях господарської діяльності, призведе до необхідності перегляду програм підготовки фахівців, спроможних працювати у кооперативному секторі національної економіки. Такі заходи дозволять сформувати адекватний умовам трансформації ринкової економіки організаційно-

**ОРГАНІЗАЦІЙНІ НАПРЯМИ АДАПТАЦІЇ МЕХАНІЗМУ ГАЛУЗЕВОГО
УПРАВЛІННЯ СИСТЕМОЮ СПОЖИВЧОЇ КООПЕРАЦІЇ УКРАЇНИ ДО НОВИХ
ЕКОНОМІЧНИХ УМОВ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ**

економічний механізм управління розвитком кооперативних організацій і підприємств.

Перспективними напрямками подальших наукових досліджень залишаються проблеми взаємозв'язку механізму галузевого і регіонального (територіального) управління, перегляду діючих організаційних форм і структур управління, трансформації економічного та організаційного механізму управління кооперативними об'єктами, реформування основних галузей господарської діяльності системи споживчої кооперації України.

Список літератури

1. Аліман М. В. Історія споживчої кооперації України : [підручник для студ. коопер. вузів] [Текст] / М. В. Аліман, С. Г. Бабенко, С. Д. Гелей, Я. А. Гончарук, Є. О. Лихолат. – Львів : Інститут українознавства НАН України, 1996. – 383 с.
2. Аполій В. В. Споживча кооперація України : проблеми сучасного розвитку [Текст] / В. В. Аполій, С. Г. Бабенко, Г. І. Башнянін, Л. К. Бесчасний, О. Д. Вовчак. – Кн. 1. – Львів : Коопосвіта, 1999. – 366 с.
3. Бабенко С. Г. Споживча кооперація України : історичні та соціально-економічні аспекти : [зб. наук. статей] [Текст] / за ред. С. Г. Бабенка. – К. : Редакція газети „Вісті Центральної спілки споживчих товариств України”, 1996. – 192 с.
4. Бабенко С. Г. Українська кооперативна ідея в загальноєвропейському контексті [Текст] / С. Г. Бабенко, С. Д. Гелей. – К. : Вісті ЦССТУ, 2003. – 160 с.
5. Бабенко С. Г. Трансформація кооперативних систем у перехідній економіці : [монографія] [Текст] / С. Г. Бабенко. – К. : Видавництво „Наукова думка”, 2003. – 332 с.
6. Балабан М. П. Оптова торгівля в ринковому середовищі: ефективність функціонування та стратегія розвитку: [монографія] [Текст] / М. П. Балабан. – Полтава : РВЦ ПУСКУ, 2005. – 153 с.
7. Балабан, П. Ю. Історичні аспекти розвитку споживчої кооперації України : текст лекції [Текст] / П. Ю. Балабан, М. В. Аліман. – Полтава : РВВ ПУСКУ, 2004. – 37 с.
8. Березін О. В. Стан та шляхи підвищення ефективності заготівельної галузі споживчої кооперації України : [монографія] [Текст] / О. В. Березін, Л. М. Березіна, Н. В. Бутенко. – Полтава : РВЦ ПУСКУ, 2007. – 193 с.
9. Макаренко А. П. Теория и история кооперативного движения: [учеб. пособие для студ. высш. и сред. коопер. учеб. заведений] [Текст] / А. П. Макаренко. – М. : ИВЦ „Маркетинг”, 2000. – 328 с.
10. Маркіна І. А. Менеджмент підприємства : [навч. посіб. для студ. вищих навч. закладів] [Текст] / І. А. Маркіна. – К. : НМЦ „Укоопосвіта”, 2000. – 268 с.
11. Маркіна І. А. Менеджмент підприємства : опорний конспект лекцій [Текст] / І. А. Маркіна, Р. І. Біловол, В. П. Сторожук. – Полтава : РВВ ПУСКУ, 2003. – 147 с.
12. Маркіна І. А. Особливості галузевого управління споживчою кооперацією України в ринкових умовах господарювання : текст лекцій з курсу „Менеджмент підприємства” для студ. вищих навч. закладів [Текст] / І. А. Маркіна. – Полтава : ПКІ, 2000. – 21 с.
13. Марцин В. С. Економіка споживчої кооперації : [підручник] [Текст] / В. С. Марцин. – К. : Либідь, 1996. – 400 с.
14. Матеріали ХІХ з'їзду споживчої кооперації України [Текст]. – К. : Редакція газети „Вісті Центральної спілки споживчих товариств України”, 2004. – 192 с.
15. Матеріали п'ятих зборів Ради Укоопспілки дев'ятнадцятого скликання 21 листопада 2007 року [Текст]. – К. : Центральна спілка споживчих товариств (Укоопспілка), 2007. – 116 с.
16. Основы управления кооперативным хозяйством : [учеб. для коопер. техн.] [Текст] / А. С. Панкратов, В. И. Блистер, М. К. Ивлиев, В. Т. Жигалов. – М. : Экономика, 1985. – 256 с.
17. Про споживчу кооперацію: Закон України від 10 квітня 1992 р. № 2265-ХІІ [Текст]. – К. : Укоопреклама, 1992. – 15 с.
18. Стратегія розвитку споживчої кооперації України (2004-2015 рр.) [Текст] / кер. авт. колек. С. Г. Бабенко. – К. : Укоопспілка, 2004. – 62 с.

19. Туган-Барановский М. И. Социальные основы кооперации [Текст] / М. И. Туган-Барановский ; ред. коллегия Л. А. Булочникова и др. – М. : Экономика, 1989. – 496 с.
20. Управление кооперативным хозяйством : [учеб. для высш. коопер. учеб. заведений] [Текст] / А. К. Семенов, В. И. Блистер, В. Т. Жигалов и др. ; руков. авт. коллек. А. К. Семенов, В. И. Блистер. – М. : Экономика, 1990. – 319 с.
21. Хміль Ф. І. Менеджмент : [підручник] [Текст] / Ф. І. Хміль. – К. : Вища школа, 1995. – 351 с.
22. Шимановська-Діанич Л. М. Організаційно-економічний механізм управління розвитком підприємств та організацій споживчої кооперації України : теорія і практика : [монографія] [Текст] / Л. М. Шимановська-Діанич, В. А. Власенко. – Полтава : РВВ ПУСКУ, 2010. – 341 с.

Поступила в редакцію 01.12.2011 г.

Власенко В. А. Организационные направления адаптации механизма отраслевого управления системой потребительской кооперации Украины к новым экономическим условиям хозяйственной деятельности / Власенко В. А. // Ученые записки ТНУ. Серия: Экономика и управление. – 2011. – Т. 24 (63), № 4. – С. 77-94.

В статье рассмотрены особенности отраслевого управления предприятиями и организациями системы потребительской кооперации Украины. Обоснована необходимость внедрения механизма отраслевого управления путем выделения организационных форм и структур управления. Предложены направления дальнейшего совершенствования отраслей хозяйственной деятельности: торговли, ресторанного хозяйства, заготовок. Обобщены основные направления выхода с кризисного состояния и дальнейшего развития кооперативных предприятий и организаций на макро- и микроэкономическом уровнях.

Ключевые слова: кооператив, потребительская кооперация, отраслевое управление, розничная торговля, оптовая торговля, ресторанное хозяйство, кооперативная промышленность, заготовительная отрасль, сфера услуг, организационно-экономический механизм управления развитием системы.

Vlasenko V. A. Organizational directions of branch-management mechanism adaptation to the new economic activity conditions of the system of consumer cooperatives in Ukraine / Vlasenko V. A. // Uchenye zapiski TNU. Series: Economy and management. – 2011. – Vol. 24 (63), № 4. – P. 77-94.

The article considers the features of branch-management of the enterprises and organizations of the system of consumer cooperatives in Ukraine. The necessity of branch-management mechanism introduction by earmarking of organizational forms and management structures is justified. The future improvement directions for such economical activity branches as trade, restaurant, and purveyor are recommended. The main directions of crisis conditions overcoming and further development of macro and microeconomic level of cooperative enterprises and organizations are generalized.

Keywords: co-op, consumer cooperatives, branch management, retail, wholesale, restaurant management, co-operative industry, harvesting industry, services, the economic-organizing mechanism of the development management of the systems.

УДК 65.014.1:378:811.133.1

**ОСОБЕННОСТИ ПРЕПОДАВАНИЯ ДЕЛОВОГО ФРАНЦУЗСКОГО
ЯЗЫКА НА ФАКУЛЬТЕТЕ УПРАВЛЕНИЯ ТАВРИЧЕСКОГО
НАЦИОНАЛЬНОГО УНИВЕРСИТЕТА ИМЕНИ В.И. ВЕРНАДСКОГО**

Вовк Н.А.

Таврический национальный университет имени В.И. Вернадского, Симферополь, Украина

E-mail: nick.wolf@mail.ru

В статье рассматривается ряд аспектов преподавания делового французского языка в рамках учебного плана факультета управления Таврического национального университета имени В.И. Вернадского. Проанализированы такие аспекты в преподавании делового французского языка как межпредметность, многоуровневость и полифункциональность. В ходе овладения деловым французским студенты знакомятся и с деловой культурой этого языка, в том числе эргонимами и фирмонимами французского языка.

Ключевые слова: деловой французский язык, преподавание, факультет управления, межпредметность, многоуровневость, полифункциональность, эргоним, фирмоним.

Постановка проблемы. Основные задачи модернизации украинского образования – повышение его доступности, качества и эффективности. Это предполагает не только масштабные структурные, институциональные, организационно-экономические изменения, но в первую очередь – значительное обновление содержания образования, в том числе и высшего, приведение его в соответствие с современными требованиями [1]. Помимо этого, на современном этапе развития мирового сообщества имеет место тенденция к увеличению контактов между различными социальными институтами. Одним из аспектов обеспечения качественного сотрудничества является обмен соответствующей информацией. В условиях модернизации социума, осуществления инновационных процессов в экономике, расширения границ мирового пространства, знание иностранного языка приобретает особую значимость.

Язык является важнейшим средством общения, без которого невозможно существование и развитие человеческого общества. Происходящие сегодня изменения в общественных отношениях, средствах коммуникации (использование новых информационных технологий) требуют повышения коммуникативной компетенции студентов, совершенствования их филологической подготовки. Все это повышает статус предмета «иностраный язык» как учебной дисциплины в вузе. Являясь существенным элементом культуры народа – носителя данного языка и средством передачи ее другим, иностранный язык способствует формированию у обучаемых целостной картины мира, широкого кругозора, толерантности и веротерпимости личности. Владение иностранным языком повышает уровень гуманитарного образования обучаемых, способствует формированию личности и ее социальной адаптации к условиям постоянно меняющегося поликультурного, полиязычного мира. Основное назначение иностранного языка состоит в формировании коммуникативной

компетенции, то есть способности и готовности осуществлять иноязычное межличностное и межкультурное общение с носителями языка.

Если в западных странах как студенты, так и преподаватели владеют минимум еще одним языком, помимо родного, а то и несколькими языками, в Украине эта проблема решена не в полном объеме. Как правило, владеют иностранными языками выпускники спецшкол, а также выпускники и специалисты факультетов иностранной филологии.

Изучение делового иностранного языка подразумевает более узкую и углубленную специализацию. Им владеют еще меньшее количество сотрудников сферы образования и науки. Французский язык преподается на спецфакультетах, а также факультетах экономико-финансового профиля. Факультет управления Таврического национального университета им. В.И. Вернадского входит в их число.

Анализ существующих подходов к анализируемой проблеме. Изучением особенностей преподавания делового иностранного языка в высших учебных заведениях занимался ряд специалистов в этой области, в трудах которых рассмотрены различные вопросы, касающиеся данной сферы. Исследователь Княгиницкая О. Д. в своей статье «Преподавание английского языка в вузе как инструмент социальной адаптации специалиста к условиям переходной экономики» рассматривает значимость изучения английского языка для студентов разных специальностей, в том числе и для экономистов [2]. Специалист по методике преподавания делового иностранного языка Андреева Л. Н. в диссертации «Деловой английский язык как средство формирования социальной компетентности студентов экономических специальностей» анализирует методику преподавания делового английского для студентов неязыковых вузов в аспекте социальной компетентности [3]. Однако, следует отметить, что ряд вопросов получили недостаточное освещение. Исследования посвящены, в основном, анализу методики преподавания именно делового английского, но не французского языка, в том числе, в недостаточной степени исследованы методы актуализации знаний студентов управленческих специальностей по этому предмету.

Цель исследования - анализ особенностей преподавания делового французского языка на факультете управления Таврического Национального университета им. В. И. Вернадского.

Основные результаты исследования. Как показывает практика международного сотрудничества факультета управления в сфере реализации образовательных проектов, знание двух иностранных языков является насущной необходимостью. Поэтому, согласно учебному плану, в течение нескольких лет на факультете, помимо английского, преподаются немецкий, испанский и французский языки и студенты могут выбирать любой из них. Также было решено ввести и второй деловой иностранный язык. Его изучение основано на базовых знаниях, полученных на уроках второго иностранного языка.

Изучение делового французского языка на факультете управления Таврического национального университета имени В.И. Вернадского начинается

**ОСОБЕННОСТИ ПРЕПОДАВАНИЯ ДЕЛОВОГО ФРАНЦУЗСКОГО ЯЗЫКА НА
ФАКУЛЬТЕТЕ УПРАВЛЕНИЯ ТАВРИЧЕСКОГО НАЦИОНАЛЬНОГО
УНИВЕРСИТЕТА ИМЕНИ В.И. ВЕРНАДСКОГО**

со второго семестра 3 курса и длится весь 4 год обучения, составляя, таким образом, три семестра. Иностраный язык как учебный предмет характеризуется несколькими аспектами, которые учитываются при преподавании делового французского языка и предполагают:

- межпредметность (содержанием речи на иностранном языке могут быть сведения из разных областей знания, например микроэкономики, макроэкономики, управления проектами, стратегического менеджмента, экономической географии);

- многоуровневость (с одной стороны, необходимо овладение различными языковыми средствами, соотносящимися с аспектами языка: лексическим, грамматическим, фонетическим, с другой – умениями в четырех видах речевой деятельности);

- полифункциональность (может выступать как цель обучения и как средство приобретения сведений в самых различных областях знания) [4].

Межпредметность в преподавании делового французского языка отражена в тематическом наборе, который осваивается студентами. В ходе курса обучения студентами изучаются основные и сопутствующие темы по данному предмету (см. табл.1) [5]:

Таблица 1

Основные и сопутствующие темы по деловому французскому языку

№ урока	Основная тема	Сопутствующие темы
Урок 1	1. Визит зарубежного партнера (встреча в аэропорту; знакомство).	1. Приветствие 2. Прощание 3. Выражение благодарности 4. Формы обращения 5. Профессии и должности 6. Страны и национальности
Урок 2	2. В деловую командировку (телефонный разговор; заказ номера в гостинице; покупка билета на самолет).	1. Деловая и личная переписка 2. Современные средства связи 3. Время
Урок 3	3. Прибытие в страну	1. Пограничный и таможенный контроль 2. В аэропорту 3. В самолете 4. Общественный транспорт 5. Деловое письмо
Урок 4	4. Быт и сервис (в гостинице; в ресторане; чаевые; питание)	1. Письмо-запрос
Урок 5	5. На фирме (знакомство с фирмой, обсуждение планов будущей работы)	1. Виды предприятий 2. Письмо-предложение 3. Устройство на работу 4. Биография 5. Семья
Урок 6	6. Контракт (условия продажи, сроки поставки, транспортировка, страхование; базисные условия поставки)	1. Свободное время 2. Спорт

Продолжение таблицы 1

Урок 7	7. Платеж (счет; сопроводительные документы; виды платежей; переводной вексель; банковский чек)	1. Письмо-напоминание об уплате 2. Некоторые валюты мира 3. Французские деньги
Урок 8	8. На выставке	1. Заказ (образец заказа) 2. У врача 3. Автомобиль
Урок 9	9. Изменение заказа	1. Отмена заказа 2. Поглощение фирм 3. Магазины, покупки, одежда
Урок 10	10. Письмо-рекламация	1. Письмо – ответ на рекламацию 2. Задержка поставки 3. Французский язык в мире

Как следует из таблицы 1, деловой французский язык пересекается с такими предметами как география, история, социология, деловой этикет, финансы, микроэкономика. Многоуровневость преподавания делового французского языка основана на выборе грамматических тем, а также текстов для чтения [6]:

Таблица 2

Грамматические темы и тексты для чтения по деловому французскому языку

№ урока	Грамматические темы	Тексты для чтения
Урок 1	1. Французское предложение 2. Имя существительное 3. Артикль 4. Имя прилагательное	La France
Урок 2	5. Глагол (настоящее время; вопросительная форма; отрицательная форма; ограничительный оборот ne ... que; Futur immédiat) 6. Имя числительное	Les institutions politique de la Ve République
Урок 3	7. Местоименные прилагательные 8. Местоимения	La langue française dans le monde
Урок 4	9. Passé composé 10. Imperfait 11. Passé immediate 12. Futur simple 13. Местоименные (возвратные) глаголы 14. Infinitif 15. Предлог	La protection sociale des Français
Урок 5	16. Passé simple 17. Plus-que-parfait 18. Условное наклонение (Conditionnel)	Les Français au travail
Урок 6	19. Повелительное наклонение (Impératif) 20. Страдательный залог (Forme passive) 21. Неличные формы глагола (Participe present. Participe passé. Adjectif verbal. Gérondif. Participe Passé composé)	Commerce.
Урок 7	22. Прошедшее предшествующее время (Passé antérieur) 23. Будущее предшествующее время (Futur antérieur) 24. Будущее в прошедшем (Futur dans le passé)	L'organisation de la profession bancaire en France

**ОСОБЕННОСТИ ПРЕПОДАВАНИЯ ДЕЛОВОГО ФРАНЦУЗСКОГО ЯЗЫКА НА
ФАКУЛЬТЕТЕ УПРАВЛЕНИЯ ТАВРИЧЕСКОГО НАЦИОНАЛЬНОГО
УНИВЕРСИТЕТА ИМЕНИ В.И. ВЕРНАДСКОГО**

Продолжение таблицы 2

Урок 8	25. Сослагательное наклонение (Subjonctif) 26. Таблица спряжения некоторых глаголов III группы	Au Salon International
Урок 9	27. Сложное предложение 28. Согласование времен изъявительного наклонения 29. Согласование времен в условном предложении	La négociation commerciale
Урок 10	30. Косвенная речь (Discours indirect) 31. Косвенный вопрос (Question indirecte) 32. Выделение (Mise en relief)	La Suisse, ou Confédération Suisse

Многоуровневость в плане владения аспектами языка взаимосвязана с курсом второго французского как второго иностранного. Фонетика изучается именно на этом этапе и при изучении делового французского студенты пользуются полученными фонетическими навыками, отрабатывая произношение экономических и финансовых терминов. Грамматический аспект также, во многом, проистекает из курса французского как второго иностранного и закрепляется при изучении делового французского, а также вводится ряд новых тем. Что касается лексической составляющей, то ей необходимо уделять наибольшее внимание, так как в курсе французского языка как второго изучается общеупотребительная лексика. А для овладения деловым французским языком требуется знание значительного количества экономических и финансовых терминов.

Также следует отметить, что в рамках курса студенты знакомятся с эргонимами и фирмонимами французского языка. Среди эргонимов (разряд онимов, собственное имя делового объединения людей, в том числе союза, организации, учреждения, корпорации, предприятия, общества, заведения, кружка [7, с. 151]) можно упомянуть *F.M.I. (Fonds monétaire international)*, *ONU (Organisation des Nations Unies)*, *ONUESC (Organisation des Nations Unies pour l'éducation, la science et la culture)*, *OTAN (Organisation du Traité de l'Atlantique Nord)*. К фирмонимам (разряд онимов, собственное имя коммерческого предприятия, в том числе промышленного или торгового, которое обладает правами юридического лица [8, с. 211]) относятся *la Compagnie Orion*, *la Maison Aubert*, *la Compagnie Renault*, *la compagnie Gaz de France*.

Выводы. На современном этапе развития мирового сообщества значительно возросло количество контактов между различными общественными институтами. Залогом качественного сотрудничества является обмен релевантной информацией. Ввиду модернизации социума, новых экономических процессов, расширения границ мирового пространства знание иностранного языка приобретает особую значимость, особенно делового иностранного.

Изучением особенностей преподавания делового иностранного языка в высших учебных заведениях занимался ряд специалистов в этой области. Однако, ряд вопросов разработаны в недостаточной степени. Исследования посвящены, в основном, анализу методики преподавания именно делового английского, но не французского языка, в том числе, не исследованы методы актуализации знаний студентов управленческих специальностей по этой учебной дисциплине.

Учет таких аспектов как межпредметность и многоуровневость в преподавании делового французского языка является залогом его полифункциональности. Студенты факультета управления ТНУ работают с информационными источниками по экономике и менеджменту на французском языке и ищут франкоязычную информацию по этим направлениям в Интернете, организуют заседание французского клуба и общаются с франкоговорящими студентами и преподавателями, которые приезжают в рамках международных проектов. В свою очередь, студенты факультета управления ТНУ на должном языковом уровне вступают в коммуникацию с французами-менеджерами, находясь в командировках во Франции.

Список литературы

1. Ліпська І.І. Практична розробка методики формування англомовної лексичної компетенції в адміністративно-пробовій сфері у студентів мовних спеціальностей / І. І. Ліпська // Англїстика та американистика: [зб. наук. пр.] / ред. кол.: А.І. Анісімова (голов. ред.), Т.М. Потніцева (заст. голов. ред.) [та ін.]. – Д.: Вид-во Дніпропетр. нац. ун-ту, 2011. – Вип. 8. – С. 124-127.
2. Княгиницкая О.Д. Преподавание английского языка в вузе как инструмент социальной адаптации специалиста к условиям переходной экономики [Электронный ресурс] / О.Д. Княгиницкая. – Режим доступа к сайту: <http://www.isuct.ru/konf/antropos/section/4/knyagn.htm>
3. Андреева Л.Н. Деловой английский язык как средство формирования социальной компетентности студентов экономических специальностей: автореф. дис. на соискание науч. степени канд. пед. наук: спец. 13.00.08 «Теория и методика профессионального образования» [Электронный ресурс] / Л.Н. Андреева. – Санкт-Петербург, 2008. – Режим доступа к сайту: <http://www.dissercat.com/content/delovoi-angliiskii-yazyk-kak-sredstvo-formirovaniya-sotsialnoi-kompetentnosti-studentov-ekon>
4. Методические рекомендации по преподаванию учебных предметов с учетом примерного учебного плана [Электронный ресурс] – Режим доступа к сайту: <http://rudocs.exdat.com/docs/index-272100.html>.
5. Матвишин В.Г., Ховхун В.П. Бизнес-курс французского языка: Учеб. пособие / Под общей ред. В.Г. Матвишина / В.Г. Матвишин, В.П. Ховхун. – К.: ООО «ИП Логос-М», 2007. – 384 с.
6. Подольская Н.В. Словарь русской ономастической терминологии / Подольская Н.В. – М.: Наука, 1988. – 192 с.
7. Вовк Н.А. Признаки, формирующие значение фирмонима в лингвострановедческом словаре / Н. А. Вовк // Ученые записки Таврического Национального университета. Серия «Филология. Социальные коммуникации». – Т. 24 (63). – №3. – Симферополь, 2011. – С. 210-215.

Поступила в редакцию 01.12.2011 г.

Вовк М.О. Особливості викладання ділової французької мови на факультеті управління Таврійського національного університету імені В.І. Вернадського / М.О. Вовк // Учені записки ТНУ. Серія: Економіка та управління. – 2011. – Т. 24 (63), № 4. – С. 95-101.

У статті розглядається ряд аспектів викладання ділової французької мови у контексті учбового плану факультету управління Таврійського національного університету ім. В. І. Вернадського. Розглядаються такі аспекти у викладанні ділової французької мови, як: міжпредметність, багаторівневість і поліфункціональність. Під час оволодіння діловою французькою мовою студенти знайомляться із діловою культурою мови, включаючи ергоніми та фірмоніми французької мови.

Ключові слова: ділова французька мова, викладання, факультета управління, міжпредметність, багаторівневість, поліфункціональність, ергонім, фірмонім.

**ОСОБЕННОСТИ ПРЕПОДАВАНИЯ ДЕЛОВОГО ФРАНЦУЗСКОГО ЯЗЫКА НА
ФАКУЛЬТЕТЕ УПРАВЛЕНИЯ ТАВРИЧЕСКОГО НАЦИОНАЛЬНОГО
УНИВЕРСИТЕТА ИМЕНИ В.И. ВЕРНАДСКОГО**

Vovk N.A. The Peculiarities of Teaching the Business French Language at the Management Department of the National V.I. Vernadsky University of Taurida / N.A. Vovk // Uchenye zapiski TNU. Series: Economy and management. – 2011. – Vol. 24 (63), № 4. – P. 95-101.

In the article one analyzes a row of aspects of teaching the business French language within the curriculum framework at the Management Department of the National V.I. Vernadsky University of Taurida. There are analyzed such aspects in teaching the business French language as intersubject connection, multilevel character and polifunctional nature. During mastering business French the students get acquainted with the business culture of the language, including ergonims and firmonyms of the French language.

Keywords: the business French language, teaching, management department, intersubject connection, multilevel character, polifunctional nature, ergonym, firmonym.

УДК 65.014

ИНФОРМАЦИОННО-КОММУНИКАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯМИ ТУРИЗМА НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ

Гонтарь Т.Н.

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

В статье рассмотрены основные тенденции информационно-коммуникационного обеспечения системы управления предприятиями туризма на современном этапе. В результате исследования выявлены и структурированы основные проблемы, связанные с неэффективностью информационно-коммуникационного обеспечения управления предприятиями туризма.

Ключевые слова: интеграция, туристическое предприятие, информационно-коммуникационное обеспечение управления, внешние и внутренние факторы.

Постановка проблемы.

Эффективность и конкурентоспособность работы предприятий туристического бизнеса в Украине не может быть обеспечена без учета сложившихся в мире тенденций. Характерная для мировой экономики всеобъемлющая кооперация и глобализация рынков, подразумевает широкое сотрудничество и интеграцию между предприятиями туристического бизнеса, которые на современном этапе обеспечиваются внедрением прогрессивных информационных технологий и методов коммуникаций, способствующих эффективному взаимодействию между туроператорами, турагентствами и потребителями туристического продукта. К сожалению, отечественному туристическому бизнесу присущи значительные проблемы, связанные с недостаточным использованием современных информационных технологий и некачественным обслуживанием информационных потоков в отрасли.

Анализ исследований и публикаций. Многие современные авторы считают сложность информационного сопровождения предоставления туристских услуг основным катализатором интеграционных и глобализационных процессов в туризме. Так, Квартальнов В. А. в своей работе «Туризм» утверждает, что основным катализатором процесса интеграции туристических предприятий могут стать крупные капиталовложения в новые технологии и рынок телекоммуникаций. Не смотря на то, что исследования об использовании новейших информационных технологий в деятельности предприятий туристического бизнеса осуществляли многие авторы, в частности: Мельниченко С.В. [1], Гвозденко А.А. [2], Смирнов И.Г. [3], Квартальнов В.А. [4], Ткаченко Т. [5]. Однако отсутствуют системные и комплексные разработки вопросов использования информационных систему управления субъектами туристического бизнеса, как основы для реализации эффективного механизма их интеграции и развития.

Целью исследования является анализ тенденций развития туристической

отрасли в разрезе эффективности информационно-коммуникационного обеспечения управления.

Результаты исследования.

Сокращение туристических потоков по всем категориям туристов на протяжении последних нескольких лет объясняется неконкурентоспособностью большинства украинских предприятий и организаций туристической сферы, которая все в большей степени проявляется на фоне процессов глобализации и связанной с ней либерализации отношений между странами, а также мировым финансовым кризисом [6]. При этом, сложность информационного сопровождения предоставления туристической услуги, в связи с невозможностью мелких туристических предприятий отслеживать и поддерживать большую информационную базу, толкает последних на участие в глобальных интеграционных процессах.

Ситуация в информационном обеспечении отрасли может еще более усугубиться в связи с отменой лицензирования турагентской деятельности нормой Закона №2608 от 19.10.10 г. “О внесении изменений в некоторые законодательные акты Украины относительно государственного регулирования хозяйственной деятельности”, вступившего в силу 17 ноября 2010 г. Отмена лицензирования турагентств будет способствовать созданию конкуренции на рынке, с которого вынуждены уйти недобросовестные компании как уже существующие, так и вновь созданные [7].

В целом, в области государственного обеспечения развития отрасли туризма наблюдается основная негативная тенденция – законодательство Украины не предусматривает действенных рычагов реализации структурных изменений в отрасли не смотря на принятие и разработку программ, в которых предусматривалось совершенствование информационно-коммуникационного обеспечения предприятий отрасли. Так «Государственная программа развития туризма на 2002 – 2010», утвержденная Постановлением КМУ от 29.04.02 № 583 в связи с отсутствием финансирования не показала ожидаемых результатов. В Стратегии экономического и социального развития Автономной Республики Крым на 2011-2020 годы, утвержденной постановлением ВР АР Крым 22 декабря 2010г. №121-6/10 предусмотрена задача развития системы туристско-информационных центров в узловых пунктах АРК. Однако целевая программа по данной задаче существует пока только в виде проекта (Программа развития АРК в сфере туризма и курортов на 2011-2015 годы). О необходимости создания единого курортно-туристического информационного центра при Государственном агентстве Украины по туризму и курортам говорится также в Программе развития и реформирования рекреационного комплекса Автономной Республики Крым на 2012–2013 годы.

Проанализировав тенденции развития туристической отрасли в Украине, можно охарактеризовать структуру проблем, присущих предприятиям туризма в разрезе влияния на них внешних и внутренних факторов (таблица 1).

Таблица 1

Сущность проблем информационно-коммуникационного обеспечения процессов управления предприятиями туризма

<i>Факторы</i>	<i>Проявление фактора</i>
Внешние	
Номинальность принимаемых государственных программ развития в области информационно-коммуникационного обеспечения	Как минимум три последние государственные программы, направленные на развитие туристической отрасли Украины и Крыма, и, предусматривающие в своих мероприятиях развитие информационно-коммуникационного обеспечения отрасли, не дали ожидаемых результатов.
Снижение интенсивности турпотока в Украине, не смотря на мировую тенденцию роста.	Снижение доли туристической отрасли в производстве ВВП Украины было обусловлено сокращением туристических потоков по всем категориям туристов.
Несовершенство правового регулирования деятельности частных минигостиниц.	Рост числа субъектов турбизнеса, половина из которых показывает нулевую отчетность.
Искажение налоговой отчетности лицензированными туристическими предприятиями.	Снижение объема предоставляемых услуг лицензированными туроператорами. Рост количества неорганизованных отдыхающих, усиление тенезации экономики до 80 %.
Усиление конкуренции, интеграция, глобализация	Отмена лицензирования турагентств. Укрупнение ведущих туроператоров, их интеграция с российскими и западными компаниями. Создание крупными туроператорами своих агентских сетей.
Неэффективное функционирование туристских информационных центров	Отсутствие в действующей нормативно-правовой базе определения ТИЦ, его функций, перечня обязательных услуг и их стандарта; Неэффективность сотрудничества органов государственной власти и самоуправления с общественными организациями и частным бизнесом при организации и поддержании функционирования ТИЦ, отсутствие принципов государственно-общественного партнерства.
Внутренние	
Неэффективное информационное обеспечение процессов управления	Неполное предоставление информации об объектах размещения на различных информационных сайтах. Несоответствие реального количества и качества предоставляемых услуг заявленному (например, количество номеров класса «Люкс», расстояние до моря). Отсутствие мониторинга свободных номеров в отеле, в результате чего, возникают перепродажи [8, с. 28].

Продолжение таблицы 1

Неэффективное коммуникационное обеспечение процессов управления	Недостаточные усилия по продвижению средств размещения среди клиентской базы агентов. Особенно это касается малых отелей и других объектов размещения, стоимость проживания в которых для туриста относительно невысока.
Низкое качество обслуживания и имидж предприятий туризма	Завышение цен на услуги объектов размещения со стороны агентов. Особенно такой прием характерен при продаже туров для иностранных туристов, что в значительной степени снижает общее качество национального туристического продукта, а также имидж Украины как туристического региона. Завышение цен на дополнительное обслуживание (особенно транспортировка). Среди отечественных объектов размещения взаимодействие с транспортными компаниями встречается еще не так часто, как могло бы. Поэтому туристы зачастую вынуждены добираться до отеля или санатория самостоятельно, что удобно далеко не всегда. Некоторые отели предоставляют услугу трансфера своим гостям от магистральных транспортных терминалов, однако в большинстве случаев стоимость такой услуги существенно превышает стоимость проезда на такси, не говоря уж о рейсовом автобусе [2, с. 29-30].

Выводы и предложения. Основным фактором, влияющим на выявленные проблемы взаимосвязи туристических предприятий АР Крым, является недостаточная организованность управления информационными потоками, сопровождающими предоставление туристических услуг. Это обуславливает недостаточную актуальность справочной ресурсной информации, которая зачастую является основой мотивации поездок в Крым, и значительно затрудняет сотрудничество в цепочке турагент-туроператор.

Системы онлайн-бронирования и продаж туров внедряется медленно по причинам высокой стоимости поддержки программно-технологических модулей, несовершенства электронных платежных систем, необходимости обучения персонала за счет фирмы и незначительных объемов сделок по сравнению с гостиничными и туристскими ТНК [9].

Развитие вышеизложенных тенденций на туристическом рынке стимулируют процессы реконструкции межпроизводственных отношений, которые сопровождаются различными формами хозяйственного сотрудничества. Возникает необходимость рассматривать предприятие туристического бизнеса не как отдельный субъект, конкурирующий с другими подобными себе, а как участника сети предприятий, а также пересматривать его традиционные границы в пользу их расширения для участия в интеграционных процессах. В таких условиях традиционные границы предприятий теряют свое значение, а

управленческие функции перестают ограничиваться контролем внутренних активов, и дополняются функциями управления внешними связями.

Таким образом, возникает необходимость исследования путей воздействия на факторы, определяющие возникновение проблемной ситуации. Основные направления дальнейшего исследований должны касаться разработки вопросов обеспечения эффективной взаимосвязи предприятий туристического бизнеса, за счет устранения факторов, оказывающих влияние на проблемную ситуацию, описанную выше.

Список литературы

1. Мельниченко С.В. Інформаційні технології в туризмі: теорія, методологія, практика: [монографія] / С.В. Мельниченко. – К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2007. – 493 с.
2. Гвозденко А.А. Логистика в туризме: [учеб. пособие] / А.А. Гвозденко. – М.: Финансы и статистика, 2004. – 272 с.
3. Смирнов И.Г. Логістика туризму: [навч. посіб.] / И.Г. Смирнов. – К.: Знання, 2009. – 444 с.
4. Квартальнов В.А. Туризм. / В.А. Квартальнов – М., 2003 – 450 с.
5. Ткаченко Т.І. Сталий розвиток туризму: теорія, методологія, реалії бізнесу: [монографія] / Т.І. Ткаченко. – К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2006. – 537 с.
6. Козлова Т.Н. Влияние экономического кризиса на деятельность туристических фирм / Т.Н. Козлова // «Экономика Украины». – 2008 – №2 – С. 21.
7. Крапива С. П. Провал агентуры. / С. П. Крапива // «БИЗНЕС» – 2010. – №48 (931). – С. 50-53.
8. Самойлов Ю. Агенты – отели: партнерство или конфликт? / Ю. Самойлов // Украинский туризм. – 2010. – № 5. – С. 28-32.
9. Балабанов И. Т. Экономика туризма: [учеб. пособие] / И. Т. Балабанов. – М.: РМАТ, 2003. – 246 с.

Поступила в редакцию 01.12.2011 г.

Gontar T.N. Інформаційно-комунікаційне забезпечення системи управління підприємствами туристичної індустрії на сучасному етапі / Т.Н. Гонтар // Учені записки ТНУ. Серія: Економіка та управління. – 2011. – Т. 24 (63), № 4. – С. 102-106.

У статті розглянуті основні тенденції інформаційно-комунікаційного забезпечення системи управління підприємствами туризму на сучасному етапі. В результаті дослідження виявлено і структуровані основні проблеми, пов'язані з неефективністю інформаційно-комунікаційного забезпечення управління підприємствами туризму.

Ключові слова: інтеграція, туристичне підприємство, інформаційно-комунікаційне забезпечення управління, зовнішні і внутрішні чинники.

Gontar T.N. Information and communications software enterprise management tourism industry at the present stage / T.N. Gontar // Uchenye zapiski TNU. Series: Economy and management. – 2011. – Vol. 24 (63), № 4. – P. 102-106.

The article describes the main trends of information and communications support enterprise management of tourism at this stage. The study identified and mapped the major problems associated with inefficiencies in information and communication management software companies of tourism.

Keywords: integration, a travel company, information and communications management software, internal and external factors.

УДК 005.336.4:005.936.3-043.86

ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ, ЕГО ОСОБЕННОСТИ И РОЛЬ В РАЗВИТИИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Горбов А.А.

*Крымский экономический институт ГВУЗ «Киевский национальный экономический университет им. Вадима Гетьмана», Симферополь, Украина
E-mail: nauka@ceikneu.edu.ua*

В статье изложены результаты исследования современных трактовок понятий «интеллектуальный потенциал» и «интеллектуальный капитал» предприятия, уточнена их структура и особенности, обосновано значение для развития современного предприятия.

Ключевые слова: интеллектуальный потенциал предприятия, интеллектуальный капитал, ресурсы интеллектуального потенциала, особенности интеллектуального потенциала

Постановка проблемы.

Устойчивое развитие предприятий в настоящее время – время перехода к постиндустриальной экономике, важнейшими характеристиками которой являются необходимость сокращения объемов использования природных ресурсов и ориентация на создание новой модели экономики – экономики знаний, требует обновления подходов к процессам производственной деятельности на основе доминирования в них интеллектуальной составляющей. Именно такая позиция позволит субъектам хозяйствования получить существенные конкурентные преимущества.

Анализ специальной литературы и публикаций, освещающих вопросы интеллектуального потенциала предприятий, свидетельствует о том, что к настоящему времени еще не сложились достаточно убедительный понятийный аппарат и подходы к трактовкам отдельных категорий. Объясняется это тем, что лишь сравнительно недавно – с 90-х годов XX столетия начала исследоваться более изученная к настоящему времени, близкая к категории интеллектуальный потенциал, категория интеллектуальный капитал. Требуется также более глубокое изучение особенностей и роли интеллектуального потенциала в развитии предприятия, поскольку в условиях становления постиндустриального общества и новой экономики – экономики знаний на его базе формируется интеллектуальный капитал, который, в свою очередь, способен создавать новую стоимость или дополнительную прибыль. В связи с этим особое значение приобретает изучение вопросов функционирования интеллектуального потенциала, взаимосвязи с интеллектуальным капиталом, а также выявлением источников их формирования и особенностей использования.

Анализ публикаций по исследуемой проблеме.

Исследование проблем формирования и функционирования интеллектуального потенциала, его преобразования в интеллектуальный капитал, изучение их значения для развития современной экономики осуществляются многими учеными. В их числе следует, прежде всего, назвать отечественных и

зарубежных ученых-экономистов: Гейца В.М. [1], Чухно А.А. [2], Кендюхова А.В. [3], Коюду В. А. [4], Моисеенко И.П. [5], Юрченко Ю.А. [6], Данилюк-Черных И.М., Петренко В.П. [7], Панченко Е. [8], Мильнер Б. [9], Семькину М.В., Гунько В.И. [10] и других. В работах указанных авторов приводится толкование понятий «интеллектуальный потенциал», «интеллектуальный капитал», осуществляется анализ их составляющих, обращается внимание на необходимость более детального изучения, связанных с ними, проблем. [1-14] Таким образом, в настоящее время в научной литературе освещены многие аспекты интеллектуального потенциала и интеллектуального капитала. Вместе с тем, большая часть вопросов, связанных с особенностями интеллектуального потенциала, способами формирования и функционирования, значением для развития современного предприятия, остается малоисследованной.

Цель статьи: раскрыть и уточнить особенности интеллектуального потенциала и его структуру, обосновать значение для развития современного предприятия.

Основные результаты исследования.

Анализ специальной литературы и публикаций, освещающих проблемы совершенствования деятельности предприятий в современных условиях, показывает, что устойчивое развитие субъектов хозяйствования, в значительной мере, зависит от их интеллектуального потенциала, который объединяет образование, науку, технологии, все виды интеллектуальной деятельности и становится главным ресурсом в формировании интеллектуального капитала. Именно интеллектуальный потенциал является залогом интенсивного развития предприятия, а использование им в своей хозяйственной деятельности всей совокупности ресурсов, формирующих интеллектуальный потенциал, дает возможность субъекту хозяйствования занимать лидирующие позиции на рынке новых товаров и услуг [4-14].

С точки зрения теории предпринимательства, субъектом предпринимательства является специфическая структура, которая проявляет личные интересы через выполнение определенных предпринимательских функций – инициативы, менеджмента и риска [5]. Под организационной формой субъекта предпринимательства понимают целостную систему взаимозависимых структурных, культурных, пространственных и технологических компонент, которые придают потоку действий определенный характер, образ и порядок [11]. С учетом сказанного, современные субъекты предпринимательства можно рассматривать как структуры различного уровня интеграции внутренних и внешних потоков информации, знаний и материальных потоков. Функционирование субъектов предпринимательства следует рассматривать через призму их интеллектуального капитала [2], а возможности интеграции – через призму интеллектуального потенциала [12;13].

С точки зрения теории потенциалов, интеллектуальный потенциал субъекта предпринимательства рассматривается как экономическая система, которая отражает совокупность связей и отношений между элементами интеллектуального капитала (персонал, рыночные активы, структурные активы,

ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ, ЕГО ОСОБЕННОСТИ И РОЛЬ В РАЗВИТИИ ПРЕДПРИЯТИЯ

интеллектуальная собственность), которые устанавливаются в процессе проектирования, изготовления, реализации и потребления продукта, а также управления этими процессами [5]. Сущность интеллектуального потенциала отображается как возможность системы интеллектуальных ресурсов (как элементов интеллектуального капитала) формировать такие управленческие компетенции, которые на основе выбранных бизнес-процессов обеспечивают достижение определенных стратегий предприятия [2]. Таким образом, интеллектуальный потенциал формируется под воздействием как внутренних, так и внешних факторов и играет существенную роль в достижении успеха предпринимательскими структурами.

В современных условиях хозяйствования интеллектуальный потенциал должен постоянно быть объектом наблюдения, изучения и воздействия, поскольку именно на его базе формируется интеллектуальный капитал предприятия, который целесообразно рассматривать как синергетическую целостность человеческого капитала, структурного капитала и капитала отношений [6].

Рассмотрим более подробно названные три вида капитала, поскольку они прямо связаны с интеллектуальным потенциалом.

По мнению Юрченко Ю.А. [6], человеческий капитал как ведущая составляющая интеллектуального капитала представляет собой производственный нематериальный актив, который не принадлежит предприятию, поскольку является результатом суммы опыта и навыков, имеющихся у работников. При этом интеллектуальный капитал является результатом функционирования человеческого капитала, поскольку работники обеспечивают предприятие компетенциями, формируют взаимоотношения с потребителями и являются источником создания интеллектуальной собственности. Поэтому одной из основных задач предприятия по управлению человеческим капиталом является необходимость придать человеческому ноу-хау материальную форму, облегчив кодификацию и дальнейшее распространение знания с целью его производительного использования, а управление данной разновидностью капитала предусматривает способность получать экономические выгоды из знаний, навыков и опыта работников. Структурный (организационный) капитал является синергетическим результатом взаимодействия большой совокупности элементов. В эту совокупность, по мнению Юрченко Ю.А., входят трудовые, операционные процессы, специфическая методология деятельности, система стратегического планирования, информационных технологий, корпоративная культура, организационные процедуры, интеллектуальная собственность. Таким образом, структурный (организационный) капитал имеет отношение к внутренним процессам или инфраструктуре организации, которые способствуют функционированию человеческого капитала. Капитал взаимоотношений представляет собой знания, заложенные в отношения с внешней средой, и отражает стоимость выстроенной сети взаимоотношений с потребителями, поставщиками, другими важными рыночными институтами, представляет

потенциал предприятия, который развивается в нематериальных активах, находящихся за пределами субъекта хозяйствования.

В свою очередь, в структуре интеллектуального потенциала предприятия выделяют следующие компоненты: человеческий капитал, структурный потенциал, потребительский потенциал, информационные ресурсы, интеллектуальную собственность, инновационную деятельность [14]. Исходя из этого, человеческий капитал присутствует как в составе интеллектуального потенциала, так и в составе интеллектуального капитала. Чухно А.А., показывая связь между этими понятиями, считает, что интеллектуальный капитал – это интеллектуальный потенциал, активно используемый в процессах экономического развития [2].

Исследование литературных источников по рассматриваемой проблеме [1-8], дает основание утверждать, что человеческий фактор в эпоху экономики знаний становится главным фактором, а инвестиции в персонал, в его обучение и интеллектуальное развитие должны считаться первоочередными инвестициями хозяйствующих субъектов. В связи с этим, в управлении происходит смещение акцентов на гуманистический (персонифицированный) подход, в основе которого лежит продолжительный и непрерывный процесс формирования, развития, совершенствования и эффективного использования интеллектуального потенциала как управленческого, так и исполнительского персонала предприятий [7, с. 149]. Это важно еще и потому, что отдача от вложений в формирование и развитие интеллектуального потенциала в значительной мере превышает отдачу от вложений в основные фонды.

Вместе с тем, даже если каждый работник предприятия будет обладать достаточными знаниями и умениями, необходимыми для выполнения работ и при этом каждый из них будет трудиться с полной отдачей, достаточной эффективности деятельности субъекта хозяйствования можно достичь лишь при выполнении определенных условий. К ним, в первую очередь, относятся: обеспечение синергетического эффекта от комплексного внедрения в практику управления предприятием «стратегического менеджмента, прогрессивной корпоративной культуры, современных организационных структур и технологий управления персоналом, технологий и инструментов интеллектопользования, использования современных тренинговых технологий обучения и развития персонала» [7, с. 151]. При этом, особое внимание должно быть направлено на формирование и развитие интеллектуально- креативных ресурсов предприятия.

Следует подчеркнуть, что ресурсы интеллектуального потенциала – это творения человеческого разума, интеллекта, результаты интеллектуальной деятельности человека. Интеллектуальные ресурсы, будучи частью нематериальных активов предприятия, имеют особенности, главной из которых является то, что ресурсы интеллектуального потенциала не подвергаются физической амортизации, возможен лишь их моральный износ. Более того, в процессе эксплуатации (использования) они не теряют своих свойств, но могут совершенствоваться и приобретать новую, более высокую стоимость.

Выводы.

ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ, ЕГО ОСОБЕННОСТИ И РОЛЬ В РАЗВИТИИ ПРЕДПРИЯТИЯ

В условиях перехода к новому типу экономики – экономике знаний основным ресурсом предприятий становятся интеллектуальный потенциал и, образованный на его базе, интеллектуальный капитал. На формирование интеллектуального потенциала оказывают влияние как внутренние, так и внешние факторы.

Основная особенность интеллектуального потенциала проявляется в том, что его ресурсы, будучи результатом интеллектуальной деятельности человека и частью нематериальных активов предприятия, не подвергаются физической амортизации, возможен лишь их моральный износ, в процессе использования они не теряют своих свойств, но могут совершенствоваться и приобретать новую, более высокую стоимость.

К основным структурным составляющим интеллектуального потенциала предприятия можно, прежде всего, отнести совокупность человеческого, структурного (технологического и организационного) потенциалов, а также объекты интеллектуальной собственности, которые представляют собой интеллектуальные ресурсы предприятия и способны при наличии необходимых условий и механизмов трансформироваться в интеллектуальный капитал – средство создания новой стоимости. В этом и проявляется главное значение интеллектуального потенциала предприятия.

Значение интеллектуального потенциала предприятия состоит и в том, что зачастую внедрение, созданных с его использованием инноваций, например, организационного характера, не требует значительных материальных затрат. Затраты же на формирование интеллектуального капитала, создаваемого на базе имеющегося у предприятия интеллектуального потенциала, способны давать значительно большую отдачу, чем затраты на формирование основных фондов.

Устойчивое развитие предприятия, повышение эффективности его деятельности в настоящее время возможны лишь при условии наличия необходимого интеллектуального потенциала как резерва пополнения интеллектуального капитала, а также системы управления, адекватной целям и задачам субъекта хозяйствования.

Исходя из сказанного, весьма значимым является продолжение исследования проблем интеллектуального потенциала, более глубокое изучение его особенностей и свойств, выявление источников и наиболее рациональных методов формирования и развития, поиск оптимальных механизмов преобразования интеллектуального потенциала в интеллектуальный капитал в условиях современных предприятий.

Список литературы

1. Геец В.М. Характер переходных процессов к экономике знаний / В.М. Геец // Экономика Украины. – 2004. – №4. – С. 4-14.
2. Чухно А.А. Интеллектуальный капитал: сущность, формы и закономерности развития / А.А. Чухно // Экономика Украины. – 2002. – №11. – С. 48-55.
3. Кендюхов А.В. Сущность и содержание организационно-экономического механизма управления интеллектуальным капиталом предприятия / А.В. Кендюхов // Экономика Украины. – 2004. – №2. – С. 33-41.

4. Коюда В.А. Интеллектуальный потенциал в формировании интеллектуального капитала предприятия [Электронный ресурс]: материалы I Международной научно-практической конференции [«Роль и значение интеллектуальной собственности в инновационном развитии экономики»], (Хмельницкий, 4-6 ноября 2009 г.). – Режим доступа: www.icsti.su/uhloaded/20103/intel_prop/5pdf
5. Мойсеенко І.П. Проблеми структурного аналізу інтелектуального потенціалу підприємства / І.П. Мойсеенко // Актуальні проблеми економіки. – 2007. – №10 (76). – С. 165-170.
6. Юрченко Ю.О. Интеллектуальный капитал как объект стратегического управления / Ю.О. Юрченко // Формування ринкових відносин в Україні. – 2011. – №4 (119). – С. 225-230.
7. Данилюк І.М. Управління використанням інтелектуального потенціалу людських ресурсів на засадах синтетики і синергізму / І.М. Данилюк, В.П. Петренко // Регіональна економіка. – 2011. – №1. – С. 148-156.
8. Панченко Е. Интеллектуальный потенциал компаний: опыт эмпирического исследования / Е. Панченко // Экономика Украины. – 2005. – №10. – С. 14-24.
9. Мильнер Б. Управление интеллектуальными ресурсами / Б. Мильнер // Вопросы экономики. – 2008. – №7. – С. 98-107.
10. Семикіна М.В. Інтелектуальний потенціал та його роль у національній економіці / М.В. Семикіна, В.І. Гунько // Экономика и управление. – 2011. – №1. – С. 50-56.
11. Репин В. В. Процессный подход к управлению и моделированию бизнес-процессов / В.В. Репин, В.Г. Елиферов. – М.: Стандарты и качество, 2004. – С. 4.
12. Васильев А. Н. Новые подходы на основе RBF-сетей к решению краевых задач для уравнения Лапласа на плоскости / А.Н. Васильев, Д.А. Тархов // Нейрокомпьютеры: разработка, применение. – 2004. – №7-8. – С. 119-126.
13. Пономаренко В.С. Механізм прийняття управлінських рішень на підприємстві: процесний підхід / В.С. Пономаренко, С.В. Мінухін, О.М. Беседовський. – Харків: Вид. ХНЕУ, 2005. – С. 21-57.
14. Тимошенко Н.Ю. Аспекти управління інтелектуальним потенціалом пормислових підприємств / Н.Ю. Тимошенко // Формування ринкових відносин в Україні. – 2010. – №10. – С. 167-170.

Поступила в редакцію 01.12.2011 г.

Горбов А.О. Интеллектуальный потенциал, його особливості й роль в розвитку підприємства / А.О. Горбов // Учені записки ТНУ. Серія: Економіка та управління. – 2011. – Т. 24 (63), № 4. – С. 107-112.

У статті викладено результати досліджень сучасних трактовок поняття «інтелектуальний потенціал» й «інтелектуальний капітал» підприємства, уточнено їх структуру й особливості, обґрунтовано значення для розвитку сучасного підприємства.

Ключові слова: інтелектуальний потенціал підприємства, інтелектуальний капітал, ресурси інтелектуального потенціалу, особливості інтелектуального потенціалу.

Gorbov, A.A. Intellectual potential, his features and role in development of enterprise / A.A. Gorbov // Uchenye zapiski TNU. Series: Economy and management. – 2011. – Vol. 24 (63), № 4. – P. 107-112.

The results of research of modern interpretations of concepts «Intellectual potential» and «intellectual capital» of enterprise are expounded in the article, their structure and features is specified, a value for development of modern enterprise is grounded.

Keywords: intellectual potential of enterprise, intellectual capital, resources of intellectual potential, features of intellectual potential

УДК 338.48

ТУРИЗМ КАК СТУПЕНЬ СОЦИАЛЬНО-ИНФОРМАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ

Дихтярь А.И.

*Таврический национальный университет имени В.И. Вернадского, Симферополь, Украина
E-mail: dadicy@iua*

Анализируются, отвечающие мировым вызовам и национальным интересам, проблемы приоритетного социально-информационного развития индустрии туризма в Украине и АР Крым.
Ключевые слова: информация, туризм, тенденции, инновации, персонал, управление знаниями

Постановка проблемы. Колоссальный рост мирового объема информации и, определяемые этими факторами глобальные трансформации при дефиците ресурсов жизнеобеспечения, обуславливают необходимость инновационного развития всех отраслей экономики. Мировая экономика была совершенно не готова к негативным вызовам финансово-экономического кризиса 2008-2010 гг. Если анализировать ситуацию комплексно, то кризис – это новая точка отсчета глобальных трансформаций всей экономической системы на пути от финансово-консервативных устоев к социально ориентированным, основанным на информационно-инновационных технологиях, парадигмах и организационных структурах инновационного развития информационного общества. Постоянно растет потребность в инновационно мыслящем персонале соответствующей компетенции. Информационно-коммуникационные технологии (ИКТ) превратились в бизнес-актив, который непосредственно влияет на развитие бизнеса, в частности, туристического, технологичность которого является суровой необходимостью выживания: успешнее тот, кто оперативнее и качественнее доведет до клиента (агентства или туриста) информацию о турпродукте, быстрее и качественнее обслужит клиента.

Исходя из этого, **целью исследования** является анализ новых задач кадровой политики, социальной информатизации туристических возможностей Крыма в процессе развития индустрии туризма и интеграции Украины в единое информационное пространство.

Анализ последних исследований и публикаций. Мир определяется с новой экономической моделью – не сырьевой, а информационной. Наибольшее значение в мировой торговле услугами к 2020 году, по прогнозу WTO, будут иметь туризм и транспорт. Реальные выгоды от развития туристического кластера в благоприятных условиях появляются только через 5-7 лет упорного продвижения к поставленной цели при всемерном мотивировании и поощрении экономического интереса, предпринимательской инициативы, тотальной информатизации, содействующей продвижению и внедрению инноваций, интеграции кластерных технологий консолидированного сотрудничества в результат [1]. «Зеленые технологии» набирают все большую популярность и реализуются в инфраструктурном обеспечении индустрии туризма, уже сейчас

способствуя возобновлению энергии и бережному отношению к окружающей среде. Существующие наработки позволяют предполагать, что тотально компьютеризированные средства передвижения и доставки станут безопасными и экологичными, а всевозможные медиаустройства позволят им не только эффективно взаимодействовать между собой, но и предоставлять потребителю оптимально лучшее информационное представление о реальной обстановке как локально, так и глобально.

Исследование «Новая эра устойчивого развития», в процессе которого была опрошена тысяча первых лиц компаний со всего мира, показало, что термин «устойчивое развитие», который появился в недрах ООН в экологическом ракурсе, стал гораздо более широким понятием, включающим также корпоративное управление и социальные аспекты. Стало очевидным, что бизнес не может быть действительно социально ответственным, если нет гражданского общества, которое этого требует, покупателя, который этого требует, и правительственных структур, которые оказывают эффективную помощь бизнесу.

Основные результаты исследования. В настоящее время количество доступной информации гораздо больше, чем человек может усвоить. Информационные компьютерные технологии способствуют прозрачности и облегчают общественности доступ к информации. Между тем, на предприятиях часто наблюдается переизбыток ненужной и недостаток необходимой оперативной управленческой информации, большая инерция в реализации управленческих решений. Некоторые исследователи считают, что через 10 лет ключом к успешной карьере станет способность выносить информационный шум и умение работать с оппонентами. Стратегия государственного регулирования в данной сфере должна быть нацелена на упреждение возможных рисков освоения нового этапа партнерства общества и технологий, а научная мысль – концентрироваться на системном анализе необходимого уровня компетенций и способов его обеспечения на рынке труда в ближайшие 5-10 лет.

По оценке аналитической компании Gartner, в 2011 году мировые расходы на ИКТ составят \$2,6 триллионов, а в 2012 году вырастут еще на 3,9%, достигнув \$2,7 триллионов. Несмотря на снижение темпов роста (изначально в 2011 году прогнозировалось увеличение рынка на 5,9%) и непростые экономические условия, компании продолжают инвестировать в ИКТ [2]. Значительно вырос объем данных, используемых для управления бизнесом. Логической основой корпоративных структур становятся системы управления контентом, хранилища данных, специализированные файловые системы, тесно связанные с сервисами данных и метаданных. Социальными сетями уже пользуется более 1,2 млрд. человек, то есть 20% населения мира. В ближайшее время стоит ожидать более широкого вовлечения в корпоративную среду социальных инструментов, в особенности в областях взаимодействия с клиентами, управления кадрами и знаниями, а темпы роста расходов на публичные службы достигнут 19% в год.

На смену бумажным деньгам и кредитным карточкам приходят персональные электронные устройства. Адаптация сайтов и написание пользовательских приложений для финансово-кредитной сферы стало, в большей

степени, прерогативой брендов, работающих в высоком ценовом сегменте. В 2010 году инсталляционная база мобильных ПК и смартфонов превысила инсталляционную базу десктопов. Появление планшетных ПК на рынке стало новым видением мобильного интернет-устройства, используемого и для развлечений, и для решения бизнес-задач. В то время, как обычная торговля продолжает стагнировать, к 2016 году планшетом будет пользоваться каждый восьмой житель планеты. Данные исследовательской компании IPSOS свидетельствуют о том, что после приобретения планшета их владельцы чаще совершают интернет-покупки. Причем у тех, кто имеет и смартфон, и планшет частота покупок вдвое выше [3]. В Украине владелец планшета — автоматически попадает в социальную группу «средний+» и выше. При этом специалисты отмечают, что к «среднему классу» в Украине относят себя люди со средним доходом на одного члена семьи около 2000 гривен в месяц, а к «низкому» — менее тысячи. Разница между желаемым доходом для нормальной жизни и реальным уровнем достатка, в среднем для всего населения Украины, составляет 2,2 раза. Существуют предположения, что часть этой разницы покрывается за счет теневых доходов. Среди предпринимателей о наличии теневого дохода говорят более трети.

