

*20-річчю
ННІ Бізнесу і менеджменту
присвячується*

Вісник ХНТУСГ

ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
СІЛЬСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА ІМЕНІ ПЕТРА ВАСИЛЕНКА

182' 2017

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

ВІСНИК
*Харківського національного
технічного університету
сільського господарства
імені Петра Василенка*

Випуск 182

ЕКОНОМІЧНІ НАУКИ

*У відповідності до наказу МОН України
від 21.12.2015 р. № 1328
Вісник ХНТУСГ: економічні науки
включений до Переліку наукових фахових
видавць України (Додаток № 8. – С. 4)*

Харків – 2017

УДК 346.54:338.432
ББК 65.32-18
В 53

Вісник Харківського національного технічного університету
сільського господарства: Економічні науки. – Харків: ХНТУСГ,
2017. – Вип. 182. – 292 с.

*Рекомендовано до друку Вченою радою Харківського національного
технічного університету сільського господарства ім. Петра Василенка.
Протокол № 9 від 30.03.2017 р.*

*Редакційна колегія: МАЗНЄВ Г.Є., к.т.н., проф., головний редактор;
АМОСОВ О.Ю., д.е.н., проф.;
ВАСИЛЬЄВ А.Й., д.е.н., проф.;
КРАСНОРУЦЬКИЙ О.О., д.е.н., проф.;
ЛЕВКІНА Р.В., д.е.н., доц.;
МАРЕНИЧ Т.Г., д.е.н., проф.;
ОНЕГІНА В.М., д.е.н., проф.;
ШИНКАРЕНКО В.Г., д.е.н., проф.;
ШАБІНСЬКИЙ О.В., д.е.н., доц.;
ГРІДІН О.В., відповідальний секретар*

*Засновник – Харківський національний технічний
університет сільського господарства імені Петра Василенка
Свідоцтво про державну реєстрацію друкованого засобу масової
інформації КВ № 15983-4455 Пр від 01.12.2009 р.*

Адреса редакції:
61002, м. Харків, вул. Алчевських, 44,
тел.: (057) 716-41-68, (057) 716-41-54

*© Харківський національний
технічний університет сільського
господарства імені Петра Василенка*

**ІНВЕСТИВАННЯ В СФЕРУ ВИЩОЇ ОСВІТИ
В СИСТЕМІ ФОРМУВАННЯ КАДРОВОГО
ПОТЕНЦІАЛУ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ
СУБ'ЄКТІВ АГРАРНОЇ СФЕРИ**

***КРАСНОРУЦЬКИЙ О.О., Д.Е.Н., ПРОФЕСОР,
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
СІЛЬСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА ІМЕНІ ПЕТРА ВАСИЛЕНКА***

Постановка проблеми у загальному вигляді. Сформований та розвинутий людський капітал є основою розвитку соціально-економічних систем будь-якої рівня. При цьому ефективність діяльності суб'єктів економічних відносин безпосередньо залежить від кадрової складової їх економічного потенціалу, адже відповідальний, кваліфікований та вмотивований персонал є основою успішної реалізації управлінських рішень, імплементації стратегій розвитку, дотримання економічної безпеки суб'єкта. В свою чергу, якщо всі без винятку проблемні питання мотивації персоналу до досягнення цілей організації, як суб'єкта економічних відносин, вирішуються на мікрорівня, тобто у внутрішньо-організаційному середовищі, то проблеми формування відповідальності та кваліфікації найманих працівників безпосередньо залежить від набуття ними освіти.

Вказане актуалізує роль та значення системи вищої освіти, яка вже протягом більш ніж двадцяти років стала не привілеєм найбільш обдарованих, а справжнім джерелом кваліфікованих кадрів для всіх сфер, секторів та галузей національної економіки, як системоутворюючої ланки процесу формування людського капіталу суб'єктів економічної, передусім, виробничо-комерційної діяльності. Останнє зумовлює пріоритетність розвитку саме суб'єктів надання освітніх послуг в сфері вищої освіти, як суб'єктів та об'єктів інвестиційної діяльності з урахуванням дуалістичного характеру джерел та результатів інвестицій. Адже, з одного боку, суб'єкти надання освітніх послуг, тобто вищі навчальні заклади зацікавлені в залученні якомога більшого контингенту студентів для вирішення академічних, економічних, фінансових, іміджевих та інших завдань розвитку, а з іншого боку, суб'єкти реального сектора, тобто роботодавці та суб'єкти ринку праці, економіки зацікавлені в набутті якісного кадрового складу та набутті необхідної кваліфікації для входження до нього. При цьому як вищі навчальні заклади, так і роботодавці, так і суб'єкти ринку праці вступають між собою на різних рівнях

інфраструктури відповідних ринків послуг в конкурентні, обмінні та інтеграційні відносини.