Общепринятые мировые тенденции предполагают, что достаточно высокий уровень образования, все-таки констатируемый в Украине, должен позволять человеку зарабатывать больше. Однако фактический разрыв в доходах между людьми с наиболее высоким и наиболее низким уровнем образования составляет 1,2 раза, а не три-пять раз, как в других странах. Поэтому образ жизни человека становится биографическим решением системных противоречий. Между тем исследование, проведенное компанией Cisco в 14 странах, показало, что желание молодых специалистов и студентов колледжей пользоваться социальными сетями, мобильными устройствами и интернетом на рабочих местах столь велико, что это стало оказывать существенное влияние на выбор работы, причем иногда на второй план отходит даже размер заработной платы [4].

В кризисных условиях, работодатели, отказавшись от таких программ лояльности, реализуемых во многих крупных украинских компаниях в виде медицинской страховки, бесплатного питания и компенсации стоимости проезда, ныне вновь вынуждены о них вспоминать. Пойти на это компании заставила конкурентная борьба и стремление привлечь и удержать квалифицированный персонал при неготовности повышать зарплату. Если раньше наличие социального пакета рассматривалось как расточительность, то теперь это крайне прагматичный шаг и единственное конкурентное преимущество для многих компаний. Самой популярной опцией в социальных пакетах по-прежнему является возможность повышения квалификации. По мнению работодателей, обучение более эффективно, если работник сам частично оплачивает тренинг [5]. При этом, даже самые успешные продолжают учиться, подтверждая, таким образом, концепцию пожизненного образования, которая сегодня принята в Европе и во всем мире. Необходимость в обучении — постоянна, поскольку

постоянно и весьма динамично меняются объемы информации и среда, в которой приходится работать, появляются новые инструменты и технологии.

Современный топ-менеджер должен иметь четкое стратегическое видение ситуации развития бизнеса и уметь адекватно оценивать целесообразность применения тех или иных управленческих инструментов, корректно транслировать цели развития компании персоналу. Организация эффективного взаимодействия с персоналом включает множество разных моментов — от формирования бизнес-процессов (как выстроены технологические процедуры и распределение должностных обязанностей и полномочий) до вопросов эффективной коммуникации (передачи информации от руководителя к подчиненному и обратно) [6].

Концепция «социальной компании» от Gartner выходит далеко за рамки использования технологий социальных медиа и предполагает изменения бизнес-процессов с использованием социальных медиа-платформ для обеспечения сотрудничества таким образом, чтобы персонал, заказчики, поставщики могли непосредственно влиять на создание добавочной стоимости.

В мире постоянно создаются мобильные и экспертные группы, научно-исследовательские центры, новые организационные структуры для тщательного мониторинга глобальных изменений и существующей ситуации в экономике, отягощенной целым спектром эколого-демографических проблем. После состоявшейся в Нью-Йорке презентации "Лучшие инвестиционные возможности в 2011 году в Украине" отмечалось, что ожидаемый прирост 5,1% ВВП, а также перспектива подписания Соглашения о зоне свободной торговли между ЕС и Украиной являются ключевыми аргументами в пользу инвестиционного сотрудничества между Украиной и США, партнерства в сферах энергетики, сельского хозяйства, туризма, инфраструктуры.

По оценкам экспертов, к 2050 году космические туры станут обычным делом при стоимости часового тура в \$50 тысяч. Всевозможные путешествия становятся все более популярными, в том числе и на постсоветском пространстве, для которого, Крым – традиционная дестинация, но требующая существенной модернизации устаревшей или изношенной инфраструктуры и повышения качества предоставляемых услуг. Информация об инновационных достижениях мирового туристско-рекреационного рынка быстро доводится лидерами турбизнеса до потенциального пользователя, поскольку это становится очередным вложением в базу повышения конкурентоспособности и, одновременно, «изюминкой» привлечения потребителей и повышения спроса на услуги. Качество предлагаемых услуг и новые технологии определяют успех в бизнесе. Украинский Интернет является самым быстрорастущим рынком Европы, преодолев барьер проникновения в 30%. Новые приложения дают возможность в социальных сетях бронировать билеты и организовывать туристические поездки, получать информацию о рейсах, отелях, аренде автомобилей, позволяют проложить оптимальный маршрут, подобрать лучшее предложение авиакомпаний на требуемые даты вылета и прилета, в том числе и с мобильного телефона. Украинским туроператорам необходимо адаптироваться к реалиям современного

мирового пространства. Однако отсутствие приемлемого предложения по магистральным перелетам не позволяет делать чартерные программы по соответствующим направлениям[7].

Уникальным шансом для креативного развития внутреннего туризма в Украине станет проведение Евро-2012 в отношении реализации возможностей качественного совершенствования инфраструктуры, умений работать по международным стандартам, мониторинга природных и исторических памятников Украины, предоставления соответствующей информации потенциальному потребителю. В условиях дефицита объектов качественного размещения официальный туроператор УЕФА — компания TUI Travel — указывал на несоответствие уровня украинских гостиниц их ценовой политике. Новые игроки продолжают активно завоевывать туристический и рекреационный рынок Украины, действующие — расширяться, не слишком крупные — объединяться в ассоциации или иным способом консолидировать свои ресурсы с обязательной корректировкой стратегии и улучшением качества кадрового потенциала.

Создание европейских условий для развития туристического бизнеса задекларированы в стратегии продвижения Евро-2012 и намерении развиваться по инновационно-инвестиционной модели с активным использованием научного и человеческого потенциала. Украина является соорганизатором Евро-2012 и четыре принимающих города призваны максимально заинтересовать футбольных фанатов в посещении страны в дальнейшем». Ориентируясь на евроинтеграцию, Украина движется к западной модели восприятия работы и личного времени, что предполагает более эффективную организацию собственного рабочего времени и рабочего процесса в целом для достижения необходимых результатов с меньшими затратами, но большей эффективностью. В потребительскую корзину, которая не обновлялась с 2000 года Госкомстат Украины намерен добавить услуги няни, платную медицину, страхование, аренду жилья и даже покупку ноутбука [8].

Маркетинговая деятельность действительно эффективна только при ориентации на долгосрочные результаты. Топ-менеджер или собственник бизнеса должен постоянно держать контроль над пятью аспектами организации: персонал, качество, маркетинг, денежный поток и его прибыльность. При этом последние исследования человеческого восприятия жизни подтверждают тот факт, что не только правильное чередование периодов работы и отдыха, но и позитивное отношение к жизни помогает защите от болезней, стресса и, тем самым, продлевает годы жизни. Наряду с вредными привычками и наклонностями, стрессы, недостаточная физическая активность и неправильное питание — глобальные проблемы. Эксперты Всемирной организации здравоохранения (ВОЗ) считают, что серьезным препятствием на пути к выбору правильной стратегии является обилие часто противоречивых советов и информации. Достоверная и научно обоснованная информация, правильное управление своими знаниями, устремлениями и креативными действиями, в том

числе по собственной реабилитации и здоровому образу жизни, откроет человечеству дорогу к долголетию.

Свой весомый вклад в человеческое развитие и реабилитацию вносит и туризм, обеспечивая позитивные эмоции, мобильность и расширение горизонтов познания. Эксперты компании Post Office Travel Insurance пришли к выводу, что для того, чтобы работа не «съедала» здоровье, небольшой отпуск надо брать каждые 62 дня. Без полноценного отдыха работник не способен генерировать новые идеи и даже в обычных процедурах допускает ошибки [9].

Несмотря на кризис, весной 2012 года в Каталонии продолжит действовать программа «Europe Senior Tourism», ориентированная на отдых людей старшего поколения в низкий сезон. Указанная социальная программа появилась в 2009 году по инициативе владельцев прибрежных отелей. Воспользоваться предложением могут туристы старше 55 лет, проживающие за пределами Испании, и один сопровождающий член семьи любого возраста. Испанское правительство в сотрудничестве с туристическими агентствами выделяет 130 евро на каждого участника программы. В результате недельная поездка в Испанию стоит всего около 400 евро на человека. При этом, практически треть стоимости оплачивается за счет государства [10].

Специалисты Post Office Travel Insurance на основании проведенного опроса пришли к выводу, что большинство британских молодых людей уже являются продвинутыми интуристами: 79% респондентов в возрасте от 18 до 24 лет заявили, что побывали за границей в среднем четыре раза, не достигнув и 16-ти [11]. Национальный фонд Великобритании готовит специальную туристическую программу, рассчитанную на детей, учитывающую намерения по внесению изменений в список своих задач и целей. Теперь основное внимание организации будет направлено на то, чтобы помочь туристам стать ближе к природе посредством пеших и велосипедных прогулок. Фонд собирается разработать серию живописных маршрутов, общей протяженностью около 160 км, и предложить туристам ряд оздоровительных прогулок по самым красивым местам Британских островов, таким как Озерный край (Lake District) или национальные парки. Также появятся 7 новых велосипедных трасс и даже состоится велосипедный фестиваль. Заметим, что в Киеве первая велопарковка появилась только в мае 2011 года. В свою очередь, в Симферополе состоялось открытие первой в городе велостоянки на 10 велосипедов, появление которой явилось началом популяризации этого вида транспорта и эко- и велотуризма в целом. Пилотный проект стал результатом совместных усилий администрации, студентов факультета управления Таврического национального университета им. В.И.Вернадского и "Велоклуба".

Выводы. В условиях зависимости экономики Украины от внешних условий, в том числе конъюнктуры мирового рынка, крайняя актуальность реализации стратегической цели развития АПК, заложенной в принятой «Стратегии социально-экономического развития АПК на 2011-2020гг.», — достижение устойчивого роста уровня и качества жизни на основе сбалансированной социально-экономической системы инновационного типа, гарантирующей

экологическую безопасность, динамичное развитие экономики и реализацию стратегических интересов Украины, неоспорима.

Управляемость и эффективность реализации Стратегии и видения будущего Крыма как национального и международного центра туризма и рекреации возможна при консолидации усилий и действенного информационного сопровождения с концентрацией на инновациях, повышающих эффективность использования ресурсного и человеческого потенциала.

Осуществление, указанных в стратегических документах мероприятий, позволит значительно активизировать процесс интеграции Украины в единое мировое информационное пространство.

Список литературы

1. Дихтярь А. И. Инновационное развитие предприятий туристского комплекса / А. И. Дихтярь // Ученые записки Таврического национального университета имени В. И. Вернадского. – 2011. – Т. 2 (63), №2. Серия «Экономика и управление» – С. 101-108.
2. Gartner: мировые затраты на ИТ в 2012г. достигнут \$2,7 трлн [Электронный ресурс]. – Режим доступа:
http://ko.com.ua/gartner_mirovye_rashody_na_it_v_2012_g_dostignut_2_7_trln_58859
3. Компьютеры заставляют покупать [Электронный ресурс]. – Режим доступа:
<http://markets.eizvestia.com/full/kompyutery-zastavlyayut-pokupat>
4. Социальное самочувствие: мы его теряем? [Электронный ресурс]. – Режим доступа:
<http://zn.ua/articles/81351>
5. Презент от фирмы [Электронный ресурс]. – Режим доступа:
<http://focus.ua/economy/197176/>
6. Эффективное взаимодействие с персоналом [Электронный ресурс]. – Режим доступа:
<http://new-management.info/articles/394/>
7. Чьих будете? [Электронный ресурс]. – Режим доступа:
http://utg.net.ua/index.php?option=com_content&task=view&id=813&Itemid=1
8. Госстат добавит ноутбуки и флешки в потребительскую корзину украинцев [Электронный ресурс]. – Режим доступа:
<http://korrespondent.net/business/economics/1282770-gosstat-dobavit-noutbuki-i-fleshki-v-potrebitelskuyu-korzynu-ukraincev>
9. В отпуск нужно уходить каждые два месяца [Электронный ресурс]. – Режим доступа:
<http://job.ukr.net/news/v-otpusk-nuzhno-uhodit-kazhdye-dva-mesjaca/>
10. Польские пенсионеры с удовольствием пользуются испанской "Europe Senior Tourism" [Электронный ресурс]. – Режим доступа:
<http://www.tourua.com/ru/tournews/info-54877.html>
11. Для молодого поколения туризм привычен с детства [Электронный ресурс]. – Режим доступа:
<http://www.tourua.com/ru/tournews/info-53641.html>

Поступила в редакцию 01.12.2011 г.

Дихтярь О.І. Туризм як ступінь соціально-інформаційного розвитку / О.І. Дихтярь // Учені записки ТНУ. Серія: Економіка та управління. – 2011. – Т. 24 (63), № 4. – С. 113-119.

Аналізуються, відповідні світовим викликам і національним інтересам, проблеми пріоритетного соціально-інформаційного розвитку індустрії туризму в Україні та АР Крим.

Ключові слова: інформація, тенденції, інновації, персонал, управління знаннями.

Dikhtyar A.I. Innovative development of enterprises of tourism-recreation complex / A.I. Dikhtyar // Uchenye zapiski TNU. Series: Economy and management. – 2011. – Vol. 24 (63), № 4. – P. 113-119.

Answering is analysed world tendencies and national interests of problem of innovative development of tourism and recreation complex in Ukraine and Crimea.

Keywords: information, tendencies, innovations, personnel, knowledge management.

УДК 332.146.2:502.131.1

**ИНТЕГРАЛЬНЫЙ ПОДХОД К СОВЕРШЕНСТВОВАНИЮ
РЕГИОНАЛЬНОЙ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ
ПРИРОДОПОЛЬЗОВАНИЕМ**

Добровольская О.П.

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

В работе обоснована необходимость применения интегрального подхода к совершенствованию региональной системы управления природопользованием.

Ключевые слова: региональная система управления, природопользование, факторы, принципы управления природопользованием

Постановка проблемы.

Проблемы обеспечения экологической безопасности в Украине уже несколько лет находятся на повестке дня научных изысканий в связи с формированием национальной модели устойчивого развития. Переход к устойчивому развитию тесно связан с определенным методологическим ориентиром в сфере экологической безопасности – с формированием экологической парадигмы перспективного развития Украины и ее регионов. Причем особенности формирования политики природопользования и экологической безопасности связаны со специфическим переходным состоянием (трансформацией) экономики Украины, которая в отличие от государств Центральной и Восточной Европы, длится довольно долго.

В Украине претворение в жизнь концепции устойчивого развития, реализация государственной экологической политики осложняется общим финансово-экономическим кризисом, институциональной неэффективностью, которая является дополнительной причиной экологической дестабилизации. Неопределенность прав собственности на природные ресурсы, нечеткое их распределение между центром и регионами приводят к нерациональному использованию ресурсов, их чрезмерной эксплуатации. Различия интересов хозяйственных субъектов в использовании природной среды требуют вмешательства государства – силы, объективно представляющей интересы общества, роль которой актуализируется особенно в кризисный период развития национальной экономики. Конечно, деятельность государства противоречива, а вмешательство в экономику пристрастно, но выполняемая им функция координатора вряд ли может быть оспорена.

Важнейшая роль в достижении ориентиров устойчивого развития 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. Одной из причин срыва природоохранных мероприятий является невыполнение требований в определенный срок и в неполном объеме в

ИНТЕГРАЛЬНЫЙ ПОДХОД К СОВЕРШЕНСТВОВАНИЮ РЕГИОНАЛЬНОЙ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ПРИРОДОПОЛЬЗОВАНИЕМ

результате которых происходит накопление невыполненных мероприятий природоохранного характера и ухудшение экологической обстановки региона в целом.

С повышением степени самостоятельности хозяйственной деятельности регионов становятся очевидными – недостаточная эффективность существующих экономических и управленческих механизмов, призванных реально заинтересовать управленцев различных уровней в решении экологических проблем региона и, соответственно, необходимость совершенствования управления региональным природопользованием с учетом критериев устойчивого развития. Исходя из этого, совершенно очевидно, что современная концепция природопользования в регионе должна реализовываться через призму эффективного управления региональной эколого-социально-экономической системой, ориентированного на учет интересов экономического, социального и экологического характера различных природопользователей.

В настоящее время в сфере природопользования происходит изменение приоритетов в процессе постановки задач научно-методических разработок, актуальных с учетом требований реального управления природопользованием. Конечная цель стратегических документов социально-экономического развития регионов и государств – постепенный переход состояния природной среды от «потребления» к «накоплению» на основе использования различных инструментов управления. Очевидно, что особенно опасно отставание научно-методического обеспечения реформирования региональных систем управления природопользованием и охраны природной среды от темпов проводимых реформ, что чревато усилением нерационального использования природных ресурсов и возникновением в отдельных регионах экологических и социальных кризисов.

Решение задач рационального природопользования возможно на основе интеграции экологических, экономических, социальных и организационных механизмов управления состоянием окружающей среды. Такой подход позволит сопоставить факторы природопользования и состояние окружающей среды с механизмами воздействия для достижения управленческих задач, систематизации факторов и распределения их по уровням в соответствии с заинтересованностью и компетентностью в решении вопросов природопользования в пределах города, региона, государства.

Реализация мероприятий, направленных на достижение, поддержание и контроль выполнения требований экологической безопасности невозможна без согласованного участия различных министерств, ведомств, организаций и учреждений и, как следствие – внедрения эффективного организационно-экономического механизма управления. Только в этих условиях возможен переход от биосферы к ноосфере – сфере разума, о необходимости которой писал В.И. Вернадский.

Указанные требования актуализируют междисциплинарные исследования по проблемам организации регионального управления природопользованием в условиях реформирования национальной экономики.

Анализ существующих подходов к анализируемой проблеме, с одной стороны, свидетельствует о высокой степени заинтересованности исследователей в данной области, а с другой – о недостаточном уровне развития методологических исследований в области решения организационно-экономических проблем рационализации природопользования в целом и его институциональных аспектов, в частности [1-17].

Вопросы взаимоотношений человека и природы всегда находились в поле зрения представителей научной мысли различного профиля. Причем в конце XIX-начале XX века в научном мире больше внимание уделяли вопросам состояния природы, обусловленного антропогенной деятельностью, что отражало господство антропоцентрического подхода в исследованиях проблем природопользования. Рассмотрение природопользования как системы становится характерной чертой научных трудов, среди которых исследования Пояркова Б. В. [13], рассматривающего систему природопользования в виде сочетания на конкретной территории нескольких типов природопользования, с выделением лидирующего и сопутствующего ему типов.

Объективно существующее взаимодействие природы и общества потребовало появления новых научных направлений (подходов) в исследовании этого сложного процесса [4]. Так, в начале XXI века одним из общепризнанных подходов этой области стал геоэкологический, основное содержание которого заключается в изучении процессов взаимодействия природы, населения и хозяйства на определенной территории [5]. Опираясь на различные концепции, раскрывающие закономерности пространственно-временной дифференциации природной среды, геоэкологический подход тесно связан с историческим, системным, ландшафтным и другими подходами, применяемыми для исследования проблем взаимодействия природы и общества в целом. Именно в этот период актуализируются аспекты институционального обеспечения системы взаимодействия природы, населения и хозяйства, реализованные в виде формирования региональных систем управления природопользованием.

В современной трактовке, тип природопользования представляет собой технологически однородную и территориально конкретную форму использования природно-ресурсного потенциала территории с присущим только ей парагенезом прямых и обратных связей хозяйственной деятельности населения с природной средой. Согласно мнения приверженцев данного подхода [6] факторами развития систем управления природопользованием, выступают: природные условия, сочетание ресурсов, географическое положение и история освоения территории.

Immler Н. рассматривает региональную систему управления природопользованием как, возникшее в результате длительного приспособления к существующим природным и социально-экономическим условиям, взаимообусловленное сочетание хозяйственных отраслей и процессов управления, обеспечивающих оптимальное использование природно-ресурсного потенциала конкретной местности [16].

Согласно трактовке Блехцина И. А. [5] система управления природопользованием в регионе представляет собой ту или иную модель

управления освоением территории, непосредственно связанную с культурным ландшафтом, что позволяет ей коррелировать со степенью антропогенного воздействия на окружающую природную среду, функциями, которые человек закрепляет за конкретными территориями и направлениями антропогенного преобразования последних в процессе природопользования. Очевидно, что изменение хозяйственных функций территорий может служить одним из индикаторов модификаций, происходящих в присущей региону системе управления природопользованием.

Более обоснованным, на наш взгляд, можно считать позицию Wicke L. [17], согласно которой, система управления природопользованием в регионе представляет собой управленческую систему определенного класса и иерархического уровня, ориентированную на прогнозирование результатов преобразовательных действий социума в окружающей природной среде.

Следует отметить, что отечественной науке концептуальные и прикладные аспекты управления природопользованием на различных иерархических уровнях, представлены в работах: Балацкого О. Ф., Буркинського Б. В., Галушкиной Т. П., Долишнего М. И., Дорогунцова С. И., Кашенко О.Л. Лукинова И. И, Мельника Л. Г., Руденка В. П., Стадницкого Ю. И., Харичкова С. К., Хачатурова Т. С., Хвесика М. А., Хлобистова Е. В., Шостак Л. Б. и др. Вместе с тем, недостаточно исследованы проблемы методологического обоснования направлений реформирования системы управления природопользованием на региональном уровне, что связано с современными тенденциями децентрализации, регионализации управления социально-экономическими и экологическими процессами в Украине.

Целью исследования выступает обоснование необходимости применения интегрального подхода к совершенствованию региональной системы управления природопользованием в условиях реформирования национальной экономики.

Основные результаты исследования.

Региональные эколого-социально-экономические системы (РЭСЭС) формируются на основе сочетания природных и природно-антропогенных комплексов. Свойственные региону ландшафты (как природные, так и антропогенно модифицированные), их ресурсный потенциал влияют на формирование отраслевой структуры хозяйственной деятельности населения, а также на формы и способы осуществления последней. Это обстоятельство дает основание рассматривать систему природопользования как результат преимущественно целенаправленной хозяйственной деятельности на конкретной территории в условиях характерных для нее ландшафтов.

Таким образом, в качестве внутренних (системообразующих) условий формирования системы природопользования могут быть названы совокупность особенной трансформации ландшафтов и развития населения территории, в пределах которой развивается природопользование.

Идеальным при разработке концепции управления природопользованием является достижение равновесия между загрязнением окружающей среды, отчуждением территории и ее очищением на вновь вводимых производственных

мощностях, восстановлением и возвратом территорий в хозяйственный оборот, оптимального соотношения между «накоплением» и «потреблением» природной среды, которые формируют задачу природопользования как сферу общественной деятельности. Не удивительно, что одной из причин срыва природоохранных мероприятий является невыполнение требований в определенный срок и в недостаточном объеме, в результате чего происходит накопление невыполненных мероприятий природоохранного характера и ухудшение экологической обстановки в целом.

Современная концепция управления рациональным природопользованием призвана реализовываться через систему эффективного государственного регулирования экономической системы на основе сочетания интересов природопользователей экономического, социального и экологического характера. В свою очередь, управление экономикой региона должно базироваться на сбалансированном регулируемом рыночном механизме и разработанной методической базе управления эколого-экономической деятельностью. Особая роль в этом процессе принадлежит региональным органам управления экологической компетенции, на которые возлагается ответственность за комплексное и экономически безопасное развитие подведомственной территории, ее эколого-экономической базы.

В процессе разработки стратегических планов регионального развития необходимо исходить из того, что хозяйственный комплекс формируется и функционирует на основе уже существующей природной структуры, у которой есть свои цели, принципы функционирования, вышедшие на общую коэволюционную траекторию развития в ходе длительной коадаптации. Процесс этот можно назвать интегрированием социума в общую схему функционирования регионального пространства, а управленческий подход, основанный на учете принципов и закономерностей коэволюционного развития региональных эколого-социально-экономических систем – интегральным подходом, соответственно.

Достижение экологической безопасности регионального развития предполагает формирование таких долгосрочных взаимоотношений его субъектов с природной средой, которые способны обеспечить его прогрессивное устойчивое развитие. Экологически устойчивое развитие предусматривает формирование стратегии управления экономикой региона, базирующейся на оценке предельной нагрузки на окружающую природную среду, определении необходимых и допустимых темпов экономического роста и способности среды восстанавливать свои качества. Условия компромисса между требованиями к качеству окружающей природной среды и экономическими возможностями определяют общественно желаемое качество окружающей среды, оптимальную величину общественных затрат и потерь на его достижение. Достижение такого компромисса вызывает необходимость формирования механизма эффективного управления региональным природопользованием, направленного на существенную коррекцию отмеченных негативных аспектов рынка, на перестройку отношений в системе «природа-население-хозяйство» с целью

ИНТЕГРАЛЬНЫЙ ПОДХОД К СОВЕРШЕНСТВОВАНИЮ РЕГИОНАЛЬНОЙ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ПРИРОДОПОЛЬЗОВАНИЕМ

создания необходимых условий обеспечения экологической безопасности в регионе и рационализации природопользования.

Согласно постулатам системного подхода, региональная система управления природопользованием имеет управляемую и управляющую составляющие. Одна из них представляет собой совокупность контролирующих органов на уровне региона (области), а вторая – объект управления (предприятия и организации, деятельность которых оказывает влияние на состояние окружающей среды и эффективность использования природных ресурсов региона). Система включает: планирование природопользования и охраны окружающей среды как составляющую планирования социально-экономического развития региона, регулирование процесса, а также необходимую для их осуществления информационную технологию управления, направленные на достижение экологических, организационных, экономических и производственных целей и задач и может быть представлена в виде логико-графической модели, отраженной на рисунке 1. Важнейшими из функций данной системы, следует считать: управление комплексным использованием сырьевых ресурсов; экологизацию производства; рационализацию процесса утилизации твердых бытовых отходов; улучшение экологической обстановки; достижение эколого-социально-экономической эффективности регионального развития.

Региональная система управления природопользованием выступает структурным подразделением системы управления региональным развитием, функциональные ориентиры которой базируются на принципах комплексности использования природных ресурсов и обеспечения жизнеспособности окружающей среды, предполагают классификацию природных ресурсов, а также типологию механизмов управления в регионе. Эта система методологически увязывается с аналогичными на вышестоящих уровнях управления, а также целостной системой управления региональным развитием.

Формирование региональной системы управления природопользованием, которая обеспечивала бы эффективное применение новых рыночных инструментов экологической политики, возможно при неукоснительном соблюдении ряда принципов, основными среди которых, следует считать:

- ориентацию на приоритетные цели экологической политики государства. Региональные системы управления природопользованием и охраной окружающей природной среды должны разрабатываться для каждой конкретной территории в соответствии с присущими ей целевыми приоритетами в сфере рационального природопользования, утвержденными законодательными органами и соответствующими органами местного самоуправления. Только в этом случае новые структуры управления смогут эффективно реализовать модели экологически безопасного и устойчивого развития регионов. Такой подход позволяет выбрать наиболее рациональный вариант структуры управления, при котором возможно достижение максимально возможного улучшения окружающей среды в условиях ограниченности ресурсов;

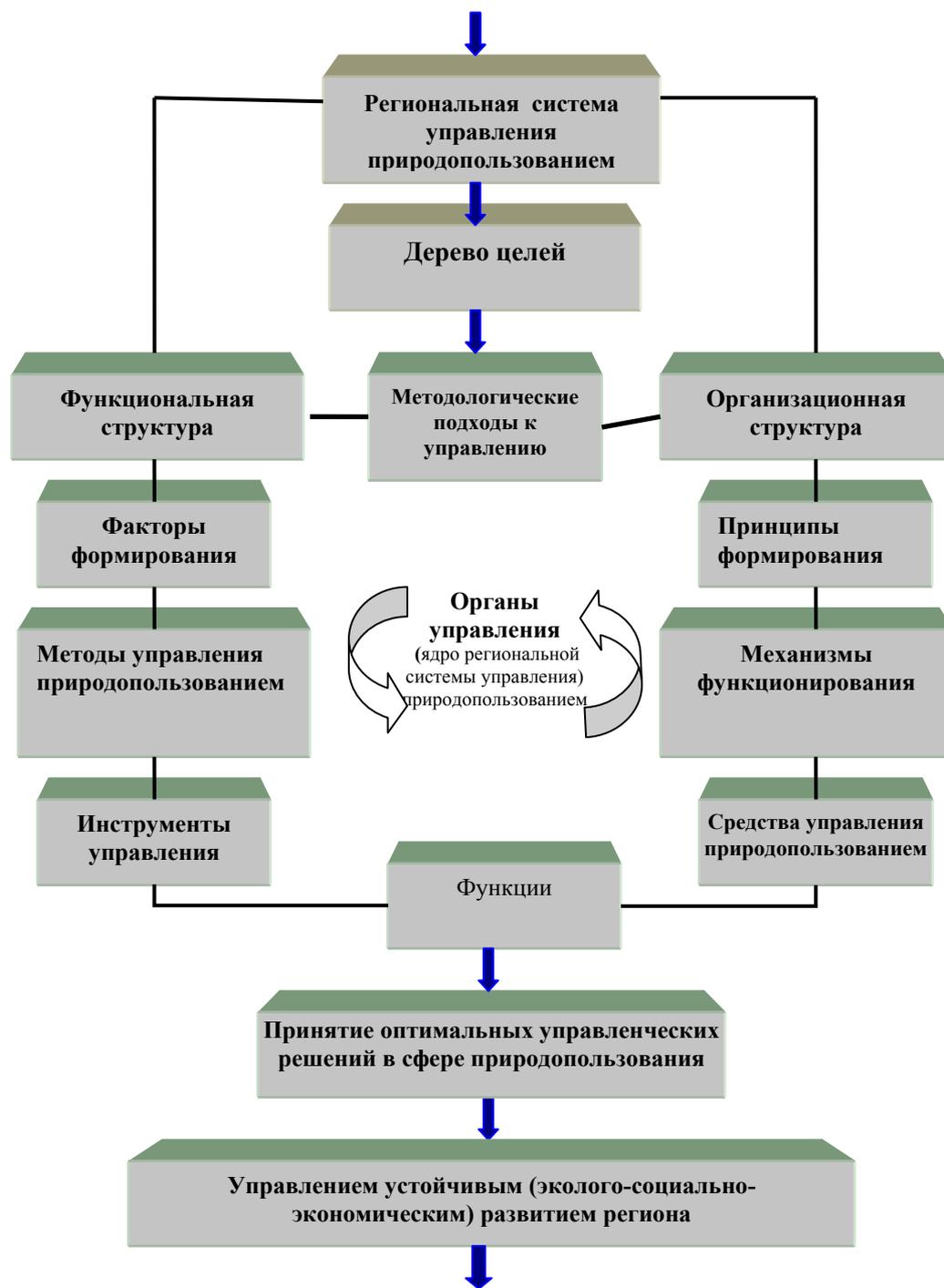


Рис. 1. Логико-графическая модель региональной системы управления природопользованием

ИНТЕГРАЛЬНЫЙ ПОДХОД К СОВЕРШЕНСТВОВАНИЮ РЕГИОНАЛЬНОЙ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ПРИРОДОПОЛЬЗОВАНИЕМ

- соблюдение целостности (органичности) системы. Региональная система управления природопользованием должна представлять целостную органичную систему. Набор и характер ее элементов, определенных в соответствии с приоритетами в сфере охраны окружающей среды и природопользования для конкретной территории, а также связи между ними, в значительной степени, определяются особенностями географической среды региона. Связи между элементами региональной системы управления природопользованием должны быть органичны и соответствовать поставленным задачам. Нарушение пропорций неизбежно ведет к изменению отдельных элементов или даже всей системы в целом. Например, вычленение из сложившейся региональной системы управления природопользованием одного из отраслевых управлений или определение численности и кадрового состава структуры без учета приоритетов в сфере природопользования, приведет к нарушению функционирования всей системы, поскольку функции вычлененных (или ослабленных) элементов должны перераспределиться между оставшимися, а это изменит их специализацию, состав, размеры и ряд других параметров;

- обеспечение применения инструментов реализации экологической политики государства. Система управления природопользованием и охраны природы должны организационно обеспечивать эффективное применение выбранных в ходе разработки региональных экологических программ сочетаний инструментов экологической политики (сборов, налогов, исков и штрафов, разрешений, лицензий, товарных знаков). Практика показывает, что, как правило, недостаточно организации специализированных отделов, групп или назначения ответственных специалистов, ответственных за применение отдельных инструментов. Требуется системный подход к проектированию всей структуры управления природопользованием и охраной природы в регионах;

- обязательное формирование ядра системы. Элементы региональной системы управления природопользованием неравноценны. Одни из них, в большей степени, отражают цель системы, другие только дополняют ее, а третьи создают условия для нормального функционирования первых двух элементов. Поэтому ядро системы образуют те из ее элементов, от которых непосредственно зависит выполнение целевых приоритетов в сфере охраны окружающей среды и рационального использования природных ресурсов. Практика показывает, что ядро региональной системы, независимо от сценария развития, функционально должно состоять из подразделений контрольной, экспертной и правовой направленности;

- соблюдение иерархичности при проектировании системы. Региональная система управления природопользованием постоянно испытывает дестабилизирующее действие различных факторов, направленных на ее дезорганизацию или разрушение. Поддержание системы в динамическом равновесии должно обеспечиваться либо за счет преобразования всей системы или отдельных ее элементов, либо с помощью регулирования условий функционирования системы. В условиях переходного периода поддержание динамического равновесия представляет собой крайне важную задачу, решение

которой возможно при гибкой структуре системы, периферия которой динамична, а ядро достаточно устойчиво;

- соблюдение совместимости элементов системы. Каждый из элементов региональной системы управления природопользованием должен быть составной частью целого. Элементы должны дополнять друг друга, взаимодействовать между собой, обеспечивая, тем самым, благоприятные условия функционирования каждого. В систему могут быть объединены только те элементы, которые способны решать задачи, общие для всей системы.

Соблюдение указанных основных принципов на региональном и особенно на локальном уровне позволит ускорить создание эффективных региональных систем управления природопользованием и избежать на этом пути многих ошибок. В это же время в каждом регионе необходимо учитывать и другие факторы, обусловленные, прежде всего, особенностями развития региона.

Объективной основой построения той или иной региональной системы управления природопользованием и разработки соответствующей организационной структуры выступают реально существующие географические условия жизни и производственной деятельности населения, которые определяют выбор типа ядра структуры, пути и способы развития ее периферии, а также режим их работы.

В реальной жизни влияние различных условий далеко неоднозначно из-за совокупного воздействия нескольких факторов, нередко разнонаправленных, что, в значительной степени, осложняет определение оптимальной организации управления природопользованием регионов (см. табл.1).

Следует отметить, что указанные факторы интегрируют все разнообразие природных, социальных, экономических особенностей территории и знания о них, что позволяет разобраться в сложном переплетении указанных факторов на конкретной территории. Соответственно, анализ факторов развития территории обязательно должен предшествовать проектированию организационных структур управления природопользованием в каждом конкретном регионе.

Основной целью функционирования данной системы является разрешение противоречия между комплексным использованием природно-ресурсного потенциала региона и, как следствие – столь же интенсивным отрицательным воздействием на окружающую среду. В этой связи совершенно необходимым выступает обоснование новых интегральных организационных структур управления природопользованием, а также системы методов воздействия на эти процессы на региональном уровне.

Целевыми ориентирами второго порядка выступают:

- сокращение роста антропогенных воздействий;
- снижение содержания вредных веществ до уровня ПДК в окружающей среде;
- повышение комплексности и эффективности использования природных ресурсов;
- сокращение общей площади отчуждаемых земель, потребления воды для производственных целей;

**ИНТЕГРАЛЬНЫЙ ПОДХОД К СОВЕРШЕНСТВОВАНИЮ РЕГИОНАЛЬНОЙ
СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ПРИРОДОПОЛЬЗОВАНИЕМ**

- рост объемов комплексной переработки сырья;
- увеличение лесных массивов;
- восстановление флоры и фауны.

Важнейшими из функций данной системы следует считать управление комплексным использованием сырьевых ресурсов, экологизацию производства, рационализацию процесса утилизации твердых бытовых отходов, улучшение экологической обстановки и достижение эколого-социально-экономической эффективности регионального развития в целом.

Таблица 1

Сущность и проявление факторов формирования региональной системы
управления природопользованием

№	Название фактора	Сущность влияния фактора
1.	Характер природно-хозяйственных условий	Определяет общий строй хозяйственной деятельности и зависит от сочетаний природных ресурсов, факторов природной среды, влияющих на характер хозяйственной деятельности, от транспортно-географического положения. Характер природно-хозяйственных условий влияет на организационные структуры управления природопользованием и на режим работы этих структур.
2.	Тип природопользования	Предполагает технологически однотипную и территориально-конкретизированную форму использования природно-ресурсного потенциала территории с прямыми и обратными связями хозяйственной деятельности со средой. Тип природопользования в регионе оказывает прямое воздействие на функциональные структуры в системе управления и влияет на уровень развития и роль в структуре управления, численность и профессиональный состав соответствующих функциональных подразделений.
3.	Традиции природопользования	Влияние данного фактора связано с этническими особенностями народов, населяющих регионы, от которых зависит характер мотивации эколого-правовой деятельности, связанной с соблюдением территориальных экологических регламентаций и ограничений, а также диапазон принимаемых решений. Изменение характера природопользования неизбежно отражается на этногенезе населяющих народов. Строительство плотин, вырубка лесов, экологические катастрофы неизбежно отражаются на этногенезе народов, проживающих на территориях, подверженных антропогенным изменениям. Такие процессы особенно опасны для народов с компактным проживанием, чья жизнь и развитие тесно связаны с исторически сложившимся характером природопользования.

Продолжение таблицы 1

4.	Уровень развития экологической инфраструктуры	Предприятия и организации, формирующие экологическую инфраструктуру на региональном уровне, включают: элементы инфраструктуры по изучению состояния природно-ресурсного потенциала и окружающей среды; элементы, оказывающие экологические услуги субъектам хозяйственной деятельности; элементы, осуществляющие воспроизводство природной среды; элементы, обеспечивающие функционирование самой экологической инфраструктуры. Региональные органы управления природопользованием, находясь на бюджетном финансировании, непосредственно не в состоянии решить весь круг вопросов, связанных с реализацией задач по переходу развития территорий на модель экологически безопасного и устойчивого развития. Эффективность их деятельности зависит от использования интеллектуального потенциала регионов и от приоритетного развития экологической инфраструктуры.
5.	Степень напряженности эколого-социально-экономической обстановки.	Эколого-социально-экономическая обстановка (ЭСЭО) в регионах – неповторимое сочетание природных условий, местных традиций природопользования, уровня экономического развития, оказывающее влияние на уровень устойчивости региональной системы. Региональная дифференциация ЭСЭО проявляется в прогнозируемой и непрогнозируемой, управляемой или неуправляемой, положительной и негативной, устойчивой и неустойчивой (в пространстве и во времени) форме. Многочисленность ситуаций и их разнообразие являются отражением регионального своеобразия, специфики, касающейся не только природных условий, но и характера природопользования, уровня освоенности сырьевых ресурсов и уровня общей и экологической культуры населения.

Функциональная структура системы управления природопользованием синтезируется как результат комплексности использования природных ресурсов и обеспечения устойчивого состояния окружающей среды, классификации природных ресурсов региона, типологии механизмов управления в регионе. Эта система методологически увязывается с аналогичными на вышестоящих уровнях, а также целостной системой управления региональным развитием.

Структурными компонентами региональной системы управления природопользованием, являются:

ИНТЕГРАЛЬНЫЙ ПОДХОД К СОВЕРШЕНСТВОВАНИЮ РЕГИОНАЛЬНОЙ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ПРИРОДОПОЛЬЗОВАНИЕМ

- цели функционирования в конкретные периоды времени, ориентированные на оценивание ПРПП региона, расчет реального уровня загрязнения окружающей среды, оценку комплексного использования ресурсов и решение глобальных задач в перспективе;

- разработка целевых комплексных программ устойчивого развития региона;

- разработка планов экономического и социального развития, основанных на оценке действия механизмов регионального управления с учетом экологических последствий;

- информационные технологии управления, обеспечивающие возможность диалоговой выработки управленческих решений, совершенствование программ развития с учетом изменения экономических показателей или мероприятий, контроль выполнения программ регионального развития.

Эффективное функционирование региональной системы управления природопользованием возможно на основе интегрирования механизмов управления социально-экономического, организационного и экологического характера, закладываемых в процессе регионального планирования, программирования и прогнозирования – как составляющих системы управления социально-экономическим развитием региона.

Среди механизмов управления природопользованием, распространенных в мировой регуляторной практике, выделяют:

- «мягкий» механизм, который ставит в общие ограничительные экологические рамки процесс экономического развития и, направлен на ликвидацию негативных экологических последствий без учета причин возникновения экологических деформаций;

- механизм, стимулирующий развитие природоохранных производств, увеличение производства на основе новых технологий и оптимизации природопользования;

- «жесткий» механизм, направленный на использование административных и рыночных инструментов [4].

В действительности, вышеуказанные типы механизмов природопользования не существуют в чистом виде. Неизбежно их сочетание, возникающее вследствие использования конкретных технологий, производств и видов деятельности.

Систему методов достижения приоритетных целей управления региональным природопользованием должны составить интегрированные и, закладываемые в программах социально-экономического развития региона, механизмы управления. На практике факторы и средства управления, а также мероприятия, осуществляемые в регионах, соответствуют определенному уровню компетенции управленческих структур соответствующего уровня, что также оказывает влияние на критерий рационализации природопользования. Поэтому процесс принятия управленческих решений должен сопровождаться балансировкой применяемых механизмов, необходимых для достижения целей регионального развития. Таким образом, система управления природопользованием должна обладать гибкостью, обеспечивать замену и введение в матрицы новых механизмов вплоть до переадресации функций

управленческих структур. Все принимаемые управленческие решения должны обладать высокой степенью экологической надежности и безопасности.

В основе взаимодействия системы управления природопользованием с другими структурными компонентами системы управления регионом – учет ее показателей при разработке балансов исходного сырья и конечных продуктов, вовлекаемых в хозяйственных оборот. При этом открывается возможность учета интересов общественного развития и повышения эффективности функционирования региональных органов управления природопользованием. Исходя из вышеизложенного, региональная система управления природопользованием, в обязательном порядке, должна быть адекватна системе управления региональным развитием.

Практика реформирования системы управления природопользованием на региональном уровне в развитых государствах мира показывает, что региональное управление должно ориентироваться на экологизированный конечный результат, а не на источник загрязнения (что было характерно для планово-командной экономики). Именно ориентация на целевые приоритеты сферы природопользования в регионах и на уровне территориальных громад, скоординированные в рамках программ устойчивого развития (ПУР), на подходы и действия различных групп населения, а также нацеленность на использование в ходе разработки и дальнейшей реализации ПУР наиболее приемлемых (по эколого-социально-экономическим критериям) пакетов инструментов реализации экологической политики, должны стать основой реформирования региональных систем управления в сфере природопользования. На информационно-правовое обеспечение успешной деятельности систем управления природопользованием должны ориентироваться, создаваемые в регионах геоинформационные системы и комплексные территориальные кадастры природных ресурсов.

Следует отметить, что совершенствование системы управления природопользованием на региональном уровне преследует, управленческие цели, направленные на решение проблем обеспечения экологической безопасности регионов, среди которых:

- разработка соответствующей региональной экологической политики, а также государственной программы поддержки экологически проблемных регионов;
- осуществление технического переоснащения производственного потенциала на основе внедрения новейших научных достижений, безотходных технологий и эколого-безопасных технологических процессов;
- осуществление эффективного контроля объектов проектирования, строительства и функционирования предприятий промышленности, энергетики, транспорта, сельского хозяйства с целью управления техногенной нагрузкой, рациональным использованием природных ресурсов;
- внедрение новых форм хозяйствования в регионе с учетом экологических норм;
- внесение изменений в систему налогообложения с целью рационализации природопользования;

ИНТЕГРАЛЬНЫЙ ПОДХОД К СОВЕРШЕНСТВОВАНИЮ РЕГИОНАЛЬНОЙ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ПРИРОДОПОЛЬЗОВАНИЕМ

- совершенствование межрегиональных связей с целью концентрации общих усилий для сохранения окружающей среды, предотвращения трансграничного загрязнения, ликвидации техногенных аварий;

- рационализация региональных мероприятий по обеспечению улучшения качества питьевой воды. Снижения загрязненности экосистем бассейнов Черного и Азовского морей и прибрежных территорий.

Достижение вышеуказанных ориентиров в процессе совершенствования позволит повысить уровень экологического развития регионов Украины, а также решить острые экологические и социально-экономические проблемы.

Выводы. Структурные компоненты региональной системы управления природопользованием выступают составляющими концептуальной модели оптимизации природопользования, которая позволяет не только интегрировать механизмы управления, но и обеспечить необходимый конечный результат на основе соблюдения соотношения интересов общества, достижения региональных целей по рационализации природопользования и реализации природоохранных мероприятий в регионе. Эта модель, безусловно, актуальна и логична при разработке регионального хозяйственного механизма рационального природопользования в связи с расширением их самостоятельности и компетенции, позволяет сократить рост антропогенных воздействий, повысить комплексность использования природных ресурсов, сократить общую площадь отчуждаемых земель, увеличить объемы комплексной переработки сырья, повысить эффективность функционирования органов управления природопользованием в регионе и базируется на основных постулатах интегрального подхода.

Достижение экологической безопасности как стратегически определяющего критерия устойчивого развития регионов, требует, на наш взгляд, проведения системы мероприятий, направленных на поддержание динамического равновесия и стабильности взаимодействия природной и общественной составляющих в пределах региональных эколого-социально-экономических систем, удовлетворение потребностей каждого индивида и общества в целом в качественных параметрах окружающей природной среды, среди которых: организация, управление и контроль выполнения требований экологической безопасности; планирование и координация комплексных программ охраны окружающей среды и рационального природопользования; контроль выполнения единой государственной политики, направленной на обеспечение экологической безопасности общественного развития; предупреждение и ликвидация экологических последствий промышленных аварий, природных катастроф и стихийных бедствий; оценка состояния экологической безопасности по всей территории Украины и отдельных ее административно-территориальных единиц.

Процесс реформирования региональных систем управления природопользованием представляет необходимое условие реализации стратегии экологически безопасного и устойчивого развития и должен учитывать не только общие закономерности развития рыночных реформ, но и географические особенности территорий, отражая дифференцированный, в пространственно-

временном отношении, интегральный подход. Кроме того, следует учесть, что реформирование региональных систем управления природопользованием не может быть эффективным без учета такого аспекта как активизация деятельности неправительственных организаций на основе предоставления международной технической помощи, без эффективной деятельности которых, реализация политики устойчивого развития будет крайне затруднена и, скорее всего, невозможна. Поэтому в условиях экономического кризиса таким организациям требуется особенно внимательное отношение и поддержка со стороны государства. Это особенно важно в условиях украинских реалий, где недостаточны демократические традиции и велика опасность чиновничьего произвола в условиях сохранившегося со времен планово-командной системы «индивидуального подхода» к применению разрешительных и запретных функций в деятельности природопользователей. Нельзя забывать, что без контроля общества любая система государственного управления в монопольных условиях может начать работать сама на себя, последовательно вырождаться и деградировать.

В процессе реализации концепции устойчивого развития региональные органы управления природопользованием соответствующей компетенции должны быть наделены дополнительными полномочиями по ограничению деятельности различных ведомств и частных фирм в сфере природопользования. Особенно важно комплексно рассматривать возможность выдачи лицензий на изъятие ресурсов, в том числе и стратегических. Любые предполагаемые изменения характера природопользования следует подвергать тщательной территориальной экологической экспертизе.

Список литературы

1. Актуальные проблемы изменения природной среды за рубежом; под ред. Рябчикова А.М. – М.: МГУ, 1976. – 236 с.
2. Анучин В.А. Основы природопользования. Теоретические аспекты / В.А. Анучин. – М.: Мысль, 1998. – С. 224.
3. Багриновский К.А., Лемешев М.Я. О планировании экономического развития с учетом требований экологии / К.А. Багриновский // Экономика и математические методы. – 1996. – Т. XII, В. 4. – С. 681-691.
4. Багров Н.В. Политическая экология – новое направление в географии / Н.В. Багров // Проблемы экологии и рекреации Азово-Черноморского региона. – Симферополь: Таврида, 1995. – С. 5-9.
5. Блехцин И.Я. Эколого-экономические аспекты предплановых исследований / И.Я. Блехцин. – Л.: Наука, 1984. – С. 18.
6. Бронштейн А.М. Экологизация экономики: методы регионального управления / А.М. Бронштейн, В.А. Литвин, И.И. Русин. – М.: Наука, 2010. – С. 34-39.
7. Гирусов Э.И. Экология и экономика природопользования / Э.И. Гирусов. – М.: Закон и право: ЮНИТИ, 2008. – 345 с.
8. Кадычагова С.Д. Задачи оценки воздействия на окружающую среду в свете обобщения отечественного и зарубежного опыта / С.Д. Кадычагова, М.М. Пуговкин, Н.А. Чье // Проблемы экологии Томской области. – Томск: Из-во Томского ун-та. – 1992. – С. 23-25.
9. Кашенко О.Л. Фінанси природокористування / О.Л. Кашенко. – Суми: видавництво «Університетська книга», 2009. – 421 с.
10. Киреев Н. Г. , Киреева Н. В. Экономика и природная среда / Н. Г. Киреев. – М.: Агар, 1999. – 176 с.

ИНТЕГРАЛЬНЫЙ ПОДХОД К СОВЕРШЕНСТВОВАНИЮ РЕГИОНАЛЬНОЙ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ПРИРОДОПОЛЬЗОВАНИЕМ

11. Котляков В.М. Экологическая безопасность и возможные стратегии развития / В.М. Котляков, К.С. Лосев, В.Ф. Гракович //Изв. АН СССР. – 1991. – № 6. – С. 5-13.
12. Кочуров Б.И. Геоэкология: экодиагностика и эколого-хозяйственный баланс территории / Б.И. Кочуров. – Смоленск: Изд-во Смолен, ун-та, 1999. – 342 с.
13. Поярков Б. В. Теоретические основы программно-целевого подхода к проблеме регионального природопользования / Б.В. Поярков // География и природные ресурсы. – 1992. – № 2. – С. 25-30.
14. Степин В.С. Философия и образы будущего / В.С. Степин // Вопросы философии. – 2004. – № 6. – С. 10-21.
15. Хесле В. Философия и экология / В. Хесле; [перевод А.К. Судакова]. – М.: Наука, 1993. – 205 с.
16. Immler H. Vom Wert der Natur. Zur oekologische Reform von Wirtschaft und Gesellschaft Natur in der oekonomische Theorie Teil 3. 2. Aufgabe. / H. Immler. – Westdeutsche Verlag, 1990. – 348 s.
17. Wicke L. Umweltoekonomie und Umweltpolitik/Redaktionelle / Verantwortung Wicke L.. – Muenchen: Verlag C. H. Beck, 1991. – 277 s.

Поступила в редакцию 01.12.2011 г.

Добровольська О.П. Інтегральний підхід щодо вдосконалення регіональної системи управління природокористуванням / О.П. Добровольська // Учені записки ТНУ. Серія: Економіка та управління. – 2011. – Т. 24 (63), № 4. – С. 120-135.

У роботі обґрунтовано необхідність використання інтегрального підходу щодо вдосконалення регіональної системи управління природокористуванням.

Ключові слова: регіональна система управління природокористуванням, природокористування, чинники, засади, управління природокористуванням.

Dobrovolskaya O.P. The integrated approach to perfection of a regional control system by wildlife management / O.P. Dobrovolskaya. // Uchenye zapiski TNU. Series: Economy and management. – 2011. – Vol. 24 (63), № 4. – P. 120-135.

In work necessity of application of the integrated approach to perfection of a regional control system by wildlife management is proved.

Keywords: a regional control system, wildlife management, factors, principles of management of wildlife management.

УДК 339.747 – 338.48

ИНТЕГРАЦИОННЫЕ ОБЪЕДИНЕНИЯ ТУРИСТИЧЕСКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ КРЫМА В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ ЭКОНОМИКИ

Захарова К.В.

*Таврический национальный университет имени В.И. Вернадского, Симферополь, Украина
E-mail: fox_185@mail.ru*

Рассмотрены актуальные вопросы интеграционных объединений в туристической сфере Крыма. Проанализирована практика формирования интеграционных объединений в отечественном туризме по сравнению с практикой формирования данных объединений зарубежом. Выявлены основные проблемы, касательно формирования интеграционных объединений туристических предприятий, предложены пути решения этих проблем. Проанализирована эффективность интеграционных объединений в туристической сфере.

Ключевые слова: туристическая сфера, интеграция, интеграционные объединения, участники интеграционного объединения, глобализация, туристические услуги

Постановка проблемы. Неуклонный рост влияния туристических услуг на социально-экономическое положение стран и регионов является одной из наиболее значительных, постоянных и долгосрочных тенденций, сопровождающих формирование и развитие мирового хозяйства. Туризм в современных условиях тесно связан с экономической системой любой страны, интегрирован в целом в мировую экономику, макроэкономические показатели которой во многом зависят от эффективности туристических предприятий.

Тенденции современного экономического развития в мире и Украине характеризуются высоким динамизмом, активизацией структурных сдвигов в пользу сферы услуг, обострением конкурентной борьбы, что обуславливает необходимость концентрации научной мысли в контексте поиска новых подходов к интеграции туристических предприятий.

Актуальность интеграционных объединений в современных рыночных условиях заключается в том, что данное явление, как вид экономического сотрудничества туристических предприятий является базовым условием повышения эффективности работы, как основных участников, так и сферы туризма в целом. Непосредственно оказывая влияние на уровень качества и конкурентоспособности туристических продуктов, их комплексность, возникающие интеграционные связи создают условия для оптимизации работы туристических субъектов, сокращения времени на обслуживание туристов, повышения уровня прибыльности и роста объемов доходов государственного и местных бюджетов.

Анализ существующих подходов к исследуемой проблеме.

В научных трудах отечественных и зарубежных ученых рассматривается несколько концептуальных подходов к исследованию процесса интеграции туристических предприятий.

Квартальнов В.А. в работе «Туризм» определяет, что процессу интеграции туристических предприятий способствуют крупные капиталовложения в новые

технологии и рынок телекоммуникаций. По мнению автора, новые информационные технологии и эффективные коммуникации обеспечат стремительное развитие рынка международного туризма и приведут к вертикальной, горизонтальной и диагональной интеграции [3].

Шимакова В.Е. в научной статье «Роль кластеризации в развитии туристического бизнеса в регионах» определяет, что в рыночных условиях хозяйствования эффективность туристической деятельности предпринимательских структур обеспечивается интеграционными связями, которые формируются на основании инновационных механизмов аккумуляции ресурсов, информационно-коммуникационных технологий управления туристической сферой [9].

В монографии Ткаченко Т.И. процесс интеграции туристических предприятий рассматривается как процесс интеграции с международными институтами и, прежде всего, со Всемирной туристической организацией (ВТО), а также разработки и внедрения законодательных и нормативных актов, создания органов отраслевого регулирования на общегосударственном и региональном уровнях с использованием современных информационных технологий [7].

В научной статье Диденко А.Н., Василенко В.А. «Формирование кластерной системы стратегического управления МРП на основе стоимости» авторы рассматривают формирование кластерной системы, основанной на принципах устойчивости, надежности, стабильности функционирования и конкурентоспособного развития предприятий, как одно из основных условий повышения эффективности туристической деятельности [2].

По мнению Мельниченко С.В., процесс интеграции туристических предприятий представляет собой активное внедрение современных информационных технологий, что является необходимым условием их успешной работы, поскольку точность, надежность, оперативность и высокая скорость обработки и передачи информации определяет эффективность управленческих решений в этой сфере. Крупные капиталовложения в информационные технологии приведут к вертикальной, горизонтальной и диагональной интеграции туристических фирм [4].

Александрова А.Ю. считает, что среди современных тенденций развития мирового рынка вообще и туристического в частности, особого внимания заслуживают процессы глобализации [1].

Краткий анализ трудов отечественных и зарубежных ученых показывает, что подходы и оценочные характеристики интеграционных процессов в туризме самые разнообразные. У части авторов мнения по данной проблеме во многом совпадают, у других – эти мнения диаметрально противоположны.

Можно сделать вывод, что проблемы функционирования туристической сферы в условиях глобализации, принципы и закономерности протекающих в ней интеграционных процессов изучены недостаточно. Это не позволяет сформировать теоретико-методическую базу для реализации обоснованной стратегии функционирования и развития предприятий туристической индустрии в глобальном экономическом пространстве.

В связи с этим, **целью** статьи является рассмотрение проблемной ситуации, касательно интеграционных объединений в сфере туризма АРК.

Исходя из цели, были поставлены следующие **задачи**:

- 1) сформулировать проблемную ситуацию, касательно интеграционных объединений для туристической сферы АРК;
- 2) показать состояние отечественных интеграционных объединений в туризме с учетом зарубежного опыта;
- 3) выявить причины препятствующие формированию интеграционных объединений в туризме;
- 4) предложить пути решения проблемной ситуации.

Основные результаты исследования.

Несмотря на положительную тенденцию в развитии туризма, вопросы эффективности и целесообразности интеграционных объединений остаются без должного внимания в нашей стране. По нашему мнению, разработка стратегии развития туристической сферы в Украине остается без всестороннего учета общемировых тенденций, сложившихся в данной сфере. Важнейшей из них является глобализация, следствием которой стало развитие процессов транснационализации, либерализации внешнеэкономических отношений между странами, углубление взаимосвязи и взаимозависимости национальных экономик.

Предлагается рассматривать стратегию развития туризма с ориентировкой как на максимальное использование имеющегося туристско-рекреационного потенциала, так и на дополнительные возможности роста эффективности, открывающиеся в условиях глобализации за счет интеграционных объединений туристических предприятий. Конкурентоспособность и эффективность работы сферы туристических услуг не может быть обеспечена без учета сложившихся в мире тенденций глобализации и международной интеграции предприятий туристической индустрии.

Интеграционное объединение, по нашему мнению, это структура субъекта хозяйствования, образовавшаяся в результате формирования интеграционных взаимосвязей между его участниками. Интеграционные взаимосвязи, в свою очередь, предлагаем рассматривать как отношения на договорной основе, имеющие стратегически направленный характер, образующиеся в результате интеграционного взаимодействия субъектов туристического рынка. Участники интеграционных объединений, по нашему мнению – субъекты туристической сферы и других смежных отраслей, вступающие в интеграционные объединения путем формирования интеграционных связей.

Глобализацию туризма, с нашей точки зрения, можно определить как процесс резкого увеличения международных туристических потоков: услуг, капитала, информации и технологий, следствием которого становится усиление взаимосвязи и взаимодействия предприятий и организаций туристического бизнеса в мировом масштабе на основе возникновения и развития глобальных форм интеграции туризма. Глобализация туризма имеет долговременный характер, а ее движущими силами являются революция в сфере систем

ИНТЕГРАЦИОННЫЕ ОБЪЕДИНЕНИЯ ТУРИСТИЧЕСКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ КРЫМА В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ ЭКОНОМИКИ

резервирования и бронирования, обострение международной конкуренции, унификация стандартов и либерализация национальных рынков туристических услуг.

Однако, следует отметить, что имеющийся ресурсный потенциал Украины и АРК, практически не используется, а состояние и результативность развития интегрированных туристических предприятий не только отстает от передовых стран мира, но и не соответствует требованиям современного общества. В связи с этим, возникает необходимость разработки научно-обоснованных подходов к осуществлению механизма формирования интеграционных объединений в сфере туризма, недостаточный уровень исследования этих вопросов, их теоретическая и практическая значимость обусловили актуальность и целевую направленность данной статьи. Из-за отсутствия крупных интеграционных объединений в сфере туризма, Крым значительно уступает по качеству оказываемых услуг, количеству платежей в бюджет, туристическим прибытиям, странам, где такие объединения получили широкое развитие (рис.1) [11].

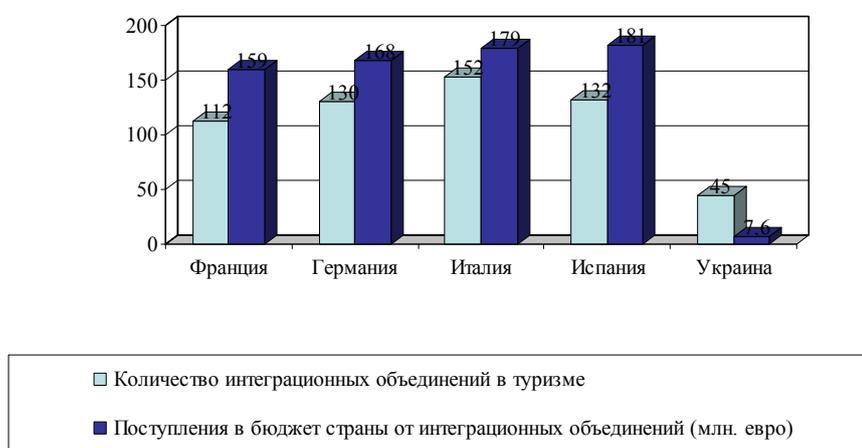


Рис. 1. Интеграционные объединения в туризме и поступления от них в государственный бюджет в 2010 г.

Во Франции крупные интеграционные объединения (112 туристических объединений) составляют 85% туристического рынка и приносят в бюджет Франции 159 млн. евро, в Германии (130 крупных туристических объединений) – 80% туристического рынка с платежами в бюджет в количестве 168 млн. евро, в Италии (152 туристических объединения) – 87% туристического рынка, а платежи в бюджет составляют 179 млн. евро. В Испания (132 туристических объединения) – этот показатель составляет 79% туристического рынка – платежи в бюджет 181 млн. евро. В Украине число интеграционных объединений остается мизерным и составляет 45 интеграционных туристических объединений (0,84%

туристического рынка) с платежами в бюджет в количестве 98,9 млн.грн. (9,8 млн. евро) [12].

Негативные тенденции в основном связаны с падением престижа отечественных курортов в связи с низким качеством обслуживания, высокими ценами, неразвитой туристической инфраструктурой, ростом цен на транспортные услуги, мировым финансовым кризисом и нестабильностью политической обстановки. Именно эта тенденция служит предпосылкой к объединению туристических предприятий. Создание туристических курортно-рекреационных объединений позволит решить комплекс экономических, экологических, социальных, научных и других проблем, связанных с кардинальным улучшением данного вида деятельности, в том числе: реконструкции материально-технической базы курортов, расширения набора туристических услуг и видов досуга, повышения квалификации и заработной платы персонала.

Обладая огромным курортным и туристическим потенциалом, Украина в целом и Крымский регион в частности, занимает очень скромное место на мировом рынке туристических услуг (менее половины процента), рекреационно-туристический комплекс Крыма не выдерживает конкуренции с частными западными фирмами, количество туристических предприятий и здравниц сокращается. Причина, к сожалению, очевидна: на сегодняшний день материально-техническая база рекреационных учреждений, ассортимент и качество услуг отстает от мирового уровня.

Выход украинских туристических предприятий на мировой рынок с целью обеспечения собственного выживания привел, во-первых, к резкому росту цены на туристические услуги и, во-вторых, к высокой конкуренции с зарубежными туристическими фирмами. Поэтому для выживания туристическим предприятиям Украины целесообразно осуществить поиск новых путей повышения эффективности деятельности, основанных на структурных изменениях, путем создания интегрированных туристических групп или интегрированных туристических структур.

Регулирование отношений в сфере интеграции участников туристического рынка путем объединения юридических лиц и физических лиц-предпринимателей, осуществляется нормами Хозяйственного Кодекса Украины, законами Украины "О кооперации", "Об объединении граждан, "О хозяйственных объединениях". Законодательными нормами регулируются и другие формы объединения предпринимательских субъектов, среди которых можно выделить: ассоциации и консорциумы, часть которых в общей структуре Единого государственного реестра предприятий и организаций Украины, является достаточно незначительной. В общем количестве гостиниц и ресторанов в 2008 году функционировало лишь 14 ассоциаций, а в 2007 году их количество составляло 13. Низкая активность использования данных организационно-правовых форм ведения бизнеса объясняется тем, что значительную часть деятелей туристического рынка составляют физические лица-предприниматели, которые не имеют статуса юридических лиц (турагенты, гиды-переводчики,

ИНТЕГРАЦИОННЫЕ ОБЪЕДИНЕНИЯ ТУРИСТИЧЕСКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ КРЫМА В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ ЭКОНОМИКИ

торговцы сувенирной продукцией). Такая же ситуация наблюдается и в АРК, где интеграционные объединения представлены в 2010 году 23 туристическими компаниями (рис. 2) [6].

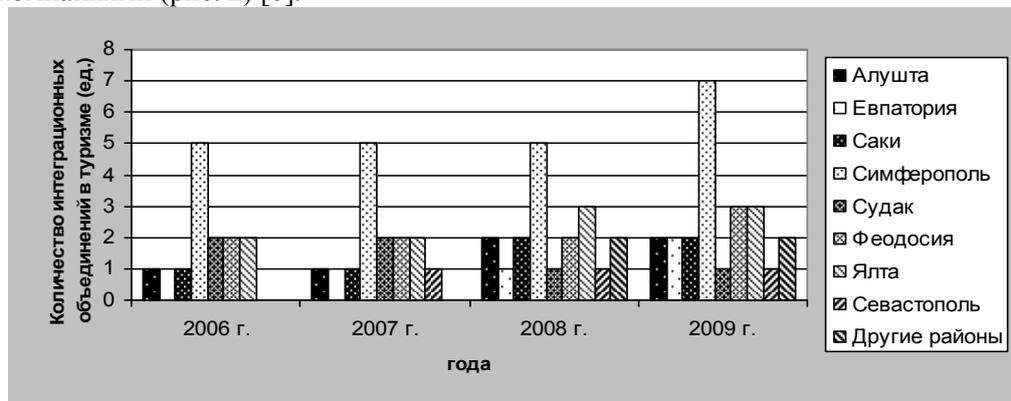


Рис. 2. Туристические интеграционные объединения АРК по регионам в период с 2006-2009 г.г.

Интеграционные объединения в сфере туризма являются достаточно неэффективными в результате декларативности большинства действующих законов, разработанных программ, значительной тенизации отечественного бизнеса, несовершенства налоговой системы, отсутствия условий стимулирования частных предпринимателей, часть которых в сфере туризма является достаточно значительной. В данных условиях распространенным является осуществление интеграционных связей путем заключения соглашений о предоставлении или получении определенных туристических услуг. В данном случае происходит распределение обязанностей между участниками взаимодействия в соответствии с их специализацией. Однако, существование данных отношений практически не регулируется законодательными нормами, потому государство не может оценить их эффективность и влияние на развитие сферы туризма.

Актуальность формирования интеграционных объединений в туризме подтверждает необходимость разработки на государственном уровне общих направлений практического решения проблемы создания благоприятных условий формирования интеграционных объединений туристических предприятий в Украине и Крыму, с учетом международной практики, а также необходимости поиска новых подходов к оценке целесообразности и эффективности интеграции туристических предприятий в условиях глобализации экономики.

Интеграция является базовой предпосылкой, направленной на повышение эффективности в работе, затрагивающей основных участников сферы туризма в частности. Интеграция оказывает существенное влияние на уровень качества туристических продуктов, на их конкурентоспособность и комплексность. Налаженность интеграционных связей создает наилучшие условия для оптимизированной работы субъектов, принадлежащих к туристической

деятельности, позволяет сократить время, необходимое на туристическое обслуживание, содействует повышению уровня прибыльности, а также росту объемов доходов, направленных в государственный и местный бюджеты.

При определении эффективности туризма, следует выделить тот факт, что выгоды, полученные от нее, формируются одновременно как в государственных масштабах, так и в масштабах отдельного конкретно взятого региона и туристической фирмы.

Интеграционные объединения в сфере туризма являются самыми распространенными, их участниками выступают туроператоры и агенты, выполняющие посреднические функции непосредственно между потребителями и поставщиком туристических услуг. Интеграционные объединения, которые предполагают участие поставщиков услуг туристической деятельности формируются гораздо реже, потому как рассматриваемые субъекты могут самостоятельно удовлетворять возникающие потребности туристов.

Факт мизерного количества объединений в туризме, является одним из объяснений того, что Украина в целом и Крым в частности, занимает незначительную долю на мировом туристическом рынке. Несмотря на преимущества, такой важный процесс, как объединение туристических субъектов в крупную конкурентоспособную организацию в Украине и Крыму не учитывается, не используется зарубежный опыт создания альянсов, корпораций, групп. Туристические предприятия, в основном, представлены как самостоятельные субъекты, не желающие вступать в интеграционное взаимодействие с другими туристическими и иными предприятиями.

Данное «нежелание», по нашему мнению, происходит в результате:

1) отсутствия информации у руководства туристических организаций относительно целесообразности и эффективности интеграционного взаимодействия с иными субъектами;

2) отсутствия гибкости в принятии решений у руководства туристической фирмы;

3) нежелания открывать иным лицам информацию, касательно доходов, расходов и другую информацию финансово-экономического характера, касательно деятельности туристического предприятия;

4) отсутствия государственной поддержки касательно туристических объединений (льгот, программ и т.д.).

Именно высокий уровень глобализации экономики, явившейся следствием скачкообразного повышения конкуренции на рынках туристических услуг, дефицита финансовых, сырьевых и других ресурсов, а также мирового экономического кризиса, вынуждает современные туристические фирмы Украины и Крыма участвовать в интеграционных процессах, требует создания благоприятных условий для международного въездного и выездного туризма, формирования эффективной нормативно-правовой базы развития туризма, разработки здоровой политики, которая устроит конечного потребителя, повышения эффективности интеграции туристических фирм.

ИНТЕГРАЦИОННЫЕ ОБЪЕДИНЕНИЯ ТУРИСТИЧЕСКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ КРЫМА В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ ЭКОНОМИКИ

Для устранения причин, негативно влияющих на формирование интеграционных объединений в отечественной туристической сфере, предлагается следующее:

1. Доказать, что успешное развитие туристической индустрии определяется многими факторами, в частности, организационной структурой туристических предприятий, наличием потенциала, конкурентоспособностью туристического продукта, функционированием определенных структурных элементов туристических комплекса в целом, способностью противостоять негативным воздействиям окружающей внешней среды и уменьшением воздействия потенциальных рисков. В то же время, исходя из обзора статистической информации, можно сделать вывод о том, что учесть все перечисленные факторы и достичь максимального успеха в туристическом бизнесе одному туристическому предприятию чрезвычайно сложно. Поэтому, в настоящее время, наметилась тенденция образования интеграционных объединений в туризме, позволяющая созданию нового качества различных видов деятельности туристических фирм. Именно это укрепляет жизнеспособность хозяйственной системы данных объединений.

2. Определить приоритетные формы интеграции в туризме. Вертикальную интеграцию предприятий туристической отрасли предложено организовать в форме промышленно-финансового объединения (ФПО), которая особенностями своего организационного строения позволяет объединить финансовый, промышленный и инновационный капитал в одном центре, способный обеспечить развитие туристических предприятий в наиболее эффективном направлении.

3. Разработать комплексный механизм стимулирования развития интеграционных туристических объединений, являющийся совокупностью политического, правового, экономического, организационного и мотивационного механизмов как на государственном и отраслевом уровнях и, включающий методы воздействия на управление, материальные и финансовые ресурсы, социальный и организационный потенциалы.

4. Доказать, что сформированные интеграционные объединения непосредственно влияют на процессы формирования себестоимости и цены туристических услуг, получение прибылей и выгод участников данного объединения. Установить, что при условии сформированных интеграционных объединений, прибыль деятельности субъектов туристического рынка выше, чем при условиях самостоятельного функционирования.

5. Наряду с необходимостью повышения эффективности функционирования интеграционных туристических объединений в Крыму, а также дополняющих их вспомогательных элементов системы, состоящих из предприятий других отраслей экономики, следует осуществить коренную перестройку действующего нормативно-правового обеспечения, создать действенную систему государственной поддержки и стимулирования развития интеграционных объединений, объединить усилия туристских предпринимателей для продвижения комплексного туристического продукта на мировом рынке.

В ходе исследования были сделаны следующие **выводы**:

1. Сформулирована проблемная ситуация относительно формирования интеграционных объединений в туризме, которая обусловлена низкими показателями туристических прибытий, платежей в бюджет от предприятий туристической сферы, а также низким уровнем обслуживания туристов в сравнении с ведущими государствами мира. Анализ показал, что состояние отечественных интеграционных объединений значительно отстает от мировых туристических объединений не только по количеству, но и по уровню организованности, эффективности функционирования, организации управления интегрированными структурами. Выявлено, что формированию интеграционных туристических объединений в Украине и АРК препятствуют отсутствие информации относительно целесообразности интеграции, гибкости в принятии решений и поддержки государства.

2. Решение проблемной ситуации предлагается на основе определения приоритетных форм интеграции в туризме; разработки комплексного механизма стимулирования развития интеграционных объединений в туризме; обоснования эффективности данных объединений; перестройки действующего нормативно-правового обеспечения объединений в туризме.

Список литературы

1. Александрова А.Ю. Международный туризм: [Учебник] / А.Ю. Александрова. – М.: Аспект-Пресс, 2002. – 470 с.
2. Василенко В.А., Диденко А.Н. Цена бизнеса малого предприятия, как фактор конкурентоспособности / В.А. Василенко, А.Н. Диденко // Экономика Крыма. – 2007. – № 20. – С. 51-55.
3. Квартальнов В.А. Туризм / В.А. Квартальнов. – М.: Финансы и статистика, 2004. – 320 с.
4. Мельниченко С.В. Інформаційні технології в туризмі: теорія, методологія, практика / С.В. Мельниченко. – К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2008. – 493 с.;
5. Стратегія сталого розвитку туризму і курортів в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.tourism.gov.ua/> (Проект).
6. Санаторно-курортное лечение, организованный отдых и туризм в Автономной Республике Крым в 2008/09 году: [экономический доклад]. – Симферополь: Главное управление статистики в АР Крым, 2009. – 28 с.
7. Ткаченко Т.І. Сталий розвиток туризму: теорія, методологія, реалії бізнесу / Т. І. Ткаченко. – К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2006. – 537 с.
8. Туризм в Україні: Стат. зб. – К., 2009. – 184 с.;
9. Шимакова В.Е. Роль кластеризації в розвитку туристичного бізнесу в регіонах / В.Е. Шимакова // Культура народів Причорномор'я. – 2008. – №137. – С. 62-66;
10. Recommendations on Tourism Statistics:WTO. – Madrid, 2010. – P.11.
11. The Manual of Tourism Economic Accounting / Tourism Committee. OECD. – 2010. – P. 4-10.

Поступила в редакцію 01.12.2011 г.

Захарова К.В. Інтеграційні об'єднання туристичних підприємств Криму в умовах глобалізації економіки / К.В. Захарова // Учені записки ТНУ. Серія: Економіка та управління. – 2011. – Т. 24 (63), № 4. – С. 136-145.

Розглянуто актуальні питання інтеграційних об'єднань у туристичній сфері Криму. Проаналізована практика формування інтеграційних об'єднань у вітчизняному туризмі в порівнянні з практикою формування даних об'єднань закордоном. Виявлено основні проблеми, щодо формування

**ИНТЕГРАЦИОННЫЕ ОБЪЕДИНЕНИЯ ТУРИСТИЧЕСКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ
КРЫМА В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ ЭКОНОМИКИ**

інтеграційних об'єднань туристичних підприємств, запропоновано шляхи вирішення цих проблем. Проаналізована ефективність інтеграційних об'єднань у туристичній сфері.

Ключові слова: туристична сфера, інтеграція, інтеграційні об'єднання, учасники інтеграційного об'єднання, глобалізація, туристичні послуги.

Zakharova K.V. Integration association of the company is Crimea travel in a globalizing economy /
K.V. Zakharova // Uchenye zapiski TNU. Series: Economy and management. – 2011. – Vol. 24 (63), № 4.
– P. 135-145.

Actual issues of integration associations in the tourism sector of the Crimea. Analyzed the practice of integration associations in the domestic tourism compared to the practice of data associations abroad. The basic problem of the formation integration associations tourist companies offered solutions these problems. Analyzed the efficiency of integration associations in tourism sector.

Keywords: tourism sector, integration, integration unions, union members of the integration, globalization, travel services.

УДК 339.138:338.43

ЗАДАЧИ МАРКЕТИНГА КАК СИСТЕМЫ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ ТУРИСТСКОГО БИЗНЕСА

Зубкова М.С.

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

В статье рассмотрена проблема недостаточного использования системы маркетинга на туристских предприятиях Украины, что является одной из причин недостаточной конкурентоспособности украинского туристского бизнеса на мировом рынке туристских услуг. Предложены направления решения данной проблемы.

Ключевые слова: система маркетинга, туризм, туристское предприятие, туристские услуги

Постановка проблемы. Сегодня туризм находится в числе важнейших социально-экономических отраслей мировой экономики и становится стилем жизни миллионов людей, оказывая благотворное влияние на развитие политических, социальных, культурных связей и межличностных отношений в международном масштабе.

Основными составляющими туризма являются: туристы; туристские ресурсы; предприятия и персонал, предоставляющие туристские услуги в системе туризма.

В условиях развивающихся потребностей необходимо постоянное совершенствование третьей составляющей (производителей) на основе более эффективного и, в то же время, бережного использования второй составляющей (ресурсов) для удовлетворения потребностей первой составляющей (потребители). Решение этой триединой задачи в сфере рыночных отношений призван осуществлять маркетинг.

Вообще маркетинг, рассматриваемый как информационно-организационная, аналитическая система, включающая специалистов-маркетологов, маркетинговый инструментарий и приборное оснащение, теоретико-методологическую базу, применим в туризме для изучения спроса туристов и воздействия на него, анализа конъюнктуры рынка туристских услуг, организации деятельности туристских предприятий в направлении наиболее полного удовлетворения спроса туристов и обеспечения прибыльной деятельности предприятий.

Маркетинг в туризме должен решать задачи, объединенные в укрупненной агрегации в три функциональных блока:

1. Сбор и анализ информации о потребительском спросе туристов и конъюнктуре рынка туристских услуг.
2. Организация предоставления туристских услуг в строгом соответствии со спросом и конъюнктурой рынка.
3. Продвижение (промоушинг) предлагаемых услуг к потребителю.

Проблемная ситуация заключается в том, что большинство туристских предприятий Украины либо вообще не используют маркетинговые технологии в

ЗАДАЧИ МАРКЕТИНГА КАК СИСТЕМЫ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ ТУРИСТСКОГО БИЗНЕСА

своей деятельности, либо применяют их только в части промоушинга, что нередко приводит к неполному соответствию предлагаемых услуг требованиям потребителей. Следствием этого является относительно низкая конкурентоспособность украинского турбизнеса в сравнении со странами развитого туризма.

По данным Всемирного экономического форума (ВЭФ) в 2010 году Украина заняла 85-е место в рейтинге 139 стран по уровню развития туристской отрасли, тогда как в 2009 году – была на 77-м месте [1]. При этом, особое внимание обращает на себя тот факт, что из анализируемых ВЭФ 14 критериев (государственная политика и регулирование в сфере туризма, устойчивое природное развитие, уровень безопасности, уровень здравоохранения и санитарии, приоритетность туризма, инфраструктура авиатранспорта, инфраструктура наземного транспорта, туристическая инфраструктура, инфраструктура телекоммуникаций, ценовая конкурентоспособность туристической индустрии, человеческие ресурсы, уровень гостеприимства, природные ресурсы, культурные ресурсы) по такому критерию как «приоритетность сферы туризма для правительства» показатель Украины снизился со 125-го до 130-го места, а по критерию «человеческие ресурсы», Украина хоть и занимает 68 позицию, но в рамках этого критерия по показателю «наличие на рынке труда хороших специалистов» находится на 106 месте [2].

Именно поэтому туристская индустрия Украины нуждается в возрастающем числе профессионалов маркетинга, совершенствовании маркетинговых технологий, их адаптации украинским возможностям и особенностям условий туризма. Необходимы и научные исследования по разработке механизма системного применения маркетинга на туристском предприятии в целях гармонизации спроса и предложения, их прогнозирования для обеспечения устойчивости и стабильного развития туристского предприятия. Это важно особенно потому, что в последние годы предложение туристских услуг возрастает, а спрос на них падает. Например, по данным Государственной комиссии по статистике [3], максимальное количество иностранных туристов за последние 10 лет наблюдалось в 2003 году, а минимальное – в 2009 году (рис. 1).

В 2009 году по количеству посетивших туристов Крым стал наименее посещаемым за весь анализируемый период. В какой-то мере это связано, с мировым финансовым кризисом, однако не последнюю роль сыграли: низкий уровень сервиса в Крыму, высокие цены на отдых в санаторно-курортных учреждениях, загрязненность окружающей среды. По данным Министерства курортов и туризма Крыма, количество отдыхающих в Крыму в сезон 2010 года составило 5400 тыс. чел. Данная цифра на 14,5% превышает прошлогодний показатель, когда на полуострове было зафиксировано 4890,6 тыс. отдыхающих (для сравнения, в 2008 году этот показатель составил – 5625,9 тыс. чел.).

Анализ существующих подходов к исследуемой проблеме. Проблемой маркетинга на туристских предприятиях занимались такие зарубежные и отечественные ученые, как: Азар В. И., Боуэн Д., Гаранин Н. И., Дурович А. П., Карпова Г. А., Котлер Ф., Мейкенз Д., Папирян Г. А., Ригер А., Рогов Г. К.,

Розанова Т. П., Соундерс Дж. и другие. Однако до настоящего времени еще не выработано единого подхода к использованию маркетинговых технологий в туризме и можно выделить различные подходы к решению данной проблемы.

Французские ученые Ланкар и Олье отмечают, что туристский маркетинг – это серия основных методов и приемов, выработанных для исследования, анализа и решения поставленных задач по наиболее полному удовлетворению потребностей туристов, а также определение рациональных (с финансовой точки зрения) способов ведения дел туристическими фирмами [4, с. 288].

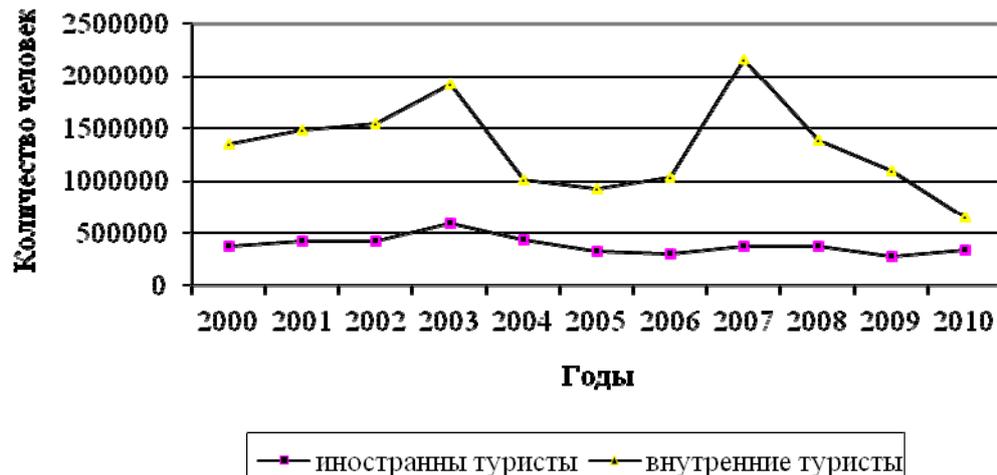


Рис. 1. Количество туристов в Украине в 2000-2010 гг.

Швейцарский исследователь Крипендорф определяет маркетинг в туризме как систематическую координацию деятельности туристических предприятий, а также личную и государственную политику в области туризма [5].

Российский ученый Исмаев считает, что туристский маркетинг – это система торгово-производственной деятельности, направленная на удовлетворение индивидуальных потребностей туристов на основе выявления и изучения спроса потребителей с целью максимизации прибыли [6].

В многочисленных и обстоятельных исследованиях названных и других авторов функции маркетинга чаще рассматриваются как дискретные составляющие и в недостаточной мере выявляется их взаимозависимость, системность.

Целью статьи является выделение основных проблем при разработке механизма использования маркетинговых технологий как системы применительно к украинскому рынку туристских услуг.

Основные результаты исследования.

Различные подходы к толкованию маркетинга в туризме, по нашему мнению, не касаются глубинных основ специфики туризма как объекта маркетинговых исследований вообще, так и современных особенностей спроса на

ЗАДАЧИ МАРКЕТИНГА КАК СИСТЕМЫ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ ТУРИСТСКОГО БИЗНЕСА

услуги в туризме в частности. Отмечая тот факт, что услуги в сфере туризма представляют собой товар, подчеркнем лишь некоторые его специфические отличия от других видов товара:

1. Многообразие форм и видов туристских услуг, имеющих как материальный, так и нематериальный характер. Несмотря на то, что, например, транспортные услуги турист не приобретает в свою собственность, тем не менее, он их осознает как определенную степень комфорта и потому заказывает либо автобус, либо каюту в теплоходе, либо место в самолете того или иного класса, равно как и номер в месте временного проживания. В то же время, турист не может заказать и оплатить степень гостеприимства, что однако является важным атрибутом туристских услуг и оказывает значительное влияние на формирование спроса на услуги;

2. Сильная зависимость значимости услуг, их качества и стоимости от среды (как внешней, так и внутренней) и времени предоставления услуг туристам. Здесь имеется в виду и политическая обстановка, и погодно-климатические условия, и региональные особенности, и мода, и многое связанное с психологическим и физическим состоянием туриста, что порою никакого влияния не оказывает или оказывает, но в меньшей мере, на содержание и реализацию других видов товара;

3. Всякий товар, имея три дискретных уровня (функциональный, презентуемый и сопровождаемый), в туристских услугах совмещает эти уровни в органическом единстве. Например, функция перевозки пассажира в транспорте, реализуемая комфортными условиями и в соответствующем его вкусу музыкальном сопровождении, представляет собой единую комплексную услугу.

Совершенно очевидно, что традиционные маркетинговые технологии, применимые к изучению спроса на продукцию, разработке требуемой продукции и ее продвижению к потребителю должны применительно к услугам в туризме принимать специфические формы. А если принять во внимание то, что современный турист подчас отправляется в поездку, с одной стороны, уже будучи осведомленным о многих возможных видах услуг, а с другой стороны, надеющийся на что-то новое и необычное, о чем он может не иметь конкретного представления, то маркетинг туристских услуг обязан быть все более инновационным и опережающим спрос. В этом случае, нарушая основной принцип маркетинга – не заставлять покупателя приобретать произведенное, а производить то, на что есть спрос. В случае появления принципиально нового турпродукта маркетолог должен сформировать спрос на него и управлять им, хотя и в этом случае успех будет только в том случае, когда новый, пусть и неизвестный ранее потребителю, продукт или услуга соответствуют каким-то ожиданиям туриста, например, испытать острые ощущения, позволяющие отвлечься от рутины обыденной жизни. И поэтому, маркетолог должен выявить сегмент туристов со спросом именно на услуги такого рода и предлагать соответствующий товар.

Исходя из этого, объектом исследования маркетинга туристского предприятия являются процессы, происходящие в системе взаимодействия туристов, генерирующих потребности, формирующие спрос, с производителями

туристских услуг, регенерирующими потребности. При этом предметом исследования должны быть взаимосвязи, взаимозависимости маркетинговых технологий, составляющих механизм удовлетворения туристского спроса на основе гармонизации взаимоотношений между потребителями и производителями туристских услуг, обеспечивающей готовность потребителя оплачивать предоставляемые услуги по цене, достаточной для прибыльного функционирования туристского предприятия.

Ключевым моментом объекта и предмета исследования является система маркетинга. Но, если принять во внимание многообразие туристских предприятий по их величине от микропредприятия из 3-7 работников (турагенты, туроператоры, туристские бюро, агентства) до туристских объединений с численностью персонала в сотни и тысячи человек, по видам деятельности (предоставление услуг по размещению, питанию, транспортировке, торговле, посредничеству и многое другое), то механизм маркетинга, как система использования приемов, инструментов, методик и схем, будет различным для каждого из видов туристского предприятия, хотя принципы будут оставаться едиными. Вполне очевидно, что малые туристские предприятия не в состоянии выполнять своими силами весь комплекс маркетинговых исследований, собирать самостоятельно всю необходимую информацию о состоянии спроса и конъюнктуры рынка, тенденциях и прогнозах их развития, но функционирование без такой информации для них связано с риском оказаться неконкурентоспособными, убыточными. Поэтому механизм системы маркетинга должен быть менее затратным, но и достаточно эффективным. Различаться будут механизмы маркетинговой системы в здравнице, непосредственно производящей турпродукт, и организациях инфраструктуры туризма, так как их частные цели будут различными и для их реализации потребуются различные маркетинговые технологии.

В связи с этим, основными задачами разработки системы маркетинга на туристских предприятиях, можно назвать следующие:

- обобщить, уточнить, идентифицировать и дифференцировать категории: «маркетинг», «система маркетинга», «механизм маркетинга», «маркетинговые технологии», а также: «туризм», «туристское предприятие», «структура туризма», «индустрия туризма», «структура и инфраструктура индустрии туризма», т.е. категории, обозначающие основные составляющие объекта и предмета исследований;

- охарактеризовать функционирование туристской индустрии в мире и в Украине;

- охарактеризовать фактическое использование маркетинга на туристских предприятиях и оценить его влияние на эффективность деятельности предприятий различных организационно-экономических типов, для чего разработать соответствующую методику;

- разработать варианты маркетинговой системы для туристских предприятий различных организационно-экономических типов и рассчитать их эффективность по разработанной методике;

ЗАДАЧИ МАРКЕТИНГА КАК СИСТЕМЫ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ ТУРИСТСКОГО БИЗНЕСА

- разработать маркетинговую стратегию деятельности туристских предприятий.

Вывод. Туристская индустрия Украины нуждается в возрастающем числе профессионалов маркетинга, совершенствовании маркетинговых технологий, их адаптации украинским возможностям и особенностям условий туризма. Необходимы научные исследования по разработке механизма системного применения маркетинга на туристском предприятии в целях гармонизации спроса и предложения, их прогнозирования для обеспечения устойчивости и стабильного развития туристского предприятия.

Предлагаемые направления исследований позволяют сформулировать их научную новизну, которая заключается в разработке системного подхода к использованию маркетинга на туристских предприятиях различных организационно-экономических типов.

Список литературы

1. Туристический бизнес в Украине на грани катастрофы [электронный ресурс] режим доступа <http://mignews.com.ua/ru/articles/65407.html>
2. Конкурентоспособность Украины на мировом рынке туризма [электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://prohotelia.com.ua/2009/05>
3. Статистичний щорічник Автономної Республіки Крим за 2010 рік [Держкомстат України, Головне управління статистики в Автономній республіці Крим]. (Серія «Статистичний збірник»). – Сімферополь, Держкомстат України, 2010. – 150 с.
4. Дайан А. Академия рынка / [А. Дайан, Ф. Букерель, Р. Ланкар и др.]. – М.: Экономика, 1993. – 572 с.
5. Дурович А.П. Маркетинг в туризме: Учебное пособие / А.П. Дурович. – Минск: Новое знание, 2003. – 496 с.
6. Исмаев Д.К. Краткий словарь технологических терминов международного туризма / Д.К. Исмаев. – М.: Высшая школа по туризму и гостиничному хозяйству ТОО «Луч», 1994. – 96 с.

Поступила в редакцию 01.12.2011 г.

Зубкова М.С. Завдання маркетингу як системи на підприємствах туристичного бізнесу / М.С. Зубкова // Учені записки ТНУ. Серія: Економіка та управління. – 2011. – Т. 24 (63), № 4. – С. 146-151.

У статті розглянута проблема недостатнього використання системи маркетингу на туристичних підприємствах України, що розглядається як одна з причин недостатньої конкурентоспроможності українського туристичного бізнесу на світовому ринку туристичних послуг. Запропоновано напрями вирішення даної проблеми.

Ключові слова: система маркетингу, туризм, туристичне підприємство, туристичні послуги

Zubkova M.S. The tasks of marketing as a system for tourism businesses. businesses / M.S. Zubkova // Uchenye zapiski TNU. Series: Economy and management. – 2011. – Vol. 24 (63), № 4. – P. 146-151.

The article considers the problem of lack of use of marketing in tourism enterprises in Ukraine which is considered as one of the reasons for the lack of competitiveness of Ukrainian tourist business in the global market of tourist services. Proposed ways of solving this problem.

Keywords: marketing, tourism, tourist business, tourist services.

УДК 811. 134.2:37.011.32»3752»+371.84

КЛУБ ЛЮБИТЕЛЕЙ ИСПАНСКОГО ЯЗЫКА КАК ОДИН ИЗ СПОСОБОВ ФОРМИРОВАНИЯ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ И МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОМПЕТЕНЦИИ СТУДЕНТОВ

Косяк Н.А.

*Таврический национальный университет имени В.И. Вернадского, Симферополь, Украин
E-mail: gbasiladze@yandex.ru*

В статье анализируется деятельность клуба любителей испанского языка, как одного из способов формирования социокультурной и межкультурной компетенции студентов. Указываются пути осуществления этой цели. Работа клуба рассматривается как своеобразный тренинг по межкультурному менеджменту.

Ключевые слова: клуб любителей испанского языка, лингвистические и экстралингвистические навыки, социокультурная и межкультурная компетенция.

Постановка проблемы. На современном этапе развития международных отношений, установления официальных, служебных, деловых и партнерских контактов между людьми, предприятиями, фирмами и учреждениями различных государств к выпускникам факультета управления, подготавливаемых к работе в области внешнеэкономических связей, предъявляется ряд требований, без которых успешное сотрудничество с зарубежными партнерами не возможно. В первую очередь, это касается знания иностранного языка. Выпускники должны владеть навыками устного и письменного общения с зарубежными партнерами, навыками чтения, аудирования и перевода литературы по специальности. Но не менее важную роль в подготовке специалистов играет формирование у них социокультурной и межкультурной компетенции, которая позволяет устранять языковые границы и уменьшать воздействие «языкового» и «культурного» шока при непосредственном контакте с носителями языка и другой культуры [1]. Формирование социокультурной и межкультурной компетенции представляется чрезвычайно важным аспектом обучения студентов еще и потому, что без знания деловых и общественных традиций региональных особенностей, национальных праздников, религиозных обычаев невозможно уважительного отношения к зарубежным партнерам, а значит и успешное деловое сотрудничество с ними. Существует множество примеров потерянных контрактов, неосуществленных замыслов, причиной которых стали неправильные или не грамотное обращение к потенциальным партнерам.

Поставленные выше задачи требуют совершенствования преподавания иностранных языков на факультете управления, а также, разработки и внедрения дополнительных образовательных проектов. Один из таких проектов был осуществлен преподавателями кафедры менеджмента и маркетинга факультета управления ТНУ. Был организован клуб любителей иностранных языков» ABC Club» с секциями английского, французского, немецкого и испанского языков.

**КЛУБ ЛЮБИТЕЛЕЙ ИСПАНСКОГО ЯЗЫКА КАК ОДИН ИЗ СПОСОБОВ
ФОРМИРОВАНИЯ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ И МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОМПЕТЕНЦИИ
СТУДЕНТОВ**

Целью статьи является обоснование целесообразности данной формы вне аудиторной работы студентов, анализ работы клуба любителей испанского языка и влияния участия студентов в заседаниях клуба на их межкультурную компетенцию.

Анализ последних исследований и публикаций. Формированию социокультурной и межкультурной компетентности людей, чья деятельность связана с внешнеэкономическими связями, уделяется большое внимание как в западных странах, США, так и на постсоветском пространстве. Все авторы склоняются к тому, что без знания языковых, деловых реалий невозможна успешная деловая активность в зарубежных странах, а успешные деловые операции не обходятся без деловой коммуникации [2]. Принято выделять следующие формы деловой коммуникации [3]:

1. Телефонные разговоры.
2. Личные контакты (встречи, деловые переговоры, выставки, презентации и т.п.).
3. Письма.
4. Телеграммы.
5. Телексы.
6. Телекопии (факсимиле).

Рассматривая каждую из этих форм коммуникации, авторы публикаций не только подчеркивают ее важность, но и указывают, какие ошибки может совершить человек не знакомый с деловой культурой страны-партнера. Так, Мери Де Вриз в своей книге «Internationally Yours международная деловая переписка, как средство достижения успеха» [4] рассматривает роль писем в деловых отношениях и считает, что письма являются скрытой движущей силой фирмы, призваны, не только сообщать определенную деловую информацию, но и создать благоприятное впечатление не только о фирме, но и об авторе письма, как о квалифицированном работнике, стремящемся помочь адресату. Анализируя все виды письменной коммуникации, автор указывает на стили, присущие каждому из них и старается минимизировать трудности, возникающие при международной переписке.

Courtland L. Bovee и John V. Thill в своей книге «Business Communication Today» [5] дают всеобъемлющий анализ особенностей, как письменной, так и устной межкультурной коммуникации. Авторы указывают, что при личном общении во время проведения встреч, переговоров возникают не только языковые трудности. Следует учитывать модели поведения, общения и даже язык жестов представителей другой культуры. Кроме того, роль женщины различна в различных культурах. Если в США и в Европе женщины имеют равные права с мужчинами, то, например, в странах Латинской Америки, у них более подчиненное положение. Это необходимо принимать во внимание женщинам при ведении деловых переговоров и переписки. Представители разных культур различным образом демонстрируют свой статус, у них различное представление о времени и личном пространстве так называемой «зоне комфорта».

Знать и принимать во внимание все межкультурные различия настолько важно для успешной деловой деятельности. Поэтому многие корпорации, крупные компании, отели проводят тренинги по межкультурному менеджменту [6].

Основные результаты исследования. Испанский язык, один из наиболее распространенных языков мира, является государственным языком Испании, большинства стран Латинской Америки, Филиппин, Канарских островов и т.д. Его широкое географическое распространение привело к тому, что в каждой стране имеются отличия в фонетике, лексике и других аспектах языка. Некоторые являются общими для всей Латинской Америки, но есть и специфические для различных стран. Кроме того, существуют различия в деловой культуре, представлениях о времени, в отношении к семейным связям.

Развивающиеся экономики испаноговорящих стран представляют интерес для отечественного бизнеса, чем обусловлен и постоянно возрастающий интерес к изучению испанского языка, экономики и культуры этих стран. В связи с этим работу клуба следует осуществлять в следующих направлениях:

1. Общение с носителями языка. Встречи проходят в форме образовательно-познавательной дискуссии, целью которой является:

- совершенствование лингвистических и экстралингвистических навыков общения;

- обмен информацией по широкому спектру тем (семья, система образования, образ жизни, культура, спорт, политика, организация предприятий, ведение бизнеса и т.д.);

- сравнение культурных ценностей, норм, стандартов и стратегий поведения.

На этих встречах студенты не только совершенствуют навыки аудирования и устной речи, но и знакомятся с особенностями фонетики и лексики каждой отдельно взятой испаноговорящей страны. Студенты узнают о том, как в стране относятся к категориям времени, к семейным ценностям. В частности о том, что в странах Латинской Америки именно семейные узы наиболее прочно связывают людей. Это значит, что преданность семейным традициям стоит выше лояльности по отношению к деловым партнерам. Что касается вопросов пунктуальности и соблюдения времени начала встреч, переговоров, то дело здесь обстоит гораздо хуже чем в европейских странах. Особую деликатность следует проявлять женщинам, ведущим дела в латиноамериканских странах, так как чувство превосходства мужчин в этих странах значительно сильнее, что может помешать бизнесу.

2. Обращение к культурным ценностям страны изучаемого языка. Заседание клуба, посвященное знакомству с произведениями культуры и искусства (литература, живопись, музыка, архитектура) являются неотъемлемым компонентом подготовки студентов к успешному межкультурному общению. Цель таких заседаний многопланова и ориентирована на эстетическое воспитание, развитие творческого потенциала личности; практическое применение знаний испанского языка.

**КЛУБ ЛЮБИТЕЛЕЙ ИСПАНСКОГО ЯЗЫКА КАК ОДИН ИЗ СПОСОБОВ
ФОРМИРОВАНИЯ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ И МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОМПЕТЕНЦИИ
СТУДЕНТОВ**

Знакомство с творчеством Сервантеса М., Лопе де Вега, Кальдерона де ла Барки, Лорки Ф.Г. и других писателей и философов, с живописью Эль Греко, Веласкеса Д., Гойи Ф., Дали С., Сикейроса Д., Кало Ф.и других не только повышает культурный уровень студентов, но и помогает лучше понять народ, чьими представителями являются данные авторы. Это, в свою очередь помогает наладить и деловые контакты [7].

3. Знакомство с традициями и обычаями стран изучаемого языка, с национальными праздниками и укладом жизни. Этому направлению работы клуба уделяется особое внимание, так как уважительное отношение к зарубежным партнерам является одним из средств достижения успеха в бизнесе, а без знания национальных реалий это не возможно. Если специалист работает в сфере международного бизнеса, то ему жизненно необходимо знать деловую практику и деловые традиции страны-партнера. Студенты должны знать даты национальных праздников, графики работы учреждений. Это позволяет избежать недоразумений и экономит время.

4. Ролевые игры, презентации. Этот вид работы знакомит студентов с особенностями ведения деловой переписки. Например, в странах Латинской Америки деловая переписка возможна только после личных контактов. Презентации бизнес проектов позволяют приобрести навыки делового общения на испанском языке. Составление контрактов, деловых писем закрепляет полученные теоретически знания в области межкультурного менеджмента.

Выводы.

1. Межкультурному менеджменту уделяется очень большое внимание во всем мире, так как без знания языковых, политических, деловых реалий зарубежных стран не возможно успешное деловое сотрудничество с ними.

2. Работу клуба испанского языка следует рассматривать как тренинг по межкультурному менеджменту, который призван минимизировать «языковой» и «культурный шок» при непосредственном контакте с носителями языка и другой культуры, а значит, способствовать успеху деловых контактов.

3. Заседание клуба следует проводить в различных формах (личные встречи с носителями языка, конференции, презентации, ролевые игры) для того чтобы активизировать языковые навыки и умения, ознакомить студентов с культурой, национальными особенностями, деловой практикой испаноговорящих стран и, тем самым, способствовать их дальнейшей успешной деловой коммуникации с носителями языка.

Список литературы

1. Oberg K. Cultural shock adjustment to new cultural environmental / K. Oberg // Practical anthropology. – 1960. – № 7. – С. 78-93.
2. Льюис Р.Д. Деловые культуры в межкультурном бизнесе. От столкновения к взаимопониманию / Р.Д. Льюис; [пер. с англ.]. – М.: Дело, 2003. –354 с.
3. Мясоедов С.П. Основы кросскультурного менеджмента. Как вести бизнес с представителями других стран и культур / С.П. Мясоедов. - М.: Дело, 2003. –188 с.
4. Де Вриз М. Internationally Yours международная деловая переписка, как средство достижения успеха / Де Вриз М.; [пер. с англ.]. – М.: Весь Мир, 2001. –385 с.
5. Bovee C.L. Business Communication Today / C.L. Bovee, J.V. Thill. – Prentice Hall, 2000. – 692 с.

6. Furnham A. Corporat cultural shock. Software of the Mind / A. Furnham. – Maidenheat, 1991. –124 с.
7. Трасов Б.С. Социальная культурология / Б.С. Трасов. – М.: Аспект Пресс, 2000. –175 С.

Поступила в редакцию 01.12.2011 г.

Косьяк Н.О. Клуб шанувальників іспанської мови як один із засобів формування соціокультурної та міжкультурної компетенції студентів / Н.О. Косьяк // Учені записки ТНУ. Серія: Економіка та управління. – 2011. – Т. 24 (63), № 4. – С. 152-156.

В статті аналізується діяльність клубу шанувальників іспанської мови, як одного із засобів формування соціокультурної та між культурної компетенції студентів. Вказуються шляхи здійснення цієї мети. Робота клубу розглядається як своєрідний тренінг по міжкультурному менеджменту.

Ключові слова: клуб шанувальників іспанської мови, лінгвістичні та екстралінгвістичні навички, соціокультурна та між культурна компетенція.

Kosyak N.A. Spanish club as one of the methods of the building cross-cultural competence of the students / N.A. Kosyak // Uchenye zapiski TNU. Series: Economy and management. – 2011. – Vol. 24 (63), № 4. – P. 152-156.

The article analyses the work of the Spanish club as one of the methods of the building cross-cultural competence of the students and helps to improve linguistic and extra linguistic skills of communication.

Keywords: foreign language club, linguistic and extra linguistic skills, socio-cultural, intercultural competence.

УДК: 332.3(338.34)

ПУТИ ОПТИМИЗАЦИИ СТРУКТУРЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ПОТЕНЦИАЛА ТЕРРИТОРИИ АР КРЫМ

Кравченко Н.А.

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

Проведен анализ и дано обоснование предложений по оптимизации структуры использования потенциала территории АР Крым как компонента эффективного развития региона. Выявлены недостатки системы управления земельными ресурсами на всех уровнях и вынесены предложения по их устранению. Предложен инструментарий эффективной реализации природно-ресурсного потенциала территорий Крыма, включающий элементы государственного регулирования, и, базирующийся на концепции устойчивого развития.

Ключевые слова: земельные ресурсы, природно-ресурсный потенциал территории, социально-экономическое развитие, устойчивое развитие.

Постановка проблемы. Главным приоритетом социально-экономического развития Крыма на современном этапе является курортно-рекреационный комплекс, который в Украине первоначально формировался и функционировал в нерыночных условиях, что привело к появлению экономических диспропорций и проявилось в виде больших финансовых потерь и утрате управляемости.

В мировой практике курортно-рекреационный комплекс часто выступает как стабилизатор платежного баланса и находится впереди традиционных отраслей экономики как источник валютных поступлений. Курортно-рекреационный комплекс АРК благодаря геополитическому положению региона, уникальным природно-климатическим условиям, бальнеологическим, историко-культурным и национально-этнографическим ресурсам, способен обеспечить условия для развития других отраслей экономики, достаточно быстро сформировать устойчивый рынок товаров и услуг, повысить конкурентоспособность крымского региона и Украины в целом.

Анализ публикаций по проблеме исследования. Проблемам эффективного использования природно-ресурсного потенциала (ПРП) и земельных ресурсов как составной части ПРП посвящаются труды многих ведущих экономистов Украины и зарубежья. Среди них особое место занимают работы: Ефремова А. В., посвященные экономической оценке пляжей, кадастровой оценке рекреационных ресурсов [1]; Новикова Ю. Н., рассматривающие оценку рекреационных ресурсов в сопоставлении с их сельскохозяйственной ценностью [4]; Минца А. А., обращающегося к вопросам комплексной оценки природно-ресурсного потенциала [2]; Миско К. М., исследовавшего вопросы взаимодействия природного и экономического потенциала и уровня развития государства [3]. Из работ зарубежных авторов можно выделить работы Харрисона Ф., Фридмана Д., посвященные оценке земли и недвижимости [15]. Следует также отметить, что

природно-ресурсный потенциал территории рассматривается экономистами неоднозначно: с одной стороны, это абсолютное преимущество, позволяющее получать дополнительный доход по сравнению с аналогичными территориями, не обладающими подобным потенциалом, с другой стороны – это относительное понятие, предполагающее принятие во внимание характера и качества управления потенциалом, а также возможностью компенсации его отсутствия или недостатки, за счет эффективного менеджмента.

Целью статьи является обоснование предложений по повышению эффективности и оптимизации структуры использования потенциала территории АР Крым, как компонента экономического роста региона.

Инструментарий эффективной реализации природно-ресурсного потенциала Крыма, в том числе и эффективного землепользования включает элементы государственного регулирования, обоснованные и подкрепленные научной концепцией и, базирующиеся на концепции устойчивого развития. Так, «Программа развития ресурсного потенциала регионов АРК в 2012-2013 гг.» предполагает определение основных направлений стратегического развития каждого региона Крыма в контексте общенационального экономического роста и процветания Украины [7].

Основные результаты исследования. Оптимальным подходом к развитию Крымского региона является дифференциация структуры землепользования по принципу устойчивого социально-экономического развития территории, в соответствии с требованиями обеспечения экологической стойкости естественных и антропогенных ландшафтов и наращивания развития рекреационного и санаторно-лечебного потенциала.

С точки зрения территориального деления земельного фонда АР Крым автором предлагается рассмотреть многофакторную модель эффективного территориального управления, учитывающую целевое назначение каждой категории земельных ресурсов и совокупность факторов, дифференцированного характера, оказывающих влияние на территорию в целом и на отдельные категории в частности (рис.1).

Процесс оптимизации структуры землепользования как элемент совершенствования механизма развития регионов АРК предполагает реализацию ряда мероприятий и предложений:

а) внедрение в практику нижеуказанной модели управления, которая рассматривает каждую группу земель в соответствии с их целевым назначением. При этом благодаря модели наглядно представляется взаимосвязь и взаимозависимость всех факторов землепользования, вне зависимости от их природы и силы воздействия. Акцент делается на условности в разделении территориальных ресурсов по целевому назначению, а также подчеркивается необходимость выработки и применения механизма эффективного территориального управления с точки зрения соответствия конечного результата землепользования последствиям его достижения;

**ПУТИ ОПТИМИЗАЦИИ СТРУКТУРЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ПОТЕНЦИАЛА
ТЕРРИТОРИИ АР КРЫМ**

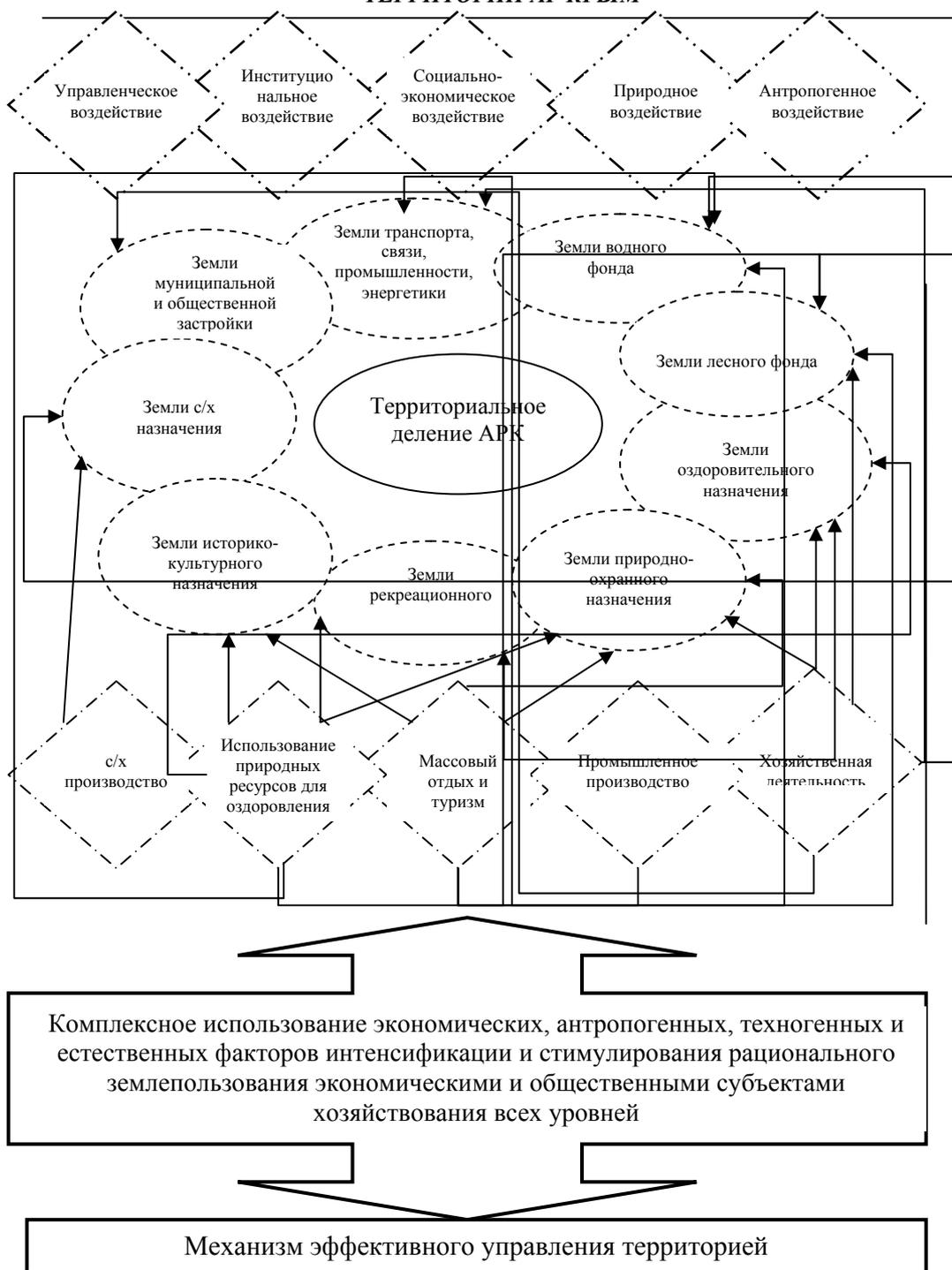


Рис 1. Многофакторная модель эффективного территориального управления с точки зрения классификации земельных ресурсов АР Крым

б) учет закономерностей влияния антропогенной и экологической нагрузок на уровень эффективности использования территориальных ресурсов предприятий и географическое районирование субъектов рекреационной отрасли, с акцентом на определяющую роль и место государственного регулирования в процессе выравнивая диспропорций регионального развития в зависимости от ресурсной составляющей. Поскольку рекреационные предприятия территориально тяготеют к прибрежным зонам, то данные территории испытывают повышенную, а зачастую критическую антропогенную и экологическую нагрузки [6]. Перемещение рекреационной деятельности на территории и в районы, которые ранее не относились к рекреационным, будет способствовать: 1) уменьшению концентрации антропогенной нагрузки, 2) более эффективному использованию территорий, 3) развитию альтернативных видов туризма, 4) выравниванию диспропорций в развитии различных районов Крыма;

в) управление развитием территории, с позиции учета изменений состояния и характера использования территории как среды жизнедеятельности человеческого сообщества посредством осуществления мер, обеспечивающих поддержание баланса интересов различных слоев общества, связанных с использованием территории. Пространственная ограниченность земельных ресурсов ставит вопрос о необходимости более полного и рационального их освоения. А так как заменить земельные ресурсы как традиционное средство удовлетворения потребностей человека невозможно, то одним из направлений достижения цели эффективного и рационального использования земельных ресурсов является создание единого подхода к анализу эколого-экономической системы.

Удовлетворение отдельных потребностей, таких как, например, потребности растущего населения в расширении жилой зоны и зон отдыха невозможно без увеличения соответствующих территорий за счет сокращения количества земли у других категорий землепользователей [5]. Этот факт нельзя не учитывать в процессе оптимизации структуры землепользования. Рациональное землепользование не может существовать и развиваться автономно, без взаимодействия с другими элементами эколого-экономической системы управления (рис. 2).

Такая переориентация и расширение рекреационной деятельности должны опираться на социально-экономические потребности общества и государства. Экономико-экологический уровень развития системы рационального землепользования оказывает непосредственное влияние на процессы удовлетворения потребностей общества в земельных ресурсах и охране окружающей среды; всестороннего развития предприятия, отрасли, региона, государства; повышения уровня удовлетворения потребностей общественного развития.

Поскольку земельные ресурсы занимают особое место в системе отношений человека и природы, являясь одновременно и предметом и средством труда, то ее следует рассматривать как один из важнейших вещественных факторов производства, служащих базой для развития и размещения всех отраслей

**ПУТИ ОПТИМИЗАЦИИ СТРУКТУРЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ПОТЕНЦИАЛА
ТЕРРИТОРИИ АР КРЫМ**

народного хозяйства. Более того земельные ресурсы являются главным средством производства не только в таких отраслях, как сельское и лесное хозяйство, но и в отраслях нематериальной сферы [12].