Слід зважати також на те, що будь-яка складова капіталу підприємства та його економічного потенціалу, як сукупності можливостей до досягнення певних економічних результатів, людський капітал та, відповідно, кадровий потенціал, є ключовою компонентою економічного розвитку та об'єктом інвестиційної діяльності всіх зазначених вище категорій суб'єктів економічних відносин. Складність та багатогранність зазначених процесів передбачають всебічного наукового пророблення принципів, засад та ідентифікацій відповідних структурно-динамічних тенденцій розвитку задіяних соціально-економічних процесів взаємодій, впливів та реакцій.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблемам ідентифікації та розвитку інвестицій в освітню сферу та людський капітал присвячені дослідження багатьох вітчизняних та зарубіжних дослідників. Зазначеної проблематики в своїх працях торкалися Каленюк І.С., Коровський А.В., Гесць В.М., Комаров О.А., Захарін С.В., Андрущенко В.П., Луговий В.І., Боголіб Т.М. [1-8] та інші вчені. Втім, низка проблемних питань, пов'язаних саме з інвестиційною діяльністю вищих навчальних закладів та роботодавців, а також ідентифікацією інвестиційною складовою у витратах споживачів освітніх послуг, як майбутніх суб'єктів ринку праці, лишається невизначеною теоретично та методологічно.

Формулювання цілей статті. Метою даної публікації є визначення теоретичних та прикладних засад інвестування в сферу вищої освіти в системі формування кадрового потенціалу розвитку суб'єктів економічної діяльності.

Виклад основного матеріалу дослідження. В умовах економічного зростання та стабілізації аграрної галузі країни формуються нові вимоги до кадрового потенціалу, який є категорією, що поєднує в собі сукупність загальних і професійних знань, умінь, трудових навичок і соціальних якостей працівників. В той же час, в кризових умовах проблема формування кадрового потенціалу для їх сталого розвитку набуває особливої гостроти. Останнє висуває завдання удосконалення системи підготовки та використання кадрів сільського господарства і, відповідно, формування нової стратегії управління сферою кадрового забезпечення, яка б враховувала умови здійснення основної діяльності сільськогосподарських товаровиробників. Сучасні кадрові технології, які акумулюють досвід і знання в сфері роботи з персоналом, створюють реальні передумови для розвитку агропромислового виробництва, дозволяють глибше

зрозуміти динаміку змін у змісті та умовах праці, конкретизувати аналіз соціально-економічних процесів і, в кінцевому рахунку, долати деформації в кадровому забезпеченні, неминучі при ігноруванні цих технологій.

В сучасних умовах сталий розвиток суб'єктів агропромислового виробництва залежить від професіоналізму управлінців. Проте, можемо констатувати, що на сьогоднішній день відчувається нестача висококваліфікованих управлінських кадрів. На основі вивчення ролі та значення кадрових ресурсів у системі економічного потенціалу аграрних підприємств та аналізу існуючих в науковій літературі підходів до трактування базових категорій досліджуваної проблеми є підстави розглядати «управлінський кадровий потенціал» як соціально-економічну категорію, що об'єднує сукупність взаємопов'язаних загальних і професійних навичок та компетенцій, а також соціальних характеристик кваліфікованих працівників, що здійснюють чи потенційно можуть здійснювати управління аграрним підприємством на штатній основі.

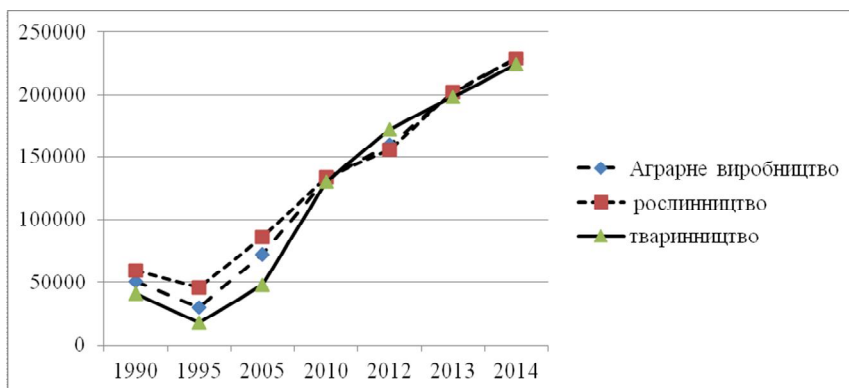
Існує необхідність внесення коректив в існуючу систему формування та використання кваліфікованих кадрів сільського господарства. При цьому, необхідно враховувати як загальні, так і специфічні особливості сучасних відтворювальних процесів у сільському господарстві, обумовлені недосконалістю ринкового середовища, зокрема, низькою інвестиційною привабливістю, нестачею фінансових ресурсів сільськогосподарських товаровиробників, деформованою конкурентною структурою цільових ринків збуту, негармонійністю протікання інтеграційних процесів тощо.