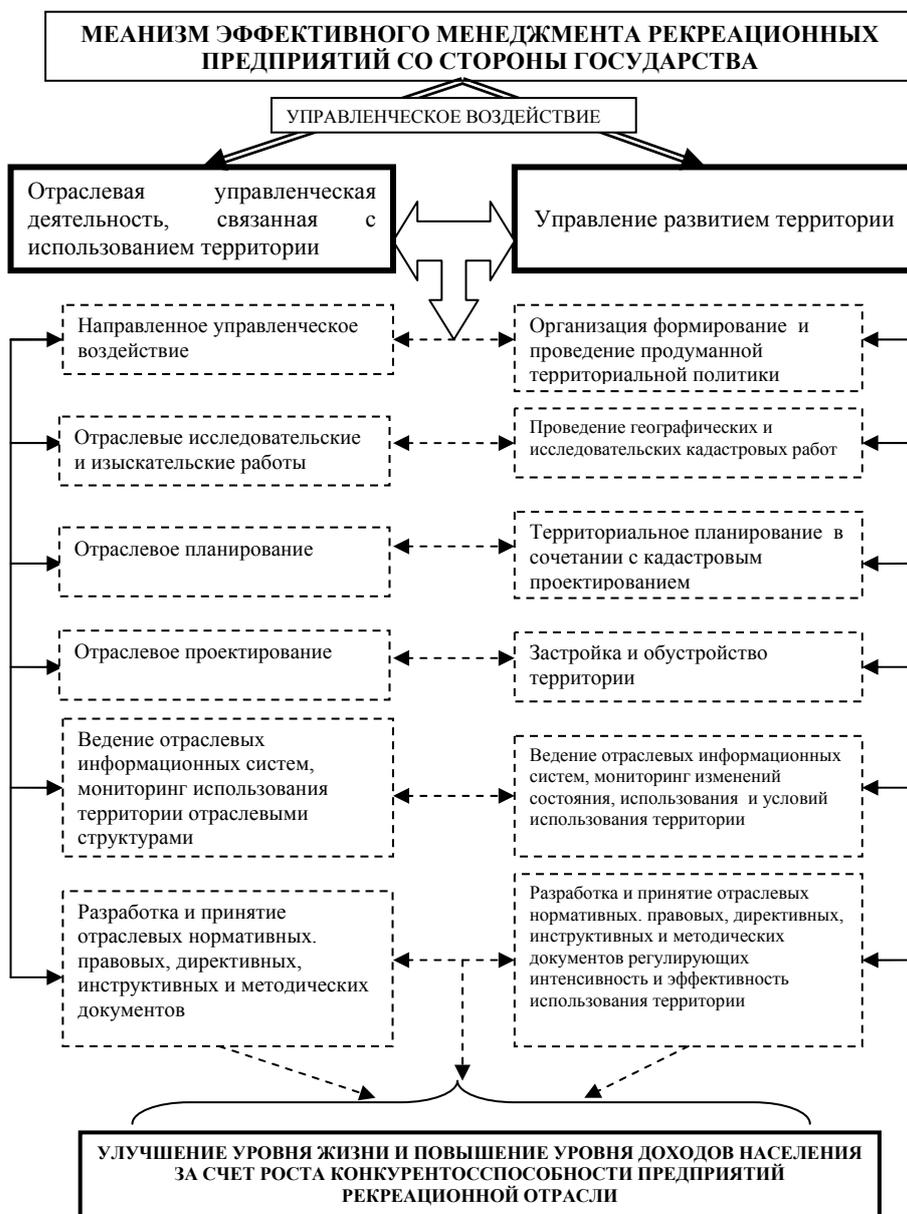


Рис. 2. Взаимодействие отраслевой управленческой деятельности как фактор повышения эффективности менеджмента предприятий

Процесс поиска путей оптимизации структуры использования земельных ресурсов неразрывно связан с процессом гармоничного устойчивого развития системы отношений человек-природа-производство. В данном контексте выделяют 3 группы эффектов, требующих управленческого воздействия: экономический, социальный и экологический. [10]. Сопоставляя количественно соизмеримые показатели развития предприятий на различных территориях можно говорить об эффективности использования земельных ресурсов данных предприятий, о степени экологического ущерба, и о социальной значимости предоставляемых услуг;

д) решение вопросов упрощения процедуры выделения и приватизации земельных участков, с целью оптимизации структуры землепользования и повышения уровня развития региона. Значительные природные и культурно-исторические преимущества Крыма, которые могли бы обеспечить эффективное развитие рекреационной отрасли экономики, используются стихийно, исходя из устаревших принципов управления, а зачастую и вовсе бесконтрольно. Такая отрицательная тенденция отражается и на вопросах использования земельных ресурсов, особенно в прибрежной рекреационной зоне полуострова. Практика мирового землепользования показала, что право собственности на землю и установившиеся на этой основе земельные отношения автоматически порождают заботу об улучшении, сохранении и повышении эффективности ее использования [10]. Ограниченность земли как фактора производства делает ее особо ценным ресурсом, особенно когда речь идет об особенностях природно-географического расположения земельного участка;

е) решение вопросов с объектами незавершенного строительства (ОНС) курортно-рекреационного назначения. Проблема незавершенного строительства связана, прежде всего, с государственным вмешательством и контролем: 1) выделением средств для реконструкции или ликвидации ОНС, с учетом социально-экономических программ развития крымского региона и планов и программ по капитальному строительству; 2) решением вопросов о приватизации и реприватизации ОНС; 3) мониторингом, учетом и контролем стихийных застроек прибрежной зоны, и 4) узакониванием неофициального строительства.

Решить проблему нехватки земельных участков и одновременно повысить эффективность 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. Однако в данном случае необходимо сначала разрешить правовые противоречия в законодательстве, поскольку для реализации земли вместе со строением необходимо иметь право собственности на строение, а получить право собственности на недостроенный объект невозможно. Согласно действующему законодательству, необходимо получить экспертную оценку и подтвердить право собственности на строительный объект, а он, в свою очередь, как незавершенное строительство не зарегистрирован в БТИ, что означает, что право собственности подтвердит нельзя [8]. Механизм приватизации, законного землеотвода и

предпроектного планирования являются неотъемлемыми частями процесса управления землепользованием. Главной целью в данном случае выступает не получение максимальной прибыли, а изменение формы собственности на ОНС посредством передачи таких объектов негосударственному собственнику, что, в свою очередь, в будущем может способствовать повышению эффективности использования земельного ресурса, на котором расположен ОНС;

ж) сопоставление степени интенсивности использования территориального ресурса предприятиями рекреационного комплекса и уровня доходности этих предприятий. Методика оценки территориальных ресурсов предприятия предполагает, что территория рассматривается как природный ресурс, следовательно, методика оценки природных ресурсов может быть взята за основу для оценки территорий [9].

Методика экономической оценки эффективности использования территории сельскохозяйственным предприятием основана на показателях, легко поддающихся учету и оценке (количество произведенного сырья, готовой продукции и так далее). С рекреационным предприятием возникают некоторые сложности, так как оценка только прибыли, полученной с 1м² территории не учитывает оздоровительный эффект от пребывания на рекреационной территории, который перераспределяется на все экономические виды деятельности, обеспечивая социальную полезность рекреационной деятельности [11].

В рекреации, как и в других ресурсоемких отраслях, природные ресурсы являются основным «средством производства», то есть восстановление жизненных сил происходит на базе использования природных ресурсов. Ответственность за рациональное использование природных и территориальных ресурсов лежит на предприятии, за которыми данные ресурсы закреплены. В данном случае плата за рекреационные ресурсы является одним из способов изъятия дифференциальной ренты, и может быть использована, как один из аспектов экономической оценки земельных ресурсов предприятия [10].

Выводы.

Неудовлетворительное состояние курортно-рекреационного комплекса Крыма является следствием имеющихся диспропорций, которые возникли еще при ее создании: между централизованной и децентрализованной системами управления. Начиная с 30-х годов XX века потенциал курортов наращивался на основе ведомственного подхода. Именно это является причиной низкой культуры обслуживания, неудовлетворительной медицинской базы лечения, медленного внедрения достижений современной курортологии [13]. Диспропорции в территориальном принципе размещения предприятий рекреационной отрасли оказывают влияние на неравномерность рекреационной нагрузки на пляжные ресурсы.

Решение проблем неэффективного управления потенциалом территорий, сезонности и повышенной антропогенной и экологической нагрузок заключается в разработке комплексного механизма управления использованием территорий и оптимизации структуры землепользования, основанных на принципе подчиненности экономической деятельности природно-экологическому эффекту, полученному в

результате. Иными словами, функционирование рекреационного комплекса должно способствовать целевому освоению территориальных ресурсов, концентрации и взаимодействию природных и экономических факторов для обеспечения эффективного и рационального природопользования и удовлетворения потребностей населения, проживающего на данной территории. При этом любая экономическая деятельность в пределах рекреационных территорий должна быть подчинена общим законам развития, с учетом ценности и ограниченности используемых рекреационных ресурсов.

Исходя из проведенного исследования АР Крым обладает абсолютными преимуществами и потенциально может выступать лидером мирового рекреационного бизнеса, однако, фактически имеющиеся ресурсы используются экстенсивно, что отрицательно сказывается на регионе и его будущих потенциальных возможностях.

Решение проблемы лежит в комплексном походе к вопросам использования природно-ресурсного потенциала, научно обоснованном, адекватном современным экономическим тенденциям и учитывающим концепцию устойчивого развития природы и общества.

Список литературы

1. Ефремов А.В. Экономическая эффективность и ее оценка / А.В. Ефремов — Симферополь: Пирамида-Крым, 2002. – 265 с.
2. Минц А.А. Вопросы комплексной экономической оценки природных условий и естественных ресурсов в свете задач современной географии / А.А. Минц // Изв. АН СССР. – 1965 – 2. – С. 65-76.
3. Миско К. М. Ресурсный потенциал региона / К.М. Миско. – М.: Наука, 1991. – 92 с.
4. Новиков Ю.Н. Денежная оценка земель Крыма и ее практическое использование / Ю.Н. Новиков. – Симферополь. : Таврида, 2002. – 280 с.
5. О курортах: Закон Украины от 5 октября 2000 г. №2026 / Верховная Рада Украины // Ведомости Верховной Рады Украины. – 2000. – №50. – 387 с.
6. Про деякі заходи щодо розвитку туристичної та курортно-рекреаційної сфер України : Постанова Кабінету Міністрів України від 11. 04. 2003 р. №207/2003 // Урядовий кур'єр. – 2003. – №49. – С. 36-39.
7. Про затвердження Програми розвитку Крыма как круглогоддового общегосударственного и международного курортно-рекреационного и туристического центра : Постанова Кабінету Міністрів України від 29.12.2003 року №133-2003-п // Офіційний вісник України. – 2003. – №28. – 148 с.
8. Про особливості приватизації об'єктів незавершеного будівництва : Закон України від 14 вересня 2000 //ВВРУ. – 2000, № 45, 556 с.
9. Про приватизацію державного майна: Закон України № 1724-III (1724-14) от 18.05.2000//ВВРУ. – 2000 г., № 17. – 548 с.
10. Проблемы развития предпринимательства в курортно-рекреационном хозяйстве / под ред. А.В. Живицкого. – Ин-т проблем рынка и экономико-экологических исследований. – Одесса: ИПРЭИ НАН Украины, 1993. – 210 с.
11. Регионы Автономной Республики Крым за 2010 рік : статистический сборник / под. ред Т.Г. Елькан. – ГУС АР Крым. – Симферополь, 2010. – 373 с.
12. Санаторно-курортне лікування організований відпочинок та туризм в АР Крим по сост.на 2009/2010 рр. : статистичний збірник /упоряд. та голов. ред. Т. Г. Елькан. – ГУС В АРК, 2010. – 147 с. – (Нормативні директивні та правові документи).
13. Санаторно-курортное лечение, организованный отдых и туризм в Крыму : сстатистический сборник / под. ред В. И. Колесник. – ГУС АР Крым. – Симферополь, 2008. – С. 43.

**ПУТИ ОПТИМИЗАЦИИ СТРУКТУРЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ПОТЕНЦИАЛА
ТЕРРИТОРИИ АР КРЫМ**

14. Устойчивый Крым. План действий : [научные труды / научн. ред А. В. Ефремов и др.]. – Симферополь: СОНАТ, 1999. – 400 с.
15. Фридман Д. Анализ и оценка приносящей доход недвижимости / Д. Фидман, Н Оруэй. – М.: Дело. ЛТД., 1995. – 480 с.

Поступила в редакцию 01.12.2011 г.

Кравченко Н.О. Шляхи оптимізації структури використання потенціалу території АР Крим / Н.О. Кравченко // Учені записки ТНУ. Серія: Економіка та управління. – 2011. – Т. 24 (63), № 4. – С. 157-165.

Виконано аналіз та надане обґрунтування пропозицій по оптимізації структури використання потенціалу територій АР Крим як компонента ефективного розвитку регіону. Виявлені недоліки системи управління земельними ресурсами на усіх рівнях та запропоновані пропозиції по їх ліквідації. Запропоновано інструментарій ефективної реалізації природно-ресурсного потенціалу територій Криму, що включає елементи державного регулювання та базується на концепції сталого розвитку.

Ключові слова: земельні ресурси природно-ресурсний потенціал території, соціально-економічний розвиток, сталий розвиток.

Кравченко N.A. Ways of optimization of the Crimea territories potential using structure / N.A. Kravchenko // Uchenye zapiski TNU. Series: Economy and management. – 2011. – Vol. 24 (63), № 4. – P. 157-165.

It is given an analysis and justification of proposals on optimization the structure of Crimea territorial potential as the component of region effective development. It is identified deficiencies lend management system on all levels and it is made the proposals how to resolve them. It is proposed a toolkit of effective implementation of natural resource potential of the Crimea, which includes elements of state regulation, and based on the concept of sustainable development.

Keywords: land resources, natural-resource potential of the territory, socio-economic development, sustainable development

УДК 338.486.3

ОСОБЛИВОСТІ МЕТОДИКИ ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ ДІЯЛЬНІСТЮ ТУРИСТИЧНОЇ ОРГАНІЗАЦІЇ

Крамаренко В.І., Радченко Н.В.

*Таврійський національний університет імені В.І. Вернадського, Сімферополь, Україна
Національна академія природоохоронного і курортного будівництва, Сімферополь, Україна
E-mail: tnu_mvved@bigmir.net*

У статті досліджуються особливості методичних підходів щодо оцінки ефективності управління підсистемами туристичної організації.

Ключові слова: туристична організація, методика, оцінка, ефективність, управління

Вступ.

Організація являє собою складну систему, що складається з безлічі підсистем: маркетингової, фінансової, кадрової й виробничої. Ефективність управління діяльністю всієї організації залежить від ефективності управління в кожній підсистемі. Тому існує необхідність управляти цією діяльністю, для того, щоб організація могла, по-перше, досягти своїх цілей на ринку й вижити серед конкурентів; по-друге, адаптуватися до ринкових умов, що змінюються.

Тенденції розвитку економіки, підприємництва показують, що від ефективного управління організацією істотно залежить її конкурентоспроможність і позиції на вітчизняному й світовому ринку. Ці положення визначають актуальність розглянутої теми.

Аналіз останніх публікацій.

Проблема ефективного управління постійно досліджується вченими й фахівцями в області управління. Умови конкуренції змушують менеджерів і підприємців шукати нові підходи для забезпечення ефективної діяльності.

Управління – це функція організованих систем різної природи (біологічних, соціальних, технічних), що забезпечує збереження їхньої певної структури, підтримку режиму активності, реалізацію програми, мети діяльності.

Управління організацією в цілому носить характер безперервного процесу за допомогою реалізації функцій менеджменту, які є основними елементами процесу управління [1]. Різні інтерпретації поняття «управління» наведені у табл.1.

Управління туристичною організацією необхідно розглядати як циклічний процес, що складається з конкретних видів управлінських робіт, названих функціями управління.

Останнім часом термін «ефективність» все частіше використовується в управлінській лексиці для характеристики результативності діяльності в сфері управління. Однак дотепер немає чіткого тлумачення цієї категорії з позиції науки управління, не досить визначено її зміст, не вивчені в достатній мірі

**ОСОБЛИВОСТІ МЕТОДИКИ ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ
ДІЯЛЬНІСТЮ ТУРИСТИЧНОЇ ОРГАНІЗАЦІЇ**

фактори, що впливають на ефективність управління діяльністю організації, відсутня надійна методика обчислення такої ефективності [11].

Таблиця 1

Інтерпретація поняття «управління»

Автор/ Джерело	Визначення
Тейлор Ф.У. [2]	Управління – це самостійна спеціальність, і організація в цілому виграє, якщо планувати й керувати будуть, не ті робітники, які ці роботи виконують, як це було дотепер, а ті, які вміють керувати професійно.
Файоль А. [2]	Управляти – означає вести підприємство до його мети, витягаючи максимальні можливості із всіх наявних у його розпорядженні ресурсів.
Алейнікова Г.М. [4]	Управління – це процес впливу на систему з метою переведення її в новий стан або для підтримки її у встановленому режимі.
Малін А.С., Мухін В.И. [5]	Управління – процес цілеспрямованого впливу на систему, що забезпечує підвищення її організованості, досягнення того, або іншого корисного ефекту.
Мазур И.И., Шапіро В.Д. [6]	Суть управління зводиться до розробки й здійснення певних впливів з боку суб'єкта управління на ті, або інші об'єкти управління в процесі якоїсь цілеспрямованої діяльності.
Данько Т.П. [7]	Управління – діяльність по зміні об'єкта, виходячи з його здатності, сил і енергії для того, щоб скористатися із можливостей, які спричинені зовнішнім середовищем, що спрямоване на нормування вчинків або роботи даного об'єкта для реалізації поставленої мети.
Шегда А.В. [8]	Управління – активний вплив на параметри будь-якого об'єкта з метою усунення небажаних відхилень від заданих режимів роботи, у підтримці стану впорядкованості й динамічної рівноваги із зовнішнім середовищем.
Віханський О.С., Наумов А.И. [9]	Управління – певний тип взаємодії, що існує між двома суб'єктами, один із яких у цій взаємодії перебуває в позиції суб'єкта управління, а другий – у позиції об'єкта управління.
Кабушкін Н.И. [10]	Управління – це процес планування, організації, мотивації й контролю, необхідний для того, щоб сформувані й досягти цілей організації.
Літвак Б.Г. [2]	Управління – серія безперервних взаємозалежних дій, спрямована на досягнення поставлених дій за допомогою інших.

Вивченню теоретичних і практичних аспектів ефективності в економічній літературі протягом декількох останніх років присвячено ряд робіт, зокрема: ефективність функціонування туристсько-рекреаційних підприємств,

ефективність туристичних послуг розглядали Сарапіна О.А. і Коваленко Ю.Н. [41], а Канцуров О.О. і Білоусова О.С. вивчали шляхи вдосконалення оцінки ефективності управління підприємствами державного сектора економіки [13].

Проблемам оцінки ефективності управління діяльністю організації присвячено також багато праць таких вчених, як: Румянцева З.П., Лафта Дж.К., Тищенко А.Н., Кизим Н.А., Каплан Р.С., Нортон Д.П., Мазур І.І., Шапіро В.Д., Ольдерогге Н.О., Хачатурова С.Е., Мільнер Б.З., Козаченко А.В., Личенко Ю. й Єгоров П., Воронкова А.Е., Степанов Д.В. Але незважаючи на це, проблема ефективності управління діяльністю організації й методики її оцінки вирішена недостатньо й вимагає подальшого вивчення.

Метою статті є розробка методики оцінки ефективності управління діяльністю туристичної організації, що потребує вирішення наступних завдань:

- проаналізувати основні теоретичні положення ефективності управління для того, щоб виявити основні складові елементи ефективності;
- запропонувати методику оцінки ефективності управління у фінансовій, маркетинговій, кадровій і виробничій підсистемах організації, з метою розробки інтегрального показника оцінки ефективності управління діяльністю туристичної організації

Об'єкт дослідження – процес управління діяльністю організації.

Предмет дослідження – ефективність управління діяльністю туристичної організації.

Ефективність – здатність приносити ефект, робити дію [15]. Ефективність у загальному значенні – це відношення корисного ефекту (результату) до витрат на його одержання [16]. Згідно з англо-російським словником Мюллера В.К. [17] поняття «ефективність» означає виконання, результат і наслідок дій, одержуваний ефект. Однак на відміну від ефекту, що асоціюється з абсолютними величинами, під ефективністю прийнято мати на увазі порівняльну оцінку.

Еволюція трактувань «ефективності» дозволяє виділити основні підходи, наведені у табл.2.

Незважаючи на те, що термінологічна сутність і зміст, вкладений у поняття «ефективність», змінювалися у процесі розвитку суспільства, більшість дослідників розглядають «ефективність» як ключове поняття при виборі й обґрунтуванні стратегії розвитку підприємства [18].

Основні результати дослідження.

Ефективне управління – це доцільність і якість управління, зорієнтовна на найкращу результативність діяльності керованої системи – організації, реалізацію цілей і стратегій, досягнення певних якісних і кількісних економічних результатів. Ефективне управління означає результативність, успішність діяльності підприємства, оптимальність управління підприємством у ринкових умовах, що забезпечує, з одного боку, максимально можливе задоволення потреб економіки в цілому й споживачів зокрема, а з іншого боку – максимально можливий розвиток і вдосконалення внутрішніх умов діяльності підприємства [6].

**ОСОБЛИВОСТІ МЕТОДИКИ ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ
ДІЯЛЬНІСТЮ ТУРИСТИЧНОЇ ОРГАНІЗАЦІЇ**

Таблиця 2

Еволюція трактувань поняття «ефективність»

Назва економічної школи	Представники	Трактування терміна «ефективність»	Показник
Рання класична буржуазна політекономія, школа фізіократів (початок XVIII в.)	Петті У., Кене Ф.	результативність	абсолютний показник (у грошових одиницях) – прибуток
Класична буржуазна політекономія (кінець XIX в.)	Рікардо Д.	ефективність	відносний (співвідношення результату до витрат)
Неокласичний напрямок політекономії (кінець XIX в.)	Маршалл А., Вальрас Л.	рівновага на мікро- і макро-рівнях	графічна модель «крапки рівноваги» сукупного попиту та пропозиції (вартісні показники)
Ординалістська школа (маржинальний напрямок XIX – початок XX в.)	Парето В.	оптимальність	рівновага між вибором споживача й виробника на мікро- і макро- рівні
Школа наукового менеджменту, теорії конвергенції (початок XX в.)	Емерсон М., Тейлор Ф.	продуктивність, раціональність	максимально вигідне співвідношення між сукупними витратами й економічними результатами
Політекономія соціалізму (20 – 90 р. XX в)	Абалкін Л.И., Медведєв В.А.	результативність	суспільна продуктивність праці

Різні інтерпретації поняття «ефективність» наведені у табл. 3.

Отже, ефективність є характеристика процесів і впливів суто управлінського характеру, що відбиває, насамперед, ступінь досягнення переслідуваних цілей, тому ефективністю володіє лише цілеспрямований вплив. При оцінці ефективності управління туристичної організації варто мати на увазі, що механічний перенос відомих методик визначення ефективності з інших галузей економіки не має сенсу. Виходячи зі специфіки діяльності туристичної

організації, потрібно чітко уявляти, що треба вимірювати, щоб обчислити її ефективність [10]. Ефективність туристичної організації може досліджуватися з різних боків: з погляду формування витрат, планування обсягу послуг, прибутку, реалізації інвестиційних проектів. Складання й контроль виконання кошторисів, калькулювання собівартості послуги, визначення порога рентабельності й реалізації туристичної продукції – всі ці питання є лише необхідним початковим етапом аналізу загальної ефективності діяльності організації, що функціонує на ринку сфери послуг [22].

Таблиця 3

Інтерпретація поняття «ефективність»

Автор/ Джерело	Визначення
Данілов-Данільян В.І. [16]	Ефективність у загальному значенні – це відношення корисного ефекту (результату) до витрат на його одержання
Зінов'єв Ф.В., Немірович С.Н. [19]	Ефективність(економічна) – співвідношення вартості реалізованої продукції до реальних витрат на їх виробництво
Куденко Г.Є., Канарська І.В., Беленцов В.Н., Сєвостьянова С.І. [20]	Ефективність – загальноекономічна категорія, суть якої полягає в тому, щоб досягти мети з найменшими витратами
Меєрович Г.Ш. [21]	Ефективність системи – ступінь її пристосування до виконання відповідних функцій у процесі певної операції й за певних умов
Чудновський А.Д. [22]	Ефективність є характеристика процесів і вплив суто управлінського характеру, що відбиває, насамперед, ступінь досягнення переслідуваних цілей, тому ефективністю володіє лише цілеспрямований вплив.
Раяцкас Р.Л. [23]	Ефективність – це поняття, що означає результативність функціонування системи якого-небудь роду
Кабушкін Н.І. [10]	Ефективність те саме що цілеспрямований вплив, тому вона носить управлінський характер і відображає ступінь досягнення поставлених цілей
Воронін А. [24]	Ефективність (економічна) – показник, що співвідносить отриманий результат з поточними витратами, що спричиняють цей ефект, або використаними економічними ресурсами.

ОСОБЛИВОСТІ МЕТОДИКИ ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ ДІЯЛЬНІСТЮ ТУРИСТИЧНОЇ ОРГАНІЗАЦІЇ

Для управління ефективністю організації необхідна розробка єдиних принципів та підходів до управління, виміру й оцінці розвитку, функціонуванню організації в умовах постійних змін і з обліком сучасних складних подань про ефективну організацію. Таким чином, ефективність управління діяльністю організації – це інтегральний показник, який складається з ефективності управління в маркетинговій підсистемі, фінансовій підсистемі, кадровій і виробничій підсистемах [12;2;42].

Аналіз різних наукових джерел виявив, що для оцінювання ефективності управління діяльністю організації використовують різноманітні методи, серед яких найбільш відомими є метод угруповання, методи математичної статистики, матричний метод, метод факторного аналізу, ранговий метод, рейтинговий метод, методи порівняння, методи експертної оцінки, бальний метод, метод нечіткої логіки.

Особливий інтерес при вирішенні проблем оцінки ефективності управління діяльністю організацій і об'єднань представляє вибір системи критеріїв і показників оцінки, що повинен надати значну допомогу в подальшій орієнтації організацій. Діяльність організацій не може бути охарактеризована за допомогою тільки одного показника, тому що вони є багатоцільовими системами. В основі оцінки лежить процес порівняння значень кількісних і якісних показників досліджуваних підсистем зі значеннями відповідних шкал [25]. Для одержання порівняльних даних всі показники після розрахунку переводяться у бали й порівнюються зі шкалою. Сукупність показників без обліку їхнього взаємозв'язку й співвідпорядкованості не може дати уяву про ефективність управління діяльністю організації. Необхідно, щоб показники про різні види діяльності були органічно пов'язані між собою в єдиній комплексній системі [20].

Запропоновану методику оцінки ефективності управління всіма підсистемами туристичною організацією можна прослідкувати насамперед на прикладі оцінки ефективності управління маркетинговою підсистемою, оскільки діяльність будь-якої організації починається з маркетингового аналізу. За допомогою маркетингу ведеться постійний пошук нових ринків, нових споживачів, нових видів послуг, нових областей застосування традиційних послуг, здатних забезпечити організації найбільший рівень прибутку. Маркетинг виступає як інструмент регулювання виробництва й збуту, орієнтуючи виробничу діяльність організації, її структурну політику на ринковий попит [14].

Ефективність управління маркетинговою підсистемою туристичної організації можна оцінити за допомогою певної системи показників (табл. 4).

Всі показники методики, вимірювані в числових або грошових показниках, нормуються в діапазоні 0 – 10. Виконується це методом шкалування. Тобто для кожного показника визначається дискретна шкала, кожному інтервалу з якої зіставляється бал в інтервалі від 0 до 10.

Для обліку відносної значущості різних показників конкретна «вага» кожного з них визначається безпосередньо методом нормування на одиницю (табл. 5).

Таблиця 4

Система показників оцінки ефективності управління туристичною організацією

№ п/п	Назва показника	Методика обчислювання
1	Витратоемкість (В)	$V = \text{Витрати на службу маркетингу} / \text{Обсяг продажів}$, де обсяг обчислюється у вартісному вираженні;
2	Прибутковість (Пр):	$Pr = \text{Прибуток} / \text{Чисельність працівників служби маркетингу}$;
3	Рентабельність (Р):	$R = \text{Прибуток} / \text{Загальні витрати на маркетинг}$;
4	Конкурентоспроможність продукції/ послуг (К):	$K = I_c / I_e$, де I_c, I_e – зведені параметричні індекси по споживчих і економічних параметрах;
5	Ринкова частка підприємства (D):	$D = \text{Обсяг продажів продукції і-ї фірми} / \text{Загальний обсяг продажів продукції по галузі}$;
6	Економічний ефект від реклами (Ер):	$Er = \text{Додатковий обсяг продажів, внаслідок реклами} / \text{Витрати на рекламу}$

Складена на основі [26, 22]

Таблиця 5

Визначення вагового коефіцієнта показників

Показник	Отримана бальна оцінка	Ваговий коефіцієнт (гр.2/підсумок гр.2)
Частка ринку (D)		
Конкурентоспроможність послуг (K)		
Ефективність реклами (Er)		
Усього:		1

Після визначення вагових коефіцієнтів показників визначимо ефективність управління в маркетинговій підсистемі організації за формулою (1):

$$E_M = \sum_{i=1}^n a_i \times K_i / 3, \quad (1)$$

де: E_M – ефективність управління маркетинговою підсистемою організації;

a_i – ваговий коефіцієнт одиничного показника;

K_i – бальна оцінка по даному одиничному показнику.

Отриманий результат підставляємо у шкалу для визначення ефективності управління маркетинговою підсистемою організації (рис. 1)

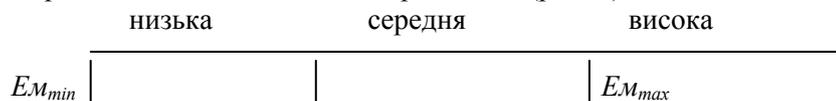


Рис.1. Шкала для визначення ефективності управління маркетинговою підсистемою туристичної організації

**ОСОБЛИВОСТІ МЕТОДИКИ ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ
ДІЯЛЬНІСТЮ ТУРИСТИЧНОЇ ОРГАНІЗАЦІЇ**

Для того щоб з'ясувати до якого з інтервалів належить показник ефективності управління маркетинговою підсистемою організації, необхідно визначити граничні значення цієї величини. Тому варто розробити критерії результативних оцінок даного показника, з обліком мінімального й максимального значень даного показника, за формулами (2,3):

$$E_{M_{\min}} = \sum_{i=1}^n a_i \times A_{\min} / 3, \quad (2)$$

де: $E_{M_{\min}}$ – мінімальне значення показника ефективності управління маркетинговою підсистемою організації;

a_i – ваговий коефіцієнт одиничного показника;

A_{\min} – мінімальна узагальнююча бальна оцінка по даному одиничному показнику.

$$E_{M_{\max}} = \sum_{i=1}^n a_i \times A_{\max} / 3, \quad (3)$$

де: $E_{M_{\max}}$ – максимальне значення показника ефективності управління маркетинговою підсистемою організації;

a_i – ваговий коефіцієнт одиничного показника;

A_{\max} – максимальна узагальнююча бальна оцінка по даному одиничному показнику.

Після цього визначаємо крок шкали за формулою (4):

$$I = (E_{M_{\max}} - E_{M_{\min}}) / n, \quad (4)$$

де: I – крок;

n – кількість інтервалів.

Наступний показник, необхідний для оцінки ефективності управління діяльністю туристичної організації – ефективність управління кадровою підсистемою організації.

Ефективність управління кадровою підсистемою організації можна оцінити за допомогою наступних показників (табл.6).

Далі оцінюємо ефективність управління фінансовою підсистемою туристичної організації за допомогою аналізу наступних показників:

- показники фінансової стійкості (коефіцієнт незалежності, питома вага позикових засобів, співвідношення власних і позикових засобів, питома вага дебіторської заборгованості, питома вага власних і довгострокових позикових коштів);

- показники платоспроможності (коефіцієнт абсолютної ліквідності, загальний коефіцієнт покриття, коефіцієнт ліквідності матеріально-технічних цінностей) показують здатність організації розраховатися із кредиторами негайно, у день настання строку платежів, тобто мова йде про постійну

присутність у неї в необхідних розмірах платіжних коштів або активів, які можуть бути негайно перетворені у платіжні засоби;

- показники ділової активності (загальний коефіцієнт оборотності, оборотність запасів, оборотність власних засобів, продуктивність) показують, наскільки ефективно організація використовує наявні засоби [28; 29; 30].

Остання підсистема, яку варто розглянути для оцінки ефективності управління діяльністю організації – це виробнича підсистема, яка є центральною підсистемою організації, тому що саме в її межах залучені організацією ресурси перетворюються на готову продукцію або послуги. В той же час, ця підсистема є споживчою, тобто в ній використовуються результати виконання робіт в інших підсистемах – маркетинговій, кадровій та фінансовій. [31]. Для оцінки ефективності управління цією підсистемою варто виділити такі показники:

1. Обсяг надаваних послуг:

Цей показник дорівнює виторгу від реалізації послуг і обчислюється з форми звітності №2 – стр. 10

Для визначення ефективності цього показника необхідно знати його динаміку, тобто темп росту (Тр_v), за формулою (5):

$$Тр_v = V1 / V2 * 100\% \quad (5)$$

де: V1 – обсяг надаваних послуг у «х» – році;

V2 – обсяг надаваних послуг у «у» – році.

Результати розрахунків порівнюємо з табл. 7

2. Собівартість послуг. Цей показник відображується в другій формі балансу – стр. 40

Собівартість послуг – це вартісна оцінка використовуваних у процесі її виробництва природних ресурсів, сировини, матеріалів, енергії, трудових ресурсів, основних фондів, а також інших витрат на виробництво та реалізацію [32]. Для оцінки ефективності цього показника необхідно знайти темп росту собівартості послуг організації (Тр_с), тобто порівняти собівартість послуг організації в «х» році (С1) і в «у» році (С2):

$$Тр_с = C1 / C2 * 100\% , \quad (6)$$

де: С1 – собівартість послуг організації в «х» році;

С2 – собівартість послуг організації в «у» році.

Отриманий результат зіставляємо з табл. 8

Таблиця 6

Показники оцінки ефективності управління кадровою підсистемою туристичної організації

№ п/п	Назва показника	Методика обчислювання
1	Коефіцієнт плинності кадрів (Кп)	Кп = кількість звільнених і працівників, що звільнилися, / СОЧР, де: СОЧР – середньооблікова чисельність працівників;

**ОСОБЛИВОСТІ МЕТОДИКИ ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ
ДІЯЛЬНІСТЮ ТУРИСТИЧНОЇ ОРГАНІЗАЦІЇ**

Продовження таблиці 6

2	Середні витрати на кадрові заходи розраховані на одного працівника (Св)	$S_v = V_v / K_k$, де: Св – середні витрати на відбір кандидата; Vв – витрати на відбір персоналу; Kк – кількість відібраних кандидатів
3	Рівень укомплектованості кадрами (Рк)	$R_k = \frac{Чф}{Чш}$, де: Рк – рівень укомплектованості кадрами; Чф – чисельність практична; Чш – чисельність за штатним розкладом.
4	Інтенсивність праці (Іп)	$I_p = \frac{V_p}{P_ч}$, де: Іп – інтенсивність праці; Vп – кількість витраченої праці, Pч – тривалість робочого часу.
5	Рівень заробітної плати (Pз/п)	$P_z/p = \frac{Зп}{Зпо}$, де: Pз/п – рівень заробітної плати; Зп – середня заробітна плата в організації; Зпо – середня заробітна плата по всіх засобах розміщення, що працює по даному ринку.
6	Продуктивність праці:	$V = T/R$, де: V – вироблення одного середньооблікового працівника; T – виторг від реалізації продукції, послуг; R – середньооблікова чисельність працівників.
7	Показник забезпеченості кадрами (використовується для тимчасових засобів розміщення)	$K_{заб} = \frac{\text{Кількість покоївок}}{\text{Загальна кількість ліжок/місць}}$, де: Kзаб – коефіцієнт забезпеченості кадрами

Складена на основі [3, 27]

Таблиця 7

Зміна обсягу надаваних послуг

Темп росту обсягу надаваних послуг (Трв), %	Бальна оцінка	Рівень росту обсягу надаваних послуг
>100	7,1 – 10	Високий рівень
90 – 100	3,1 – 7	Середній рівень
<90	0 – 3	Низький рівень

Таблиця 8

Зміна собівартості послуг

Темп росту собівартості (Трс), %	Бальна оцінка
> 100	0 – 3
80 – 100	3,1 – 7
< 80	7,1 – 10

3. Якість послуг.

Під якістю розуміються властивості й характерні риси послуги, що викликають почуття задоволення у споживача, або як відсутність недоліків, що підсилюють стан задоволеності у клієнта. Якість – найбільш важлива характеристика послуг будь-якого підприємства [14, 33]. Традиційні визначення якості надаваної продукції (послуг) включають відповідність специфікаціям і своєчасності надання робіт (послуг) у строки й у той час, що зручно для споживачів, [20, 34] що пояснюється специфікою процесу створення й реалізації послуг. Тому методи визначення рівня якості туристичних послуг повинні включати оцінку якості цих послуг безпосередньо з позиції кінцевих споживачів, тобто туристів, причому, ця оцінка буде носити більшою мірою суб'єктивний характер, тому що це пов'язано з високою індивідуалізацією споживання даних послуг. Для ефективної роботи зі збору необхідної інформації використовуються анкети, які є бланком реєстрації відповідей. Анкета – найпоширеніше знаряддя дослідження при зборі первинних даних [35, 36].

Для оцінки значимості одиничних показників пропонується використовувати метод вагових коефіцієнтів, що припускає присвоєння одиничним показникам ваги по ступені їхнього впливу на рівень якості туристичних послуг. Окремі показники оцінюються респондентами за допомогою оцінних шкал. Наприклад: «Оцініть якість харчування по десятибальній системі від 1 до 10 за умови, що 10 – найвища оцінка, а 1 – найнижча» [37]. Результати оцінок заносимо у табл. 9.

Таблиця 9

Оцінка якості послуг

Груповий показник	Бальна оцінка (1-10 балів)	Ступінь важливості (1□5)	Ваговий коефіцієнт (гр.4/підсумок гр. 4)
Номерний фонд туристичної бази			
Харчування			
Культура обслуговування			
Якість додаткових послуг			
Усього		15	1

**ОСОБЛИВОСТІ МЕТОДИКИ ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ
ДІЯЛЬНІСТЮ ТУРИСТИЧНОЇ ОРГАНІЗАЦІЇ**

Визначимо якість послуг туристичної організації по формулі (7):

$$K = \sum_{i=1}^n a_i \times Ki, \quad (7)$$

де: K – узагальнена (сукупна) бальна оцінка;
 a_i – ваговий коефіцієнт одиничного показника;
 K_i – бальна оцінка по даному одиничному показнику [38, 39, 40]

Після визначення вагових коефіцієнтів показників, визначимо ефективність управління у виробничій підсистемі організації по формулі (8):

$$Eв = \sum_{i=1}^n a_i \times Ki, /3 \quad (8)$$

де: Eв – ефективність управління виробничого підсистемою організації;
 a_i – ваговий коефіцієнт одиничного показника;
 K_i – бальна оцінка по даному одиничному показнику.

У результаті проведення всіх розрахунків, одержуємо певну бальну оцінку ефективності управління по кожній підсистемі організації.

Однак для того, щоб знайти інтегральний показник, що відбиває ефективність управління діяльністю всієї організації, необхідно звести всі 4 показники до одного. А для цього необхідно, в першу чергу, з'ясувати вагові коефіцієнти показників ефективності управління по кожній підсистемі організації (табл.10).

Після визначення вагових коефіцієнтів показників визначимо інтегральний показник ефективності управління діяльністю туристичної організації за формулою (9):

$$E = \sqrt[m]{\sum_{i=1}^n a_i \times K_i} \quad (9)$$

де: E – інтегральний показник ефективності управління діяльністю організації;
 a_i – ваговий коефіцієнт одиничного показника ефективності управління діяльністю окремої підсистеми;
 K_i – бальна оцінка по одиничному показнику ефективності управління діяльністю окремої підсистеми;
m – кількість показників, використовуваних для оцінки

Таблиця 10

Визначення вагових коефіцієнтів показників

Показник	Оптимальна бальна оцінка	Ваговий коефіцієнт (гр.2/ підсумок гр.2)
Ефективність управління діяльністю маркетингової підсистеми організації (Em)		

Продовження таблиці 10

Ефективність управління діяльністю кадрової підсистеми організації (Ек)		
Ефективність управління діяльністю фінансової підсистеми організації (Еф)		
Ефективність управління діяльністю виробничої підсистеми організації (Ев)		
Усього		1

Отриманий результат підставляємо в шкалу для визначення інтегрального показника ефективності управління діяльністю туристичної організації (рис. 2).

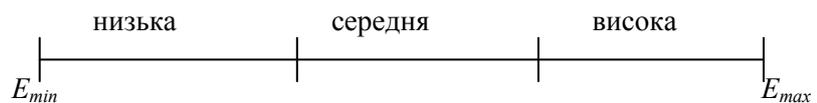


Рис. 2. Шкала для визначення ефективності управління діяльністю туристичної організації

Для того, щоб з'ясувати в який інтервал попадає показник ефективності управління діяльністю організації, необхідно визначити граничні значення цієї величини. Тому варто розробити критерії результативних оцінок даного показника, з обліком мінімального й максимального значень даного показника, за формулами (10, 11):

$$E_{\min} = \sum_{i=1}^n a_i \times A_{\min} / 4 \quad (10)$$

де: E_{\min} – мінімальне значення показника ефективності управління діяльністю організації;

a_i – ваговий коефіцієнт одиничного показника ефективності управління діяльністю окремої підсистеми організації;

A_{\min} – мінімальна узагальнююча бальна оцінка по даному одиничному показнику.

$$E_{\max} = \sum_{i=1}^n a_i \times A_{\max} / 4 \quad (11)$$

де: E_{\max} – максимальне значення показника ефективності управління діяльністю організації;

a_i – ваговий коефіцієнт одиничного показника ефективності управління діяльністю окремої підсистеми організації;

A_{\max} – максимальна узагальнююча бальна оцінка по даному одиничному показнику.

Після цього визначаємо крок шкали, за формулою (12):

$$I = (E_{\max} - E_{\min}) / n, \quad (12)$$

де: I – крок;

n – кількість інтервалів.

Висновок.

За результатами проведених досліджень доцільно зробити висновок про те, чи треба туристичній організації підтримувати рівень ефективності управління на тому ж рівні, або ж необхідно розробляти заходи щодо підвищення ефективності управління діяльністю цієї організації.

Оцінка ефективності управління в сфері туристичних послуг дозволяє активно впливати на поточний стан і тенденції розвитку туристичних організацій, установлювати їхні розміри, відслідковувати й коректувати некеровані явища й процеси, становити прогнози й плани розвитку цих організацій і їхніх структурних підрозділів.

Особливість методики проведення оцінки ефективності управління туристичною організацією характеризується вживанням, перш за все, методів аналізу, серед яких: методи бальних оцінок, анкетування і шкалування.

Перспективним напрямом наукових пошуків може стати дослідження методичних підходів розробки стратегії розвитку туристичних організацій в період кризових ситуацій в умовах глобалізації ринку туристичних послуг.

Список літератури

1. Скобкин С.С. Маркетинг и продажи в гостиничном би знесе / С.С. Скобкин. М.: Юрист, 2001. – 224 с.
2. Литвак Б.Г. Разработка управленческого решения: [учебник] / Б.Г. Литвак. – М.: Дело, 2002. – 392 с.
3. Кабушкин Н.И. Основы менеджмента: [учебное пособие] [3-е изд.] / Н.И. Кабушкин. – Минск: «Новое знание», 2000. – 336 с.
4. Алейникова Г.М. Организация и управление турбизнесом: [учебное пособие] / Г.М. Алейникова. – Донецк: ДИТБ, 2002. – 184 с.
5. Малин А.С., Мухин В.И. Исследование систем управления: [учебник для вузов] / А.С. Малин, В.И. Мухин. – М.: ГУ ВШЭ, 2002. – 400 с.
6. Мазур И.И. Эффективный менеджмент/ И.И. Мазур, В.Д. Шапиро, Н.Г. Ольдерогге. – М.: Высшая школа, 2003. – 555 с.
7. Данько Т.П. Управление маркетингом (методический аспект): [учебное пособие] / Т.П. Данько. – М.: ИНФРА-М, 1997. – 280 с.
8. Шегда А.В. Основы менеджмента: [учебное пособие] / А.В. Шегда. – К.: Товариство «Знання», КОО, 1998. – 512 с.
9. Виханский О.С. Менеджмент: [учебник] [3-е изд.] / О.С. Виханский, А.И. Наумов. – М.: Гардарики, 2001. – 528 с.
10. Кабушкин Н.И. Менеджмент туризма: [учебное пособие] / Н.И. Кабушкин. – Мн.: БГЭУ, 1999. – 664 с.
11. Ячменева В.М. Условия реализации механизма повышения эффективности управления деятельностью предприятия / В.М. Ячменева, М.В. Высочина // Экономика и управление. – 2007. – №4. – 5. – С. 69–70.
12. Ячменева В.М. Управление ресурсами и затратами: [учебное пособие для студ. экономических специальностей] / В.М. Ячменева, А.В. Сиволап. – Симферополь: Доля, 2008. – 372 с.
13. Канцуров О.О. Удосконалення методології оцінки ефективності управління підприємством державного сектору економіки / О. О. Канцуров, О.С. Білоусова // Фінанси України. – 2006. – №9. – С. 143–151.

14. Савицкая Г.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия [4-е изд., перераб. и доп.] / Г.В. Савицкая. – Минск: ООО «Новое знание», 1999. – 688 с.
15. Азрилиян А.Н. Большой экономический словарь [5-е изд. доп и перераб.] / А.Н. Азрилиян. – М.: Институт новой экономики, 2002. – 1280 с.
16. Данилов-Данильян В.И. Экономико-математический энциклопедический словарь / В.И. Данилов-Данильян. – М.: Большая Российская энциклопедия: Издательский Дом «ИНФРА-М», 2003. – 688 с.
17. Мюллер В.К. Новый англо- русский словарь [12-е изд., стереотипное] / В. К. Мюллер. – М.: Русский язык Медиа, 2005. – 1007 с.
18. Павленко И. Г. Подходы к определению экономической сущности понятия «эффективность» / И.Г. Павленко // Экономика и управление. – 2006. – №1. – С. 36-37.
19. Зиновьев Ф. В Экономическая работа на предприятиях / Ф.В. Зиновьев, С.Н. Немирович. – Симферополь: Таврия, 2002. – 144 с.
20. Куденко Г.Е. Управление эффективностью хозяйственной деятельности промышленного предприятия: [монография] / Г.Е. Куденко, Н.В. Канарская, В.Н. Беленцов, С.И. Севастьянова. – Севастополь; «Вебер», 2003. – 239 с.
21. Меерович Г.Ш. Анализ эффективности: принципы, критерии, опыт / Г. Ш. Меерович. – М.: Знания, 1979. – 64 с.
22. Чудновский А.Д. Туризм и гостиничное хозяйство: [учебник] / А.Д. Чудновский. – М.: Ассоциация авторов и издателей «Тандем», Издательство ЭКМОС, 2000. – 400 с.
23. Раяцкас Р.Л. Социально-экономическая эффективность производства / Р.Л. Раяцкас, В.П. Суткайсис. – М.: Наука, 1984. – 188 с.
24. Воронин А.А. Определение показателей экономической эффективности производства на основе модификации ресурсного подхода / А.А. Воронин // Экономика Украины. – 2007. – №10. – С. 29-37.
25. Анфилатов В.С. Системный анализ в управлении: [учебное пособие] / В.С. Анфилатов, А.А. Емельянов, А.А. Кукушкин. – М.: Финансы и статистика, 2002. – 368 с.
26. Кожекин Г.Я. Маркетинг предприятия [Учебное пособие] / Г.Я. Кожекин, С.Г. Мисербиева. – Мн.: Книжный Дом; Мисанта. – 2004. – 240 с.
27. Балабанов И.Г. Экономика туризма: [учеб. пособие] / И.Г. Балабанов, А.И. Балабанов. – М.: Финансы и статистика. – 2000. – 176 с.
28. Бердникова Т.Б. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия: [учебное пособие] / Т.Б. Бердникова. – М.: ИНФРА-М, 2001. – 215 с.
29. Коробов М.Я. Фінансово-економічний аналіз діяльності підприємств: [навч. посіб.] / М.Я. Коробов.– К.: Т-во «Знання», КОО, 2000. – 378 с.
30. Дубров А.М. Компонентный анализ и эффективность в экономике: [учебное пособие] / А.М. Дубров. – М.: Финансы и статистика, 2002. – 352 с.
31. Герасимчук В.Г. Маркетинг: теорія і практика: [навч. посібник] / В.Г. Герасимчук. – К.: Вища школа, 1994. – 327 с.
32. Прауде В.Р. Маркетинг: [навч. посібник] / В.Р. Прауде, О.Б. Білий. – К.: Вища шк., 1994. – 256 с.
33. Гудушаури Г.В. Управление современным предприятием / Г.В. Гудушаури, Б.Г. Литвак. – М.: Ассоциация авторов и издателей «Тандем», Издательство ЭКМОС, 1998. – 336 с.
34. Лифиц И.М. Формирование и оценка конкурентоспособности товаров и услуг: [учебное пособие] / И.М. Лифиц. – М.: Юрайт-Издат. – 2004. – 335 с.
35. Ромат Е.В. Маркетинговые исследования: [сборник статей по теории и пратике маркетинговых исследований] / Е.В. Ромат. – Харьков: НВФ «Студцентр». – 2001. – 352 с.
36. Котлер Ф. Основы маркетинга / Ф. Котлер. – М.: Прогресс, 1990. – 736 с.
37. Шапавалов В.А. Маркетинговый анализ / В.А. Шапавалов. – Ростов н/Д: Феникс, 2005. – 156 с.
38. Песоцкая Е.В. Маркетинг услуг / Е.В. Песоцкая. – СПб.: Издательство «Питер», 2000. – 160 с.
39. Голубков Е.П. Маркетинговые исследования: теория, методология и практика [2-е изд., перераб. и доп.] / Е.П. Голубков. – М.: Издательство «Финпресс», 2000. – 464 с.
40. Нагапетьянц Н.А. Прикладной маркетинг: [учебное пособие для вузов] / Н.А. Нагапетьянц. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2000. – 272 с.

**ОСОБЛИВОСТІ МЕТОДИКИ ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ
ДІЯЛЬНІСТЮ ТУРИСТИЧНОЇ ОРГАНІЗАЦІЇ**

41. Вельгош Н.З. Обоснование экономической эффективности деятельности курортных предприятий Крыма / Н.З. Вельгош // Экономика и управление. – 2006. – № 2. – 3. – С. 110.
42. Высочина М.В. Представление уровней эффективности управления деятельностью предприятия на основе теории нечеткой логики / М.В. Высочина // Экономика и управление. – 2007. – № 6. – С.57-59.

Поступила в редакцию 01.12.2011 г.

Крамаренко В.И. Особенности методики оценки эффективности управления деятельностью туристической организации/ В.И. Крамаренко, Н.В.Радченко // Ученые записки ТНУ. Серия: Экономика и управление. – 2011. – Т. 24 (63), № 4. – С. 166-181.

В статье исследуются особенности методических подходов к оценке эффективности управления подсистем туристической организации.

Ключевые слова: туристическая организация, методика, оценка, эффективность, управление

Kramarenko V.I. The features of assessment methods of Control Tourist activities organization/ V.I. Kramarenko, N.V. Radchenko // Uchenye zapiski TNU. Series: Economy and management. – 2011. – Vol. 24 (63), № 4. – P. 166-181.

This article examines the features of methodologies for assessing the effectiveness of management subsystems tourism organization.

Keywords: tourism organization, methodology, evaluation, performance management

УДК: 330.15: 504.06

ОРГАНИЗАЦИОННО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ МЕХАНИЗМ УСТОЙЧИВОГО РЕКРЕАЦИОННО-ТУРИСТСКОГО ПРИРОДОПОЛЬЗОВАНИЯ

Куницын С.В.

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

На основе проведенных исследований рассмотрена необходимость формирования организационно-экономического механизма устойчивого рекреационно-туристского природопользования в условиях развития производительных сил. Представленный механизм совершенствует существующие подходы к обеспечению устойчивого природопользования, как основы развития рекреационного хозяйства.

Ключевые слова: природопользование, рекреация, организационно-экономический механизм.

Постановка проблемы. В Крыму сосредоточено более 30% природного потенциала и материально-технической базы рекреационного хозяйства Украины [1]. Однако, в настоящее время в рекреационном хозяйстве Крыма наблюдается сокращение потока отдыхающих, главным образом, по причине несоответствия стоимости путевок и качества предоставления услуг в сравнении с другими странами Причерноморского и Средиземноморского регионов. К этому следует добавить падение уровня жизни основной массы населения Украины, других стран СНГ, в первую очередь России, граждане которой составляют более 70% общего числа въезжающих туристов [2].

Немаловажное значение, а, возможно, и главной причиной негативного состояния рекреационного хозяйства Крыма является антропогенная деятельность, связанная с негативным воздействием на природную среду в виде:

- загрязнения прибрежных зон и природных бальнеологических ресурсов, а также воздушного бассейна объектами промышленности, транспорта, местным населением и отдыхающими;

- недостаточного развития производственной, сервисной и экологической инфраструктуры рекреационного хозяйства (инженерные и транспортные коммуникации, системы обслуживания, ресурсосбережения и т.п.);

- разрушения непродуманным строительством естественной среды побережий, ведущих к эрозии и уничтожению морских пляжей, природных рекреационных ландшафтов, зданий и сооружений санаторно-курортного назначения;

- отсутствию рыночного организационно-экономического механизма, способного управлять и усиливать деловую активность предприятий, охрану рекреационных ресурсов и рекреационно-туристского природопользования.

Разрушающие явления вследствие антропогенной деятельности усугубляются развитием абразионных и оползневых процессов в прибрежной зоне Крымского полуострова. Становится очевидным, что для развития устойчивого рекреационного природопользования и охраны рекреационных ресурсов

необходимы значительные финансовые затраты, которые, к сожалению пока непосильны для нестабильной экономики АРК и Украины. В то же время существующие научные и практические приемы решения экономических, организационных и управленческих проблем рекреационно-туристического природопользования свидетельствуют о многоаспектности, сложности и неполноте имеющихся механизмов обеспечения эффективного и устойчивого природопользования в сфере рекреации. Такая ситуация указывает на наличие ряда нерешенных и спорных вопросов, связанных, в первую очередь, с их теоретическим осмыслением и практическим разрешением.

Анализ исследований и публикаций различных авторов [3, 4, 5, 6, 7, 8] показывает, что к проблеме рекреационного природопользования существует три группы подходов – экологический, географический и экономический, каждый из которых вполне правомерен и рассматривает данный вопрос под углом зрения существующих проблем. Однако, работ, связанных с разработкой организационно-экономического механизма устойчивого рекреационно-туристского природопользования практически нет. Наиболее близко к затронутой проблеме подошли исследователи В.В. Побирченко и И.Н. Воронин, рассматривающие приоритетные направления совершенствования структуры природоохранного комплекса территории [8]. Тем не менее, вопросы организации экономических структур в совокупности с требованиями эффективного природопользования, а также институтов, форм и методов рекреационного хозяйствования в увязке с интересами национальной экономики, к сожалению не рассматриваются.

Нерешенные аспекты затронутой проблемы позволяют сформулировать **цель данной работы**, которая заключается в теоретическом обобщении и построении экономического механизма обеспечения эффективного и устойчивого природопользования в сфере рекреации, ориентированного на рациональное формирование и долговременное развитие рынка туристско-рекреационных услуг.

Основные результаты исследования. Впервые понятие «природопользование» было предложено советским экологом Куражковским Ю. Н. в 1959 году [3], согласно которому, природопользование – это регулирование всех типов использования природных ресурсов для хозяйства и здравоохранения. В развитие идеи природопользования внесли вклад его последователи: Агутин В. А., Герасимов И. П., Преображенский В. С., Реймерс Н. Ф. и другие.

Реймерс Н. Ф. [4] определяет природопользование как совокупность всех форм эксплуатации природно-ресурсного потенциала и мер по его сохранению (добыча и переработка природных минеральных и биологических ресурсов, их восстановление, охрана природных условий жизни, природных систем и т.п.).

В настоящее время существуют различные определения и трактовки сущности природопользования. Однако в основе всех определений его сути лежит взаимодействие практической деятельности человека и природы в целях удовлетворения материальных и культурных потребностей социума. Это взаимодействие будет эффективным при рациональном (разумном)

использовании, сохранении и возобновлении (восстановлении) природных (в том числе и рекреационных) ресурсов. Природопользование выполняет такие жизненно важные функции, как обеспечение общества естественными ресурсами и предоставление людям возможности оздоровления посредством рекреации, туризма, эстетического удовольствия.

Развитие производительных сил влечет за собой неизбежный рост объемов потребления природных ресурсов и степени загрязнения всех видов окружающей среды. При этом, одновременно исчерпываются не восполняемые природные ресурсы, ухудшается здоровье населения, снижается продуктивность труда, что обусловило формирование новой науки – экономики природопользования. Предметом изучения этой науки являются методы и технологии эффективного воздействия человека на природу с целью поддержания динамического равновесия веществ в окружающей среде, что требует значительных финансовых затрат. Расходы по поддержанию необходимого равновесия идут на сохранение благоприятных экономических условий воспроизводства природных ресурсов в настоящем и будущем.

Реймерс Н. Ф. [4] сформулировал 15 законов природопользования. Важнейшими из них являются: «Закон снижения природно-ресурсного потенциала» и «Закон исчерпаемости природных ресурсов», действие которых в зависимости от деятельности человека может быть усилено или ослаблено. Отсюда вытекает необходимость таких взаимодействий человека с природой, при которых период действия названных законов длился неизмеримо долго.

Предприятия туристско-рекреационной сферы в максимальной степени должны быть заинтересованы в сохранении природной среды, как основы их финансового благополучия. Именно природные условия и естественные богатства территории являются первичными факторами привлекательности и конкурентоспособности на рынке услуг предприятий туристско-рекреационной сферы. Следовательно, эффективность управления (воздействия) такими предприятиями целиком и полностью должна зависеть от качества их взаимодействия с природной средой и ее ресурсным потенциалом. В то же время, эффективность управления будет зависеть от набора элементов организационно-экономического механизма обеспечения эффективного и устойчивого природопользования в сфере рекреации, ориентированного на рациональное формирование и долговременное развитие рынка туристско-рекреационных услуг. Это, в свою очередь, в значительной мере зависит от качества реализации права собственности на рекреационные ресурсы, которые государство выбирает в качестве приоритетов в регулировании природопользования.

В нынешних условиях важную роль в развитии культуры природопользования играют местные региональные власти и сами производители туристско-рекреационных услуг. Дело в том, что выгоды и неудачи ведения рекреационного хозяйства в регионе проявляются в первую очередь на местном уровне и вынуждает местные власти уделять им первостепенное внимание. Именно поэтому разрабатываются целевые программы, стратегии развития и другие документы с целью создания организационно-экономических механизмов

управления развитием системы природопользования и территориальных туристско-рекреационных предприятий. Важное место при этом занимают вопросы инвестиций, а также формирование конкурентоспособных рынков рекреационных услуг, обостряющихся в условиях глобализации экономики. Все это требует наличия надежной научно-теоретической базы, и новых инструментов решения ряда задач, связанных с мобилизацией и рациональным использованием имеющегося природно-ресурсного потенциала природопользования региона и бережного эколого-социально-экономического приюжения.

По нашему мнению, формирование отраслевой и территориальной структуры туристско-рекреационного комплекса, способного производить конкурентоспособный туристско-рекреационный продукт невозможно без рационального построения системы управления природопользованием и формирования соответствующего организационно-экономического механизма обеспечения устойчивого рекреационно-туристского развития (рис.1).

Рекреационные ресурсы рассматриваются как один из основополагающих факторов развития рекреационно-туристской сферы и являются базой для планирования производства рекреационного продукта. При этом весьма важным, как нам представляется, является вопрос собственности на использование этих ресурсов и недр, являющихся частью национального богатства страны. Поэтому и стоимость всех рекреационных ресурсов должна определяться так же, как и стоимость национального богатства государства с учетом стоимости территории рекреации. От стоимости рекреационных ресурсов зависит система экономического стимулирования пользования недрами, плата за загрязнение окружающей природной среды. Следовательно, порядок формирования и распределения доходов от природопользования должен регулироваться государством на основе соответствующих кадастров, которые, к сожалению, только формируются (например, в Крыму).

Необходимость развития рекреационного хозяйства на фоне общедоступности ценных природных комплексов влечет за собой проблему сохранения природы, значит, важным становится расстановка природоохранных приоритетов в зависимости от степени и вида использования рекреационных ресурсов, а также взаимодействия объектов рекреации с естественными объектами природы.

Целевая стратегия системы развития (см. рис.1) является ключевым компонентом организационно-экономического механизма обеспечения устойчивого рекреационно-туристского природопользования, которая позволяет определить рекреационный потенциал, факторы, поставить цели, выбрать критерии, показатели и соответствующие функции по достижению поставленных целей. Основными этапами формирования рассматриваемого механизма, являются:

- формирование ресурсов, диагностика, анализ, оценка, уточнение целей;
- оценка возможностей использования ресурсов;

- анализ, прогнозирование, перспективы и стратегия использования ресурсов природопользования;
- планирование использования ресурсов и природопользования;
- обеспечение развития природно-ресурсного потенциала;
- оценка социально-экономического развития природопользования.

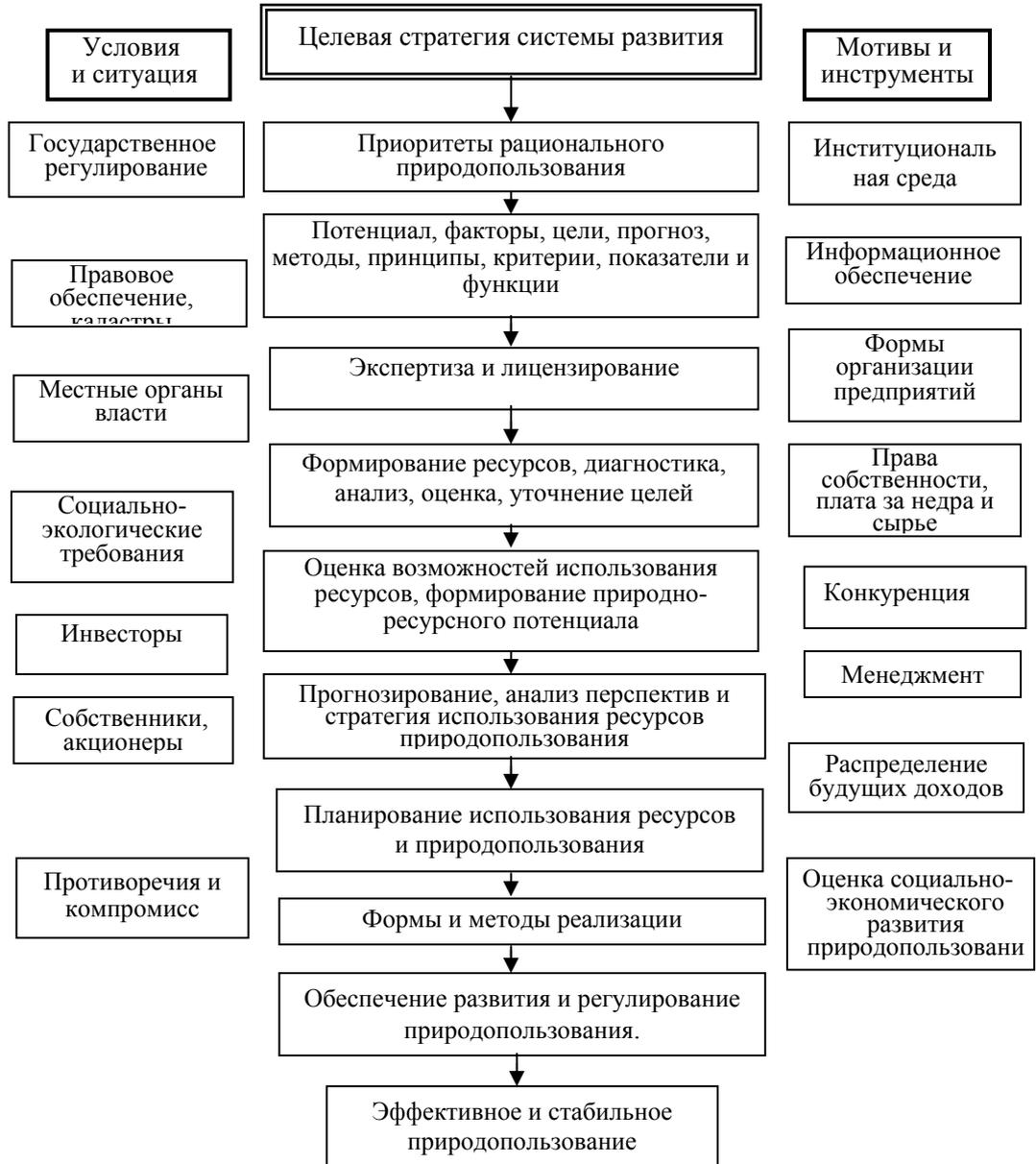


Рис. 1. Организационно-экономический механизм обеспечения устойчивого рекреационно-туристского природопользования

Рассмотрим кратко сущность представленных этапов.

Формирование ресурсов осуществляется за счет запасов природных ресурсов и заключается в определении природно-ресурсного потенциала, который определяется не только их наличием и объемом, но и затратами на использование, качеством и конкурентоспособностью на местном и международном уровнях, а также возможностями замены природных ресурсов искусственно созданными заменителями [9], если это возможно. Природно-ресурсный потенциал замещения обычно рассматривают при высвобождении конкретного ресурса от реализации обусловленной хозяйственной функции.

Важным обстоятельством при формировании природно-ресурсного потенциала являются учет ряда внешних факторов, среди которых:

- передовые технико-технологические возможности добычи и первичной переработки природного ресурса (добыча минеральных вод, грязей и т.д.), позволяющие снизить текущие и капитальные затраты;
- существующая правовая система в сфере использования природных ресурсов;
- рыночная конъюнктура, определяющая экономическую целесообразность использования конкретного природного ресурса и его привлекательность;
- отношения социума и местного населения к развитию рекреационного хозяйства и использованию природных ресурсов;
- существующая система налогообложения на добычу, первичную переработку и использование природных ресурсов [9].

Воздействие внешней среды может привести как к росту, так и к сокращению природно-ресурсного потенциала региона, обусловленного спросом и предложением рынка, его емкостью и ценой, определяющей рекреационную ценность конкретной территории. Особенностью оценки возможностей использования природных рекреационных ресурсов является то обстоятельство, что необходимо учитывать многовариантность использования одного и того же природного ресурса, например рекреационной территории (по видам туризма, типам санаторно-курортных предприятий). Каждый из этих вариантов осуществляет различную нагрузку на природу, позволяет получать разные продукты, со своими затратами на производство и рыночными ценами, имеющих различную ценность для общества.

Важной составляющей организационно-экономического механизма развития природопользования является анализ, прогнозирование, перспективы и стратегия использования ресурсов природопользования и его потенциала. Изменения показателей, из которых складывается оценка потенциала использования ресурсов природопользования, оказывает влияние на устойчивость спроса и уровень рыночной цены. Данная ситуация свидетельствует об определенной чувствительности экономической оценки природного ресурса (например рекреационной территории) к различному роду внешних и внутренних факторов, которые необходимо учитывать при планировании использования ресурсов, а также возможные факторы риска.

Планирование использования ресурсов и природопользования состоит в определении наилучшего варианта использования природных ресурсов с учетом предлагаемых проектов природопользования. При этом могут возникать определенные противоречия и конфликты между потребителями ресурсов в связи с явной их ограниченностью или технологической (или социальной) несовместимостью разных видов хозяйственной деятельности в пределах одной территориальной зоны (дестинации). Возникающие конфликты тесно связаны с указанной выше чувствительностью ресурсов природопользования к разным пользователям (предприятиям). Даная ситуация обостряется при отсутствии или неграмотной проработки планов развития производительных сил, а также некачественных генпланов застройки территорий. Так или иначе, эти противоречия должны найти отражение при выборе вариантов природопользования и на этапе планирования необходимо определить наилучшее пространственное размещение объектов природопользования.

Выводы.

Обеспечение развития и регулирование природопользования направлено на выявление наиболее целесообразных мер и действий для сохранения и возможного развития природопользования за счет регулирования управляемых факторов, на местном территориальном уровне, то есть на основе эффективного менеджмента. К ним можно отнести: уменьшение текущих затрат на добычу или использование природных ресурсов, воздействие на рынок возможными средствами, внутренне и внешнее инвестирование, содействие в получении преференций по условиям кредитования. Данные мероприятия должны быть сосредоточены на приоритетных направлениях наибольшего прироста природно-ресурсного потенциала.

Оценка социально-экономического развития природопользования должна обусловить эффективность природопользования с учетом экстерналий эффектов, для чего следует провести дополнительный экономический анализ факторов, способствующих росту эффективности и уменьшить воздействие дестабилизирующих явлений. В целом функционирование организационно-экономического механизма развития природопользования (в зависимости от обстоятельств) может носить не только прямой, но и итеративный характер. Особенностью экономической оценки природопользования является то обстоятельство, что эта оценка складывается из составляющих оценок конкретного ресурса с конкретными компонентами. Для разных составляющих должны быть использованы различные подходы.

Таким образом, можно заключить, что формирование организационно-экономического механизма устойчивого рекреационно-туристского природопользования дает возможность усовершенствовать существующие подходы к обеспечению устойчивого природопользования с экономической точки зрения. Предложенные приемы позволяют глубже понять процессы и условия рационального использования природных ресурсов в условиях ужесточения конкуренции и рассматривать развитие природопользования как важнейшей основы развития эффективного рекреационного хозяйствования.

Список литературы

1. Стратегия экономического и социального развития Автономной Республики Крым на 2011-2020 годы. Совет министров АРК, Национальный институт стратегических исследований. Утвержд. ВР АРК №121-6/10 от.22.12.10.
2. Статистический бюллетень «Крым. Курорты. Туризм» 2009. – Симферополь: Министерство курортов и туризма Автономной Республики Крым, 2010. – 29 с.
3. Куражковский Ю.Н. Очерки природопользования: [монография] / Ю.Н. Куражковский. – М.: Мысль, 1969. – 268 с.
4. Реймерс Н.Ф. Особо охраняемые природные территории / Н.Ф. Реймерс, Ф.Р. Штильмарк. – М.: Мысль, 1978. – 296 с.
5. Буркинський Б.В. Економічні проблеми природокористування / Б.В. Буркинський, Н.Г. Ковальова. – К.: Наукова думка, 1994. – 142 с.
6. Гусев А.А. Современные экономические проблемы природопользования / А. А. Гусев. – М.: Международные отношения, 2004. – 277 с.
7. Голуб А. А. Экономика природных ресурсов: [монография] / А.А. Голуб, Е.Б. Струкова. – М.: Аспект Пресс, 1999. – 217 с.
8. Побирченко В.В. Природоохранный-рекреационный природопользование: принципы организации и функционирования / В. В. Побирченко, И.Н. Воронин // Культура народов Причерноморья. – №16. – 2001. – С. 79-83.
9. Боголюбова С. А. Эколого-экономическая оценка рекреационных ресурсов: [учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений] / С.А. Боголюбова. – М.: Издательский центр «Академия», 2009. – 256 с.

Поступила в редакцию 01.12.2011 г.

Куніцин С.В. Організаційно-економічний механізм стійкого рекреаційно-туристського природокористування / С.В. Куніцин // Учені записки ТНУ. Серія: Економіка та управління. – 2011. – Т. 24 (63), № 4. – С. 182-189.

На основі проведених досліджень розглянута необхідність формування організаційно-економічного механізму стійкого рекреаційно-туристського природокористування в умовах розвитку продуктивних сил. Представлений механізм удосконалює існуючі підходи до забезпечення стійкого природокористування, як основи розвитку рекреаційного господарства.

Ключові слова: природокористування, рекреація, організаційно-економічний механізм

Kunitsyn S.V. The organizational-economic mechanism of steady tourist wildlife management / S.V. Kunitsyn // Uchenye zapiski TNU. Series: Economy and management. – 2011. – Vol. 24 (63), № 4. – P. 182-189.

On the basis of the conducted researches the necessity of forming the organizational and economic mechanism of steady tourist and recreational environment is considered in the conditions of productive power development. The presented mechanism perfects the existing approach for steady environment usage providing, as bases for recreational economy development.

Keywords: environment usage, recreation, organizational and economic mechanism

УДК: 338.484.2

ВЛИЯНИЕ РАЗВИТИЯ КРУИЗНОЙ ИНДУСТРИИ НА ЭКОНОМИКУ КРЫМСКОГО РЕГИОНА

Кухарчук С.В.

*Таврический национальный университет имени В.И. Вернадского, Симферополь, Украина
E-mail: ksvet777@mail.ru*

В статье исследовано влияние развития круизного сектора на местную экономику посредством идентификации перечня расходов в местах дестинации и портах назначения. Определено потенциальное экономическое воздействие круизного сектора для экономики крымского региона.

Ключевые слова: круизная индустрия, место дестинации, туризм.

Постановка проблемы.

Идентификация воздействия развития круизной индустрии на местную экономику крайне важна, т. к. дает объективную оценку того, выгодно ли развитие круизного туризма для местного сообщества. Внимание должно быть уделено доступной инфраструктуре, уровню ее развития и доступности порта как места дестинации (назначения). С точки зрения круизной линии должно быть определено, какой сегмент круизного продукта наиболее эффективно привлечет место назначения. Также необходимо проанализировать экономическую, экологическую и социальную составляющую данного влияния.

Анализ существующих подходов к исследуемой проблеме.

В работах многих отечественных исследователей вопросам развития круизной индустрии уделяется недостаточно внимания. Так, в трудах Макогона Ю.В. большое внимание уделяется развитию транспортной инфраструктуры, ее модернизации [1, с.37]. Скворцов Г.П. оценивает перспективы увеличения транзитного потенциала портов региона [2, с. 52]. Иванов М.Ю. рассматривает возможности включения портов в европейские логистические системы [3, с. 18].

Поэтому **целью статьи** является идентификация влияния развития круизной индустрии на экономику АР Крым.

Основные результаты исследования.

Как и другие области туризма, увеличение морских круизных перевозок окажет экономический, экологический и социокультурный эффект (рис. 1).

Как и в других областях развития туризма, влияние может быть как положительное, так и отрицательное. Поэтому главной задачей является усиление положительного и минимизация негативного воздействия. Крайне важны действия государственного сектора, выступающего, по сути, гарантом устойчивого развития Круизные пассажиры, экипаж и судна – источники дохода для портов и мест назначения. Влияние интенсивного развития круизного туризма неоднозначно по отношению к элементам местной экономики (рис. 2), что обусловлено степенью и характером расходов, так как расходы круизного сектора оказывают, как правило, косвенное влияние экономического, социального и экологического характера в долгосрочной перспективе.

**ВЛИЯНИЕ РАЗВИТИЯ КРУИЗНОЙ ИНДУСТРИИ НА ЭКОНОМИКУ
КРЫМСКОГО РЕГИОНА**

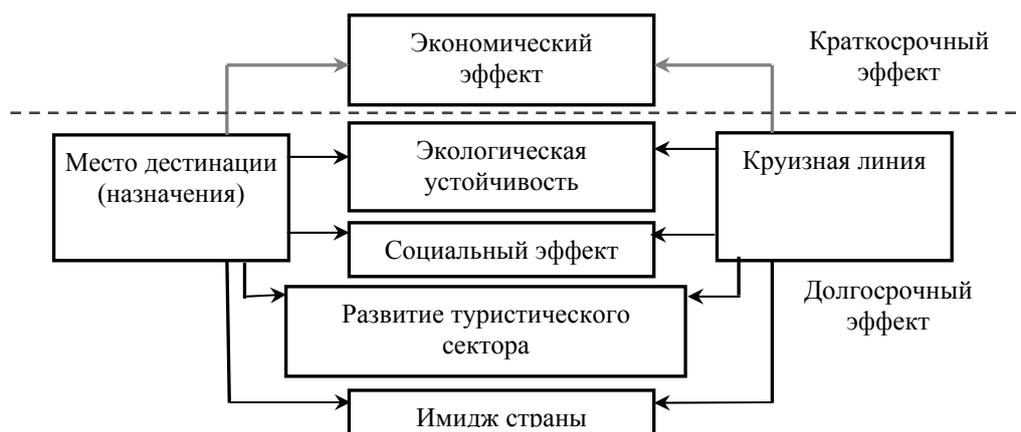


Рис. 1. Влияние развития круизного бизнеса на местную экономику

Предприятия, к которым непосредственно поступают расходы туристов, также нуждаются в покупке товаров и услуг других секторов местной экономики (например, кафе и рестораны пользуются услугами коммунальных организаций, производителей продуктов питания). Таким образом, у местного населения накапливается доход в форме заработной платы, арендной платы, который может быть израсходован на покупку отечественных товаров и услуг, генерируя, тем самым, новый виток экономической активности. Полученный экономический эффект ввиду развития круизной индустрии в форме расходов круизной линией, пассажирами и командой на товары и услуги в порту, приводит к созданию новых предприятий, рабочих мест и омоложения местной экономики.

Круизные линии	Обслуживание судна	Общественный транспорт	Городской сервис	Обслуживание пассажиров
<ul style="list-style-type: none"> • Терминалы • Портовые сборы • Прочие взносы 	<ul style="list-style-type: none"> • Навигация • Проводка • Буксировка • Перевозка • Швартовка • Трапы 	<ul style="list-style-type: none"> • Автотранспорт • Авиатранспорт • Железнодорожный транспорт 	<ul style="list-style-type: none"> • Менеджмент • Электричество • Уборка • Коммуникации • Кондиционирование воздуха • Прочие 	<ul style="list-style-type: none"> • Экскурсии • Покупки • Питание • Развлечения • Безопасность • Медицина • Телефонные и интернет-коммуникации • Прочие

Рис. 2. Элементы местной экономики, получающие эффект от развития круизной индустрии (составлен автором)

Оценка экономического эффекта круизов на локальном уровне и определение выгоды от развития круизного туризма для местных экономик, крайне важны в контексте привлечения круизных линий в порты АР Крым. Статистика показала, что на Черном море в порты Крыма осуществляется больше

всего судозаходов. За последние пять лет наметилась тенденция роста количества круизных компаний, посещающих АРК. Численность туристов, прибывших в республику круизными судами, в 2011 году достигла 50 тыс. туристов и ежегодно будет расти [4].

Влияние туристического круизного подсектора на национальную экономику изучено в Европе и Соединенных Штатах Америки Европейским Круизным Советом (ЕСС) и Международным Советом Круизных линий (ICCL). По данным этих организаций, круизеры тратят почти два миллиарда евро в европейских местах дестинации с прямым экономическим воздействием более 800 млн. евро [5, с. 208]. Так, в 2010 году в странах Европейского Союза экономический эффект от развития круизного сектора в туризме предусматривал:

1. Формирование прямого и косвенного экономического эффекта в размере 19,1 млрд. евро, который был направлен на строительство новых круизных судов, их обслуживание, обновление существующих судов, а также заработную плату сотрудников круизных линий (около 6 млрд. евро), прибыль, полученную европейскими фирмами, обеспечивающими товарами и услугами круизные линии. Прямые расходы круизных линий и их пассажиров составили 8,3 млрд. евро.

2. Создание 187252 рабочих места со средней заработной платой в размере 32 тыс. евро.

3. Оплату круизными линиями 3 млрд. евро поставщикам товаров и услуг, обеспечивающим круизную деятельность, из которых: стоимость поставки еды и напитков составила 246 млн. евро; комиссия туристических агентств достигла приблизительно 480 млн. евро; круизный сектор потратил более 550 млн. евро на финансовые и др. услуги, включая страхование, рекламу, технические и различные профессиональные услуги; затраты на экскурсии и размещение в гостиницах, покупку авиабилетов и др. покупок в основных портах и остановках составили более 1,5 млрд. евро [5, с. 209]. Исключая авиабилеты круизные пассажиры в основных портах потратили в среднем 100 евро на пассажира, а в каждом городе судозахода – более 50 евро на одного туриста.

Очевидно, что круизные туристы, въезжающие в страну, стимулируют развитие экономики региона. Регион получает преимущества от поступлений в форме различных налогов, расходов на товары и услуги.

Расходная категория сгруппирована ВТО по отдельным статьям и представляет собой следующее уравнение [6, с. 113]:

$$S_t = S_p + S_s + S_{ps} + S_c, \quad (1)$$

где: S_t – полные расходы круизных туристов;

S_p – расходы, относящиеся к портовым службам;

S_s – расходы, связанные с поставками дополнительных портовых услуг;

S_{ps} – пассажирские расходы;

S_c – расходы экипажа судна на суше.

Статья расходов, относящихся к портовым службам, включает все сборы, обеспеченные портом и, оплаченные круизным кораблем и его агентством:

**ВЛИЯНИЕ РАЗВИТИЯ КРУИЗНОЙ ИНДУСТРИИ НА ЭКОНОМИКУ
КРЫМСКОГО РЕГИОНА**

лоцманский сбор, который обычно обязателен и зависит от тоннажа круизного корабля; услуги буксировки, постановки круизных кораблей на якорь; экспедиторские услуги. В каждом порту предусмотрена дисконтная программа на эти тарифы с целью повышения уровня привлекательности порта для круизных линий. Кроме того, данная статья расходов включает различные налоги, предусмотренные процедурами оформления соответствующей документации судозахода, таможенной службой, иммиграционной службой.

Дополнительные портовые услуги, включают: заправку, обеспечение поставок для судов (еда, запасные части, смазочные материалы, товары для ресторанов и услуг размещения). Двойная функция круизных лайнеров вызывает потребность в поставках, которая может быть удовлетворена лишь специализированными поставщиками. Кроме того, в некоторых портах может потребоваться дополнительное обслуживание или ремонт судна, а также прочие технические услуги, которые могут быть предоставлены только в портах со специализированными верфями. Данные расходы зависят от качества услуг и обеспечения поставок в порту местными предпринимателями.

Распределение доли различных направлений расходов круизными пассажирами происходит в соответствии со структурой, приводимой ведущими отраслевыми круизными ассоциациями, представленной в табл. 1.

Таблица 1
Распределение расходов круизеров во вторичных портах (%) [6, с. 115]

Направления расходов	США	Европа	Среднее значение
Экскурсионные поездки	44,0	41,4	42,7
Различные покупки	22,4	36,2	29,3
Рестораны	8,8	12,0	10,4
Прочее	24,8	10,4	17,6

Пассажирыские расходы включают расходы на различные операции, которые круизер может осуществлять на суше:

– экскурсионные услуги (занимают самую большую долю расходов круизных туристов – 42,7%) – стали важной услугой для судовых агентов, которые получают одну треть продажной цены, тогда как доля турагента составляет около 8-12%;

– покупки составляют почти 30% общих расходов (зависят от социально-демографического профиля круизных пассажиров, их национальности и категории круиза);

– рестораны на берегу – важная область расходов с учетом того, что круизные пассажиры крайне требовательны к культуре питания;

– прочие услуги в сфере организации развлечений.

Следует заметить, что потребительское поведение круизных туристов существенно отличается в зависимости от того, являются ли порты основными или вторичными, портом прибытия (отбытия) или захода. Турист во вторичном порту не тратит средства на размещение (отель, гостиница) и авиаперелет, таким

образом, сокращая общее количество расходов.

Согласно оценкам ВТО, приблизительно одна треть команды использует заход судна в порт в различных целях. Количество членов экипажа, сходящих на берег составляет примерно 15 % всех пассажиров, а средние расходы команды составляют почти 30 евро за остановку [5, с.225].

Принимая во внимание потенциальный спрос и количество судозаходов в порты АР Крым, оценим степень экономического воздействия круизного сектора с точки зрения дохода для региона, учитывая средние расходы круизными туристами и членами экипажа. По имеющимся оценкам, каждый иностранный турист в базовом порту оставляет 100 евро, а в других портах захода круизного лайнера – как минимум 50 евро [5, с. 226]. Анализ основан на том, что, в среднем, турист вместе назначения тратит 50 евро, в то время как член экипажа круизного судна тратит около 30 евро, как указано выше. Количество въезжающих круизных туристов за один сезон может составить 50 тыс. чел. Количество членов экипажа зависит от класса круизного лайнера, но, в среднем, составляет около 15 % общей численности круизных туристов.

Таким образом, полные расходы круизного туриста могут быть оценены в 2,5 млн. евро, членами экипажа – в 225 тыс. евро (табл. 2).

Таблица 2

Оценка расходов круизных туристов и членов экипажа на 2012 г.

Показатели	2012 г.
Количество круизных туристов, тыс. чел.	50
Сумма расходов на каждого туриста, евро	50
Годовая сумма расходов на каждого туриста, тыс. евро	2500
Количество членов круизного экипажа, тыс. чел.	7,5
Сумма расходов на каждого члена экипажа, евро	30
Годовая сумма расходов на каждого члена экипажа, тыс. евро	225
Общая сумма расходов туристов и экипажа, тыс. евро	2725
Общая сумма расходов туристов и экипажа, тыс. грн.*	27250

*Курс евро: 1 евро = 10 грн.

В целом, полный доход от посещения АР Крым круизных туристов и команды в 2012 году может составить 27,3 млн. грн.

Важно отметить, что кроме роста поступлений иностранной валюты за счет увеличения числа иностранных туристов, существуют другие факторы, которые могут содействовать улучшению экономического положения региона. Прежде всего, это связано с ростом поступлений от уплаты налогов и таможенных пошлин на импортные товары, имеющие непосредственное отношение к круизному туризму. Благодаря туризму будут созданы новые рабочие места, вследствие чего жизненный уровень населения будет повышаться.

Важный, но неосязаемый источник добавленной стоимости круизной отрасли, – имидж места назначения. Пассажирский прием – решающий элемент в образе порта и города, который представляет совместную работу администрации порта, поставщиков товаров и услуг и муниципальных властей. Приветствуя

прибывающих круизных пассажиров, каждый порт может добавить свою собственную отличительную особенность – неумышленно, в случае неприятных таможенных формальностей, или преднамеренно, в организации специальных мероприятий (фейерверк) или более общепринятых операций (дегустация местных продуктов, приемов с живой музыкой). Услуги наземного транспорта также требуют особого внимания из-за своего коммерческого воздействия и непосредственного влияния на имидж места назначения.

Что касается экологического воздействия на места назначения, оно, как правило, негативно. Негативное воздействие может возникнуть в результате увеличения затрат, являющихся результатом увеличения загрязнения воздуха, утечки топлива с круизных судов, нанесения ущерба популяции местных видов рыб и прочих морских обитателей, увеличения расходов относительно утилизации твердых бытовых отходов.

На международном уровне серьезные последствия такого отрицательного воздействия на окружающую среду и глобальных экологических интересов защищено такими организациями, как Международный Совет Круизных линий (ICCL), участники которого единодушно приняли обязательные экологические стандарты для всех круизных кораблей [5, с. 247]. Эти стандарты основаны на принципах, которые включают: проектирование и строительство круизных кораблей, безвредных для окружающей среды насколько возможно, охват новой технологии, подчинение международным экологическим законам, минимизацию производства отходов и поддержание совместных отношений с регулирующим сообществом. Таким образом, АР Крым должна принимать только те круизные линии, которые приняли экологические нормы на международном уровне.

Круизный туризм также может оказать значительное социокультурное влияние на местное сообщество. В то время как непосредственный эффект будет формой увеличенного генерируемого дохода для местных сообществ, воздействие может выражаться в форме увеличения возможностей для расширения деловых кругов, местных ремесленников, увеличения вакансий для местного населения. Однако вместе с положительным эффектом могут иметь место отрицательные аспекты, среди которых: переполнение и скопление людей, увеличение шума.

Все же, преимущества превышают недостатки, которые должны устранять органы власти во взаимодействии с местным сообществом, заинтересованном в развитии туризма.

Выводы.

Потенциальное экономическое воздействие круизного сектора для АР Крым на начальном этапе его развития оценивается в 27 млн. гривен. Успешное создание и развитие местной базы круизного туризма будет способствовать привлечению в развитие туризма новых инвестиций, а, следовательно, и развитию других отраслей экономики – сельского хозяйства, пищевой промышленности, торговли, транспорта, сферы услуг, строительства, сферы государственного управления. Более того, правильно организованный круизный

бизнес способствует возрождению судостроения. В результате у местной администрации появляется возможность часть бюджетных поступлений от туризма направлять на финансирование развития инфраструктуры, восстановление памятников истории и культуры, осуществление программ эколого-социального развития.

В современных условиях назрела острая необходимость выработки стратегических императивов развития круизного бизнеса крымского региона в рамках государственных программ развития портовой сферы. Положительное влияние круизного туризма на экономику региона происходит лишь в том случае, когда сфера туризма развивается всесторонне, параллельно и во взаимосвязи с другими отраслями социально-экономического комплекса. Поэтому все субъекты регионального менеджмента – и областная администрация, и городские власти, и порты, и туристические операторы крымского региона – должны быть заинтересованы в его развитии.

Список литературы

1. Макогон Ю.В. Проблемы развития внешнеэкономических связей и привлечения иностранных инвестиций: региональный аспект: Сб. науч. тр. Ч. 1 / Ю.В. Макогон. – Донецк, 2005. – 416 с.
2. Скворцов Г.П. Стратегия развития морских портов Украины на ближайшее десятилетие / Г.П. Скворцов // Порты Украины. – 2009. – № 5. – С. 52-54
3. Иванова М.Б., Иванов М.Ю. Коммерческая деятельность: учебное пособие / М.Б.Иванова, М.Ю. Иванов. – М.: РИОР, 2005. – 96 с.
4. Крым должен стать площадкой для развития Черноморского круизного бизнеса [Электронный ресурс]. – Курортно-информационный центр Автономной Республики Крым. – Режим доступа: <http://crimea.gov.ua/novosti/krim-dolzhen-stat-ploschadkoy-dlya-razvitiya-chemomorskogo-kruiznogo-biznesa-schitaet-liev>
5. Cruise Tourism – Current Situation and Trends: report /World Tourism Organization //UNWTO. – Madrid. – 2010. – 251 p.
6. Cruise Tourism: Potential & Strategy Study: report /Ministry of Tourism, Government of India. CRISIL. – 2005. – 183 p.

Поступила в редакцию 01.12.2011 г.

Кухарчук С.В. Вплив круїзного сектору на розвиток економіки кримського регіону / С.В. Кухарчук // Учені записки ТНУ. Серія: Економіка та управління. – 2011. – Т. 24 (63), № 4. – С. 190-196.

У статті досліджено вплив розвитку круїзного сектору на місцеву економіку за допомогою ідентифікації переліку витрат в місцях дестинації і портах призначення. Визначена потенційна економічна дія круїзного сектору на економіку кримського регіону.

Ключові слова: круїзна індустрія, місце дестинації, туризм.

Kuharchuk S.V. Influence of cruise sector on development of economy in Crimean region / S.V. Kuharchuk // Uchenye zapiski TNU. Series: Economy and management. – 2011. – Vol. 24 (63), № 4. – P. 190-196.

Influence of development of cruise sector on a local economy by means of authentication list of charges in the places of destinations and ports are investigate in the article. Potential economic influence of cruise sector is certain for the economy of Crimea region.

Keywords: cruise industry, destination, tourism.

УДК 330.341.1:330.341.4

МЕТОДОЛОГІЯ ДОСЛІДЖЕННЯ ПЕРСПЕКТИВ ІНФОРМАТИЗАЦІЇ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ

Наливайченко К.В.

*Крымский экономический институт ГВУЗ «Киевский национальный экономический университет им. В.Гетьмана», Симферополь, Украина
E-mail: nauka@ceikneu.com.ua*

Перспективним напрямом розвитку сучасної світогосподарської системи є інформатизація економіки. При цьому за допомогою емпіричних методів визначаються вимоги щодо зростання ефективності використання всіх видів інформації та інформаційних послуг у економіці України та проблеми української інформаційної економіки.

Ключові слова: інформатизація економіки, методологія дослідження, оцінка респондентів.

Вступ.

Під впливом глобалізації в Україні відбуваються процеси інформатизації, які природно супроводжуються низкою економічних проблем, що потребують відповідного методологічного дослідження: розвиненість інформаційної інфраструктури та обсягу інформаційних послуг, фрагментарності інформаційного укладу. Ці та інші питання є актуальними для сучасного етапу розвитку економіки та визначені як головні у законодавстві України щодо перспектив інформатизації національної економіки [1] та працях вітчизняних та зарубіжних вчених [2-6]. Так, технологічній обробці інформації та розвитку інформаційного сектору економіки присвятили свої праці зарубіжні вчені Бююль Ахим [2] та Роговський Є.А. [3], розвитку вітчизняного менеджменту корпоративних інформаційних систем – Сазонець О.М. [4], стратегічним технологіям майбутнього – відомі економісти Саймон А. та Сакайя Т. [5,6].

Проте, потребують подальшої розробки вірогідні шляхи розвитку інформаційної галузі в Україні та всебічний розвиток інформаційних процесів у країні в умовах глобалізації. Тому **метою статті** є дослідження сучасних процесів інформатизації у національній економіці за допомогою відомих аналітичних та статистичних методів: кореляційного, дисперсійного та факторного аналізу, різних статистичних показників, визначення ставлення та обізнаності населення країни до розвитку інформаційних технологій.

Основні результати дослідження.

Для емпіричного дослідження перспектив розвитку інформаційних технологій та їх впливу на розвиток сучасної економіки було розроблено спеціальний інструментарій – анкету стандартизованого інтерв'ю. Зміст анкети (специфіка питань, структура розділів тощо) формувалася на основі проведеного теоретичного аналізу досліджень, що проводилися в даній сфері та з урахуванням власного бачення цієї проблематики. Також урахувалися загальні рекомендації щодо розробки дослідницьких інструментів цього типу – коректне формулювання питань, використання відкритих та закритих питань, пропорційність градацій у відповідях та ін.

Респондентам пропонувалось дати експертну оцінку стосовно тієї чи іншої проблеми, пов'язаної з розвитком інформаційних технологій та їх впливом на сучасну економіку. Більшість питань розроблені таким чином, щоб респондент міг максимально диференційовано висловити свою думку щодо тієї чи іншої проблеми – запропоновані варіанти відповідей мають 4 та більше градацій. Крім зручності для респондента, така форма питань дозволила використовувати більшість методів статистичного аналізу при обробці результатів анкетування.

Наведемо приклад одного з питань:

Визначте ступінь злободенності наступних проблем сучасної інформаційної економіки. Відповіді занесіть до наступної таблиці (табл. 1)

Таблиця 1

Приклад одного з пунктів анкети

ПРОБЛЕМА	Неважлива	Помірно важлива	Важлива	Дуже важлива
1. Швидке старіння підходів до розгляду інформаційних процесів, що відбуваються в глобальному економічному суспільстві;				
2. Основним предметом праці стають не матеріальні об'єкти, а інформація;				
3. Перевищення витрат на обробку інформації над витратами на енергетику, матеріальне виробництво;				
4. Дорожня інформація у виробництві і дешевина в репродукції (розробка нового програмного продукту може коштувати мільйони доларів, однак виробництво його додаткових копій може бути практично безкоштовним);				
5. Ваш варіант:				

Дослідницьку вибірку склали випускники вузів економічних спеціальностей міста Сімферополя. Вік досліджуваних – від 22 до 27 років. Всі вони працевлаштовані та працюють в економічній сфері. Всього у дослідженні прийняло участь 160 досліджуваних.

Докладнішу структуру вибірки наведено в таблиці 2.

Таблиця 2

Структура досліджуваної вибірки

Спеціальність	чоловіки	жінки	Всього
Менеджмент ЗЕД	24	20	44
Міжнародна економіка	19	17	36
Економіка підприємства	26	19	45
Економічна кібернетика	28	11	39
Всього	93	67	160

Приведемо основні статистичні показники та методи статистичної обробки.

При обробці результатів анкетування використались такі статистичні показники, як стандартне відхилення (розрахунки за формулою були зведені до таблиць):

$$\sigma = \sqrt{\frac{\sum (x_i - \bar{x})^2}{n-1}}, \quad (1)$$

де: x_i – значення змінної,
 \bar{x} – вибіркове середнє,
 σ – кількість змінних.

Стандартне відхилення, мабуть, одне із вимірювань розсіювання, що найбільш часто використовуються завдяки тим властивостям, які воно має для нормального розподілу. В описі змінних стандартне відхилення часто використовується як показник меж більшості значень або умовної норми.

Асиметрія – це міра «косості» розподілу. Розподіли з однаковими середніми і стандартними відхиленнями, можуть бути, проте різними, оскільки ні модуль, ні квадрат різниці не показує, з якої сторони від середнього знаходилося окреме значення випадкової величини. В тих випадках, коли кількість значень, що є більшими, ніж середнє, перевищує кількість значень менших, ніж середнє, говорять про позитивну асиметрію, інакше – про негативну. Асиметрія обчислюється за наступною формулою (розрахунки за формулою були зведені до таблиць):

$$As = \frac{\sum (x_i - \bar{x})^3}{n \cdot \sigma^3} \quad (2)$$

В симетричному розподілі асиметрія точно рівна нулю, але залежно від того, як змінюються різниці значень із середнім, знак асиметрії міняється на позитивний або негативний.

Ексцес – це міра «випуклості» розподілу. При усіх однакових інших параметрах два розподіли можуть розрізнятися тим, що полігон частот буде гостровершинним або плоским, тобто мода може виявитися рівною, але зустрічатися з різною частотою. Ексцес служить для того, щоб визначити крутизну кривої, що описує розподіл, в межах єдиної моди, оскільки є призначеним тільки для унімодальних розподілів. Ексцес розраховується за формулою (розрахунки за формулою зведені до таблиць):

$$Ex = \frac{\sum (x_i - \bar{x})^4}{n \cdot \sigma^4} - 3 \quad (3)$$

Для обліку статистичних зв'язків використався кореляційний аналіз [4]. Коефіцієнт кореляції показує відразу два параметри статистичного зв'язку – її напрям і тісноту. При цьому, якщо він виявляється позитивним, то говорять про позитивну кореляцію між двома змінними, а якщо негативним – те, відповідно про негативну. Абсолютне значення коефіцієнта кореляції показує тісноту або

ступінь виразності такого зв'язку. При коефіцієнті кореляції рівному нулю признається відсутність зв'язку, але навіть тоді, коли він виявляється більше нуля, ще не слід робити висновок про наявність кореляційного зв'язку. Про зв'язок між двома змінними можна говорити лише в тому випадку, якщо значення коефіцієнта кореляції виявляється вище критичного для відповідного числа спостережень, якщо йдеться про позитивний зв'язок, і нижче за критичний, якщо – про негативну. Необхідно підкреслити, що коефіцієнт кореляції призначений лише для вимірювання лінійних зв'язків між змінними. З цієї причини в реальних умовах майже неможливо отримати коефіцієнт кореляції, рівний одиниці.

В роботі використався найвідоміший і часто вживаний метод кореляційного аналізу – аналіз за К. Пірсоном. Формули розрахунку коефіцієнта кореляції Пірсона приведені нижче:

$$r_{xy} = \frac{\sum (x_i - \bar{x})(y_i - \bar{y})}{\sqrt{[\sum (x_i - \bar{x})^2][\sum (y_i - \bar{y})^2]}} \quad \text{чи} \quad (4)$$

$$r_{xy} = \frac{n \sum x_i y_i - \sum x_i \sum y_i}{\sqrt{[n \sum x_i^2 - (\sum x_i)^2][n \sum y_i^2 - (\sum y_i)^2]}} \quad (5)$$

Дисперсійний аналіз (ДА) – це статистичний метод вивчення впливу окремих контрольованих факторів на мінливість ознаки, що вивчається [5]. Необхідність в застосуванні ДА виникає тоді, коли проводиться серія вимірювань якої-небудь однієї змінної в різних умовах, причому число умов повинне бути більше двох (інакше дану задачу можна вирішити іншими методами). Наприклад, це можуть бути декілька експериментальних груп, які різняться по яких-небудь ознаках (віку, рівню освіти, соціальному статусу і т. і.), що беруть участь у випробовуванні в одних і тих же умовах експерименту. Це може бути одна і та ж експериментальна група, що бере участь в експерименті в різних експериментальних умовах, наприклад, простих, ускладнених і дуже складних. Нарешті, це можуть бути декілька експериментальних груп, що беруть участь в експерименті з різними експериментальними умовами, але при цьому експериментатор повинен дотримуватися гіпотези, що інтеріндивідуальні відмінності не роблять впливу на варіативність результатів, які, у свою чергу, можуть залежати тільки від умов експерименту. Усі змінні в ДА прийнято ділити на два види – незалежні і залежні змінні. Незалежною змінною (фактором) називається контрольована експериментатором змінна. Незалежними змінними можуть бути стать випробовуваних, вік, національність, приналежність до якої-небудь соціальної групи і т. і., оскільки саме по яких-небудь відмінностях між випробовуваними будуть сформовані експериментальні групи. Незалежну змінну прийнято ділити на рівні. Рівні незалежної змінної можуть розрізнятися як кількісно, так і якісно. Рівнями незалежної змінної може бути, наприклад, рівень мотивації (високий, середній, низький), рівень шуму і його вплив на результативність діяльності і т. і., які розрізняються лише кількісно. Рівні незалежної змінної можуть бути не тільки градаціями якого-небудь фактора.

Залежною змінною називається змінна, яка при її вимірюванні під час експерименту підпадає під вплив незалежної. Наприклад, рівень інтелекту може впливати на швидкість рішення творчих задач, соціальне положення на ціннісні орієнтації і т. і.

Головною задачею в однофакторному ДА є визначення відношення варіативності (дисперсії), обумовленої дією незалежної змінної (фактора) до випадкової варіативності, обумовленої впливом всіх невідомих факторів (так зване F-відношення або F-критерій). Якщо це відношення перевищує критичне значення, то тоді признається достовірним вплив незалежної змінної на залежну.

Звичайна лінійна модель для даних в однофакторному ДА виглядає наступним чином:

$$x = \mu + A + e, \text{ де} \quad (6)$$

де: x – конкретне значення змінної,

μ – генеральне середнє

A – доля відхилення змінної, що обумовлена впливом фактора A

e – помилка спостереження (випадкове відхилення).

Нульова гіпотеза в однофакторному ДА полягає в тому, що середні значення досліджуваної ознаки на всіх рівнях незалежної змінної однакові. Інакше кажучи, незалежна змінна не робить ніякого впливу на залежну, отже, середні значення ознаки від рівня до рівня незалежної змінної не змінюються. Альтернативна гіпотеза полягає в тому, що середні значення ознаки незалежної змінної від рівня до рівня міняються, тобто незалежна змінна впливає на залежну. В однофакторному ДА необхідно знайти F-критерій, який визначається по формулі:

$$F_{\text{емп}} = \frac{MS_{\text{факт}}}{MS_{\text{вип}}}, \quad (7)$$

де: $MS_{\text{факт}}$ – дисперсія, обумовлена впливом фактора;

$MS_{\text{вип}}$ – випадкова дисперсія;

$$MS_{\text{факт}} = \frac{SS_{\text{факт}}}{df_{\text{факт}}}; \quad (8)$$

$$MS_{\text{вип}} = \frac{SS_{\text{вип}}}{df_{\text{вип}}}, \quad (9)$$

де: $SS_{\text{факт}}$ – сума квадратів відхилень випадкової величини від загальної середньої («сума квадратів між групами»);

$SS_{\text{вип}}$ – остаточна сума квадратів («сума квадратів всередині груп»);

$df_{\text{факт}}$ – число степенів вільності між групами;

$df_{\text{вип}}$ – число степенів вільності всередині груп;

$$SS_{\text{факт}} = \sum_{j=1}^J \frac{\left(\sum_{i=1}^{n_j} x_{ij} \right)^2}{n_j} - \frac{\left(\sum_{j=1}^J \sum_{i=1}^{n_j} x_{ij} \right)^2}{N}; \quad (10)$$

$$SS_{\text{вун}} = \sum_{j=1}^J \sum_{i=1}^{n_j} x_{ij}^2 - \sum_{j=1}^J \frac{\left(\sum_{i=1}^{n_j} x_{ij} \right)^2}{n_j}; \quad (11)$$

$$df_{\text{факт}} = J - 1; \quad (12)$$

$$df_{\text{вун}} = N - J, \quad (13)$$

де J – кількість груп;
 N – загальна кількість експериментів;
 n_j – кількість експериментів усередині j -ї групи.

З викладеного вище видно, що сума квадратів між групами і сума квадратів усередині груп складають загальну або повну суму квадратів, яка визначається за формулою:

$$SS_{\text{заг}} = \sum_{j=1}^J \sum_{i=1}^{n_j} x_{ij}^2 - \frac{1}{N} \left(\sum_{j=1}^J \sum_{i=1}^{n_j} x_{ij} \right)^2; \quad \text{таким чином} \quad (14)$$

$$SS_{\text{заг}} = SS_{\text{факт}} + SS_{\text{вун}}. \quad (15)$$

Однофакторний ДА, таким чином, є розкладанням загальної суми квадратів на дві складові: обумовлену впливом фактора і обумовлену випадковими впливами.

Метод дисперсійного аналізу за Крускалом-Уолісом призначений для оцінки відмінностей одночасно між більше, ніж двома групами за рівнем якої-небудь ознаки. Він дозволяє встановити, що рівень ознаки змінюється при переході від групи до групи. Критерій H за Крускалом-Уолісом іноді розглядається як непараметричний аналог методу однофакторного дисперсійного аналізу для незалежних вибірок. Іноді його називають критерієм «суми рангів». Даний метод використовувався як додатковий до основного методу – дисперсійному аналізу за Фішером для отримання більш точних результатів. Річ у тому, що ДА за Фішером є більш потужним методом, але і одночасно більш чутливим до порушень нормальності розподілу і гомогенності дисперсій, тоді як ДА за Крускалом-Уолісом – менш потужний, але нечутливий до подібних порушень. Формула розрахунку H -критерію Крускала-Уоліса наведена нижче:

$$H = \left[\frac{12}{N(N+1)} \cdot \sum \frac{T_j^2}{n} \right] - 3(N+1), \quad (16)$$

де N – загальна кількість випробуваних в об'єднаній вибірці;
 n – кількість випробуваних у кожній групі;
 T_j – суми рангів у кожній групі.

ДА за Фрідменом застосовується для зіставлення показників, виміряних в трьох або більше умовах на одній і тій же вибірці випробовуваних. Метод дозволяє встановити, що величини показників від умови до умови змінюються. В нашому випадку ми використовували даний метод для того, щоб з'ясувати, наприклад, чи є відмінності в оцінці ступеня значущості, що була дана респондентами з тієї або іншої вказаної в конкретному питанні проблеми.

Формула розрахунку χ_r^2 -критерію Фрідмена наведена нижче:

$$\chi_r^2 = \left[\frac{12}{n \cdot c \cdot (c+1)} \cdot \sum (T_j^2) \right] - 3 \cdot n \cdot (c+1), \quad (17)$$

де: c – кількість умов;
 n – кількість випробуваних;
 T_j – суми рангів за кожною з умов.

Факторний аналіз (ФА) – це комплекс аналітичних методів, що дозволяють виявити приховані (латентні) ознаки якого-небудь явища або події, його внутрішню (частіше всього приховану) структуру. Виникнення ФА було пов'язано, з одного боку, з усвідомленням того, що безліч явищ соціального характеру має складну природу, а з іншого боку, з упровадженням статистичних методів у суспільні науки.

ФА призначений для дослідження явищ, подій або об'єктів і має складну структуру з безліччю внутрішніх зв'язків. Оскільки такі явища можуть бути виміряні відразу по багатьом змінним, ФА дозволяє вчинити перехід від безлічі безпосередньо зміряних ознак явища, що вивчається, до комплексних узагальнених факторів, за якими оцінюють комбінації початкових ознак.

Головною задачею ФА, таким чином, є зменшення об'єму статистичного опису якого-небудь явища без втрати інформативності такого опису. Початковими даними для ФА є таблиця результатів вимірювання безлічі індивідів (об'єктів) за безліччю змінних (шкал, тестів і т. і.) [6]. В даному випадку – це експертні оцінки респондентів з питань кожного з розділів анкети. Передбачається, що результати вимірювання відображають загальну структуру досліджуваної оцінки, а результати окремого випробовуваного є окремим випадком реалізації загальної структури. З іншого боку, кожна окрема шкала, за якою була зміряна безліч індивідів, також вносить свій внесок в загальну структуру досліджуваного явища.

Завершальний етап ФА – отримання матриці навантажень факторів кожної змінної на кожний фактор, підрахунок відсотка дисперсії, що припадає на кожний фактор, а далі – побудова діаграми фактора. При цьому вважається що:

– фактори визначені через початкові змінні;

- система факторів утворює простір, в якому через навантаження факторів визначено початкові змінні;
- фактори ранжовані в порядку зменшення їх значущості для пояснення емпіричних результатів;
- кількість факторів істотно менше ніж кількість початкових змінних;
- факторам додається значення прихованих джерел, що породжують емпіричні результати;
- усі фактори незалежні один від одного.

Етапи розрахунків ФА, їх математичне обґрунтування не приводяться через великий обсяг цієї інформації. Метод аналізу фактора в роботі використовувався для редукації початкових змінних (питань анкети) до невеликої кількості загальних факторів як інтегральних показників оцінок респондентів тієї або іншої проблеми. Надалі ці інтегральні показники використовувалися як залежні змінні при аналізі відмінностей між відповідями чоловіків і жінок, а також в дисперсійному аналізі при порівнянні відповідей між групами респондентів різних економічних спеціальностей.

Факторний аналіз проводився методом головних компонент з ортогональним обертанням Varimax і з нормалізацією методом Кайзера [7-10].

У результаті дослідження отримано результати статистичної обробки та статистичного аналізу кожного з розділів анкети, а також інтерпретацію та пояснення отриманих результатів. Спочатку було проведено розрахунок первинних показників описової статистики та порівняння між собою оцінки респондентів за окремими пунктами анкети. Кожному питанню в розділі анкети було поставлено у відповідність означену змінну. Проведено факторний аналіз змінних. Після цього було виявлено фактори (як певні інтегральні показники), що використовувались як залежні змінні при кореляційному та дисперсійному аналізі.

Висновки.

1. Проведено емпіричне дослідження процесів інформатизації в Україні в умовах глобалізації. При обробці результатів дослідження використались метод кореляційного аналізу за К. Пірсоном, дисперсійний аналіз за Крускалом-Уолісом, дисперсійний аналіз за Фішером, дисперсійний аналіз за Фрідменом, факторний аналіз, такі статистичні показники, як стандартне відхилення, асиметрія, ексцес.

2. Проведене дослідження виявило найбільш значущою є проблема дорожчості інформації у виробництві та дешевини у репродукції, а найменш значущою – проблема перевищення витрат на обробку інформації над витратами на виробництво.

3. На основі проведеного дослідження найбільш зловбоденними проблемами української інформаційної економіки вважаються слабка розвиненість інформаційної інфраструктури та незначний обсяг інформаційних послуг, а найменш зловбоденною – фрагментарність інформаційного укладу. Найбільш вірогідним шляхом розвитку інформаційної галузі в Україні вважаються інвестування в інформаційні технології, а найменш можливим – інформатизація

економіки власними силами. Для всебічного розвитку інформаційних процесів в країні в умовах глобалізації необхідним є поширення комп'ютерної грамотності, яке також потребує додаткових заходів.

4. Не дивлячись на зазначені проблеми, в цілому населення країни позитивно ставиться до розвитку інформаційних технологій. У більшій мірі населення країни обізнане з Інтернетом, у меншій – з іншими аспектами інформаційних технологій: електронною комерцією та електронним фондовим і грошовим ринком. Тому природним є більш позитивне ставлення до Інтернету, ніж до інших видів інформаційних технологій: електронної комерції та електронного фондового і грошового ринку. При цьому недостатній рівень комп'ютеризації оцінено як найбільш значиму перешкоду на шляху поширення міжнародного бізнесу за допомогою Інтернет, а недостатню прозорість – як найменш значиму.

Список літератури

1. Закон України «Про пріоритетні напрями інноваційної діяльності в Україні» № 433-IV від 16 січня 2003 р., із змінами і доповненнями, внесеними Законами України від 4 листопада 2005 року № 3076-IV, від 9 лютого 2006 року № 3421-IV, від 18 грудня 2008 року № 694-VI.
2. Бююль А. SPSS: искусство обработки информации. Анализ статистических данных и восстановление скрытых закономерностей / Ахим Бююль, Петер Цёфель; [пер. с нем.] – СПб.:ООО «ДиаСофтЮП», 2002. – 608 с.
3. Роговский Е.А. Развитие информационного сектора в США к началу XXI столетия / Е.А. Роговский // Мировая экономика и международные отношения. – 2002. – №8. – С. 89-98.
4. Сазонець О. М. Теоретичні засади економіки та організації корпоративних інформаційних систем: [монографія] / О. М. Сазонець. – Дніпропетровськ: ДНУ, 2007. – 223 с.
5. Саймон А. Р. Стратегические технологии баз данных: менеджмент на 2000 год / А.Р. Саймон. – М.: Финансы и статистика, 1999. – 479 с.
6. Сакайя Т. Вартість, створювана знанням, чи Історія майбутнього / Т. Сакайя // Нова постіндустріальна хвиля на Заході. Антологія / за ред. В.Л. Іноземцева. – М.: Academia, 1999. – С. 367.
7. <http://www.mrpii.ru> сайт компанії Бест, що створює програмні продукти Бест.
8. Mediamark Research Inc., New York, NY, CyberStats, fall 2006 [Електронний ресурс]. – Режим доступу:
<http://www.mriplus.com/pocketpiece.html><http://www.census.gov/compendia/statab/tables/08s1127.xls>
9. <http://www.news.yahoo.com> – сайт Evans DATA Corporation.
10. World Intellectual Property Organization. Electronic Commerce Programs and Activities [Електронний ресурс]. – Режим доступу:
http://www.wipo.int/about-wipo/ru/what_is_wipo.html

Поступила в редакцію 01.12.2011 г.

Наливайченко Е.В. Методология исследования перспектив информатизации национальной экономики / К.В. Наливайченко // Ученые записки ТНУ. Серия: Экономика и управление. – 2011. – Т. 24 (63), № 4. – С. 197-206.

Перспективним напрямом розвитку сучасної мирохозяйственной системи являється інформатизація економіки. При цьому з допомогою емпіричних методів визначаються вимоги щодо зростання ефективності використання всіх видів інформації та інформаційних послуг в економіці України та проблеми української інформаційної економіки.

Ключевые слова: інформатизація економіки, методологія дослідження, оцінка респондентів.

Nalivaychenko K.V. Methodology of the researching of national economic's informatization perspectives / K.V. Nalivaychenko // Uchenye zapiski TNU. Series: Economy and management. – 2011. – Vol. 24 (63), № 4. – P. 197-206.

A perspective direction of modern world economy system's development is informatization of economic. In spite of this the demands about effectiveness' rising of using of all kinds of information and information services in Ukraine's economic and the problems of Ukrainian information economy are determined with the help of empiric methods.

Keywords: informatization of economic, methodology of a researching, estimation of respondents.

УДК 33.012.434

ВЗАИМОСВЯЗЬ УРОВНЯ КОНЦЕНТРАЦИИ, ВЫСОТЫ БАРЬЕРОВ ВХОДА И МОНОПОЛЬНОЙ ВЛАСТИ НА ЛОКАЛЬНОМ РЫНКЕ

Наливайченко С.П., Ергин С.М.

*Крымский экономический институт ГВУЗ "КНЭУ имени Вадима Гетьмана", Симферополь,
Украина*

E-mail: yergin@rambler.ru

Рассмотрено воздействие уровня концентрации производства, высоты барьеров входа и экономической прибыли на рыночную силу экономических субъектов локального рынка. В качестве объекта исследования был выбран типичный для локального рынка Крыма – рынок строительно-минерального сырья. Установлено, что сама по себе концентрация производства не является причиной монополизации рынка. Важнейшими факторами этого процесса являются: глубина дифференциации рынка и высота барьеров входа.

Ключевые слова: локальный рынок, рыночная сила, уровня концентрации производства, дифференциации рынка, высоты барьеров входа, монополизация рынка, экономическая прибыль.

Актуальность.

В экономических публичных и научных дискуссиях периодически вспыхивает полемика об уровне монополизации тех или иных секторов национальной экономики, о вреде [1] или пользе [2], которые приносит этот процесс для экономической системы в целом и ее отдельных субъектов. Ее участники, приводя различные аргументы и рассматривая разные его стороны, стараются не выходить за рамки этого процесса, в то время как необходимо уделять особое внимание территориальному аспекту, его проявлениям на местах, в локальных территориальных образованиях. Именно на местах проблемы монополизации проявляются особенно ярко и выпукло.

По нашему мнению, наиболее интересно рассматривать проблему локальной монополизации в Крыму, на примере рынка строительно-минерального сырья, где сектор добычи минерального сырья для строительной отрасли исторически хорошо развит, имеет значительные запасы ископаемого сырья и емкий рынок сбыта. В секторе действует значительное количество (около 50) экономических субъектов.

Четыре ведущих предприятия сектора являются лидерами и производят на нем существенную долю продукции (более 50%). Ни одно из них не достигает пороговой доли рынка и не имеет монопольного положения. Кроме того, более половины предприятий сектора производит менее 7% общего объема производимой продукции. Однако рынок строительно-минерального сырья неоднороден. На нем можно выделить два взаимосвязанных, но, тем не менее, устойчивых сектора, производящих специфическую продукцию: группа предприятий, добывающих стеновых материалов и горные предприятия, производящее строительный камень, песчано-гравийную смесь и флюсовое сырье.

Первичные исследования монополизации рынков и анализа их структуры осуществлялись под влиянием работ Чемберлина Э. [3]. Современные исследования уровня монополизации производства в рамках теории отраслевых рынков были продолжены в работах Розановой Н. М. [4], Тироля Ж. [5] и многих других отечественных и зарубежных экономистов.

Целью **данного исследования** является: оценка воздействия факторов, которые влияют на уровень монополизации целевого локального рынка на примере рынка строительного сырья Крыма. Для реализации данной цели было: оценено влияние сегментации рынка строительного сырья на уровень концентрации производства в оперирующих на нем предприятиях; осуществлена оценка основных показателей концентрации производства в данном секторе; рассчитаны показатели монопольной власти предприятий сектора строительного сырья; показано влияние разных барьеров входа на данный рынок.

Основные результаты исследования.

Необходимо отметить, что все крупнейшие горные предприятия рынка строительного сырья работают в сегменте, который обеспечивает добычу строительного камня. Пороговая доля рынка этого сектора по Крыму [6, ст. 12] превзойдена предприятием ООО „Смарт Групп” на 8,5%, что является важной причиной введения против него некоторых антимонопольных мер. Кроме того, пятерка ведущих предприятий сектора по добыче строительного камня являются лидерами в этом же сегменте рынка и производят на нем существенную долю продукции (86,4%), что тоже больше установленного порога [6, ст. 12]. Наличие доминирующих фирм может предварительно охарактеризовать данный сегмент рынка строительного сырья как жесткая олигополия.

Сегмент рынка строительного сырья, связанный с добычей стеновых материалов кардинальным образом отличается от первого. Крупные предприятия на нем отсутствуют. Три самых крупных горных предприятия сектора могут быть отнесены только в группу средних предприятий и не способны оказать существенного влияния на рынок. Их совокупная доля не превышает 34%. Следовательно, в данном сегменте преобладает в большей степени конкурентная рыночная среда, в которой работающие предприятия ориентируются на рыночную конъюнктуру в других менее конкурентных сегментах.

Введение сегментации рынка позволило прояснить наличие зависимости рыночной власти и от уровня его дифференциации (более узкой специализации горных предприятий), и от уровня концентрации в каждом из сегментов рынка.

Наиболее цельное и наглядное представление об уровне концентрации рынка дают индексы Хиршмана-Херфиндаля (НИ) и Холла-Тайдмана (НТ) (табл. 1). Так, индекс Хиршмана-Херфиндаля для 53 предприятий, добывающих строительное сырье в Крыму, составил в 2008 г. 1028,8 пунктов, что может охарактеризовать рынок как умеренно концентрированный. Сегмент рынка строительного сырья, связанный с добычей стеновых материалов сильно отличается по уровню концентрации производства от

**ВЗАИМОСВЯЗЬ УРОВНЯ КОНЦЕНТРАЦИИ, ВЫСОТЫ БАРЬЕРОВ ВХОДА И
МОНОПОЛЬНОЙ ВЛАСТИ НА ЛОКАЛЬНОМ РЫНКЕ**

сегмента добычи строительного камня. Величина ННІ показывает, что сегмент рынка, связанный с добычей стеновых материалов, является низкоконцентрированным, хотя его значение и росло по некоторым периодам времени. Связано это с наличием большого количества малых горных предприятий по добыче стеновых материалов, что подтверждается динамикой индекса НТ, величина которого варьирует сильнее по сравнению с колебанием индекса ННІ.

Коэффициент корреляции между последним и индексом НТ составляет 77,2%, то есть влияние малых предприятий на состояние рыночной среды и конъюнктуры весьма значительно. Индекс Холла-Тайдмана несмотря на определенный рост (38,8 п.п.) продолжает оставаться на низком уровне (692,1 пунктов), подтверждая результаты анализа индекса Хиршмана-Херфиндаля.

Таблица 1

Динамика индексов ННІ и НТ
на рынке строительного-минерального сырья в Крыму

Показники	Роки					2008 р. к 2004 р. в п.п., +/-
	2004	2005	2006	2007	2008	
Индекс Хиршмана-Херфиндаля	1008,4	1134,8	898,9	931,9	1028,8	+20,4
в т.ч.:						
по строительному камню	2282,6	2362,7	2907,8	1598,9	2429,8	+147,2
по стеновым материалам	657,8	1200,3	1064,8	857,4	751,6	+93,8
Индекс Холла-Тайдмана	643,5	771,7	709,5	713,4	656,0	+12,5
в т.ч.:						
по строительному камню	2254,9	2079,6	2571,1	1582,0	2037,8	-217,1
по стеновым материалам	653,3	782,9	841,4	858,3	692,1	+38,8

Сегмент рынка, связанный с производством строительного камня напротив – высококонцентрированный. Таким образом, можно сказать о высоком уровне концентрации при производстве строительного камня – ситуации „жесткой” олигополии и об относительно конкурентной ситуации – „широкой” олигополии в сегменте стеновых материалов. Однако в условиях взаимосвязанности всех сегментов рынка, резкого доминирования крупных предприятия сегмента строительного камня, рынок в целом будет тяготеть к состоянию „жесткой” олигополии.

Результаты эмпирических исследований показывают [7], что высокая концентрация сама по себе не является достаточным основанием для наличия рыночной власти. Для оценки уровня рыночной власти принято применять подход, основанный на сравнении показателей монополизации реального рынка с идеальным рынком совершенной конкуренции. Чем больше цена, устанавливаемая фирмой отличается от предельных затрат, тем большую рыночную власть имеет предприятие и тем в больше несовершенство рынка. Результатом наличия рыночной власти у фирмы является прибыль. В этой связи подавляющее большинство показателей монопольной власти связывают с

показателем прибыльности деятельности фирмы и/или доходности капитала, применяемого фирмой.

Автором концепции воздействия концентрации на уровень рыночной власти является Бэйн Дж. [8], чьи эмпирические исследования показали, что в отраслях с высокой концентрацией производства средняя прибыль значительно больше, чем у низкоконцентрированных. В тоже время, другие экономисты проявляли большую осторожность в своих выводах. Так Ман М. [9, с. 300] считал, что более высокая концентрация соответствует большему по величине показателю рыночной власти только при наличии барьеров входа в рынок. Линдбергер Э. [10] указывал, что увеличение размеров предприятия, связанное с их желанием достичь минимально эффективного выпуска, приводит к усилению концентрации, но одновременно к уменьшению цен и падению уровня монопольной власти. Кроме того, по оценкам Сэлинджера М. [11] установлено, что деятельность мощных отраслевых профсоюзов, обладающих значительной властью на рынке труда, также приводит к перераспределению дохода в сторону работников, что понижает рыночную власть.

Для оценки силы предприятий сектора строительно-минерального сырья рассчитаем показатели монопольной власти. Их большинство явно или неявно оценивают или величину экономической прибыли, или разницу между ценой и предельными издержками.

Наиболее простой способ оценки рыночной власти дает коэффициент Бэйна, который позволяет рассчитать как среднеотраслевую норму экономической прибыли, так и ее величину по отдельной фирме. Он отражает совокупный эффект нескольких факторов, под воздействием которых дополнительная доходность инвестиций не уравнивается в долгосрочном периоде, что свидетельствует о наличии монопольной власти. Норма экономической прибыли на рынке строительно-минерального сырья превосходит нулевое значение и имеет существенную динамику к росту (рис. 1). В 2008 году коэффициент Бэйна превысил символическую величину 10%, что удостоверяет переход отраслевого ценообразования на новый качественный уровень – уровень высокодоходных отраслей экономики Украины. Это подразумевает наличие у горных предприятий дохода, который превышает необходимый минимум для расширенного воспроизводства и свидетельствует об усилении их рыночной власти.

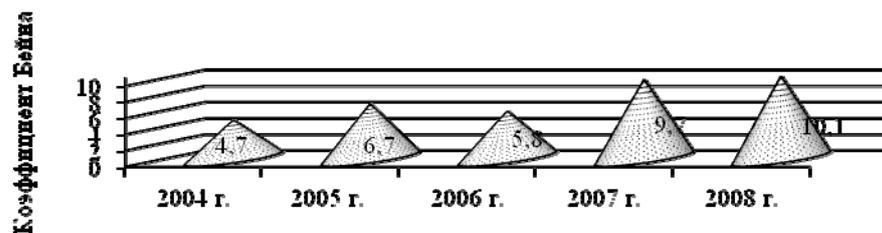


Рис. 1. Уровень коэффициента Бэйна на рынке строительно-минерального сырья в Крыму

Сложности, связанные с расчетом коэффициента Бейна, можно обойти при расчете коэффициента Тобина (q), при оценке которого используется рыночная стоимость активов. Однако, в связи с отсутствием информации о рыночной капитализации всех предприятий сектора строительного-минерального сырья и невозможности расчета восстановительной стоимости горных предприятий, отраслевая оценка q коэффициента может быть осуществлена только по отдельным предприятиям сектора. Прежде всего, это открытые акционерные общества, регулярно публикующие в открытой печати свою статистическую отчетность. Исследования Линденберга Э. и Степхена А.Р. [12] показали, что величина коэффициента Тобина остается довольно устойчивой во времени и его высокое значение характерно для фирм, производящих уникальный продукт или использующих уникальное сырье, то есть занимающих особое положение на рынке, что является типичным для горных предприятий сектора.

Открытое акционерное общество „Альминский завод строительных материалов” (АЗСМ), на основе которого проводился расчет, является средним горным предприятием и может рассматриваться как типичное предприятие сектора. Принимая во внимание все ранее сказанное можно отметить, что значение коэффициента Тобина в целом для сектора строительного-минерального сырья Крыма будет примерно соответствовать его значению по АЗСМ. Более достоверные отраслевые оценки величины q в условиях отсутствия развитого фондового рынка Украины в данный момент времени определить невозможно. Коэффициент Тобина для АЗСМ составляет 2,04, что в целом соответствует данным Линдберга Э. по американской промышленности в 80-е годы прошлого века. Полученное значение означает, что данное предприятие получает экономическую прибыль, и если потенциальные акционеры захотят поучаствовать в ее распределении, то должны покупать акции такой фирмы по более высокой цене, нежели реальная восстановительная стоимость активов.

Расчет других показателей монопольной власти (коэффициент Лернера, показатель согласованности ценовой политики фирм, коэффициент ценовой перекрестной эластичности спроса и условие входа на рынок) не связан с трудностями подсчета рентабельности и основан на оценке взаимосвязи цены и предельных затрат посредством эластичности спроса по цене.

Индекс Лернера способен показать не только силу взаимосвязи между показателями концентрации и монопольной властью, но и возможность ведения согласованной ценовой политики предприятиями отрасли, то есть наличие между ними картельного сговора. Проведенные расчеты абсолютных величин индекса Лернера как в целом по рынку строительного-минерального сырья, так и по его отдельным сегментам следует трактовать очень осторожно (табл. 2).

Динамика и неравномерность распределения индекса Лернера между продавцами на рынке свидетельствует о том, что несмотря на наличие возможностей у горных предприятий влияния на рыночную цену они не используют их в полную силу. Мало того прослеживается тенденция усиления

самостоятельности производители в проведении ценовой политики без оглядки на лидеров и менее значимых конкурентов сектора.

Таблица 2
Динамика индекса Лернера по рынку строительного-минерального сырья

Показатели	2006 г.	2007 г.	2008 г.	Отклонение п.п., +; –
Индекс Лернера в целом по рынку	0,070	0,071	0,040	-0,030
в т.ч.:				
по строительному камню	0,043	0,043	0,016	-0,027
по стеновым материалам	0,122	0,078	0,042	-0,080

Производители стеновых материалов в условиях меньшего уровня концентрации данного сегмента более внимательно отслеживали ценообразования конкурентов, нежели производители строительного камня – сегмента с более жесткой внутренней структурой. Данную тенденцию подтверждает рассчитанный в табл. 3 показатель согласованности ценовой политики (или показатель степени сговора).

Таблица 3
Динамика показателя степени сговора на рынке строительного-минерального сырья

Показатели	2006 г.	2007 г.	2008 г.	Отклонение п.п., +; –
Показатель сговора в целом по рынку	0,035	0,003	0,027	-0,008
в т.ч.:				
по строительному камню	0,161	0,005	0,009	-0,152
по стеновым материалам	0,008	0,002	0,034	+0,026

Низкий уровень показателя сговора констатирует, что значительный уровень монополизации рынка не приводит к картельному сговору горных предприятий. Незначительные возможности осуществления ценового сговора горными предприятиями по продаже продукции сектора подтверждаются значениями коэффициента ценовой перекрестной эластичности спроса. Относительно высокое (>1) значение коэффициента ценовой перекрестной эластичности спроса характеризует однородность рынка строительного-минерального сырья. Выпускаемая горными предприятиями сектора продукция в значительной степени взаимозаменяема. Следовательно, в этом случае на рынке имеет место большая вероятность того, что эти предприятия помешают друг другу завышать цены даже на неоднородные товары.

Тем не менее, рынок строительного-минерального сырья является весьма привлекательным для вложений капитала, так как обеспечивает высокую отдачу инвестиций. Особенно привлекательным для вложений является сегмент строительного камня, по которому значение показателей условий входа фирм на рынок в анализируемом периоде росло особенно интенсивно (табл. 4). Падение этого показателя в 2008 году не изменило общей картины этого процесса. Рост

**ВЗАИМОСВЯЗЬ УРОВНЯ КОНЦЕНТРАЦИИ, ВЫСОТЫ БАРЬЕРОВ ВХОДА И
МОНОПОЛЬНОЙ ВЛАСТИ НА ЛОКАЛЬНОМ РЫНКЕ**

данного показателя, правда, не столь сильный, наблюдался в сегменте строительного камня, что характеризует и его привлекательность. Поэтому вход на рынок строительного-минерального сырья для новых компаний потенциально привлекателен.

Таблица 4

Динамика показателя изменений условий выхода на рынок
строительно-минерального сырья в Крыму

Условия входа на рынок строительно-минерального сырья	Годы					Отклонение п.п., +; –
	2004	2005	2006	2007	2008	
По сегменту камня строительного	0,306	0,369	0,491	0,574	0,312	+0,024
По сегменту стеновых материалов	0,0	0,362	0,545	0,243	0,070	+0,007
В целом по рынку	0,194	0,232	0,288	0,393	0,218	+0,070

В целом горные предприятия сектора, так как цена превышает средние издержки производства, максимизируют экономическую прибыль. Но на рынке не прослеживается кооперированное поведение его основных субъектов, поэтому может быть охарактеризован как „широкая” олигополия, где доминирующие предприятия, назначающие цену, действуют на основе моделей ценовой олигополии Бертрана [13] и Эджуорта [14]. Ценовая конкуренция олигополий на рынке минерального сырья ограничена ориентацией горных предприятий на долгосрочные цели, дифференциацией на несколько не в полной мере идентичных сегмента рынка и ограниченностью производственных мощностей предприятий.

Усиление монопольной власти в секторе происходит при практически неизменном уровне концентрации производства. Это указывает на значительное воздействие высокого и продолжающего расти уровня барьеров входа в рынок. Структура рынка строительного-минерального сырья является, в основном, экзогенным фактором, и при отсутствии барьеров рынок может стать конкурентным. Барьеры рынка строительного-минерального сырья могут быть классифицированы в соответствии с принципом целевой направленности [15], на: рыночные, стратегические и административные группы (рис. 2)

Основные типы барьеров входа в рынок могут быть охарактеризованы как барьеры административные, не зависящие от сознательных или бессознательных действий фирм, прежде всего, это существование лицензионной системы. В тоже время структура рынка может быть подвержена влиянию в связи с потенциальным наличием в секторе эффекта масштаба, избыточности производственных мощностей [16, с. 223], а также незначительными различиями в уровнях цены строительного-минерального сырья и затрат на его транспортировку.

Более низкими барьерами являются диверсификация деятельности горного предприятия, динамика и эластичность спроса на продукцию сектора

строительно-минерального сырья. К самым слабым, но потенциально значимым барьерам можно отнести стратегическое ценообразование и международную конкуренцию.

Анализ сил, сдерживающих вход в сектор добычи строительно-минерального сырья новых фирм, осуществленный на основе расчета показателей уровня барьеров входа – выхода засвидетельствовал (табл. 5), что имеются важные ограничители, которые значимо снижают возможности такого входа. Если показатели изменения численности горных предприятий имеют значительную величину (до 22% их общей численности), что свидетельствует о потенциальной возможности выхода на данный рынок новых компаний, то показатель увеличения объема производства за счет новых фирм (норма проникновения) растет незначительно (до 7%). Это доказывает, что вновь образованные фирмы не оказывают серьезного влияния на уровень производства в секторе.



Рис. 2. Классификация барьеров рынка строительно-минерального сырья

Средние за анализируемый период времени показатели входа–выхода существенно ниже предельных их значений по ряду периодов. Кроме того, коэффициент выживаемости, свидетельствующий о возможностях закрепления новых фирм в секторе, значимо колеблется (от 1,0 до 0,625), что говорит о небольшом закреплении новых горных предприятий на данном рынке.

Основной вывод состоит в том, что только при достаточно высоких барьерах входа в рынок концентрация продавцов сможет реализоваться в монопольную

**ВЗАИМОСВЯЗЬ УРОВНЯ КОНЦЕНТРАЦИИ, ВЫСОТЫ БАРЬЕРОВ ВХОДА И
МОНОПОЛЬНОЙ ВЛАСТИ НА ЛОКАЛЬНОМ РЫНКЕ**

власть. Это и наблюдается в сегменте строительного камня, который является основным фактором монополизации рынка в целом. Сегмент стеновых материалов монополизирован в меньшей мере, но так как в своей ценовой политике он ориентируется на сегмент строительного камня, то тоже потенциально может устанавливать монопольно высокие цены на свою продукцию.

Таблица 5

Динамика уровня барьеров рынка строительно-минерального сырья, %

Показатели уровня барьеров	Годы					Отклонение п.п., +; -
	2004	2005	2006	2007	2008	
Норма входа, %	15,4	4,4	12,2	20,4	13,2	-2,2
Норма проникновения, %	5,3	0,3	5,3	6,9	1,4	-3,9
Норма выхода, %	3,8	20,0	22,0	4,1	5,7	+1,9
Коэффициент выживаемости	0,625	1,0	0,8	0,9	0,714	+0,089

Показатели эффективности работы горных предприятий сектора (табл. 6) свидетельствуют о высоком уровне их прибыльности и доходности, правда, заметно снизившихся в предкризисный 2008 г. Выручка и валовая прибыль росли за счет ускоренного роста цен при опережающих темпах повышения уровня операционных затрат.

Таблица 6

Динамика показателей эффективности горных предприятий сектора по добыче
строительно-минерального сырья в Крыму, тыс. грн.

Показники	Роки				2008 р. в %% к 2005 р.
	2005	2006	2007	2008	
Виручка від реалізації	153478,7	112719,6	228254,9	348048,3	226,8
Валовий прибуток	39179,32	36717,77	66325,27	69715,91	177,9
Рентабельність виробництва, %	34,3	48,3	41,0	25,0	-9,2 п.п.

Оценка рентабельности операционной деятельности горных предприятий в среднем по данному сектору Крыма свидетельствуют об их значительной величине (25,0%), которая превышает среднеотраслевые значения по промышленности Крыма на 21,9 п.п. [17, с. 41]. В тоже время конфигурация кривой Лоренца (рис. 3а), показывающая распределение прибыли по предприятиям сектора, свидетельствует о высокой степени неравномерности полученных финансовых результатов, которая по величине значительно больше, чем распределение объемов их валового производства (рис. 3б).

Результаты могут быть несколько искажены, так как общие данные по прибыли не включают финансовые результаты трех убыточных горных предприятия сектора строительно-минерального сырья в 2008 году. Но с их включением результаты неравномерности по прибыли предприятий сектора

будут еще сильнее. Об этом свидетельствует уровень коэффициента Джини по 2008 году, который для распределения валового производства предприятиями сектора равен 84,7%, по распределению прибыли без учета влияния трех убыточных горных предприятия – 86,9%, а при учете их воздействия – 88,9%. Нужно отметить, что убыточными в 2008 году были горные предприятия, относимые как к группе самых крупных по сектору – 1410,7 тыс. грн., средних – 82,2 тыс. грн., так и мелких горных предприятий – 2,2 тыс. грн. На нулевой уровень прибыльности вышло среднее предприятие – ОАО „Альминский ЗСМ”. Это указывает о случайности получения отрицательного финансового результата относительно размеров производства и больше относимого к негативной работе их менеджмента.

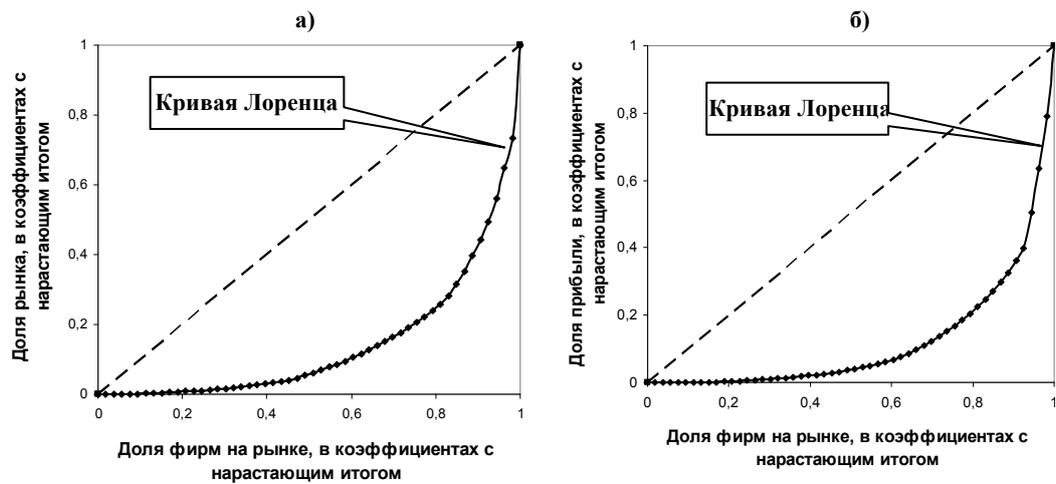


Рис. 3. Кривая Лоренца по долям прибыли (а) и по долям валового производства (б) на рынке строительно-минерального сырья в Крыму

Позитивный финансовый результат в 2008 году по сектору строительно-минерального сырья имели подавляющее число горных предприятий (92,5%). Максимальную массу прибыли получили крупнейшие предприятия (3,8%) сектора, величина которой превышала 10 млн. грн. Их доля в общей массы прибыли составила 37,1%. Четырнадцать (26,4%) средних предприятий получили прибыль от 1,0 до 10,0 млн. грн. Их доля в общей массы прибыли составила 52,6%. Двадцать четыре (45,3%) средних и малых предприятий заработали прибыли от 100 тыс. грн. до 1,0 млн. Их доля в общей массы прибыли составила 11,9%. У девяти (17,0%) малых предприятий прибыль составила менее 100 тыс. грн. Их доля в общей массы прибыли – 0,5%. Таким образом, подавляющую часть прибыли (почти 90%) в секторе получили крупные и средние предприятия, составляющие только 30,2% от их численности. Однако если рассматривать показатели рентабельности операционной деятельности, то ситуация – иная. Во все анализируемые группы предприятий по уровню

ВЗАИМОСВЯЗЬ УРОВНЯ КОНЦЕНТРАЦИИ, ВЫСОТЫ БАРЬЕРОВ ВХОДА И МОНОПОЛЬНОЙ ВЛАСТИ НА ЛОКАЛЬНОМ РЫНКЕ

доходности (высокодоходные, средние по доходности, с доходностью ниже среднего, низкодоходные, убыточные) включаются различные предприятия по размеру производства.

Выводы.

Согласно проведенным исследованиям, по показателю убыточности, и по уровню доходности в секторе строительно-минерального сырья не просматривается эффект масштаба. Следовательно, излишняя доходность в секторе (превышение рентабельности над ее среднеотраслевой величиной в целом по Крыму) является следствием низких рыночных барьеров, при высоких стратегических и административных барьерах входа в сектор. В результате мы не имеем свободного перелива капитала между отраслями, закрытость сектора строительно-минерального сырья, наличие у предприятий сектора рыночной власти и возможность получения ими монопольной прибыли. Такие же тенденции характерны для иных годов исследуемого периода.

Монопольная власть присуща лишь тем рынкам, структуры которых обладают необходимым сочетанием характеристик. Просматривается прямая зависимость между экономической властью, уровнем концентрации дифференцированных производств и высотой барьеров входа в них.

Более глубокая сегментация локальных рынков способствует более точному учету уровня концентрации производства, так как диверсифицированный производитель более свободен в плане манипуляции и объемам производства, и ценами. Это происходит за счет большей устойчивости диверсифицированной фирмы, ее способности вести конкурентную борьбу дольше и более жесткими методами.

Барьеры для входа на рынок и выхода с рынка строительно-минерального сырья являются основными характеристиками его структуры. Это такие факторы объективного или субъективного плана, из-за которых новым фирмам трудно, а подчас и невыполнимо начать свое дело в данном секторе экономики. Благодаря им фирмы, уже функционирующие на рынке строительно-минерального сырья, могут практически не бояться конкуренции, в результате чего этот рынок становится рынком несовершенной конкуренции.

Именно наличие барьеров для входа (выхода) в сочетании с достаточно высоким уровнем концентрации производителей дает возможность фирмам данного рынка повышать цены выше предельных доходов и получать экономическую прибыль не только в краткосрочном, но и в долгосрочном периоде. Все это обуславливает потенциальную возможность формирования квазиконкурентного рынка строительно-минерального сырья и наличие потенциала рыночной власти работающих на нем фирм. В других сферах, где барьеры для входа не столь существенны или слабы, фирмы даже при высокой степени концентрации (квазимонопольные рынки) вынуждены подчиняться конкурентному поведению из-за возможной или реальной угрозы появления новых фирм. Поэтому простой рост концентрации в недифференцированных рынках не представляет потенциальной опасности для потребителей, и скорее

будет способствовать росту конкурентоспособности и эффективности производителя.

Список литературы

1. Меньшиков С. Олигархическая экономика и ее последствия / С. Меньшиков // Проблемы теории и практики управления. – 2004. – №6. – С. 23-30.
2. Архангельский Ю. Есть ли вред от монополии и польза от конкуренции: так ли все просто? / Ю Архангельский. // Экономика Украины. – 2006. – №11. – С. 62-69.
3. Chamberlin E. Measuring the Degree of Monopoly and Competition / Monopoly and Competition and Their Regulation / Ed. by E. Chamberlin. – London, 1954.
4. Розанова Н. Подходы к классификации рыночных структур в экономике России / С. Авдашева, Н. Розанова // Вопросы экономики. – 1997. – № 6.
5. Тироль Ж. Рынки и рыночная власть: теория организации промышленности [в 2 т.]. / Ж. Тироль. – СПб.: Экон. шк., 2000.
6. Закон України Об захист економічної конкуренції / Верховна Рада України // Відомості Верховної Ради України. – 2001. – № 12. – С. 12.
7. Ергин С.М. Уровень концентрации производства в секторе добычи строительно-минерального сырья / С. М. Ергин. // Ученые записки ТНУ им. В.И. Вернадского. Серия: Экономика и управление. – 2010. – Т. 23 (62). № 1. – С. 58-67.
8. Bain J.S. Industrial Organization, 2nd edn. / Bain J. – New York: John Wiley, 1968.
9. Mann M. Seller concentration, barriers to entry and rate of return in thirty industries, 1950-1960 / M. Mann // Rev. Econ. Statist. – 1966. – Vol. 48. – P. 300.
10. Lindenberg E. Tobin's q Ratio and Industrial Organization / E. Lindenberg, A.R. Stephen // Journal of Business. – 1981. – № 54. – P. 1-32.
11. Salinger M.A. Tobin's q, Unionization, and the Concentration-Profits Relationship / M.A. Salinger // The Rand Journal of Economics. – 1984. – № 15. – P. 159-170.
12. Lindenberg E. Tobin's q Ratio and Industrial Organization / E Lindenberg., A.R. Stephen // Journal of Business. –1981. – № 54. – P. 1-32.
- 13 Гальперин В.М. Микроэкономика: Т. 2 / В.М Гальперин., С.М. Игнатьев., В.И. Моргунов; [общ. Ред. В.М. Гальперина. – СПб.: Экономическая школа, 1999. – С. 201-206.
14. Чемберлин Э.Х. Теория монополистической конкуренции. Реориентация теории стоимости; [пер. с англ. Э.Г. Лейкина и Л.Я. Розовского] / Э.Х. Чемберлин; под ред. О.Я. Ольсевича. – М.: Изд-во иностранной литературы, 1959. – С. 70-81.
15. Єрґін С.М. Визначення бар'єрів ринку і відповідних їм організаційних монополізованих структур / С.М. Єрґін, А.Є. Савенко // Теорії мікро-макроекономіки: [збірник наукових праць Академії муніципального управління]. – Випуск 33. – К. – 2009. С. 71-79.
16. Єрґін С.М. Висота бар'єрів на ринку будівельно-мінеральної сировини в Криму / С.М. Єрґін., А.С. Єрґіна. // Науковий вісник. Одеський державний економічний університет. Науки: економіка, політологія, історія. – 2011. – № 81 (143). – С. 220-232.
17. Статистичний щорічник Автономної Республіки Крим за 2009 рік [за редакцією О.І. Пітюренко] – Сімферополь: Головне управління статистики в Автономній Республіці Крим, 2009. – С. 41.

Поступила в редакцію 01.12.2011 г.

Наливайченко С.П. Взаємозв'язок рівня концентрації, висоти бар'єрів входу і монопольної влади на локальному ринку / С.П. Наливайченко, С.М. Єрґін // Учені записки ТНУ. Серія: Економіка та управління. – 2011. – Т. 24 (63), № 4. – С. 207-219.

В статті розглянуто вплив рівня концентрації виробництва, висоти бар'єрів входу і економічного прибутку на ринкову силу економічних суб'єктів локального ринку. Як об'єкт дослідження обрано типовий для локального ринку Криму – ринок будівельно-мінеральної сировини. Встановлено, що сама по собі концентрація виробництва не є причиною монополізації ринку. Найважливішими чинниками цього процесу є: глибина диференціації ринку і висота бар'єрів входу.

Ключові слова: локальний ринок, ринкова сила, рівня концентрації виробництва, диференціації ринку, висоти бар'єрів входу, монополізація ринку, економічний прибуток.

Nalyvaichenko S.P. Interconnection between the level of concentration, the height of barriers to entry and monopoly power in the local market / Nalyvaichenko S.P., Yergin S.M. // Uchenye zapiski TNU. Series: Economy and management. – 2011. – Vol. 24 (63), № 4. – P. 207-219.

Summary: The impact of the level of concentration, the height of entry barriers and the economic return on the marketing power of economic actors of the local market was examined. The object of investigation was typical for the local market of the Crimea – the market of construction and mineral resources. It is established that the mere concentration of production is not the cause of monopolization of the market. The most important factors in this process are: the depth of market differentiation and the height of entry barriers.

Keywords: local market, market power, the level of concentration of production and differentiation of the market, high entry barriers, market monopolization, economic profit.

УДК 338.439.001.18(477.75)

ПРОГНОЗ ПОТРЕБНОСТИ АР КРЫМ В ЗЕРНЕ ДЛЯ ПРОИЗВОДСТВА ХЛЕБОБУЛОЧНОЙ ПРОДУКЦИИ В 2015 ГОДУ

Онищенко К.Н.

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

В статье на основе норматива потребления осуществлено прогнозирование потребности в зерне для полного удовлетворения потребностей в хлебобулочной продукции населения АР Крым и приезжающих на отдых рекреантов в 2015 году.

Ключевые слова: планирование аграрного производства, потребность в хлебобулочной продукции, норма потребления, численность населения.

Постановка проблемы. Производство зерна имеет особенное значение в мировой экономике, так как уровень его производства определяет условия поддержания жизнедеятельности общества, продовольственную безопасность государства и стабильное функционирование аграрного рынка. Зерно и получаемые из него продукты питания по сравнению с другими пищевыми продуктами наиболее дешевые. Все это исторически определило значение и место зерна и продуктов его переработки в питании – они стали продуктами массового и повседневного потребления человека. «Непосредственно за счет продуктов переработки зерна (хлеб, мука, крупы) обеспечивается около 40% общей калорийности питания, почти 50% потребности в белках, 60% потребности в углеводах» [4]. Значение производства зерна не ограничивается только обеспечением потребностей людей в продуктах питания, оно существенно влияет на занятость населения и эффективность всего национального производства.

Если выделять, например, экономическую роль производства зерна в Автономной Республике Крым, то ее нельзя сводить только к тому, что доля зерновых в стоимости продукции сельского хозяйства составляет около 30%, а в стоимости всей продукции региона около – 2,5 %. Речь идет о том, что именно эти проценты составляют главный продукт человеческого питания – хлеб.

Производство зерна на уровне достаточном для внутренних потребностей и экспорта является главной задачей государства.

Целью статьи является прогнозирование потребности в зерне для обеспечения населения Автономной Республики Крым и рекреантов хлебобулочной продукцией в 2015 году.

Анализ исследований и публикаций. Теоретические и методологические аспекты планирования аграрного производства освещены в научных трудах отечественных и зарубежных ученых: Ансоффа И., Гееца В.М., Данилишина Б.М., Макаренко П.Н., Мессель-Веселяка В.Я., Саблука П.Т. и др.

Среди работ по моделированию экономических взаимоотношений предприятий по производству зерна особого внимания заслуживает работа Борисова М.Ю. [1], в которой на основе существующей тенденции роста цен на

**ПРОГНОЗ ПОТРЕБНОСТИ АР КРЫМ В ЗЕРНЕ ДЛЯ ПРОИЗВОДСТВА
ХЛЕБОБУЛОЧНОЙ ПРОДУКЦИИ В 2015 ГОДУ**

зерно разработаны модели роста объемов рынка зерна России, в частности, модель перспективной цены на зерно.

Осканов А.Б. в своей работе [2] сделал попытку разработать методику использования моделей и информационных технологий для анализа основных направлений совершенствования государственного регулирования зернового рынка, а также рекомендации по стимулированию интеграционных процессов в зерновом хозяйстве, совершенствованию инфраструктуры, финансовых инструментов и информационных технологий регулирования зернового рынка.

Понькина Е.В., Маничева А.С. [3] в работе по имитационному моделированию проводят анализ рынка зерна, описываемого с помощью статической рассредоточенной, мультиагентной имитационной модели, в которой исследуется состояние равновесия на рынке при различных климатических условиях.

Таким образом, исследователи даже в условиях существенной зависимости результатов сельскохозяйственного производства от погодно-климатических условий обосновывают модели, с помощью которых можно прогнозировать как производство конкретного вида сельскохозяйственной продукции, так и потребность в ней.

Основные результаты исследования. Целевой функцией моделирования потребности АР Крым в зерне является полное удовлетворения спроса региона в хлебобулочных изделиях и других продуктах (кондитерские изделия, макароны, крупы), при условии, что производимая продукция будет соответствовать покупательной способности жителей региона, включая тех, кто получает низкие пенсии и небольшую зарплату. Иначе говоря, цены половины хлебобулочных продуктов должны регулироваться государственными органами, обеспечивая статус государства с социально-ориентированной рыночной экономикой.

Оценка спроса на хлебобулочные изделия определяется численностью населения и средней нормой потребления этой продукции. Естественно, что построение модели следует связать с прогнозом на 2015 год.

В Автономной Республике Крым имеет место (также как и по всей Украине) тенденция сокращения численности населения (рис. 1). За период с 2000 до 2005 год население Крыма уменьшилось на 63 тыс. человек, с 2005 по 2010 годы еще на 17 тыс. человек. И, опираясь на сложившийся тренд, можно предвидеть уменьшение численности населения в следующее пятилетие на 5,7 тыс. человек. Этот прогноз подтверждается также снизившимся превышением смертности над рождаемостью в Крыму, то есть природное уменьшение с 13,8 (2000 г.) до 5,0 (2009 г.) тыс. человек. Таким образом, норматив для расчета потребности на 2015 год составляет 1951 тыс. человек.

Особенностью АР Крым является и то обстоятельство, что на его территорию на отдых приезжает до 5 млн. человек ежегодно. Естественно, что рекреантов надо кормить и поэтому хлебопекарные предприятия должны рассчитывать свое производство ежемесячно (рис. 2).

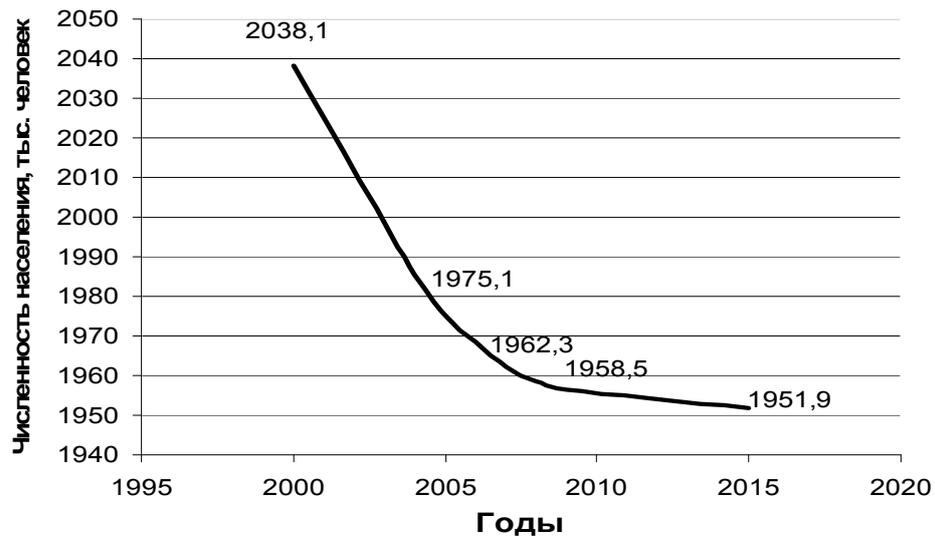


Рис. 1. Динамика численности постоянного населения АР Крым за период с 2000-2010 гг. и ее прогноз на 2015 г.

Учитывая помесечную динамику численности населения АР Крым с учетом приезжающих на отдых рекреантов следует вывод о том, что предприятия хлебопекарной промышленности должны производить хлебобулочной продукции в июне – августе на 2,8 млн. человек, в то время как в декабре – январе только на 2 млн. человек. Следовательно, в проекте должна быть учтена неравномерность производства и необходимость в летний период увеличить его в 1,4 раза.

Данные о производстве продукции в расчете на одного человека можно получить, используя официальные статистические данные, публикуемые в сборниках (табл. 1).

Данные таблицы 1 свидетельствуют, что в АР Крым производилось хлебобулочных изделий в 2010 году всего 31,2 кг на одного человека в год или 85,4 граммов в день. Но в Ленинграде в период военной блокады (1941-1944 гг.) минимальная норма выдачи хлеба составляла 125 г! Важно отметить, что в том же статистическом справочнике указывается, что месячный рацион крымчанина составлял в 2000 году 11,6 кг хлеба (132,1 кг в год), в 2009 году – 9,5 кг (114 кг в год), а в 2010 году – 9,3 кг (111,6 кг в год) [5, с.382]. Поэтому, доверять этим цифрам нельзя, тем более, если проанализировать производство муки, то из нее можно выпечь в расчете на одного человека в день 377 грамм хлебобулочных изделий, что ближе к нормативу. Поэтому следует предусмотреть такой норматив, который отражает физиологические потребности человека. Для наших расчетов примем 100 кг в год. Это означает, что потребности жителей Крыма и приезжающих на отдых следует соизмерить величиной от 205 тыс. т до 280 тыс. т хлебобулочных изделий в месяц или 236 858 т в год. Зная потребность в хлебобулочных изделиях легко определить потребность в муке, из которой они будут изготовлены и, затем, потребность в зерне, которое пойдет на производство

**ПРОГНОЗ ПОТРЕБНОСТИ АР КРЫМ В ЗЕРНЕ ДЛЯ ПРОИЗВОДСТВА
ХЛЕБОБУЛОЧНОЙ ПРОДУКЦИИ В 2015 ГОДУ**

необходимого количества муки. Таким образом, можно построить модель как заказ на изготовление всей цепочки: хлеб – мука – зерно (рис. 3).

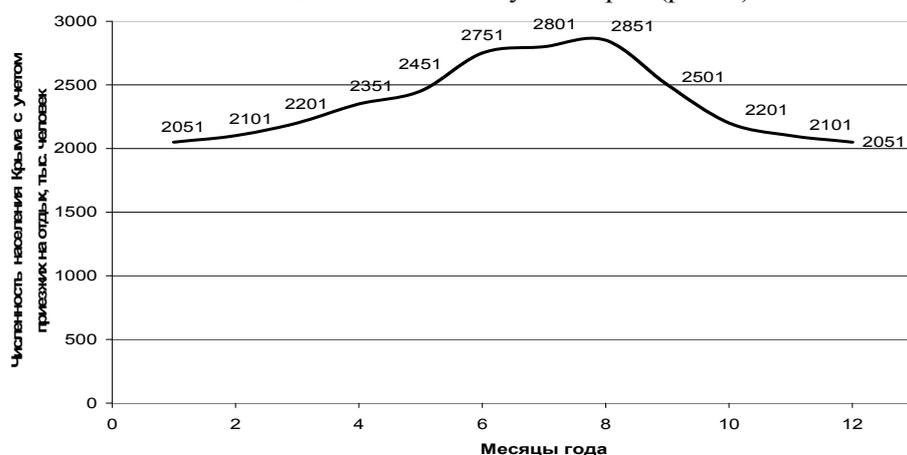


Рис. 2. Динамика численности населения АР Крым вместе с приезжающими на отдых рекреантами

Таблица 1
Производство основных видов продукции пищевой промышленности
АР Крым на одного человека в год, (кг)

Вид продукции	Годы					
	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Мука	66,2	65,7	77,7	86,1	81,7	73,7
Крупы	3,8	8,9	14,7	15,8	13,3	19,0
Хлебобулочные изделия	40,7	37,2	36,2	35,4	33,2	31,2
Макаронны	5,9	6,1	6,1	6,6	5,9	5,5

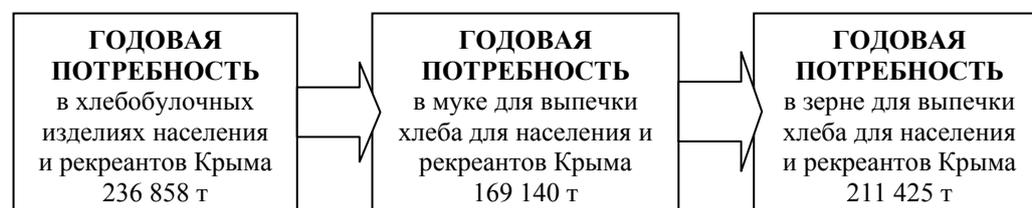


Рис. 3. Расчет потребности зерна и муки для производства хлебобулочных изделий для жителей АР Крым и приезжающих на отдых (на 2015 г.)

Величина годовой потребности в хлебобулочных изделиях на уровне 236,85 тыс. т определена как средневзвешенная по всем 12 месяцам с учетом удовлетворения потребности приезжающих на отдых. Но если из 100 кг норматива только 33,2 кг производят хлебопекарные предприятия, то 67,8 кг хлебобулочных изделий поставляет на рынок те предприятия, которые статистически не учитываются, возможно, предприятия «теневое рынка». Это значит, что в осуществленном прогнозе участвуют все производители

хлебобулочных изделий, причем две трети из них, хотя и включены в состав производителей, но управлять этими предприятиями практически невозможно.

Выводы. При планировании потребности в хлебобулочных изделиях нельзя основываться на статистических данных о производстве этой продукции, поскольку они существенно ниже биологической нормы потребления. Поэтому в расчетах использовался показатель потребления близкий к биологической норме. Кроме этого учтено сокращение численности постоянного населения АР Крым. На этой основе обоснован прогноз потребности в зерне для полного удовлетворения потребностей населения АРК и приезжающих на отдых рекреантов в хлебобулочной продукции в 2015 г.

Результаты проведенного исследования могут быть использованы в дальнейшем для прогнозирования направлений использования урожая зерна в 2015 году, в частности, какая его часть пойдет на производство муки для выпечки хлеба и выпуск макаронной продукции, сколько пойдет зерна для создания государственного резерва продовольствия, и какую часть урожая можно экспортировать для пополнения валютных резервов государства.

Список литературы

1. Борисов М.Ю. Обоснование прогнозных сценариев развития рынка зерна: автореф. дис. на соискание уч. степени доктора эк. наук: спец. 08.00.05 «Экономика и управление народным хозяйством» / М.Ю. Борисов. – Москва, 2009 – 33 с.
2. Осканов А.Б. Экономико-математическое моделирование государственного регулирования рынка зерна: автореф. дис. на соискание уч. степени канд. эк. наук: спец. 08.00.13 «Экономико-математические методы» / А.Б. Осканов. – Москва, 1999. – 20 с.
3. Понькина Е. В. Имитационное моделирование рассредоточенного мультиагентного рынка зерна / Е.В. Понькина, А.С. Маничева // Вестник Новосибирского государственного университета. Серия: Информационные технологии. – 2010. – Т. 8, № 2. – С. 54-64.
4. Сельскохозяйственная энциклопедия: в 6 т. / [сост. Лобанов П.П.; ред. Мацкевич В.В.]. – Москва: Сов. Энциклопедия, 1974. – Т. 5: Природа. – 1974. – 1120 с.
5. Статистичний щорічник Автономної Республіки Крим за 2010 рік / За ред. Пітюренко О.І. – Сімферополь : Головне управління статистики АРК, 2011. – 551 с.

Поступила в редакцію 01.12.2011 г.

Онищенко К.М. Прогноз потреби АР Крим в зерні для виробництва хлібобулочної продукції у 2015 році / К.М. Онищенко // Учені записки ТНУ. Серія: Економіка та управління. – 2011. – Т. 24 (63), № 4. – С. 220-224.

У статті на засаді нормативу споживання здійснено прогнозування потреби зерна у 2015 році для повного задоволення потреб населення АР Крим і рекреантів, що приїжджають на відпочинок, в хлібобулочній продукції.

Ключові слова: планування аграрного виробництва, потреба в хлібобулочній продукції, норма споживання, чисельність населення.

Onischenko K. Forecast prognosis of necessity in grain for bakery goods production in the Autonomous Republic of Crimea in 2015 / K. Onischenko // Uchenye zapiski TNU. Series: Economy and management. – 2011. – Vol. 24 (63), № 4. – P. 220-224.

In the article, on the basis of consumption norms, the forecast of necessity of grain needs is carried out for complete satisfaction in bakery products the population of the Autonomous Republic of Crimea and the holiday-makers in 2015.

Keywords: agrarian production planning, requirement in bakery products, consumption norms, population.

УДК 332:338.242.2

ОБЕСПЕЧЕНИЕ ОПЕРЕЖАЮЩЕГО РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ НА ОСНОВЕ УСИЛЕНИЯ ЕЕ ИННОВАЦИОННОЙ КОМПОНЕНТЫ

Подсолонко В.А., Подсолонко Е.А., Осипова С.С.

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

Рассмотрены основные направления обеспечения опережающего развития экономики на основе усиления ее инновационной компоненты. Проанализированы факторы, влияющие на уровень развития экономики регионов Украины. Предложены механизмы инновационного обновления основных фондов, организационно-экономические рычаги привлечения инвестиций, обеспечивающих опережение темпов инновационного обновления основных фондов над темпами износа существующих основных средств.

Ключевые слова: опережающее развитие экономики, экономическое и социальное развитие, инновационная компонента.

Постановка проблемы в общем виде. Работы по опережающей стандартизации сырья, материалов, комплектующих изделий, разрабатываемых технологических процессов и готовой продукции и по поэтапному достижению этих стандартов проводились в Украине еще в 80-е годы прошлого столетия [1]. Эти годы централизованного управления экономикой не приносили больших результатов в развитии экономик регионов, отраслей и предприятий. В 90-е годы XXI века свободная от излишней централизации в управлении экономикой Украина могла обеспечить ускорение в экономическом и социальном развитии. Индексы физического объема валового внутреннего продукта (ВВП), снизившиеся в 1998 и 1999 гг. до 41% от уровня 1990 г., и достигшие в 2008 г. уровня 1993 г. (74% от 1990 г.), а в 2009 г. – середины 1994 г. (63% от 1990 г.), свидетельствуют о том, что этого не произошло [2, с. 28]. Украина, опережавшая в 1990 г. по выработке ВВП на душу населения по паритету покупательной способности Болгарию, Румынию, Турцию на 8% в 2000 г. отставала от них почти вдвое, и в 2008 г. это разница сохранилась. Если в 1990 г. по этому показателю Украина и Польша были соизмеримы, то в 2000 г. отставание от Польши было в 3,2 раза, а в 2008 г. сократилось до 2,4 раза [3, с. 553, 554]. С более сильными в социально-экономическом развитии странами Европы, очевидно, нет смысла сравнивать Украину. Кризис в развитии экономики Украины уменьшается очень вяло при сложившейся в стране структуре государственного управления и местного самоуправления. Попытка обособить государственное управление от управления экономикой, формирующейся на реальных предприятиях, в практике, в науке и образовании привела к современному состоянию социально-экономического развития страны и почти последнему месту по приведенному выше показателю среди всех стран Европы.

Опыт более чем двадцатилетней политической и экономической самостоятельности в развитии Украины продемонстрировал низкую результативность системы управления в сравнении даже с самыми слабыми в экономическом отношении государствами Европы. Поэтому возникает необходимость поиска направлений развития экономики, обеспечивающих опережающее развитие экономики на основе усиления ее инновационной

компоненты и минимально зависимых от управляющих структур страны и регионов.

Анализ последних данных и статистики. Приращение в развитии экономики во многом обеспечивается инновациями в технике и технологиях. Любое развитие науки и техники должно адекватно отражаться в соответствующем росте результатов социально-экономического развития [2, с. 46, 165]. На основе сравнения темпов роста объемов научно-технических работ (НТР) и валового регионального продукта (ВРП) можно вычислить коэффициент их адекватности или результативности НТР в ВРП.

Анализ динамики изменения объемов научно-технических работ с 2000 по 2009 гг. показал неравномерность темпов роста этих объемов. Прирост по Украине составлял от 10% в 2002 г. до 33% в 2003 г., упав до 1,3% в 2009 г. Аналогично в АР Крым в 2001 г. прирост составлял 53%, а в 2002 г. – всего лишь 9,4%, как и в 2008 г. – до минус 2,7%. Анализ темпов роста и прироста для большей его результативности должен дополняться сравнением значимости этих объемов в формировании конечного результата развития экономики. Например, в 2000 г. величина объема НТР в процентах от ВРП в Украине составляла 1,43%, уменьшившись в 2008 г. до 0,9%, соответственно, в АР Крым – 0,62% и 0,53%. Здесь, естественно, возникает вопрос о правомерности ожиданий влияния столь малых величин НТР на изменение показателей роста ВРП. Анализ табличных данных сравнения динамики этих показателей и их взаимодействия не дает ответа на этот вопрос, даже при расчете коэффициентов адекватности темпов роста ВРП темпам роста НТР (как отношение этих темпов, измеряемое в долях единицы). Однако визуализация этих коэффициентов в динамике по годам и их сравнение с количественными значениями НТР в процентах от ВРП в эти же годы позволяет увидеть практически полное отсутствие связи между ними.

На примере отдельного региона – АР Крым, четко видно что соотношение темпов роста ВРП и НТР, измеряемое в долях единицы, увеличивается в динамике на фоне небольших колебаний и постоянного снижения в последние 4 года величины НТР в сравнении с ВРП. В целом по Украине эта закономерность проявляется не так явно, поскольку в ней могут отражаться структурные сдвиги всех остальных регионов страны. Однако столь малые величины объемов НТР в сравнении с ВРП (менее 1%) привели к парадоксальному выводу: чем меньше величины НТР, тем больше отдача экономики, тем выше ВРП. Это – абсурд, требующий устранения при управлении экономикой.

Цели исследования. Главной целью исследования является выявление показателей и составляющих организационно-экономического механизма, позволяющего увеличивать объемы научно-технических работ на предприятиях, обеспечивающих развитие их экономики на уровне мировых стандартов. Достижение такой цели будет способствовать ускорению темпов развития экономики конкретных предприятий и постепенному продвижению экономики Украины из самых отсталых стран Европы в группу передовых ее стран.

Изложение основного материала и результатов исследования. Анализ и оценку состояния экономики можно выполнить системно, выявляя роль научно-технического аспекта. Учитывая важность уровня социально-экономического развития каждого региона для формирования конечных результатов в экономике всей страны, выполним исследование на примере АР Крым.

Уровень развития экономики в регионах измеряют в величине валового регионального продукта (ВРП) в расчете на одного человека. В АР Крым его

величина в 2008 г. составила 13898 грн. в сравнении со средним показателем по Украине – 20495 грн. (67,8%), с лучшим из регионов – Днепропетровской областью – 30918 грн. (45%), с худшим – Тернопольской областью 9688 грн. (143,5%). Наивысший показатель по Украине – в г. Киеве – составил 61592 грн. (22,6%), [2, с. 47]. Среди 25 регионов Украины без учета городов Киев и Севастополь АР Крым по этому показателю занимает 12 место, что позволяет утверждать, что полученные по региону результаты исследования будут характерны для регионов, имеющих 20-30% разницу в этом показателе. В этот коридор входят все 13 регионов, имеющих худший результат, чем в АР Крым, и еще 4 региона с лучшими результатами, то есть – всего 18 регионов из 25.

Конечные результаты в экономике в виде услуг и продукции по количественным, качественным и потребительским характеристикам зависят, с одной стороны, от объемов и начального уровня совершенства исходных ресурсов, одновременно являющихся факторами производства (труд, земля, капитал), а с другой стороны – от степени инновационности технологий, используемых для преобразования исходных ресурсов в конечную продукцию.

Человеческий ресурс, как правило, служит основой функционирования и развития экономики. В Украине и в АР Крым происходит интенсивное уменьшение численности населения и соответственно – человеческого ресурса. За последнее десятилетие в Украине численность населения уменьшилась с 49 млн. чел. в 2000 г. до 45,96 млн.чел. на 01.01.10 г. [2, с. 172; 6] или по данным Central Intelligence Agency на июль 2012 г. – до 44,854 млн.чел., а в АР Крым – с 2,06 до 1,96 млн. чел [4, с. 300]. Население АР Крым распределено по городам и селам неравномерно. Соответственно, 1,22 млн. чел. составляет городское население и 0,74 млн. чел. – сельское [4, с. 302]. Среди них 1,19 млн. чел. находятся в трудоспособном возрасте (60,8%) и 0,47 млн. (24,2%) – старше трудоспособного возраста [4, с. 303]. Из этих двух групп населения 396225 чел. или 23,9% в 2009 г. были наемными работниками [4, с. 341], среди которых 81073 чел. – работающие пенсионеры (20,4%) [4, с. 346]. Среди наемных работников 117402 чел. (29,6%) имеют полное высшее образование и 94702 чел. (23,9%) – базовое и неполное высшее образование [4, с. 345].

В последнее десятилетие в АР Крым среднегодовая численность наемных работников уменьшилась с 508742 чел. в 2000 г. до 396225 чел. в 2009 г. (до 77,9%). Уменьшение произошло преимущественно за счет сельского хозяйства – с 113522 чел. до 32499 чел. (до 28,6%) и рыбного производства – с 5876 до 727 чел. (до 12,4%), где 81023 чел. и 5149 чел. соответственно перешли на «подножный корм». В промышленности в такое состояние перешли более 20000 чел., а в строительстве – более 4000 чел. Вполне работоспособные, но спившиеся от безысходности жители региона стали бродягами.

Количество занятой молодежи в возрасте от 15 до 34 лет в АР Крым составляло 109828 чел. на период окончания 2009 г. [4, с. 347]. Ежегодный выпуск студентов дневной формы обучения составляет по всем формам аккредитации всего 7500 чел. [4, с. 430], поэтому для того, чтобы обеспечить замену работающих пенсионеров в количестве 81073 человек выпускниками ВУЗов АР Крым потребуется более 10 лет. Для восполнения десятилетней потери в 550 чел. специалистов, выполняющих научную и научно-техническую работу в научных организациях [4, с. 287], можно ориентироваться на приток современных выпускников ВУЗов даже за 1 год. Возможно, оказание научно-технических услуг [4, с. 287], приращение их объемов на основе вовлечения в эти работы

современных выпускников ВУЗов, будет одним из действенных путей инновационного развития экономики АР Крым. Общий резерв трудоспособного, но неработающего населения даже без пенсионеров в 712702 чел. представляет собой тревожный сигнал необходимости поиска путей вовлечения в экономику незанятого трудовой деятельностью населения районов и городов АР Крым.

Второй вид ресурса в экономике – «земля», рассматривается как в абсолютном значении площади занимаемой территории каждым регионом в тыс. км², так и в плотности ее заселения местным населением, человек на 1 км². В Украине самую большую площадь занимает Одесская область – 33,3 тыс. км², а самую маленькую 8,1 тыс. км² – Черновицкая. На их фоне АР Крым имеет 26,1 тыс. км². Плотность населения в этих регионах составляет 72, 112 и 75 чел. на 1 км² при средней плотности в целом в Украине 76 чел. на 1 км² [2, с. 20].

Рассматривая территорию как экономический ресурс, подчеркнем, что Одесская область на своей территории в 2008 г. имела выработку ВРП в объеме 46994 млн. грн. или 1411 млн. грн. на 1 тыс. км², Черновицкая – 8833 млн. грн. или 1090 млн. грн. на 1 тыс. км², а АРК – 27365 млн. грн. или 1048 млн. грн. на 1 тыс. км² при 1571 млн. грн. на 1 тыс. км² в среднем по всей территории Украины [2, с. 46]. Все три рассмотренные региона имели экономическую отдачу от своей территории существенно ниже, чем такие области как Донецкая, имевшая 4439 млн. грн. на 1 тыс. км² (117646 : 26,5), и Днепропетровская – 3282 (104687 : 31,9), но существенно выше, чем Волынская – 636 (12784 : 20,1) или Кировоградская – 568 (13961 : 24,6) и Херсонская – 462 (13174 : 28,5).

Почти десятикратная разница в экономической отдаче территорий Донецкой и Херсонской областей в какой-то степени базируется на влиянии плотности населения, размещенного на этих территориях. Если в Донецкой области отдача составляет 168 человек, наибольшую среди регионов в Украине, то в Херсонской – 38, а в Кировоградской – 41 [2, с. 41]. К сожалению, этот показатель как ресурс в регионах Украины достаточно быстро иссякает и не может на перспективу учитываться как положительный. Подчеркнем, что еще в 2000 г. плотность населения в Украине составляла 82 чел. на 1 км², в Донецкой области – 185, в АР Крым – 80, в Кировоградской – 47, в Херсонской – 43 [5, с. 28]. Поэтому население как экономический ресурс конкретных территорий должен в основном рассматриваться не с позиции экстенсивности, а прежде всего – интенсивности его использования.

В АР Крым плотность населения в районах также существенно отличается, от 21 чел. на 1 км² в Черноморском районе до 57 в Бахчисарайском и 89 – в Симферопольском, а в городах – от 56 в Судаке, до 3357 в Симферополе и также динамично уменьшается [4, с. 26], теряя свое ресурсное значение.

Третий вид экономического ресурса – «капитал», условно может рассматриваться в регионах через стоимость основных средств в фактических ценах на конец каждого года [4, с. 64]. Этот вид экономического ресурса распределен между регионами неравномерно. Например, из 14 районов АР Крым более 50% основных фондов приходится только на три района – Бахчисарайский (2624,2 млн. грн. на конец 2009 г.), Симферопольский (2611,6) и Красногвардейском (2002,5). В Советском районе величина основных фондов составляет всего лишь 306,1 млн. грн., в Красноперекоепском – 346,3, в Нижнегорском – 430,1, в Черноморском – 444,7 млн. грн., тогда как в городах – от 876,7 млн. грн. в Судаке, до 9495,2 в Ялте, 26651,6 – в Керчи и 55201,4 млн. грн. в Симферополе. Всего по АР Крым стоимость основных фондов составила на

**ОБЕСПЕЧЕНИЕ ОПЕРЕЖАЮЩЕГО РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ НА ОСНОВЕ
УСИЛЕНИЯ ЕЕ ИННОВАЦИОННОЙ КОМПОНЕНТЫ**

конец 2009 г. 131208,1 млн. грн., а на конец 2008 г. – 107549,2 млн. грн., благодаря которым в 2008 г. фондоотдача по выработке ВДС составила 238,469 тыс. грн. на 1 млн. стоимости основных фондов [4, с. 35,64]. Иначе говоря, фондоотдача по ВДС составляет 24% от стоимости основных фондов в среднем по АР Крым. При этом фондовооруженность всего наличного населения и наемных работников весьма существенно отличается как в городах, так и в районах. К примеру, минимальная фондовооруженность в городах составляет 146 тыс. грн. на 1 наемного работника в г. Саки, приблизительно средняя – 461 тыс. грн. – в г. Джанкой, а максимальная – 913 тыс. грн. в г. Керчь. В районах эти цифры значительно меньше – минимальная – 68 тыс. грн. – в Черноморском районе, средняя 136 тыс. грн. – в Красногвардейском и максимальная 203 тыс. грн. – в Бахчисарайском. Однако, более красноречиво выглядят данные о фондовооруженности наличного населения городов и районов АРК. Так, среди городов наименьшую фондовооруженность наличного населения имеет г. Судак – 29,2 тыс. грн. на одного жителя, близкий к среднему показателю имеет г. Ялта – 67,2 тыс., а наивысшая фондовооруженность по-прежнему в г. Керчь – 180,9 тыс. грн.

В районах наименьшая фондовооруженность 8 тыс. грн. на 1 жителя выявлена в Джанкойском районе, близкая к средней 16,8 тыс. грн. – в Симферопольском и максимальная 29,1 тыс. грн. – в Бахчисарайском районе. Следовательно, в городах фондовооруженность жителей отличается в 6 раз, в районах – в 3,7 раза, а в районах в сравнении с городами фондовооруженность меньше в 3,7-6 раз.

Ликвидацию разницы в фондовооруженности между всеми городами и районами в направлении достижения максимального показателя в Керчи – для городов и в Бахчисарайском районе – для районов условно можно считать экстенсивным резервом роста экономического развития этих территорий. Однако современные темпы приращения фондовооруженности в городах и районах АР Крым позволят не очень быстро реализовать эти резервы. К примеру, самая высокая величина такого приращения в 2009 г. была в Краснопереконском районе и составляла 8,7% от итоговой величины фондовооруженности населения этого района в 2009 г. Чтобы этому району достичь величины показателя в

$$\frac{29.125 - 11.621}{29.125 - 15.639}$$

Бахчисарайском районе 2009 г. потребуется более 17 лет ($\frac{1.007}{0.094}$). Первомайскому району, с его наименьшим приращением в 0,6%, потребуется 143

$$\frac{29.125 - 15.639}{29.125 - 8.004}$$

года ($\frac{0.094}{0.094}$), а Джанкойскому району с 1,2% – 222 года ($\frac{0.095}{0.095}$).

Конечно, с такими темпами приращения стоимости основных средств в районах и городах АР Крым, даже в обновленном их виде, нельзя смириться. Требуется опережение в каждом районе и городе сложившихся темпов обновления основных средств, тем более, что уровень их износа в среднем по АР Крым составил на 2009 г. 66,5%, в Первомайском районе – 70%, в Джанкое – 80,8%, а в Керчи – 84,7% [4, с. 69].

Экономика, основанная на знаниях, базируется на трех важнейших составляющих: повышение уровня образования населения, развитие информационных технологий, привлечение науки и исследований [7]. За годы политической и экономической самостоятельности Украины в период с 1991 по 2009 гг. число выпускников профессионально-технических учебных заведений

снизилось в целом по Украине до 63,5%, а в Автономной Республике Крым – до 51,9%. На этом фоне выросло число выпускников ВУЗов до 175,6% по Украине и 192,9% в АР Крым. Поскольку число наемных работников в этот период уменьшилось до 45,6% по Украине и до 38,2% по АР Крым, образовательный уровень оставшихся работников повысился. Так, если в 1990 г. число работников с полным и неполным высшим образованием в общей среднегодовой численности наемных работников составляло 29,9% в Украине и 31,5% в АР Крым, то с 2009 г. – 56,2% и 53,6%. Повышение среднего уровня знаний наемных работников не привело к пропорциональному росту выработки ВВП на одного человека. Если этот уровень знаний вырос до 188% (с 29,9% до 56,2%) в 2009 г. в сравнении с 1990 г., то ВВП на душу населения – до 128% (с 4919 до 6300 \$ США в год). Для сравнения: в Болгарии 2377 \$ в 1990 г. – 12600 в 2009 г., в Польше 1612 \$ в 1990 г. – 17900 в 2009 г., в Румынии 1648 \$ в 1990 г. – 11600 в 2009 г., в Турции – 2616 \$ в 1990 г. – 11500 в 2009 г., в Казахстане 4276 \$ в 1990 г. – 11800 в 2009 г. и т.д. [4] Все эти страны не имеют такого высокого уровня знаний как в Украине.

Улучшение исходных показателей создания базы высшей научной квалификации и высших знаний на фоне показателей начальных знаний высшего образования, как отношения числа выпущенных из ВУЗов студентов к числу выпускников докторантуры и аспирантуры со 105 в 1990 г. до 76 в 2009 г. показывает уменьшение нагрузки на одного преподавателя, имеющего научную степень до 72%, а, следовательно, создает условия для повышения качества и эффективности обучения студентам новым знаниям. Однако, приведенные выше сведения свидетельствуют о нереализованности этих потенциальных возможностей [4].

Учитывая, что уже в 2009 г. число студентов принятых в ВУЗы Украины, составило 463,9 тыс. в сравнении с 672,2 тыс. в 2005 г. (69%), после 2010 г. будут усиливаться процессы по снижению числа выпускников ВУЗов, что постепенно приведет к уменьшению удельного веса работников с высшим образованием в составе наемных работников. Для поддержания уровня знаний работников, обеспечивающих необходимый населению рост экономики в последующие годы, потребует изменить структуру процессов формирования знаний работающего населения, в направлении актуализации этих знаний на основе обучения их новым профессиям и повышения их квалификации. В прошедшие 20 лет удельный вес работников, обучившихся новым профессиям и специальностям, уменьшился с 4,3% в 1990 г. до 2% в 2009 г. в Украине и с 3,7% до 2% в АР Крым, а – повысивших квалификацию – с 30,4% в Украине до 8,4% и с 29,2% в АР Крым до 8,6% [4].

Уровень оснащенности наемных работников вычислительной техникой оказывает воздействие на эффективность экономики регионов преимущественно с учетом влияния на эту оснащенность структуры видов экономической деятельности. Наивысшие показатели оснащенности вычислительной техникой в расчете на одного наемного работника в г. Киеве условно обеспечили и наивысшую эффективность его экономики.

Вклад науки и исследований в формирование экономики, основанной на знаниях, в основном иссяк в первое десятилетие самостоятельности Украины как государства. В период с 1990 по 2000 г. число работников научных организаций в Украине сократилось до 38%, а из их числа – специалистов, непосредственно выполняющих научные и научно-технические работы, – до 38,6%. Во втором

десятилетия с 2001 г. по 2009 г. это снижение составило в сравнении с 1990 г. до 29,7% и 29,5% соответственно. В АР Крым в сравнении с 1991 г. число работников научных организаций сократилось в 2000 г. до 36%, а в 2009 г. – до 28%. В этой связи объем научно-технических работ в сравнении с величиной ВВП в Украине составил в 2000 г. всего лишь 1,16%, уменьшившись до 1,09% в 2005 г. и до 0,95% – в 2009 г. В АРК объем НТР составлял от ВРП в 2000 г. 0,62%, в 2005 г. – 0,7% и в 2009 г. – 0,45% [4]. Столь малые величины НТР перестали оказывать заметное влияние на показатели эффективности экономики и на формирование экономики, основанной на знаниях, как в Украине в целом, так и в отдельных ее регионах, в частности в АР Крым.

Сосредоточенность 25% всех студентов Украины в г. Киев и соответственно всех кадров высшей научной квалификации позволило иметь здесь наивысший уровень эффективности экономики (2,46) даже в сравнении с признанными в стране экономическими лидерами среди регионов Днепропетровской (1,99), Донецкой (1,6), Одесской (1,66), Полтавской (1,62), Запорожской (1,52) и Харьковской (1,51) областями [4].

Основными путями, приемлемыми для всех регионов, по созданию экономики, основанной на знаниях на ближайшие 10 – 15 лет в Украине вполне предсказуемо могут стать мероприятия по актуализации знаний и компетенций в ВУЗах, НИИ и на предприятиях: повышение удельного веса профессорско-преподавательского состава, имеющего научную степень докторов и кандидатов наук, до 50 – 70% от общего их количества; достижение к 2015 г. удельного веса наемных работников, обучившимся новым профессиям и специальностям – 5%, и повысивших квалификацию – 40%, а к 2020 г. – 10% и 60% соответственно; увеличение числа наемных работников в сравнении с 2010 г. к 2015 г. на 25%, а к 2020 г. – еще на 25%; увеличение числа выпускников ПТУЗ к 2015 г. на 20% и к 2020 г. еще на 20%; обеспечение развития парка вычислительной техники во всех регионах к 2015 г. до уровня 2010 г. в Днепропетровской, Одесской и Запорожской областях, а к 2020 г. – до уровня 2010 г. в г. Киев; повышение объема НТР в 2015 г. до 2% от ВРП, а в 2020 г. – до 3% от ВРП в каждом регионе на основе создания гибких временных научных подразделений в каждом ВУЗе.

Выводы и предложения. Уровень развития экономики в регионах Украины во многом определяется фондовооруженностью ее населения. В 2008 г. уровень фондоотдачи АР Крым по ВДС составлял 24% от стоимости ее основных фондов.

Фондовооруженность наличного населения в районах и городах АР Крым находится на низком уровне: от 8 тыс. грн. на 1 жителя до 29 тыс. в районах, от 29 тыс. грн до 181 тыс. на 1 жителя в городах.

Обновление основных фондов и приращение фондовооруженности составило в районах от 0,6% до 8,7% и в городах – от 0,32% до 2,4% от годового размера стоимости фондов и фондовооруженности населения в 2009 г.

Степень износа основных фондов в районах АР Крым составила в 2009 г. от 41% до 70%, а в городе – от 40,2% до 84,7%.

Существующие темпы инновационного обновления основных фондов потребуют от нескольких десятков до сотен лет для устранения накопившегося износа основных фондов в районах и городах АР Крым, что не сможет сдержать нарастающий развал экономики в ее материальных отраслях.

Для обеспечения возрождения экономики материальных видов деятельности в районах и городах АР Крым необходим поиск организационно-экономических рычагов привлечения инвестиций, позволяющих обеспечить существенное

опережение темпов инновационного обновления основных фондов над темпами износа существующих основных средств.

Список литературы

1. Постановление Совета Министров СССР «Об организации работы по стандартизации в СССР». Январь 1985 г.
2. Україна у цифрах 2009. Статистичний збірник. Держкомстат України. – К.: Інформаційно-аналітичне агентство, 2010. – 260 с.
3. Статистичний щорічник України за 2008 рік. Держкомстат України. – К: ІАА, 2009. – 567 с.
4. Статистичний щорічник Автономної Республіки Крим за 2009 рік. Держкомстат України. – Сімферополь: ГУС в АРК, 2010. – 559с.
5. Статистичний щорічник України за 2000 рік. – К.: Техніка, 2001. – 600 с.
6. Central Intelligence Agency [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/rankorder/2119rank.html>
7. Клер Морган. Великобритания: знания обеспечивают развитие. Государственное управление в переходных экономиках. МЦПИ. – К.: LGI, 2005. – 56 с.

Поступила в редакцию 01.12.2011 г.

Подсолонко В.А. Забезпечення випереджаючого розвитку економіки на основі посилення її інноваційної компоненти / В.А. Подсолонко, О.А. Подсолонко, С.С. Осіпова // Учені записки ТНУ. Серія: Економіка та управління. – 2011. – Т. 24 (63), № 4. – С. 225-232.

Розглянуті основні напрямки забезпечення випереджаючого розвитку економіки на основі посилення її інноваційної компоненти. Проаналізовані фактори, які впливають на рівень розвитку економіки регіонів України. Запропоновані механізми інноваційного оновлення основних фондів, організаційно-економічні важелі залучення інвестицій, які забезпечують випереджаючі темпи інноваційного оновлення основних фондів над темпами зносу основних засобів.

Ключові слова: випереджаючий розвиток економіки, економічний і соціальний розвиток, інноваційна компонента.

Podsolonko V.A. Maintenance of outstripping development of economy on the basis of amplification its innovative components / V.A. Podsolonko, E.A. Podsolonko, S.S. Osipova // Uchenye zapiski TNU. Series: Economy and management. – 2011. – Vol. 24 (63), № 4. – P. 225-232.

The basic directions of maintenance of outstripping development of economy are considered on the basis of amplification its innovative components. The factors influencing a level of development of economy of regions of Ukraine are analysed. Mechanisms of innovative updating of a fixed capital, organizational - economic levers of attraction of the investments providing an advancing of rates of innovative updating of a fixed capital above rates of deterioration of existing basic means are offered.

Keywords: outstripping development of economy, economic and social development, innovative a component.

УДК 330.3:347.77

ТРАНСФЕР И КОММЕРЦИАЛИЗАЦИЯ ТЕХНОЛОГИЙ

Подсолонко Е.А., Мурава-Середа А.В.

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

В статье исследуются причины низкой инновационной активности украинских университетов и научно-исследовательских организаций государственной формы собственности. Анализируются действующее законодательство в сфере инновационной деятельности университетов и научно-исследовательских организаций, в частности трансфера и коммерциализации технологий, соответствующие права собственности на объекты интеллектуальной собственности, созданные за средства государства, заказчика или собственные средства, а также права на прибыль, возникающую при их реализации.

Ключевые слова: инновационное развитие экономики, организационно-экономическое обеспечение инновационного развития экономики, правовое обеспечение инновационного развития экономики, трансфер технологий, коммерциализация технологий, стартап, спинофф.

Актуальность.

В настоящее время в Украине более 90% интеллектуальной собственности в сфере науки и технологий создается в государственном секторе [1]. Таким образом, обсуждая вопрос трансфера и коммерциализации технологий, в первую очередь, необходимо говорить об условиях ведения соответствующей деятельности бюджетными организациями. В украинской системе науки и высшего образования существует два основных вида бюджетных организаций, продуцирующих интеллектуальную собственность – это университеты и научно-исследовательские организации, а также их подразделения и филиалы. Согласно [2] трансфер и коммерциализация технологий не является на сегодня приоритетным видом деятельности таких организаций, а их инновационные системы являются слаборазвитыми и малофункциональными.

В современном мире инновационная система университета и научно-исследовательской организации представляет собой организационно-экономический механизм разработки и внедрения новаций, саморегулирующийся с точки зрения выбора направлений исследований, позволяющий продвигать технологию от разработчика к потребителю, выходить на международные рынки технологий, участвовать в создании новых инновационных предприятий.

Во многих странах изданы специальные законы и подзаконные акты, регулирующие автономную инновационную деятельность университетов и научно-исследовательских организаций [3,4]. Так, например, в США в 1980 году был принят акт Баяха-Доуля, расширяющий и уточняющий права и возможности университетов и научно-исследовательских организаций в инновационной деятельности. Этот документ является основой для регулирования таких инновационных систем в США. За 20 лет с момента его принятия участие университетов США в инновационной деятельности выросло в более чем 200 раз [5].

Необходимость законодательного регулирования автономной инновационной деятельности университетов и научно-исследовательских организаций, в первую очередь, связана с такой функцией инновационной системы, как трансфер и коммерциализация технологий. При реализации этой функции университеты и научно-исследовательские организации руководствуются законами и нормативными актами, регулирующими определение прав собственности на объекты интеллектуальной собственности, созданных за средства государства, заказчика или собственные средства, а также права на прибыль, возникающую при их реализации. Определяется механизм материального поощрения ученых при внедрении, разработанных ими технологий. Регламентируется порядок передачи сторонним организациям прав собственности на технологии, созданные за счет средств налогоплательщиков. Таким образом, на государственном уровне должны создаваться условия и задаваться правила работы инновационных систем, в том числе и инновационной системы университета и научно-исследовательской организации [6].

Как известно, основными формами реализации интеллектуальной собственности, относящейся к инновационному процессу (далее интеллектуальной собственности), являются:

- продажа лицензий и ноу-хау;
- создание и продажа наукоемкой инновационной продукции;
- создание стартапов и спин-оффов.

Анализ существующих подходов к исследуемой проблеме.

К сожалению, отсутствие ряда статистических данных не позволяет вычислить Индекс использования объектов интеллектуальной собственности [7] для украинских университетов и научно-исследовательских организаций. Также ввиду отсутствия статистических данных невозможно определить количество стартапов и спиноффов, созданных в Украине за 2010 год. Однако, общие сведения Госкомстата [8] о количестве лицензий, реализуемых в год на территории Украины, позволяет предположить, что этот коэффициент близок к нулю. Безусловно, часть имеющейся украинской интеллектуальной собственности не нашла применения по тем или иным причинам на рынке инновационных технологий, товаров и услуг. Однако, согласно [9] процент интеллектуальных результатов невостребованных на средневропейском национальном рынке в зависимости от прочности связей между рынком и наукой колеблется от 20% до 80%, на международном рынке этот же показатель составил всего 10%-35%. Учитывая вышесказанное вызывает сомнения практически 100% невостребованность украинских научных результатов. Актуальным на сегодня является анализ возможных причин низкой инновационной активности украинских университетов и научно-исследовательских организаций. Ответ на этот вопрос позволит расширить методологическую базу организационно-экономического обеспечения построения и развития экономики знаний. К сдерживающим факторам процесса трансфера и коммерциализации интеллектуальной собственности университетов и научно-исследовательских организаций государственного сектора Украины, потенциально можно отнести

факторы связанные как с процессом производства новаций, так и с процессом их трансформации в инновации, а именно, финансовые, правовые и собственно научный потенциал.

В ряде работ [10, 11] детально исследовано состояние финансового элемента инновационной системы Украины. В тоже время, не проводилось исследований, посвященных комплексному анализу правового поля трансфера и коммерциализации интеллектуальной собственности университетов и научно-исследовательских организаций государственного сектора Украины с учетом состоятельности украинской науки в международном научно-исследовательском пространстве.

Таким образом, **целью настоящего исследования** является выявление сдерживающих нефинансовых организационно-правовых факторов процесса трансфера и коммерциализации интеллектуальной собственности университетов и научно-исследовательских организаций государственного сектора Украины.

Задачами исследования являются:

- определение уровня развития украинской науки относительно ведущих научных держав мира;
- анализ национального законодательства, регулирующего определение прав собственности на объекты интеллектуальной собственности, созданные за средства государства, заказчика или собственные средства бюджетных организаций, а также права на прибыль, возникающую при их реализации;
- анализ национального законодательства, регулирующего возможности участия бюджетных организаций в учреждении юридических лиц, осуществляющих предпринимательскую деятельность, связанную с коммерциализацией результатов научных исследований с целью получения прибыли и последующего ее распределения между участниками;
- анализ национального законодательства, регулирующего вопросы трансфера технологий, в том числе на зарубежных и международном рынках интеллектуальной собственности и инновационных товаров и услуг, особенности для бюджетных организаций.

Объектом исследования является система управления инновационным развитием национальной экономики.

Предметом исследования является организационно-экономическое, в том числе правовое, обеспечение инновационного развития экономики Украины.

В результате исследования предполагается подтвердить либо опровергнуть следующие гипотезы:

- устаревшие, неинтересные научные результаты не позволяют развивать процессы коммерциализации и трансфера;
- неэффективность законодательного регулирования автономной инновационной деятельности университетов и научно-исследовательских организаций в части трансфера технологий, регулирующего определение прав собственности на объекты интеллектуальной собственности, созданные за средства государства, заказчика или собственные средства, а также права на прибыль, возникающую при их реализации.

Методологическую и теоретическую основу исследования составили работы отечественных и зарубежных ученых [3-6, 12, 13] в сфере управления инновационным развитием экономики. Для решения поставленных задач в работе были использованы общенаучные и специальные методы исследования.

Исследование конкретизировано на материалах Европейского информационного центра науки и технологий SCIENCEWATCH [14] и отчетов Государственного комитета по статистике Украины [15]. Нормативной основой работы стали международно-правовые акты, законы Украины, акты Президента и Кабинета Министров Украины, а также ведомственные нормативные правовые акты, нормы которых регулируют отношения в сфере охраны прав интеллектуальной собственности, а также деятельности бюджетных организаций, связанной с трансфером и коммерциализацией технологий.

Основные результаты исследования.

Общепринятой методикой определения и соотнесения научного уровня организаций, ученых, стран, в настоящее время является построение различного рода индексов цитируемости. По методике построения индекса цитируемости специалисты SCIENCEWATCH [14] сформировали рейтинг уровня развития науки для 63 ведущих научных стран мира.

В табл. 1 приведена выдержка из рейтинга, за период 1998-2008 гг. Согласно результатам рейтинга Украина вошла в TOP-20, заняв шестнадцатое место. При этом Италия, Тайвань и Китай опережают Украину исключительно по количественным показателям, в то время как качество публикаций, определяемое количеством цитирований на одну статью у Украины выше. Увеличение числа публикаций в зарубежных научных изданиях может создать условия для продвижения Украины на первые 10 строчек рейтинга.

Таблица 1

Рейтинг уровня развития науки в 63 странах мира – TOP-20 [14]

Цитируемость				
Рейтин- говое место	Страна	Цитирований	Статей	Цитирований на статью
1	США	17812	947	18.81
2	Япония	5080	453	11.21
3	Англия	4845	175	27.69
4	Германия	3343	268	12.47
5	Испания	2815	159	17.7
6	Франция	2782	181	15.37
7	Россия	2723	120	22.69
8	Нидерланды	2080	97	21.44

Продолжение таблицы 1

9	Китай	1973	271	7.28
10	Канада	1025	86	11.92
11	Швейцария	844	48	17.58
12	Бельгия	784	56	14
13	Португалия	779	41	19
14	Италия	589	91	6.47
15	Тайвань	581	94	6.18
16	Украина	577	44	13.11
17	Южная Корея	391	77	5.08
18	Дания	362	14	25.86
19	Бразилия	312	62	5.03
20	Польша	312	47	6.64

Таким образом, предположение о не востребоваемости научных результатов украинской науки по причине их несостоятельности, ошибочно.

В настоящее время права на объекты интеллектуальной собственности, созданные за средства государства, заказчика или собственные средства бюджетных организаций, и прибыль, возникающую при их реализации регулируются документами [16-22]. Необходимо отметить, что соответствующее правовое поле весьма противоречиво. Например, некоторые положения Закона «О высшем образовании» противоречат Хозяйственному кодексу Украины в части получения лицензионных платежей. Согласно пункту 5 статьи 63 Закона «О высшем образовании» высшее учебное заведение государственной формы собственности имеет право на ведение хозяйственной деятельности с целью получения доходов. Исходя же из пункта 2 статьи 137 Хозяйственного кодекса Украины собственник основных фондов бюджетных организаций, то есть государство может удерживать лицензионные платежи бюджетной организации по причине нецелевого использования основных фондов, а именно – для осуществления хозяйственной деятельности. Однако, учитывая то, что все нормы отраженные в документах [16-22] должны трактоваться в совокупности, будем считать получение бюджетной организацией лицензионных платежей возможным, поскольку оно является результатом выполнения организацией хозяйственной деятельности, прямо разрешенной действующим законодательством и неосуществимой без использования основных фондов. С учетом приведенного выше допущения, бюджетная организация, как владелец исключительных имущественных прав на объект интеллектуальной собственности, имеет исключительное право разрешать использование в коммерческих целях такого объекта; может предоставлять исключительную или единичную или неисключительную лицензию в форме лицензионного договора,

при этом необходимо оперативно регистрировать все лицензионные договоры, которые заключаются, что значительно усложняет процедуру коммерциализации; имеет возможность получения прибыли от хозяйственной деятельности, связанной с лицензированием, что предусмотрено действующим законодательством, но реализуется только при условиях: наличия в Уставе бюджетной организации порядка и условий использования средств, полученных от реализации лицензионных договоров, отражения соответствующих финансовых потоков в финансовом плане организации, отражения способов использования лицензионных платежей в бюджете организации на соответствующий год, отражения результатов выполнения лицензионных договоров в виде отчета утвержденного высшим органом управления организации (например, Ученый Совет), отнесения лицензионных платежей к подгруппе «другие источники собственных поступлений бюджетных учреждений» группы «поступления от платы за услуги, предоставляемых бюджетными учреждениями согласно законодательству» специального фонда бюджета организации, формирующегося за счет собственных поступлений являющихся дополнительными по отношению к средствам общего фонда бюджета, соблюдения ряда условий и законодательных ограничений, накладываемых Бюджетным кодексом Украины, при распоряжении полученными лицензионными платежами (не менее 50% лицензионных платежей должны направляться на проведение инициативных научно-исследовательских работ).

Разрешенными направлениями расходования полученных средств, являются:

- организация дополнительной хозяйственной деятельности;
- хозяйственные нужды бюджетных организаций, включая оплату коммунальных услуг и энергоносителей.

При превышении собственных поступлений над утвержденными Законом о Государственном бюджете Украины, необходимо:

- погашение задолженности по оплате труда, начислений на заработную плату, стипендии, коммунальных услуг и энергоносителей – при наличии таких задолженностей;

- перераспределение средств: 50% на мероприятия, реализуемые за счет соответствующих поступлений и 50% – на деятельность, необходимую для выполнения основных функций, но не обеспеченную средствами общего фонда бюджета по соответствующей бюджетной программе. При этом распорядитель бюджетных средств осуществляет перераспределение объемов бюджетных обязательств общего фонда для проведения издержек по этим обязательствам из спецфонда – при отсутствии задолженностей, перечисленных выше.

Использование лицензионных платежей должно быть целевым и заранее определенным в рамках Бюджетного кодекса, в частности в бюджете организации на соответствующий год.

Таким образом, возможность получения лицензионных платежей бюджетной организацией может быть подвергнута сомнению, а сами платежи удержаны государством. В случае получения лицензионных платежей бюджетные организации несвободны в использовании этих средств. Основные ограничения

накладывает Бюджетный кодекс Украины. В числе таковых – необходимость в случае недофинансирования по общему фонду, расходования средств специального фонда на издержки, запланированные на основную деятельность в рамках общего фонда. Без сомнений такая правовая ситуация не создает материальных и других стимулов для ведения соответствующей деятельности и значительно замедляет формирование полноценной системы трансфера и коммерциализации технологий путем передачи прав интеллектуальной собственности в Украине.

В настоящее время право высших учебных заведений и научно-исследовательских организации частично или полностью содержащихся за средства государственного бюджета выступить основателем юридического лица, имеющего право заниматься разработкой и созданием наукоемкой продукции с целью получения прибыли на постоянной основе регулируются документами [18, 23-34]. Необходимо отметить, что аналогично правовому полю, регламентирующему права в сфере и доходы от интеллектуальной собственности, правовое поле, регулирующее участие бюджетных организаций в учреждении юридического лица, осуществляющего предпринимательскую деятельность, связанную с коммерциализацией результатов научных исследований с целью получения прибыли и, последующего ее распределения между участниками, противоречиво. Например, положения Приказа МОНУ № 296 от 10 марта 2002 «О применении Закона Украины «О высшем образовании»» противоречат самому Закону в части определения права вуза государственной и коммунальной формы собственности на создание другого юридического лица. Однако, учитывая то, что все нормы отраженные в документах [18, 23-34] должны трактоваться в совокупности, а определенное Законом «О Высшем образовании» право вузов на создание юридического лица в соответствии с Гражданским кодексом Украины не может быть ограничено приказом любого Министерства, будем считать возможным его создание. С учетом приведенного выше допущения:

- право высших учебных заведений и научно-исследовательских организации частично или полностью содержащихся за средства государственного бюджета выступать учредителем юридического лица прямо предусмотрено законодательством с условием, что деятельность такого юридического лица сочетается с деятельностью организации;

- это право ограничено специальным регулированием деятельности национальных вузов и институтов НАНУ. В частности, для получения полномочия для принятия решений по учреждению предприятий требуется решение Кабинета Министров Украины, а их создание должно проходить согласно порядку, установленному КМУ;

- юридическое лицо, учрежденное высшим учебным заведением или научно-исследовательской организацией, частично или полностью содержащейся за средства государственного бюджета, имеющее право заниматься разработкой и созданием наукоемкой продукции с целью получения прибыли на постоянной основе, может представлять собой: коммерческое предприятие в одной из форм: полное общество, коммандитное общество, общество с ограниченной

ответственностью, общество с дополнительной ответственностью, акционерное общество или производственный кооператив; специальное предприятие в одной из форм: научный парк, инновационное предприятие, научно-исследовательское (научно-техническое) предприятие;

- ввиду отсутствия каких-либо налоговых преференций для выделенных форм, оптимальной организационно-правовой формой такого юридического лица видится инновационное предприятие в форме общества с ограниченной ответственностью либо научное учреждение в форме общества с ограниченной ответственностью;

- высшее учебное заведение или научно-исследовательская организация, частично или полностью содержащаяся за средства государственного бюджета, имеет право быть основателем только одного научного парка, любого количества «партнеров научного парка», любого количества коммерческих, инновационных и научно-исследовательских предприятий;

- технопарки и научные парки согласно национальному законодательству разные виды организаций, технопарки – единственная форма, при которой не создается юридическое лицо;

- помимо учреждения юридического лица, высшие учебные заведения и научно-исследовательские организации, частично или полностью содержащиеся за средства государственного бюджета, имеют возможность стать участниками уже существующего, а не основателем нового, юридического лица, в частности партнера существующего научного парка либо самого научного парка;

- при покупке доли в существующем юридическом лице, организация должна использовать дополнительные источники финансирования, а не бюджетные средства;

- выступая участником партнера собственного научного парка, организация может подвергнуть себя необоснованному риску, связанному с проверками и усиленным контролем государственных органов, так как организация, научный парк и партнер научного парка могут считаться связанными лицами, а сделки между ними рассматриваться как сделки между связанными лицами. Однако вышесказанное не касается ситуации, когда организация является основателем партнеров других научных парков;

- воспользоваться правом создания юридического лица или участия в существующем юридическом лице, организация может только при наличии в ее Уставе пунктов, прямо указывающих на право учреждения, участия, реорганизацию и ликвидацию юридических лиц, которые ей не подчинены и не являются ее структурными подразделениями, приобретение и распоряжение корпоративными правами в целях осуществления научно-технической деятельности, в частности, научно-исследовательских работ.

Резюмируя, можно утверждать, что высшие учебные заведения и научно-исследовательские организации Украины, частично или полностью содержащиеся за средства государственного бюджета, выступая основателем юридического лица, имеющего право заниматься разработкой и созданием наукоемкой продукции с целью получения прибыли на постоянной основе,

сталкиваются с необходимостью применять противоречивое национальное законодательство, идти на потенциально возможный конфликт с Министерством науки, образования, молодежи и спорта и проходить чрезвычайно зарегламентированную процедуру получения от Кабинета Министров Украины разрешения на учреждение юридического лица. В качестве альтернативы организация может рассмотреть возможность стать участником уже существующего, а не основателем нового, юридического лица. В целом такая правовая ситуация не создает материальных и других стимулов для ведения соответствующей деятельности и значительно замедляет формирование полноценной системы трансфера и коммерциализации технологий путем создания инновационной инфраструктуры в Украине.

Национальная законодательно-нормативная база как средство государственного регулирования международного сотрудничества в сфере организации совместных предприятий, предприятий с участием иностранного капитала, экспорта и импорта интеллектуальной собственности, представлена системой законов, подзаконных нормативных актов, постановлений, распоряжений, инструкций, правил в области патентно-лицензионной, внешнеэкономической, антимонопольной деятельности, налогообложения, контрактного права, регулирования инвестиций [35 - 50].

В настоящее время не существует документально подкрепленной государственной и региональной политики экспорта и импорта технологий, привлечения иностранных технологических инвестиций. Отдельные ее элементы определены в программах, стратегиях и концепциях [51].

В статье 5 Закона Украины «О государственном регулировании трансфера технологий в Украине» определены общие положения международного сотрудничества Украины в сфере трансфера технологий. Правительство Украины приняло постановление "О порядке регистрации и перемещения через таможенную границу Украины товаров, содержащих объекты интеллектуальной собственности". Положения этого документа, которые базируются на международно-признанных принципах, создали правовую основу порядка регистрации таких товаров и определяют меры по обеспечению соблюдения порядка регистрации и контроля за перемещением этих товаров через таможенную границу Украины. Специальные положения, касающиеся таможенного контроля товаров с элементами интеллектуальной собственности, определены в Таможенном кодексе Украины.

Известно, что на международном уровне правам интеллектуальной собственности уделяется значительное внимание, поскольку интенсивная торговля объектами интеллектуальной собственности составляет все большую долю внешнего оборота развитых стран. Украиной также предпринимается ряд шагов по защите интеллектуальной собственности согласно международным нормам. Украина является участницей 18 соответствующих многосторонних международных договоров, являющихся частью национального законодательства. Тем не менее, Украиной слабо поддерживается деятельности международных сетей трансфера технологий, объединяющих предприятия и

университеты [4]. Такие сети сегодня уже вышли за пределы государств и объединяют заинтересованные стороны, представляющие различные государства и даже континенты [5]. Многие украинские предприятия предпочитают покупать технологии через подобные сети. Несовершенство законодательного поля Украины не позволяет украинским высшим учебным заведениям и научно-исследовательским организациям, частично или полностью содержащимся за средства государственного бюджета, полноценно включиться в такие сети. По этой причине украинские организации не только не выходят на международный рынок интеллектуальной собственности, но и теряют внутреннего потребителя.

Выводы.

Таким образом, необходимо подчеркнуть что Украина, не имея правовой основы для коммерциализации интеллектуальной собственности, создает правовую основу для ее защиты. Национального законодательства, регулирующего вопросы трансфера технологий на зарубежных и международном рынках интеллектуальной собственности и инновационных товаров и услуг для бюджетных организаций, на сегодня не существует в части учреждения высшими учебными заведениями и научно-исследовательскими организациями, частично или полностью содержащимися за средства государственного бюджета, совместных предприятий, предприятий с участием иностранного капитала, имеющих право заниматься разработкой и созданием наукоемкой продукции с целью получения прибыли на постоянной основе. Отсутствует выделенная нормативная база экспорта и импорта интеллектуальной собственности, участия в международных сетях трансфера технологий.

Принимая во внимания результаты рейтинга научных достижений стран мира, можно утверждать, что одним из основных сдерживающих факторов для высших учебных заведений и научно-исследовательских организаций, частично или полностью содержащихся за средства государственного бюджета, не позволяющих продуктивно развиваться их инновационным системам, а экономике Украины получать значительный эффект от реализации инновационной деятельности, является несовершенство законодательства Украины в сфере трансфера и коммерциализации технологий. Основные проблемы национального законодательства таковы:

- не урегулирован процесс передачи прав собственности на интеллектуальную собственность, созданную в бюджетной сфере;
- не урегулирован процесс учреждения новых юридических лиц, целью которых является реализация интеллектуальной собственности и создание наукоемкой продукции;
- не построен механизм финансового поощрения разработчиков технологий;
- не ясны правила взаимодействия на международном рынке.

Таким образом, сегодня, чрезвычайно важным является создание нормативной базы для реализации автономной инновационной деятельности учебных заведений и научно-исследовательских организаций, частично или полностью содержащихся за средства государственного бюджета. Необходимо

продолжить работу по созданию эффективной законодательной системы трансфера и коммерциализации прав интеллектуальной собственности в Украине в соответствии с мировым и европейским стандартам путем принятия или внесения изменений и дополнений в соответствующие законодательные акты.

Список литературы

1. Геєць В. Інноваційні перспективи України: [монографія] / Геєць В., Семіноженко В. – Х: Константа, 2006. – 272 с.
2. Иванова К. В. Факторний аналіз зміни показника ефективності використання інтелектуального потенціалу інноваційної сфери економіки України / К.В. Иванова // Тези міжнародної наукової конференції «Соціум, наука, культура». – Сєвєродонецьк: Технологічний інститут СЛУ ім. В. Даля, 2007. – С. 21-24.
3. Devrim Goktepe. Investigation of University Industry Technology Transfer Cases: A conceptual and methodological approach / Devrim Goktepe // The papers of Division of Innovation–LTH. – 2007. – January. – Part 2. – P. 3-41.
4. Everett M. Roger. Nechnology transfer from University-Based Research Centers: The University of Mexico Expirience / Everett M. Roger, Brad J. Hall, Michio Hashimoto, Morten Steffensen, Kristen L. Speakman, Molly K. Timko // Journal of Higher Education. – 2000. – Vol. 70. – P. 17-23.
5. David C. Mowery. Introduction to the Special Issue on University Entrepreneurship and Technology Transfer / David C. Mowery, Scott Shane // Management Science. – 2008. – Vol. 48, №1. – P. 143-154.
6. Technology transfer, intellectual property and effective University-Industry Partnerships: The experience of China, India, Japan, Korea, Singapore and Thailand // The papers of the World Intellectual Property Organisation. – 2007. - 48 p.
7. Measuring Knowledge in the World's Economies – The World Bank Institute's: Knowledge for Development Program. – 2009. – 12 p.
8. Регіони України: стат. зб. – К.: Держстат України. – 2010. – С. 382-384 [Електронний ресурс]. – Режим доступу:
<http://www.ukrstat.gov.ua/>
9. Andersson M. Accessibility and Regional Economic Growth / M. Andersson, Ch. Karlsson // Working paper of the Department of Economics & CESIS. – Jonkoping : International Business School. – 2006. – 26 p.
10. Йохна М. Економіка і організація інноваційної діяльності: [навч. пос.] / Йохна М., Стадник В. – К.: Академія, 2005. – 400 с.
11. Удосконалення фінансового механізму стимулювання інноваційної діяльності // Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Сер. Економіка. – 2007. Вип. 92. - С. 40 – 42.
12. Мельник О. М. Проблеми охорони прав суб'єктів інтелектуальної власності в Україні. / О.М. Мельник. – Харків : Вид-во Національного університету внутрішніх справ, 2002. – 362 с.
13. Шмыгова Л.И. Научная кооперация как элемент эффективной среды для трансфера технологий / Л. И. Шмыгова // Новости науки и технологий. – Минск : Изд-во ГУ «БелИСА», 2007. – №1(5). – С. 25-29.
14. Top-20 Nations ScienceWatch.com [Електронний ресурс]. – Режим доступу:
<http://sciencewatch.com/ana/st/graphene/nations/>
15. Збірник «Україна–2010», Державний комітет статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу:
www.ukrstat.gov.ua
16. Гражданский кодекс Украины // Голос Украины. – 2003. – № 45-46, № 47-48.
17. Об охране прав на изобретения и полезные модели : закон Украины № 3687-ХІІ от 15.12.1993 г. // Голос Украины. – 1994. – № 21.
18. О высшем образовании: закон Украины № 2984-ІІІ от 17.01.2002 г. // Голос Украины. – 2002. – № 43.
19. Хозяйственный кодекс Украины // Голос Украины. – 2003. – № 49-50.

20. Положение о Государственном реестре научных учреждений, которым предоставляется поддержка государства: Постановление КМ Украины № 380 от 23.04.2001 // Офіційний вісник України. – 2001. – № 17. – Ст. 751.
21. Бюджетный кодекс Украины // Голос Украины. – 2010. – № 143.
22. Об утверждении перечня платных услуг, которые могут предоставляться учебными заведениями, другими учреждениями системы образования, которые принадлежат к государственной и коммунальной форме собственности: Постановление КМ Украины № 796 от 27.08.2010 г. // Урядовий кур'єр. – 2010. – № 171.
23. Положение о национальном заведении (учреждении) Украины Указ Президента Украины № 451/95 от 16.06.1995 // Урядовий кур'єр. – 1995. – № 93.
24. Об образовании : закон Украины № 1060-XII от 23.05.1991 г. // Голос Украины. – 1991. – № 122.
25. О применении Закона Украины "О высшем образовании": приказ Министерства образования и науки Украины № 296 от 10.05.2002 г. – режим доступа: Лига-Закон.
26. О научных парках : закон Украины № 1563-VI от 25.06.2009 г. // Голос Украины. – 2009. – № 149.
27. О научной и научно-технической деятельности : закон Украины № 1977-XII от 13.12.1991 г. // Голос Украины. – 1992. – № 53.
28. Об инновационной деятельности: закон Украины № 40-IV от 04.07.2002 г. // Голос Украины. – 2002. – № 144.
29. О Кабинете Министров Украины: закон Украины № 2591-VI от 7.10.2010 г. // Голос Украины. – 2010. – № 191.
30. Положение о Министерстве образования и науки, молодежи и спорта Украины: Указ Президента Украины № 410/2011 от 8.04.2011 г. // Урядовий кур'єр. – 2011. – № 80.
31. Закон України "Про пріоритетні напрями інноваційної діяльності в Україні" от 08.09.2011 г. N 3715-VI.
32. Про пріоритетні напрями розвитку науки і техніки : закон Украины № 2623-III от 11.07.2001 г. // Урядовий кур'єр. – 2001. - № 141.
33. Про державні цільові програми : закон Украины № 1621-IV от 18.03.2004 // Голос України. – 2004. - № 101.
34. Про рішення Ради національної безпеки і оборони України від 6 квітня 2006 року "Про стан науково-технологічної сфери та заходи щодо забезпечення інноваційного розвитку України" : Указ Президента України № 606/2006 від 11.07.2006 р. // Урядовий кур'єр. – 2006. - № 130.
35. Закон України "О государственном регулировании деятельности в сфере трансфера технологий" от 14.09.2006 г. N143-V.
36. О государственном регулировании трансфера технологий в Украине : закон Украины № 143-V от 14.09.2006 г. // Голос Украины. – 2006. - № 213.
37. О научно-технической информации : закон Украины №3322-XII от 25.06.1993 г. // Голос Украины. – 1993. - № 138.
38. Об охране прав на изобретения и полезные модели : закон Украины № 3687-XII от 15.12.1993 г. // Голос Украины. – 1994. - № 21.
39. Про затвердження Положення про порядок реєстрації та переміщення через митний кордон України товарів, що містять об'єкти інтелектуальної власності : постанова Кабінету Міністрів України № 412 від 28.04.2001 р. // Урядовий кур'єр. – 2001. – № 84.
40. Про затвердження Технологічної схеми здійснення контролю за переміщенням товарів, що містять об'єкти інтелектуальної власності : наказ Державної митної служби України № 118 від 26.02.2002 р. – режим доступа: <http://zakon.nau.ua/doc/?uid=1025.4590.0>
41. Про затвердження Порядку контролю за додержанням Ліцензійних умов провадження господарської діяльності з виробництва, зберігання і реалізації племінних (генетичних) ресурсів, проведення генетичної експертизи походження та аномалій тварин : наказ Державного комітету України з питань регуляторної політики та підприємництва, Міністерства аграрної політики України № 48/250 від 06.06.2005 р. // Офіційний вісник України. – 2005. – № 26. – Ст. 1507.
42. Про внесення змін до Митного кодексу України (щодо сприяння захисту прав інтелектуальної власності під час переміщення товарів через митний кордон України) : закон України № 359-V від 16.11.2006 р. // Відомості Верховної Ради України. – 2007. – № 3. – Ст. 28.

43. Митний Кодекс України № 92-IV від 11.07.2002 р. // Голос України. – 2002. - № 149.
44. Про затвердження Порядку контролю за додержанням Ліцензійних умов провадження господарської діяльності з виробництва, зберігання і реалізації племінних (генетичних) ресурсів, проведення генетичної експертизи походження та аномалій тварин : наказ Державного комітету України з питань регуляторної політики та підприємництва, Міністерства аграрної політики України № 48/250 від 06.06.2005 р. // Офіційний вісник України. – 2005. – № 26. – Ст. 1507.
45. О внешнеэкономической деятельности: закон Украины № 959-ХІІ от 16.04.1991 г. // Голос Украины. – 1991. - № 112.
46. О государственной тайне : закон Украины № 3855-ХІІ от 10.03.1994 г. // Голос Украины. – 1994. - № 44. - Закон регулирует общественные отношения, связанные с отнесением информации к государственной тайне, засекречиванием, рассекречиванием ее материальных носителей и охраной государственной тайны в целях защиты национальной безопасности Украины.
47. Об информации : закон Украины № 2657-ХІІ от 02.10.1992 г. // Голос Украины. – 1992. – № 217. – Настоящий Закон закрепляет право граждан Украины на информацию, закладывает правовые основы информационной деятельности.
48. Про наукову і науково-технічну експертизу : закон України № 51/95-ВР від 10.02.1995 р. // Голос України. – 1995. – № 53.
49. Про екологічну експертизу : закон України № 45/95-ВР від 09.02.1995 // Голос України. – 1995. – № 49.
50. Про державний контроль за міжнародними передачами товарів військового призначення та подвійного використання : закон України № 549-IV від 20.02.2003 // Голос України. – 2003. – № 54.
51. Капица Ю.М. Международно-правовое регулирование в сфере трансфера технологий и национальные приоритеты: проблемы соотношения / Ю.М. Капица // Материалы XI Международной научно-практической конференции "Проблемы и перспективы инновационного развития экономики". – Алушта, 2006. – С. 43-51.

Поступила в редакцию 01.12.2011 г.

Подсолонко О.А. Трансфер та комерціалізація технологій / О.А. Подсолонко, А.В. Мурава-Середа // Учені записки ТНУ. Серія: Економіка та управління. – 2011. – Т. 24 (63), № 4. – С. 233-245.

Досліджені причини низької інноваційної активності українських університетів і науково-дослідницьких організацій державної форми власності. Проаналізовані законодавство у сфері інноваційної діяльності університетів і науково-дослідницьких організацій, зокрема трансферу та комерціалізації технологій, відповідні права власності на об'єкти інтелектуальної власності, створені за кошти держави, замовника, або власні кошти, а також права на прибуток, які виникають за їх реалізацією.

Ключові слова: інноваційний розвиток економіки, організаційно-економічне забезпечення інноваційного розвитку економіки, правове забезпечення інноваційного розвитку економіки, трансфер технологій, комерціалізація технологій, стартап, спинофф.

Podsolonko E.A. Transfer and commercialization of Technologies / E.A. Podsolonko, A.V. Murava-Sereda // Uchenye zapiski TNU. Series: Economy and management. – 2011. – Vol. 24 (63), № 4. – P. 233-245.

The reasons of low innovative activity of the Ukrainian universities and research organizations of the state pattern of ownership are investigated. The corresponding property rights to the objects of the intellectual property created for means of the state, the customer or own means, and also rights to the profit arising at their realization are analyzed the current legislation in sphere of innovative activity of universities and the research organizations, in particular a transfer and commercialization of technologies.

Keywords: innovative development of economy, organizational - economic maintenance of innovative development of economy, legal maintenance of innovative development of economy, a transfer of technologies, commercialization of technologies, startup, spinoff.

УДК 338.48-53(477.75)

ЭФФЕКТИВНОЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЕ РЕКРЕАЦИОННЫХ ТЕРРИТОРИЙ

Подсолонко М.В., Басиладзе Е.Г.

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

Исследованы процессы создания условий социально-ориентированного использования рекреационных территорий АРК при их недостаточной освоенности и низким уровнем занятости местного населения. Разработана структурная модель процесса обеспечения социально-ориентированного использования рекреационных территорий. Предложены новые аспекты управления развитием малого предпринимательства, ориентированного на взаимодействие малых предприятий в сетях и кластерах на основе вовлечения местного населения и создания новых рабочих мест. Сформулированы концептуальные условия освоения и развития пустующих рекреационных территорий на основе создания инновационных центров туризма, отдыха и развлечений.

Ключевые слова: социально-ориентированное использование рекреационных территорий, занятость, малое предпринимательство, кластеры, инновационный центр туризма.

Проблемная ситуация. Автономная республика Крым обладает солидным рекреационным потенциалом. Территория Крыма имеет в своем распоряжении свыше 11,5 тыс. памятников истории, культуры и архитектуры различных эпох, 5 государственных заповедников, 33 заказника, 87 памятников природы, 10 заповедных урочищ. Несмотря на колоссальный потенциал и немалую туристическую привлекательность, эти объекты практически не востребованы в туризме. На полуострове находится 8 месторождений минеральных вод, 15 месторождений лечебных грязей, из которых используется только Сакское. Более 90 % рекреационных объектов сосредоточены на прибрежной полосе моря. При этом район Большой Ялты явно перегружен, в то же время слабо освоено побережье от Алушты до Феодосии, а менее всего – Восточное побережье: Арабатская стрелка, район мыса Казантип, южное и западное побережье Керченского полуострова. В глубинных территориях (горно-предгорных) размещены лишь небольшие (до 100 мест), малокомфортабельные объекты, хотя в этой «крымской Швейцарии» есть все необходимые условия и ресурсы для рекреационного освоения [1].

Основополагающей задачей формирования в слабоосвоенных сельских районах, обладающих солидным рекреационным потенциалом, системы обучения населения умениям создания взаимодействующих малых предприятий рекреационной направленности в составе сетей, комплексов и кластеров, является вовлечение в эти процессы педагогов и старшеклассников, как будущих предпринимателей, для которых и создаются эти условия [2].

Обеспечение занятости местного населения в регионах на деградирующих территориях и в заброшенных селах – это социально-значимый вопрос. Существующий в Украине и регионах механизм поддержки развития малого предпринимательства, при всем многообразии содержащихся в нем мероприятий, эту задачу не решал. Ключевым фактором неработоспособности такого

механизма является его доминирующая направленность на деятельность отдельных малых предприятий, его ориентация на проблемы отдельных предпринимателей, на их соперничество и конкуренцию, а не на возможности сотрудничества и кооперации, не на потребности общества в его сбалансированном развитии. В этих условиях теоретические возможности мультипликативного эффекта даже при попытке развития предприятий в приоритетном для регионов виде экономической деятельности, как правило, не способствуют потенциально возможному приумножению количества малых предприятий во взаимосвязанных с ним других видах деятельности. Отсутствует анализ потребности населения в активной деятельности, маркетинг касается, преимущественно, существующих предприятий и сбыта их продукции, услуг. Технологии и оборудование, приобретаемые за рубежом, в основном характеризуют вчерашний день их устаревающей экономики. Попытки вовлечь местных предпринимателей в обеспечение сырьем современных технологий по производству, к примеру, биотоплива в странах Европы, превращали экономику отдельных регионов Украины в сырьевой придаток европейских предприятий, в ущерб населению страны [2].

Анализ статистики и опыта АР Крым. Ожидание воздействия «невидимой руки» рыночных отношений, даже при значительных усилиях руководства страны и регионов в процессах оказания поддержки развитию малого предпринимательства, на уровень занятости населения, может растянуться на долгие годы в целом по регионам, а особенно в их отдельных городах и районах. К примеру, сколько лет потребуется для повышения уровня занятости на малых предприятиях в процентах к трудоспособному населению с 1,5 % в Красноперекопском, 1,8 % в Джанкойском и 1,9 % в Нижнегорском районах АР Крым до уже сложившихся в 2008 г. 9,5 % в Алуште, 10,6 % в Ялте и 16,8 % в Симферополе?

Сформированный в Украине и ее регионах организационно-экономический механизм управления в регионах по состоянию на 2008 г. не позволял региональным руководителям оказывать влияние на уровень развития малого предпринимательства в городах и районах, на уровень занятости населения (тем более, с учетом полного отсутствия занятости населения в отдельных селах АР Крым) [3].

Цели и задачи исследования. Совершенно очевидно, что в организационно-экономический механизм следует ввести ряд инновационных составляющих, призванных обеспечить определенную целенаправленность его воздействия на процессы получения совокупности общественно значимых результатов, ориентированных, в первую очередь, на местное население, обеспечивающих его полноценную занятость, достойный уровень жизни и рост благосостояния. К инновационным составляющим относятся:

– ресурсно и социально ориентированный стратегический маркетинг потребностей сбалансированного развития общества;

– системно обоснованная структурно-графическая модель взаимодействия предприятий различных видов деятельности, потенциальных для активизации населения региона;

– структурная модель проявления мультипликативного эффекта для разнообразных приоритетов развития малого предпринимательства в регионах;

– инновационные технологии малого предпринимательства в динамике их разработки и внедрения;

– гибкие организационные структуры управления взаимодействием малых предприятий, обеспечивающие максимальную занятость и благосостояние местного населения;

– обратная связь в процессах управления малым предпринимательством, обеспечивающим занятость местного населения в регионе;

– обучение населения современным инновационным технологиям малого предпринимательства и процессам управления взаимодействием малых предприятий, обеспечивающих местному населению достойный уровень благосостояния и уверенность в будущей занятости всех членов своих семей.

Основные результаты исследования. Реализация нового организационно-экономического механизма обеспечения занятости населения на основе развития малого предпринимательства должна осуществляться поэтапно. На первом этапе целесообразно сосредоточить усилия на освоении близких к сельским советам территорий, имеющих традиционные источники энергообеспечения, дороги и жилье. Это – пробный пилотный проект, на котором можно отработать весь механизм взаимодействия малых предприятий, попавших в мультипликаторный контур.

Специальный анализ резервов развития малого предпринимательства показал, что в Джанкойском Присивашье АР Крым, к примеру, – это, прежде всего, развитие рекреационной деятельности. Мировая и отечественная практика выделяют несколько направлений этой деятельности. К ним относятся: создание детских оздоровительных загородных центров, эксплуатируемых преимущественно в период школьных каникул; создание студенческих молодежных центров туризма, отдыха и развлечений; центры семейного отдыха, развлечений и туризма; образовательные, профессионально ориентированные и деловые центры размещения; спортивно-тренировочные и соревновательные центры и т.д. Практически все перечисленные виды рекреационной деятельности могут быть реализованы как в непосредственной близости от поселений, имеющих большой потенциал незанятого населения, так и на пустующих территориях на расстоянии в 5 – 15 км от этих селений [3].

В чем привлекательность лучших мировых молодежных центров отдыха и развлечений, и чем они увлекательны для молодежи из всех стран мира?

Особенностью популярных молодежных центров отдыха является не только активный отдых, но и взаимное культурное обогащение молодежи. Вполне очевидно, что чем больше предоставляется возможностей для разнообразного отдыха и спорта днем и для культурного взаимодействия вечером, тем более интересным будет такой центр. Очевидно, есть какие-то количественные границы

для каждого вида отдыха и развлечений по непосредственному участию в них, либо по отношению к ним в качестве зрителей. Соответственно для всех зрелищных мероприятий должны быть предусмотрены места для зрителей, возможно, в виде переносных трибун, используемых при необходимости на разных аренах. В стабильных местах отдыха развитие таких центров наталкивается, прежде всего, на территориальные ограничения, а иногда и сопротивление местных жителей, которых не устраивает громкая музыка по вечерам, а днем – столпотворение праздной молодежи. Поэтому, неосвоенные территории имеют неограниченный потенциал перспективного создания современных инновационных центров отдыха и развлечений молодежи.

Многие центры отдыха детей и молодежи делят на категории – как ценовые, так и содержательные – для разных возрастных групп. Возможно, такое разделение можно реализовать в целом для центров, т.е. – отдельные центры для каждой возрастной группы, но можно предусмотреть такое разделение внутри центра через специализированные по возрасту, полу и интересам корпуса для проживания. В условиях формирования таких центров, не имеющих строгого территориального ограничения, целесообразно предусматривать детские центры для детей в возрасте до 15 лет с позиции самостоятельного функционирования как территориально, так и по видам отдыха и развлечений.

Накопленный в мире опыт по размещению туристов и отдыхающих, по организации их питания, позволяет сформулировать наиболее перспективную концепцию развития пустующих территорий, по созданию новых центров отдыха и развлечения населения, дающих возможность провести отпуск или каникулы без ущерба для семейного бюджета, интересно, с пользой для здоровья и развития интеллекта любыми слоями населения (рис. 1).

Первое и главное условие эффективного возрождения пустующих территорий – заинтересованность в их использовании и социальная результативность для населения всех процессов возрождения, выраженная в высоком уровне занятости, благосостояния и качества жизни всех слоев местного населения.

Второе условие – регенеративное воздействие всех технологий, применяемых при создании и функционировании рекреационных центров, на используемые территории и природу, на всю окружающую среду (регенеративный – восстанавливающий, возрождающий) [4, с. 516].

Третье условие – доступность, востребованность, разнообразие и совместимость рекреационных услуг для всех слоев населения из разных регионов Украины и стран мира.

Четвертое условие – взаимосвязь, взаимодействие и взаимозависимость участников формирования комплекса рекреационных услуг по их объемам, качеству и ассортименту.

Пятое условие – наличие организационно-экономического механизма, позволяющего максимально использовать мультипликативный (мультипликативный, мультипликационный – умножающий) [4, с. 398] и кумулятивный (кумулятивный – концентрирующий, увеличивающий) [4, с. 325]

эффекты для обеспечения наибольшей конечной результативности деятельности рекреационного комплекса по всем его взаимодействующим составляющим, с учетом вклада каждой из них в получение конечного результата в любой отчетный период их деятельности, с соответствующей адекватной

Шестое условие – создание, поддержка или развитие инфраструктурного обеспечения участников рекреационного комплекса, включая дороги, транспорт, энергетическое и водное снабжение, элементы здравоохранения и образования [5].

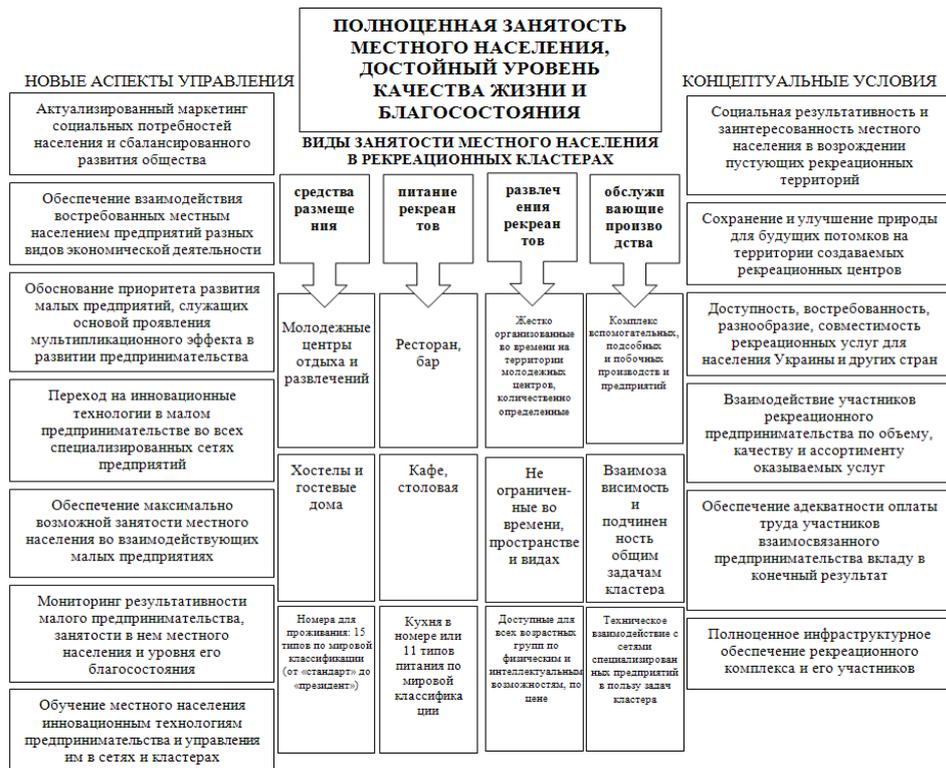


Рис. 1. Структурная модель процесса обеспечения социально-ориентированного использования рекреационных территорий

Исходя из необходимости соблюдения перечисленных концептуальных условий осуществления процессов обеспечения социально-экономического развития неэффективно используемых территорий формируется соответствующая целевая программа реализации этих условий. Поскольку в Украине наблюдается низкая результативность многочисленных концепций и программ их реализации на региональном и национальном уровнях, здесь предлагается создание специального координирующего центра в составе упомянутого организационно-

экономического механизма, пронизывающего своей деятельностью взаимодействие всех участников формируемых рекреационных центров.

Выводы. Исследование процессов создания условий социально-ориентированного использования рекреационных территорий в сложившейся в АР Крым проблемной ситуации, связанной с их недостаточной освоенностью во многих районах и, соответственно, низким уровнем занятости местного населения, охватило широкий спектр составляющих этой проблемы.

В результате исследования разработана структурная модель процесса обеспечения социально-ориентированного использования рекреационных территорий, во главе которой поставлена задача установления полноценной занятости местного населения, а на этой основе – обеспечения достойного уровня благосостояния и подъема качества жизни и (рис. 1). Для этого предложены новые аспекты управления развитием малого предпринимательства, ориентированного на обоснованное взаимодействие малых предприятий в специализированных сетях предприятий и – в кластерах, на основе вовлечения в них, прежде всего, местного населения и создания для него новых рабочих мест (рис. 1). Сформулированы концептуальные условия освоения и развития пустующих рекреационных территорий на основе создания на них инновационных центров туризма, отдыха и развлечений, доступных всем слоям населения любых возрастных групп и, прежде всего – востребованных местным населением, как основы их трудовой деятельности и роста благосостояния.

Разработанная структурная модель (рис. 1) предназначена для применения при разработке целевых программ социально-экономического развития неэффективно использованных территорий на уровне регионального и районного руководства.

Список литературы

1. Таряник А.И. Преимущества рекреационного потенциала Крымского региона / А.И. Таряник // Культура народов Причерноморья. – 2001. – № 18, т. 2. – С. 25-26.
2. Подсолонко М.В. Уровень эффективности использования рекреационных ресурсов в АРК / М.В. Подсолонко: материалы первой международной научно-практической конференции [«Управление развитием предпринимательства в современных условиях»], (Севастополь, 7 – 9 октября 2010 г.) / Таврический национальный университет им. В.И. Вернадского. – Симферополь: ДИАЙПИ, 2010. – С. 231-233.
3. Подсолонко М.В. Императивы развития кластерных инициатив в странах мира / М.В. Подсолонко: материалы международной научно-практической конференции [«Опережающее управление социально-экономическим развитием регионов»], (Симферополь, 7 – 8 октября 2010 г.) / Таврический национальный университет им. В.И. Вернадского. – Симферополь: ДИАЙПИ, 2010. – С. 30-35.
4. Современный словарь иностранных слов / [Ганшина К.А.]. – М.: Русский язык, 2001. – 742 с.
5. Подсолонко М.В. Происхождение кластерных инициатив в Украине / М.В. Подсолонко: [Збірник наукових праць «Технічний прогрес і ефективність виробництва» / Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут»]. – Харків: НТУ «ХП», 2009. – № 18. – С. 12-15.

Подсолонко М.В. Ефективне використання рекреаційних територій / М.В. Подсолонко, К.Г. Басиладзе // Учені записки ТНУ. Серія: Економіка та управління. – 2011. – Т. 24 (63), № 4. – С. 246-252.

Досліджені процеси створення умов соціально орієнтованого використання рекреаційних територій АРК при їхньому недостатньому використанні та низьким рівнем зайнятості місцевого населення. Розроблена структурна модель процесу забезпечення соціально орієнтованого використання рекреаційних територій. Запропоновані нові аспекти управління розвитком малого підприємництва, яке орієнтоване на взаємодію малих підприємств у мережах і кластерах на основі залучення місцевого населення і створення нових робочих місць. Сформульовані концептуальні умови засвоєння та розвитку рекреаційних територій на основі створення інноваційних центрів туризму, відпочинку та розваг.

Ключові слова: соціально орієнтованого використання рекреаційних територій, зайнятість, мале підприємництво, кластери, інноваційний центр туризму.

Podsolonko M.V. Effective utilization of recreational territories / M.V. Podsolonko, K.G. Basiladze // Uchenye zapiski TNU. Series: Economy and management. – 2011. – Vol. 24 (63), № 4. – P. 246-252.

Processes of creation of conditions socially guided uses of Crimea's recreational territories are investigated at their insufficient and by a low level of local population's occupation. The structural model of process of maintenance socially guided uses of recreational territories is developed. New aspects of management are offered by development of the small business focused on interaction of small enterprises in networks and кластерах on the basis of involving of local population and creation of new workplaces. Conceptual conditions of development and development of empty recreational territories are formulated on the basis of creation of the innovative centers of tourism, rest and entertainments.

Keywords: socially guided use of recreational territories, employment, small business, clusters, the innovative center of tourism.

УДК 331.003.13

**ПРОГНОЗИРОВАНИЕ ПОТРЕБНОСТИ В ПЕРСОНАЛЕ ПРЕДПРИЯТИЙ
ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННОГО КОМПЛЕКСА АВТОНОМНОЙ
РЕСПУБЛИКИ КРЫМ**

Шамилева Э.Э.

*Крымский экономический институт ГВУЗ «Киевский национальный экономический университет им. В. Гетмана», Симферополь, Украина
E-mail: elya_shamileva@mail.ru*

Статья посвящена одной из важнейших проблем рыночной экономики - вопросам планирования и прогнозирования потребности предприятий в персонале. В работе был предложен экономико-математический подход к моделированию потребности в рабочей силе, с учетом влияния факторов, что является принципиально новым и требует разработки специальных методов исследования и анализа при условиях становления социально ориентированной рыночной экономики.

Ключевые слова: персонал, занятость, прогнозирование, прогноз численности.

Актуальность.

По мере развития рыночных отношений возрастает значение оптимизации численности работников предприятий всех форм собственности. Поэтому все больше внимания уделяется вопросам планирования и прогнозирования потребности предприятий в персонале. Расчеты потребности предприятий в персонале на перспективу являются решающими, служат исходным моментом при подготовке и переподготовке кадров, научной основой управления переменной труда с целью создания наиболее благоприятных условий для развития человеческой личности [1].

Анализ существующих подходов к исследуемой проблеме.

Решение проблемы планирования и прогнозирования потребности предприятий в персонале зависит от уровня разработки соответствующих теоретических, методических и практических вопросов [2].

Различные аспекты этой многогранной проблемы изучены и широко опубликованы в работах отечественных и зарубежных исследователей, среди которых: Андреев С.В., Ивановская Л.В., Игнатов В.Г., Кибанов А.Я., Котляр З.А., Маневич В.В., Пусенкова М.В., Шведов А.И. и другие, Иванцевич Дж., Мескон М.Х, Альберт М., Марр Р. и другие.

Так, Морозов М. А. на предприятиях туристической индустрии предлагает использовать функционально-стоимостной подход к оценке и планированию социальной деятельности структурных подразделений туристской организации, совершенствованию организационной структуры предприятия [3].

Герчикова И. Н. считает, что для полной прогнозной оценки численности персонала актуальным является повышение производственной, творческой отдачи и активности персонала; ориентация на сокращение доли и численности производственных и управленческих работников; разработка и реализация политики подбора и расстановки персонала; выработка правил приема и

увольнения персонала; решение вопросов, связанных с обучением и повышением квалификации персонала [4].

Ивановская Л. В., Кибанов А. Я., Баткаева И. А., Митрофанова Е. А., Ловчева М. В. рекомендуют вести расчет численности персонала на основе данных о трудоемкости рабочего процесса на основе использования регрессионный (зависимость между объемами производства и услуг) и корреляционного анализа (линейная зависимость между численностью персонала и влияющими на нее факторами) [5].

Основной целью исследования является обоснование планирования оптимальной численности персонала (прежде всего, рабочей силы) туристско-рекреационных предприятий в современных рыночных условиях.

Основные результаты исследования.

Расчет численности персонала может быть текущим и перспективным. При определении потребности предприятий в персонале должны выполняться достаточное и необходимое условия [3].

Такой подход к моделированию потребности в рабочей силе, с учетом данных факторов, является принципиально новым и требует разработки специальных методов исследования и анализа.

С учетом данных, представленных в таблицах 1 и 2, для каждого предприятия строится однофакторная линейная модель (уравнение простой линейной регрессии):

$$\hat{y} = \hat{a}_0 + \hat{a}_1 \cdot x, \quad (1)$$

где: X — объем реализованных услуг (тыс. грн.) предприятием,

y — среднеучетная численность (лиц) штатных сотрудников учетного состава предприятия.

Таблица 1

Объем реализованных услуг (тыс. грн.)

№	Предприятия	Годы					
		2005	2006	2007	2008	2009	2010
1	Симферопольское бюро путешествий КРЫМТУР»	59	65	64	78	93	108
2	ТОК «Таврия»	2546	3562	3897	4458	4280	4432
3	КИЙ АВИА КРЫМ ЗАО	3254	4258	5568	6865	8715	9865
4	ЗАО ТОК «НОВЫЙ СВЕТ»	987	1258	2258	2865	4230	4674
5	ТП « КИЗИЛ-КОБА»	254	251	298	381	515	632
6	ТОВ Центр спелеотуризма «ОНИКС-ТУР»	1657	1965	2654	3095	3850	4017

**ПРОГНОЗИРОВАНИЕ ПОТРЕБНОСТИ В ПЕРСОНАЛЕ ПРЕДПРИЯТИЙ
ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННОГО КОМПЛЕКСА
АВТОНОМНОЙ РЕСПУБЛИКИ КРЫМ**

Продолжение таблицы 1

7	ООО ТА «КЕНЕШ ЛТД»	745	879	986	1702	1500	1809
8	ОАО «Пансионат «МОРЕ»	21475	22547	27889	33603	44636	49895
9	Пансионат «НЕВА»	1245	1547	2147	2625	3491	3765
10	ООО «ЧАЙКА» филиал ПАО «КРЫМТУР»	3124	3254	3324	3365	5225	5765
11	ДП Турбаза «МИР»	452	547	786	931	1230	1732
12	ОАО ГК «ЯЛТА- ИНТУРИСТ»	35214	45781	58647	62141	78670	80543
13	ООО ТСК «ЗАПОРОЖЬЕ»	13	25	12	0	0	0
14	ТОВ «ПАЛЬМИРА- ПАЛАС»	24157	22456	25784	28920	44991	46321
15	ДП ТОК «ЕВПАТОРИЯ» ПАО «КРЫМТУР»	2654	3254	5927	7352	10670	14231
16	СП «СЕРДОЛИКОВАЯ БУХТА»	354	447	587	755	1006	1400
17	Бюро путешествий и экскурсий ПАО «КРЫМТУР»	9,8	12	14	15	12	14
18	Бюро путешествий и экскурсий ПАО «КРЫМТУР»	246	265	381	403	430	465
19	МЧП «ЕЛЕНА»	356	474	144	121	886	906
20	ООО «ВИТИМ»	19,6	21	35	31	65	79

Таблица 2

Среднеуčetная численность (лиц) штатных сотрудников учётного состава
предприятия

№	Предприятия	Годы					
		2005	2006	2007	2008	2009	2010
1	Симферопольское бюро путешествий «КРЫМТУР»	7	6	7	7	7	8
2	ТОК «Таврия»	62	73	79	84	69	76
3	КИЙ АВИА КРЫМ ЗАО	96	102	109	112	115	110
4	ЗАО ТОК «НОВЫЙ СВЕТ»	28	38	40	44	42	45
5	ТП «КИЗИЛ-КОБА»	8	9	12	11	11	13
6	ТОВ Центр спелеотуризма «ОНИКС-ТУР»	73	84	91	93	97	95

Продолжение таблицы 2

7	ООО ТА «КЕНЕШ ЛТД»	7	9	7	13	9	10
8	ОАО «Пансионат «МОРЕ»	237	240	274	282	322	320
9	Пансионат «НЕВА»	35	41	52	55	58	55
10	ООО «ЧАЙКА» филиал ПАО «КРЫМТУР»	33	47	60	54	57	52
11	ДП Турбаза «МИР» г. Алушта	11	15	18	20	24	22
12	ОАО ГК «ЯЛТА- ИНТУРИСТ»	659	1022	970	596	720	735
13	ООО ТСК «ЗАПОРОЖЬЕ»	8	10	15	14	12	11
14	ТОВ «ПАЛЬМИРА- ПАЛАС»	213	220	230	234	307	298
15	ДП ТОК «ЕВПАТОРИЯ» ПАО «КРЫМТУР»	178	184	179	184	163	172
16	СП «СЕРДОЛИКОВАЯ БУХТА»	5	6	6	8	8	7
17	Бюро путешествий и экскурсий ПАО «КРЫМТУР»	1	1	1	1	1	1
18	Бюро путешествий и экскурсий ПАО «КРЫМТУР»	10	10	10	12	10	11
19	МЧП «ЕЛЕНА»	10	10	15	19	18	17
20	ООО «ВИТИМ»	1	2	4	4	2	2

Прогноз численности штатных сотрудников осуществляется с помощью модели:

$$V_i = \langle \hat{y}_i \rangle, \quad (2)$$

где: $i = \overline{7, 16}$, $x_i = 1,15 \cdot x_{i-1}$, $i = \overline{7, 16}$, $\langle t \rangle$ — ближайшее целое число к действительному числу t . Коэффициент $1,15$ подобран так, чтобы в среднем приблизительно каждые 5 лет объем реализованных услуг (тыс. грн.) предприятием удваивался. Следует учитывать, что построенные прогнозы численности штатных сотрудников предприятия задают оценки средних значений численности штатных сотрудников за соответствующий год при условии неизменности всех факторов, не учитываемых построенными однофакторными линейными моделями. Кроме того, качество долгосрочных прогнозов хуже качества средне- и краткосрочных прогнозов.

Например, для первого предприятия Симферопольского бюро путешествий «Крымтур» (Симферополь) система нормальных уравнений

**ПРОГНОЗИРОВАНИЕ ПОТРЕБНОСТИ В ПЕРСОНАЛЕ ПРЕДПРИЯТИЙ
ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННОГО КОМПЛЕКСА
АВТОНОМНОЙ РЕСПУБЛИКИ КРЫМ**

$$\begin{cases} n \cdot a_0 + (\sum x_i) \cdot a_1 = \sum y_i, \\ (\sum x_i) \cdot a_0 + (\sum x_i^2) \cdot a_1 = \sum (x_i \cdot y_i). \end{cases} \quad (3)$$

согласно имеющимся данным принимает вид:

$$\begin{cases} 6 \cdot a_0 + 467 \cdot a_1 = 42, \\ 467 \cdot a_0 + 38199 \cdot a_1 = 3312. \end{cases} \quad (4)$$

Откуда находим МНК-оценки параметров простой линейной регрессии по формуле:

$$\hat{a} = \begin{pmatrix} \hat{a}_0 \\ \hat{a}_1 \end{pmatrix} = (X^T \cdot X)^{-1} \cdot X^T \cdot y = \begin{pmatrix} n & \sum x_i \\ \sum x_i & \sum x_i^2 \end{pmatrix}^{-1} \cdot \begin{pmatrix} \sum y_i \\ \sum (x_i \cdot y_i) \end{pmatrix}, \quad (5)$$

то есть:

$$\hat{a} = \begin{pmatrix} 6 & 467 \\ 467 & 38199 \end{pmatrix}^{-1} \cdot \begin{pmatrix} 42 \\ 3312 \end{pmatrix} = \frac{1}{11105} \begin{pmatrix} 57654 \\ 258 \end{pmatrix} \approx \begin{pmatrix} 5,19 \\ 0,0232328 \end{pmatrix}. \quad (6)$$

Таким образом, оценка уравнения регрессии имеет вид:

$$\hat{y} = \hat{a}_0 + \hat{a}_1 \cdot x = \frac{57654}{11105} + \frac{258}{11105} \cdot x \approx 5,191715 + 0,023233 \cdot x. \quad (7)$$

Результаты расчетов для данного предприятия представлены в таблице 3.

Таблица 3

Прогноз численности штатных сотрудников Симферопольского бюро
путешествий «Крымтур» (Симферополь)

a_0	a_1	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
5,191715	0,023233	8	9	9	10	10	11	12	13	14	15

$$\hat{y} = \hat{a}_0 + \hat{a}_1 \cdot x = \frac{693212276}{16067517} + \frac{127665}{16067517} \cdot x \approx 43,14371 + 0,007946 \cdot x. \quad (8)$$

Таблица 4

Прогноз численности штатных сотрудников ТОК «Таврия» (Симферополь)

a_0	a_1	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
43,14371	0,007946	84	90	97	105	114	125	137	151	167	186

$$\hat{y} = \hat{a}_0 + \hat{a}_1 \cdot x = \frac{1821175390}{196540649} + \frac{449102}{196540649} \cdot x \approx 92,66151 + 0,002285 \cdot x \quad (9)$$

Таблица 5

Прогноз численности штатных сотрудников ЗАО «Кий Авиа Крым»
(Симферополь)

a_0	a_1	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
92,66151	0,002285	119	122	127	132	138	145	153	162	172	184

$$\hat{y} = \hat{a}_0 + \hat{a}_1 \cdot x = \frac{2115971106}{68838204} + \frac{222396}{68838204} \cdot x \approx 30,73833 + 0,003231 \cdot x \quad (10)$$

Таблица 6

Прогноз численности штатных сотрудников ЗАО ТОК «Новый Свет»
(Симферополь)

a_0	a_1	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
30,73833	0,003231	48	51	54	57	61	66	71	77	84	92

$$\hat{y} = \hat{a}_0 + \hat{a}_1 \cdot x = \frac{5208575}{723225} + \frac{6450}{723225} \cdot x \approx 7,201874 + 0,008918 \cdot x \quad (11)$$

Таблица 7

Прогноз численности штатных сотрудников ТП «Кизил-Коба»
(Симферопольский район)

a_0	a_1	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
7,201874	0,008918	14	15	16	17	19	20	22	24	27	30

$$\hat{y} = \hat{a}_0 + \hat{a}_1 \cdot x = \frac{1811260802}{27981780} + \frac{234756}{27981780} \cdot x \approx 64,73001 + 0,00839 \cdot x \quad (12)$$

Таблица 8

Прогноз численности штатных сотрудников ООО Центр Спелеотуризма
«Оникс-Тур» (Симферопольский район)

a_0	a_1	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
64,73001	0,00839	103	109	116	124	133	143	154	168	183	201

**ПРОГНОЗИРОВАНИЕ ПОТРЕБНОСТИ В ПЕРСОНАЛЕ ПРЕДПРИЯТИЙ
ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННОГО КОМПЛЕКСА
АВТОНОМНОЙ РЕСПУБЛИКИ КРЫМ**

$$\hat{y} = \hat{a}_0 + \hat{a}_1 \cdot x = \frac{27550061}{6235241} + \frac{23309}{6235241} \cdot x \approx 4,418444 + 0,003738 \cdot x \quad (13)$$

Таблица 9

Прогноз численности штатных сотрудников ООО ТА «Кенеш лтд»
(Симферопольский район)

a_0	a_1	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
4,418444	0,003738	12	13	15	16	18	20	22	25	28	32

$$\hat{y} = \hat{a}_0 + \hat{a}_1 \cdot x = \frac{731149781820}{4132303685} + \frac{12670699}{4132303685} \cdot x \approx 176,9352 + 0,003066 \cdot x \quad (14)$$

Таблица 10

Прогноз численности штатных сотрудников ОАО «Пансионат «Море» (Алушта)

a_0	a_1	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
176,9352	0,003066	353	379	410	445	485	531	584	645	715	796

$$\hat{y} = \hat{a}_0 + \hat{a}_1 \cdot x = \frac{924962424}{31202244} + \frac{248724}{31202244} \cdot x \approx 29,6441 + 0,007971 \cdot x \quad (15)$$

Таблица 11

Прогноз численности штатных сотрудников Пансионат «Нева» (Алушта)

a_0	a_1	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
29,6441	0,007971	64	69	75	82	90	99	109	121	135	151

$$\hat{y} = \hat{a}_0 + \hat{a}_1 \cdot x = \frac{1581327984}{40796409} + \frac{119439}{40796409} \cdot x \approx 38,76145 + 0,002928 \cdot x \quad (16)$$

Таблица 12

Прогноз численности штатных сотрудников ООО «Чайка» филиал ЗАО
«Крымтур» (Алушта)

a_0	a_1	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
38,76145	0,002928	58	61	64	68	73	78	84	90	98	107

$$\hat{y} = \hat{a}_0 + \hat{a}_1 \cdot x = \frac{70242558}{6765080} + \frac{56834}{6765080} \cdot x \approx 10,3811 + 0,008401 \cdot x \quad (17)$$

Таблица 13

Прогноз численности штатных сотрудников
ДП Туристическая база «Мир» (Алушта)

a_0	a_1	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
10,3811	0,008401	27	30	33	36	40	44	49	55	62	69

$$\hat{y} = \hat{a}_0 + \hat{a}_1 \cdot x = \frac{8625930527548}{9560151960} - \frac{18847158}{9560151960} \cdot x \approx 902,2796 - 0,00197 \cdot x \quad (18)$$

Таблица 14

Прогноз численности штатных сотрудников ОАО ГК «Ялта-Интурист» (Ялта)

a_0	a_1	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
902,2796	- 0,00197	720	692	661	625	583	535	480	417	344	260

В данном случае качество долгосрочного прогноза очень низкое. Видимо, более качественный прогноз можно построить на основе применения нелинейной модели (например, параболической зависимости).

$$\hat{y} = \hat{a}_0 + \hat{a}_1 \cdot x + \hat{a}_2 \cdot x^2 \quad (19)$$

$$\hat{y} = \hat{a}_0 + \hat{a}_1 \cdot x = \frac{443417538002}{3447100937} + \frac{13066778}{3447100937} \cdot x \approx 128,6349 + 0,003791 \cdot x \quad (20)$$

Таблица 15

Прогноз численности штатных сотрудников ОАО «Пальмира-Палас» (Ялта)

a_0	a_1	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
128,6349	0,003791	331	361	396	436	482	535	596	666	746	839

$$\hat{y} = \hat{a}_0 + \hat{a}_1 \cdot x = \frac{110340827952}{595350612} - \frac{702534}{595350612} \cdot x \approx 185,3376 - 0,00118 \cdot x \quad (21)$$

**ПРОГНОЗИРОВАНИЕ ПОТРЕБНОСТИ В ПЕРСОНАЛЕ ПРЕДПРИЯТИЙ
ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННОГО КОМПЛЕКСА
АВТОНОМНОЙ РЕСПУБЛИКИ КРЫМ**

Таблица 16

Прогноз численности штатных сотрудников ДП ТОК «Евпатория»
ПАО «Крымтур» (Евпатория)

a_0	a_1	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
185,3376	-0,00118	166	163	160	156	152	146	141	134	126	117

В данном случае качество долгосрочного прогноза невысокое. Возможно, имеет место ситуация подобная пункту 14.

$$\hat{y} = \hat{a}_0 + \hat{a}_1 \cdot x = \frac{23529962}{4577129} + \frac{9212}{4577129} \cdot x \approx 5,140769 + 0,002013 \cdot x \quad (22)$$

Таблица 17

Прогноз численности штатных сотрудников
СП «Сердоликовая бухта» (Феодосия)

a_0	a_1	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
5,140769	0,002013	8	9	9	10	11	12	13	14	15	17

$$\hat{y} = \hat{a}_0 + \hat{a}_1 \cdot x = \frac{2139978}{240516} + \frac{1056}{240516} \cdot x \approx 8,897445 + 0,004391 \cdot x \quad (23)$$

Таблица 18

Прогноз численности штатных сотрудников Бюро путешествий и экскурсий
ЗАО «Крымтур» (Судак)

a_0	a_1	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
8,897445	0,004391	11	12	12	12	13	14	14	15	16	17

$$\hat{y} = \hat{a}_0 + \hat{a}_1 \cdot x = \frac{50000586}{3620957} + \frac{7711}{3620957} \cdot x \approx 13,80867 + 0,00213 \cdot x \quad (24)$$

Таблица 19

Прогноз численности штатных сотрудников МЧП «Елена»
(Бахчисарайский район)

a_0	a_1	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
13,80867	0,00213	16	16	17	17	18	18	19	20	21	22

$$\hat{y} = \hat{a}_0 + \hat{a}_1 \cdot x = \frac{4838924}{1806260} - \frac{7740}{1806260} \cdot x \approx 2,678974 - 0,00429 \cdot x \quad (25)$$

Таблица 20

Прогноз численности штатных сотрудников ООО «Витим»
(Бахчисарайский район)

a_0	a_1	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
2,678974	- 0,00429	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1

В последнем случае качество долгосрочного прогноза очень низкое.

Выводы.

Учитывая полученные результаты планирования, можно предположить, что для большинства туристско-рекреационных предприятий наблюдается тенденция увеличения численности персонала в среднем на 7-12%, но в том случае, если увеличится поток туристов, а также продолжительность пользования услугами туристических предприятий. Что соответственно будет возможно с учетом таких условий как: рост требований к квалификации, повышение качества предоставляемых услуг, вкус и индивидуальные потребности туристов, применение новых технологий. Именно повышенные требования к квалификации персонала ускорят такие нежелательные, но естественные явления, как сокращение численности персонала за счет внедрения новой техники и технологий, переобучение недостаточно квалифицированных кадров и т.п.

Руководителям туристических предприятий следует уже в 2012 году предпринять соответствующие меры для удовлетворения потребности предприятий в персонале и обеспечения их оптимальной численности в соответствии с требуемой квалификацией и спросом на услуги.

Рыночные условия предъявляют новые, более высокие требования не только к формированию кадров, но и к механизму определения количественной потребности в рабочей силе для научного обоснования расчетов потребности предприятий в кадрах, как по профессиям, так и по категориям функционирующей рабочей силы.

**ПРОГНОЗИРОВАНИЕ ПОТРЕБНОСТИ В ПЕРСОНАЛЕ ПРЕДПРИЯТИЙ
ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННОГО КОМПЛЕКСА
АВТОНОМНОЙ РЕСПУБЛИКИ КРЫМ**

Список литературы

1. Карлін М.І. Стимулювання праці в освітньо-науковій сфері: проблеми теорії й практики / М. І. Карлін - Луцьк: Вежа, 2000. – 192 с.
2. Османов И.Х. Источники удовлетворения потребности предприятий рекреационного комплекса в кадрах / И.Х. Османов, Т.Н. Баталова // Збірник наукових праць Кримського державного аграрного університету “Економічні науки”. – 2002. – № 70. – С. 175-179.
3. Морозов М.А. Пути повышения эффективности управления персоналом на предприятиях туристической индустрии / М. А. Морозов // Вестник Российского нового университета. – 2005. – Выпуск 6. – С. 25-32.
4. Герчикова И.Н. Управление персоналом: [учебное пособие] /И.Н Герчикова. – М: ЮНИТИ., 2000. – 345 с.
5. Кибанов А.Я. Мотивация и стимулирование трудовой деятельности: [учебник] / А.Я. Кибанов, И.А. Баткаева, Е.А. Митрофанова, М.В. Ловчева. –М.: ИНФРА-М, 2010. – 524 с.
6. Шмидт Г. Основы кадрового планирования: Материалы международного семинара «Теория и практика управления человеческими ресурсами в условиях социально-ориентированной рыночной экономики» / Г. Шмидт. – М.: Международное бюро труда, 1994. – С .64-78.

Поступила в редакцию 01.12.2011 г.

Шамілева Е.Е. Прогнозування потреби в персоналі підприємств туристсько-рекреаційного комплексу АР Крим / Е.Е. Шамілева // Учені записки ТНУ. Серія: Економіка та управління. – 2011. – Т. 24 (63), № 4. – С. 253-263.

Стаття присвячена одній з найважливіших проблем ринкової економіки - питанням планування і прогнозування потреби підприємств в персоналі. У роботі був запропонований економіко-математичний підхід до моделювання потреби в робочій силі, з урахуванням впливу чинників, що є принципово новим і вимагає розробки спеціальних методів дослідження і аналізу за умов становлення соціально орієнтованої ринкової економіки.

Ключові слова: персонал, зайнятість, прогнозування, прогноз чисельності.

Shamileva E.E. The forecasting of the need of the personnel of the recreational complex enterprises in ar of Crimea / E.E. Shamileva // Uchenye zapiski TNU. Series: Economy and management. – 2011. – Vol. 24 (63), № 4. – P. 253-263.

This article is devoted to the one of the most important problems of the market economy – to the problems of the planning and prediction of the need of the staff. The economic and mathematical approach to the modeling of the need of the workforce was offered in this article. This approach takes into account the influence of the factors, that requires the special methods of the research and analysis in the situation of the formation of socially oriented market economy.

Keywords: personnel, employment, prediction, the forecast of the number of.

УДК 33.338

ИНТЕГРАЦИОННЫЙ ПОДХОД ПРЕДПРИЯТИЙ К ДЕЛОВОМУ ПЛАНИРОВАНИЮ ПРОЕКТОВ

Шевченко Е.В.

*Крымский экономический институт ГВУЗ «Киевский национальный экономический университет им. В. Гетмана», Симферополь, Украина
E-mail: Shevchenko_lena_@list.ru*

В статье дана характеристика составляющих интеграционных систем управления проектами в границах делового планирования проектов.

Ключевые слова: проект, управление проектами, интегрированная система, организационные структуры, матрица ответственности, информационные технологии, планирование проекта.

Актуальность.

Многие предприятия осуществляют свою деятельность в форме проектов. Однако, при управлении проектами наблюдается отклонения процесса реализации проекта от первоначального плана, что уменьшает эффективность достижения целей предприятия. По общественному мнению, фундаментальной причиной подобных отклонений является неспособность предприятий адаптироваться к радикальным изменениям экономической среды. В то же время, для каждого отдельного случая в качестве конкретной причины специалисты называют неспособность проект-менеджера решать задачи, которые не входят в границы его понятийного аппарата. Преодоление указанных проблем является составляющей деятельности проектной команды и должно поддерживаться соответствующими стандартами, методологией и инструментами, которые объединены под единым названием – интегрированная система управления проектами.

Анализ публикаций по теме исследования.

Изучение вопросов построения и организации интегрированной системы управления проектами привлекает серьезное внимание теоретиков и практиков современности. Об этом свидетельствуют публикации Наливайченко С.П., Наливайченко Е.В., Мазура И.И., Шапиро В.Д., Тарбета Д., Ципеса Г.Л. и др. авторов. Так, Наливайченко С.П., Наливайченко Е.В., говоря об интеграционном подходе к управлению проектами, подразумевают, что решение задач в отдельных областях управления проектами должно базироваться на общих «корпоративных» решениях [1, с. 41].

Мазур И.И., Шапиро В.Д., рассматривают интеграцию в управлении проектами как построение структуры интегрированной информационной системы поддержки принятия решений, под которой понимают соединение комплекса программных средств, имитационных, статистических и аналитических моделей процесса и работ по проекту для подготовки решений по его реализации [2, с. 641].

Дентон Тарбет характеризует интеграционный подход в процессе разработки

проекта и называет его методом проектного управления, который обеспечивает выполнение работ во время и без перерасхода средств. При этом он предлагает дополнить существующие методики предварительной оценки интеграцией с процессом разработки, что, по его мнению, гарантирует обоснованность и достижение планов проекта, а также поддержку управленческой деятельности путем предоставления точной и своевременной информации о планировании [3].

Григорий Ципес, характеризуя интегрированные системы управления проектами предприятий, имеет в виду не только совместное использование инструментальных средств, но и особые формы и технологии управления, позволяющие вписать проектную деятельность в общий контекст деятельности компании [4].

Таким образом, исследователи сходятся во мнении, что интеграционный подход к управлению проектами, основан на создании и обеспечении эксплуатации интегрированной системы управления проектами. Однако, только не многие авторы, характеризуют данную систему с позиций делового планирования проектов, и поэтому отсутствует систематизация порядка основных составляющих интеграционных систем в процессе их делового планирования.

Цель исследования состоит в обосновании составляющих интеграционных систем управления проектами в границах делового планирования проектов.

Основные результаты исследования.

Деятельность по управлению проектами порождает развитие самостоятельного рынка продуктов и услуг, представленных на рис. 1.



Рис.1. Услуги и продукты управления проектами [4].

Согласно рисунку, эффективность управления проектами как структуры зависит от искусства управления, развития научно-методологического сектора проектного рынка, а также создания определенных условий, позволяющих проектной команде реализовывать свои возможности. Необходимо, чтобы

методические, инструментальные средства, целесообразные для успешного управления проектом, были объединены в систему, обеспечивающую эффективное принятие управленческих решений, что возможно при создании интегрированной системы управления проектами.

Интеграция (от лат. *integrum* - целое, *integratio* - возобновление) — сочетание, взаимопроникновение. Это процесс объединения любых элементов (частей) в одно целое.

Исходя из этого, интеграционный подход – это совокупность объединенных структур в рамках единой комплексной системы, называемой также интегрированной системой управления проектами [5].

Интегрированная система управления проектами это, с одной стороны организационная, а, с другой стороны, программно-технологическая среда, которая предоставляет проект-менеджеру варианты для принятия сбалансированных решений, охватывающих различные стадии жизненного цикла проекта, и позволяющая обеспечить эффективную координацию работ по проекту.

Таким образом, можно выделить две основные составляющие интегрированных систем управления проектами, это – организационные и информационные элементы системы.

Организационные составляющие выражаются в формировании организационных структур и организационно-распорядительных документов, описывающих процессы с учетом распределения зон ответственности.

В рамках интегрированного подхода предприятий к деловому планированию проектов используют организационные инструменты, которые призваны обеспечить согласование и координацию действий участников проекта. Основными из них являются структурная схема организации (ССО) и матрица ответственности.

ССО – это модель-описание организационной структуры, необходимой для выполнения работ, определенных в процессе декомпозиции.

Матрица ответственности обеспечивает описание и согласование структуры ответственности за выполнение пакетов работ, и представляет собой форму распределения ответственности за реализацию работ по проекту, с указанием роли каждого из подразделений в их выполнении. Пример матрицы ответственности представлен в таблице 1 [2, с. 362].

Таблица 1

Задачи	Исполнители			
	Менеджер проекта	Администратор проекта	Планово-финансовый отдел	Отдел сбыта
Согласование целей	О			К
План по вехам	О	И		К
Бюджет проекта	О	И	К	
План проекта	П	О		
Утверждение плана	О		К	К

Роли в примере указывают вид участия подразделения в работе:

ИНТЕГРАЦИОННЫЙ ПОДХОД ПРЕДПРИЯТИЙ К ДЕЛОВОМУ ПЛАНИРОВАНИЮ ПРОЕКТОВ

Роли в примере указывают вид участия подразделения в работе:

О – ответственный исполнитель, И – исполнитель, П – приемка работ, К – консультации.

Таким образом, данные организационные инструменты позволяют определить состав и распределить ответственность исполнителей работ, что, в свою очередь, обеспечивает поддержку проекта, как в рамках проектной команды, так и вне ее. Характеризуя информационные составляющие, следует отметить, что реализация проекта невозможна без применения информационных технологий. Интеграционный подход при этом выражается в необходимости создания контура взаимосвязанных продуктов, в котором система управления проектами связана с другими системами предприятия информационными и пользовательскими интерфейсами, например, как показано на рис. 2.



Рис. 2. Единый контур программных продуктов предприятия [4].

Согласно рисунку, информационная составляющая представляет собой единый контур программных продуктов предприятия. При этом интегрированная информационная система делового планирования предприятий: объединяет данные из разных подразделений и организаций, которые относятся к конкретному проекту; обеспечивает хранение и анализ управленческой информации относительно степени достижения цели проекта; должна обеспечивать алгоритмы разрешения конфликтующих требований, которые возникают в процессе обеспечения проекта; должна обеспечивать поддержку деловых взаимоотношений между исполнителями, временно объединенными в команду; является динамической системой, которая изменяется в зависимости от стадии проекта; является открытой системой, поскольку проект не является полностью независимым от окружения бизнеса и текущей деятельности предприятия [6;с.93].

Таким образом, интеграционная информационная составляющая, по мнению

объединены в единый контур и могут быть структурированы по: функциям, уровням управления или этапам жизненного цикла проекта.

Из вышесказанного следует, что при создании интегрированных систем управления проектами необходимо подготовить комплекс продуктов: пакеты прикладных программ; программы обучения персонала; ССО и матрицы ответственности; методики в различных областях управления проектом.

Каждый самостоятельный продукт имеет свои локальные результаты. Так, например, при подготовке ССО следует осуществить ряд последовательных мероприятий: принципиальный выбор организационной структуры; детальное проектирование ССО; разработка организационных и методических документов, а также выполнить работы: поиск и подбор персонала; назначение ответственных; обучение и т.д.

В каждом конкретном случае данная последовательность результатов работ может приобретать свои специфические технологии.

Таким образом, интегрированные системы управления проектами рассматривают как хорошо формализованный процесс, объединяющий организационную и программно-техническую среду, результатом которой являются решения в таких областях, как: организационная структура и организационное обеспечение; программное обеспечение; техническая инфраструктура; системная интеграция.

При этом интеграционный подход к деловому планированию проектов позволяет связывать разработку плана выполнения проекта с процессами декомпозиции работ, определением операций, взаимосвязей, ресурсов, оценкой длительностей, стоимости и составлением расписаний с целью реагирования на изменения в время реализации проекта (рис.3).

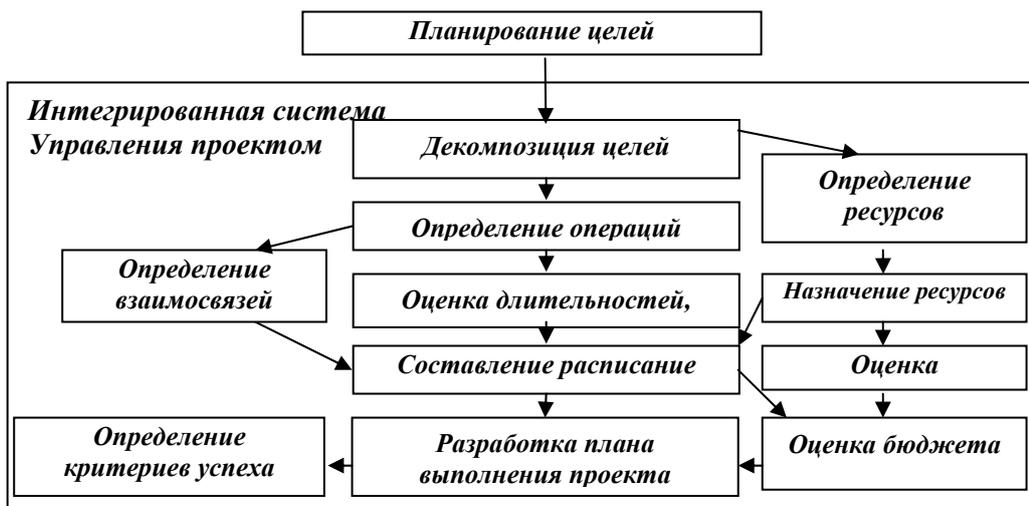


Рис. 3. Интеграционный подход к деловому планированию проектов

Выводы.

Таким образом, интеграционный подход к управлению проектами

подразумевает создание и обеспечение функционирования интегрированных систем.

Основными составляющими интегрированных систем управления проектами является организационная и ИТ-среда проектов. При этом организационная среда основана на комплексном подходе к проектированию организационных структур, с помощью таких организационных инструментов делового планирования как ССО и матрица ответственности.

Информационная среда сосредоточена на внедрении информационных систем посредством создания единого контура различных программных продуктов. Основная цель информационных систем – объединить модули календарно-ресурсного, финансового планирования и систему управления персоналом, документами, с целью повышения скорости доступа к информации и, как следствие, эффективности принимаемых управленческих решений.

В целом, интеграционный подход к деловому планированию проектов позволяет принимать своевременные управленческие решения, что обеспечивает гибкость процесса корректировки плана проекта в процессе реализации работ, что приведет к решению проблемы адаптивности предприятий к постоянно меняющимся условиям хозяйствования.

Список литературы

1. Наливайченко С.П. Организация проектирования предприятий: [учебно-методическое пособие] / С.П. Наливайченко, Е.В. Наливайченко. – Симферополь: ТНУ им. В.И.Вернадского, 2007 г. – 96 с.
2. Управление проектами: [учеб. пособие для вузов] / [И.И. Мазур, В.Д. Шапиро, Н.Г. Ольдерогге, А.В. Полковников]; под общ. ред. И.И. Мазура. – М.: Экономика, 2009. – 960 с.
3. Тарбет Д. Вовремя и без перерасхода средств / Д. Тарбет // Rational Edge [Электронный ресурс]. – Режим доступа:
<http://www.ibm.com/developerworks>
4. Ципес Г. Система управления проектами: интеграционный подход / Г. Ципес // Директор ИС. – 2003. – № 12 [Электронный ресурс]. – Режим доступа:
<http://www.icon3.ru/business/resources>
5. Трошин В.Н. Словарь синонимов ASIS / В.Н. Трошин [Электронный ресурс]. – Режим доступа:
http://dic.academic.ru/dic.nsf/dic_synonims
6. Подсистемы управления проектами / С.П. Наливайченко, Е.В. Наливайченко, Е.В. Шевченко; под общ. ред. С.П. Наливайченко. – Симферополь: УЭУ, 2009. – 130 с.

Поступила в редакцию 01.12.2011 г.

Шевченко О.В. Интеграційний підхід підприємств до ділового планування проектів / О.В. Шевченко // Учені записки ТНУ. Серія: Економіка та управління. – 2011. – Т. 24 (63), № 4. – С. 264-269.

У статті охарактеризовані складові інтеграційної системи управління проектами, у контексті ділового планування проектів.

Ключові слова: проект, управління проектами, інтегрована система, організаційні структури, матриця відповідальності, інформаційні технології, планування проекту.

Shevchenko E.V. Integration approach to business enterprises planning projects / E.V. Shevchenko // Uchenye zapiski TNU. Series: Economy and management. – 2011. – Vol. 24 (63), № 4. – P. 264-269.

The components of integration system of management projects within the business planning projects is described in the article.

Keywords: project, project management, integrated system, organizational structure, responsibility matrix, information technology, planning the project.

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ

Андрушків Богдан Миколайович, доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри менеджменту підприємницької діяльності Тернопільського національного технічного університету імені Івана Пулюя; 46001, Україна, м.Тернопіль, вул.Руська, 56, e-mail: andrushkiv-bohdan@rambler.ru

Андраш Елена Анатолиевна, аспирант кафедри менеджмента и маркетинга Таврического национального университета имени В.И. Вернадского; 95007, г. Симферополь, проспект Академика Вернадского, 4, e-mail: andrash85@mail.ru

Арсененко Арсен Юрьевич, аспирант кафедры менеджмента внешнеэкономической деятельности Таврического национального университета имени В.И. Вернадского; 95007, г. Симферополь, проспект Академика Вернадского, 4, e-mail: arsen.arsenenko@gmail.com

Бантышева Анастасия Леонидовна, аспирант кафедры менеджмента и маркетинга Таврического национального университета имени В.И. Вернадского; 95007, г. Симферополь, проспект Академика Вернадского 4, e-mail: abantysheva@mail.ru

Басиладзе Екатерина Георгиевна, старший преподаватель кафедры менеджмента и маркетинга Таврического национального университета имени В.И. Вернадского; 95007, г. Симферополь, проспект Академика Вернадского, 4, тел. (0652) 60-24-57, e-mail: basiladze@gmail.com.

Бессонова Анна Сергеевна, ассистент кафедры менеджмента и маркетинга Таврического национального университета имени В.И. Вернадского; 95007, г. Симферополь, проспект Академика Вернадского, 4, e-mail: bessonowa.anna@rambler.ru

Бузни Артемий Николаевич, доктор экономических наук, профессор кафедры менеджмента предпринимательской деятельности Таврического национального университета имени В.И. Вернадского; 95007, г. Симферополь, проспект Академика Вернадского, 4, e-mail: tema@crimea.com

Бузни Евгений Николаевич, заведующий кафедрой по связям с общественностью Негосударственной автономной некоммерческой образовательной организации «Институт индустрии моды»; 115432, г. Москва, ул. Трофимова, д. 27, тел. (495) 677-39-74, e-mail: bouzney@mail.ru

Василенко Валентин Александрович, доктор экономических наук, профессор кафедры менеджмента и маркетинга Таврического национального университета имени В.И. Вернадского; 95007, г. Симферополь, проспект Академика Вернадского, 4, e-mail: valentin-vasilenko@yandex.ru

Вершицкий Андрей Вячеславович, кандидат экономических наук, доцент кафедры государственного и регионального управления Таврического национального университета имени В.И. Вернадского; 95007, г. Симферополь, проспект Академика Вернадского, 4, e-mail: vershitsky@ukr.net

Власенко Валентин Анатолійович, кандидат економічних наук, доцент кафедри менеджменту організацій та зовнішньоекономічної діяльності Вищого навчального закладу Укоопспілки „Полтавський університет економіки і торгівлі” 36014, Україна, м. Полтава, вул. Коваля, 3, тел.. (05322) 7-48-37, e-mail: valentinpusku@mail.ru

Вовк Николай Александрович, старший преподаватель кафедры менеджмента и маркетинга Таврического национального университета имени В.И. Вернадского; 95007, г. Симферополь, проспект Академика Вернадского 4, e-mail: nick.wolf@mail.ru

Гонтарь Татьяна Николаевна, ассистент кафедры менеджмента и маркетинга Таврического национального университета имени В.И. Вернадского; 95007, г. Симферополь, проспект Академика Вернадского, 4, e-mail: t.gontar@gmail.com

Горбов Андрей Александрович, соискатель кафедры экономики предприятия Крымского экономического института ГБУЗ «Киевский национальный экономический университет им. Вадима Гетьмана»; 95015, г. Симферополь, ул. Севастопольская, 21/4, e-mail: nauka@ceikneu.edu.ua

Дихтярь Александр Иванович, старший преподаватель кафедры государственного и регионального управления Таврического национального университета имени В.И.Вернадского; 95007, г. Симферополь, проспект Академика Вернадского, 4, e-mail: dadicy@i.ua

Добровольская Оксана Петровна, кандидат географических наук, доцент кафедры государственного и регионального управления Таврического национального университета имени В.И. Вернадского; 95007, г. Симферополь, проспект Академика Вернадского, 4, e-mail: opgrets@mail.ru

Ергин Сергей Михайлович, кандидат экономических наук, доцент кафедры экономики предприятия ГБУЗ «Киевский национальный экономический университет им. В. Гетьмана»; 95015, г. Симферополь, ул. Севастопольская 21/4, e-mail: yergin@rambler.ru

Захарова Карина Викторовна, аспирант кафедры менеджмента и маркетинга Таврического национального университета имени В.И. Вернадского; 95007, г. Симферополь, проспект Академика Вернадского, 4, e-mail: fox_185@mail.ru

Зубкова Марина Сергеевна, соискатель кафедры менеджмента предпринимательской деятельности Таврического национального университета

имени В.И. Вернадского; 95007, г. Симферополь, проспект Академика Вернадского, 4, e-mail: marina_s_zubkova@mail.ru

Косяк Наталья Алексеевна, старший преподаватель кафедры менеджмента и маркетинга Таврического национального университета имени В.И. Вернадского; 95007, г. Симферополь, проспект Академика Вернадского, 4, e-mail: gbasiladze@yandex.ru

Кравченко Наталья Александровна, ассистент кафедры менеджмента и маркетинга Таврического национального университета имени В.И. Вернадского; 95007, г. Симферополь, проспект Академика Вернадского, 4, e-mail: golikovy@gambler.ru

Крамаренко Валентина Ильинична, доктор экономических наук, профессор, заведующая кафедрой менеджмента внешнеэкономической деятельности Таврического национального университета имени В. И. Вернадского; 95007, г. Симферополь, проспект Академика Вернадского 4, e-mail: tnu_mvved@bigmir.net

Куницын Сергей Владимирович, кандидат экономических наук, докторант кафедры менеджмента и маркетинга Таврического национального университета имени В.И. Вернадского; 95007, г. Симферополь, проспект Академика Вернадского, 4, e-mail: srch@mail.ru

Кухарчук Светлана Викторовна, аспирант кафедры менеджмента предпринимательской деятельности Таврического национального университета имени В.И. Вернадского; 95007, г. Симферополь, проспект Академика Вернадского, 4, e-mail: ksvet777@mail.ru

Мурава-Середи Аурика Викторовна, и.о. начальника отдела международных связей Таврического национального университета имени В.И. Вернадского; 95007, г. Симферополь, проспект Академика Вернадского, 4, тел. 63-89-39, e-mail: aurika.muravasereda@gmail.com

Наливайченко Екатерина Владимировна, кандидат экономических наук, доцент кафедры международной экономики Крымского экономического института ГВУЗ «Киевский национальный экономический университет им. Вадима Гетьмана», докторант; 95015, г. Симферополь, ул. Севастопольская, 21/4, e-mail: nauka@ceikneu.com.ua

Наливайченко Светлана Петровна, доктор экономических наук, профессор, заведующая кафедрой экономики предприятия Крымского экономического института ГВУЗ «Киевский национальный экономический университет им. Вадима Гетьмана»; 95015, г. Симферополь, ул. Севастопольская 21/4, e-mail: nauka@ceikneu.com.ua

Онищенко Константин Николаевич, кандидат экономических наук, доцент кафедры менеджмента внешнеэкономической деятельности Таврического национального университета имени В.И. Вернадского; 95007, Симферополь, проспект Академика Вернадского, 4, e-mail: magnitikus@mail.ru

Осипова Светлана Семеновна, младший научный сотрудник НИЧ Таврического национального университета имени В.И. Вернадского; 95007, Симферополь, проспект Академика Вернадского, 4, e-mail: podsolon@crimea.edu

Подсолонко Владимир Андреевич, доктор экономических наук, профессор, декан факультета управления, заведующий кафедрой менеджмента и маркетинга Таврического национального университета имени В.И. Вернадского; 95007, Симферополь, проспект Академика Вернадского, 4, тел. 60-24-57, e-mail: podsolon@crimea.edu

Подсолонко Елена Адольфовна, доктор экономических наук, профессор кафедры менеджмента и маркетинга Таврического национального университета имени В.И. Вернадского; 95007, г. Симферополь, проспект Академика Вернадского, 4, тел. 60-24-57, e-mail: podsolon@crimea.edu

Подсолонко Максим Владимирович, кандидат экономических наук, младший научный сотрудник НИЧ Таврического национального университета имени В.И. Вернадского; 95007, Симферополь, проспект Академика Вернадского, 4, тел. 60-24-57, e-mail: mpodsolonko@gmail.com

Радченко Наталья Владимировна, кандидат экономических наук, доцент кафедры учета и аудита Национальной Академии природоохранного курортного строительства; 95034, г. Симферополь, ул. Киевская, 181, e-mail: natalcrimea@mail.ru

Шамилева Эльвина Эскендеровна, старший преподаватель кафедры экономики предприятия Крымского экономического института ГВУЗ «Киевский национальный экономический университет им. В. Гетьмана»; 95015, г. Симферополь, ул. Севастопольская 21/4, e-mail: elya_shamileva@mail.ru

Шевченко Елена Владимировна, ассистент кафедры экономики предприятия, соискатель Крымского экономического института ГВУЗ «Киевский национальный экономический университет им. В. Гетьмана»; 95015, г. Симферополь, ул. Севастопольская 21/4, e-mail: Shevchenko_lena_@list.ru

СОДЕРЖАНИЕ

Андраш О.А., Висленко В.О.	
Завдання управління інвестиційною привабливістю підприємств готельного господарства.....	3
Андрушків Б.М.	
Формування інвестиційного клімату, як базису оптимізації інвестицій готелів та туристичних підприємств.....	8
Арсененко А.Ю.	
Методические основы механизма рейтингового управления инвестиционным климатом Украины.....	15
Бантышева А.Л.	
Роль и место финансового менеджмента в системе управления предприятием туристической сферы.....	33
Бессонова А.С.	
Необходимость решения проблемы неравномерного использования рекреационного потенциала АР Крым.....	41
Бузни А.Н., Бузни Е.Н.	
Праксиологический подход к определению взаимосвязи категорий «маркетинг» и «связи с общественностью».....	50
Василенко В.А.	
Производительность и эффективность производства как парадокс имплементации.....	58
Вершицкий А.В.	
Рекреаційна привабливість і маркетинг туристичного регіону як основа розвитку туристичної інфраструктури.....	69
Власенко В.А.	
Організаційні напрями адаптації механізму галузевого управління системою споживчої кооперації України до нових економічних умов господарської діяльності.....	77
Вовк Н.А.	
Особенности преподавания делового французского языка на факультете управления Таврического национального университета имени В.И. Вернадского.....	95
Гонтарь Т.Н.	
Информационно-коммуникационное обеспечение системы управления предприятиями туризма на современном этапе.....	102
Горбов А.А.	
Интеллектуальный потенциал, его особенности и роль в развитии предприятия.....	107
Дихтярь А.И.	
Туризм как ступень социально-информационного развития.....	113
Добровольская О.П.	
Интегральный подход к совершенствованию региональной системы управления природопользованием.....	120

Захарова К.В.	
Интеграционные объединения туристических предприятий Крыма в условиях глобализации экономики.....	136
Зубкова М.С.	
Задачи маркетинга как системы на предприятиях туристского бизнеса.....	146
Косяк Н.А.	
Клуб любителей испанского языка как одна из форм организации внеаудиторной работы студентов.....	152
Кравченко Н.А.	
Пути оптимизации структуры использования потенциала территории АР Крым.....	157
Крамаренко В.И., Радченко Н.В.	
Особенности методики оценки эффективности управления деятельностью туристической организации.....	166
Куницын С.В.	
Организационно-экономический механизм устойчивого рекреационно-туристского природопользования.....	182
Кухарчук С.В.	
Влияние развития круизной индустрии на экономику крымского региона.....	190
Наливайченко К.В.	
Методология дослідження перспектив інформатизації національної економіки.....	197
Наливайченко С.П., Ергин С.М.	
Взаимосвязь уровня концентрации, высоты барьеров входа и монопольной власти на локальном рынке.....	207
Онищенко К.Н.	
Прогноз потребности АР Крым в зерне для производства хлебобулочной продукции в 2015 году.....	220
Подсолонко В.А., Подсолонко Е.А., Осипова С.С.	
Обеспечение устойчивого развития экономики и общества на основе инновационной деятельности.....	225
Подсолонко Е.А., Мурава-Середа А.В.	
Трансфер и коммерциализация технологий.....	233
Подсолонко М.В., Басиладзе Е.Г.	
Учет изменений потребностей общества в учебном магистерском курсе «Методология и организация научных исследований».....	246
Шамилева Э.Э.	
Прогнозирование потребности в персонале предприятий туристско-рекреационного комплекса Автономной Республики Крым.....	253
Шевченко Е.В.	
Интеграционный подход предприятий к деловому планированию проектов.....	264
Сведения об авторах.....	270
Содержание.....	274