Підготовка кадрів інноваційної спрямованості вимагає реалізації наступних етапів, зокрема розробки стратегії інноваційної діяльності та виявлення потреби галузей у висококваліфікованих кадрах; організації підготовки кадрів, здатних до сприйняття і освоєння інноваційних проектів; вдосконалення структури управління всім процесом підготовки професійних кадрів для підвищення ефективності їх діяльності; створення законодавчої бази для підготовки та перепідготовки професійних кадрів, формування умов для прискореного сприйняття господарюючими суб'єктами інноваційних рішень та їх реалізації, вдосконалення системи їх матеріальної зацікавленості в прискореному освоєнні інноваційних проектів; розвиток нових напрямів підготовки кадрів з урахуванням вимог ринку.

Поряд з іншими методами діагностування та оцінки персоналу, кадровий моніторинг, як показує закордонна і вітчизняна практика, є

одним з ефективних способів удосконалення формування кадрового потенціалу. Необхідно констатувати, що в даний час діяльність кадрових підрозділів на підприємствах часто зводиться до номінального обліку співробітників і підбору персоналу за наявними вакансіями. Така політика безперспективна, оскільки істотно знижує конкурентоспроможність підприємств, що може привести надалі до відтоку висококваліфікованих фахівців. Стає очевидно необхідність проведення на підприємствах нової кадрової стратегії та політики, що ставить за мету формування та розвиток кадрового потенціалу підприємства, здатного реагувати на інноваційні зміни.

В багатьох підприємствах аграрного сектору відбулося зниження кваліфікації працівників і цей фактор в найближчій перспективі стане серйозною перешкодою для забезпечення конкурентоспроможного виробництва. Це пов'язано з тим, що, по-перше, інвестиції у відтворення кадрового потенціалу в аграрному секторі регіону не адекватні навіть існуючим низьким темпам зростання матеріальної складової продуктивного капіталу, розмір якого, в свою чергу, не забезпечує необхідних відтворювальних пропорцій. Рівень продуктивності праці, не дивлячись на його номінальне зростання (рис.) залишається низьким. По-друге, через недостатнє матеріальне забезпечення, відсутність належних умов праці та побуту рівень працевлаштування молодих фахівців на селі після закінчення навчальних закладів не дозволяє поповнювати склад кваліфікованих кадрів.



**Рис. Динаміка продуктивності праці
в аграрних підприємствах України в 1990-2014 рр.***

** за даними Державної служби статистики України*

В аграрних підприємствах найбільше число керівників і фахівців мають стаж роботи до трьох років у той час, як число керівників і фахівців середнього віку зі стажем 10-15 років за аналізований період різко скоротилося, що негативно впливає на якість кадрового потенціалу.

Для досягнення стабілізації економіки і подальшого зростання необхідно удосконалювати соціально-трудові відносини. Догляд держави зі сфери регулювання соціальної сфери значно погіршив ситуацію в сільській місцевості. Необхідний перегляд процесу відтворення трудових ресурсів в нових соціально-економічних умовах, пошук методів управління формуванням трудових ресурсів. Для цього потрібна система оцінки соціально-економічних умов формування та відтворення трудових ресурсів та пошук резервів ефективного їх використання. Особливість аграрної сфери полягає в тому, що тут формування трудових ресурсів відбувається під впливом безлічі факторів, які можна розділити на три основні групи: економічні, соціальні та демографічні. Ці фактори різні за змістом і ефективністю впливу, що дозволило нам в процесі їх вивчення та узагальнення скласти наступну схему класифікації.

Процес стратегічного управління кадрами в аграрному підприємстві повинен спиратися на чітко поставлені цілі і принципи, закріплені в положеннях кадрової політики. Кадрова політика підприємств носить, в основному, декларативний характер, не адаптована до цілей підприємства та кон'юнктури регіонального ринку праці і не є реальним керівництвом до прийняття кадрових рішень. Відсутність чітких критеріїв і механізмів оцінки ефективності реалізації кадрової політики робить завдання автоматизації її розробки та реалізації важко здійснюваною, а саму кадрову політику відірваною від дійсності. Відсутність чітких положень кадрової політики, що є підставою для прийняття кадрових рішень на всіх рівнях підприємства, значно ускладнює процес управління персоналом.

При цьому саме підприємства, як основна категорія суб'єктів економічних відносин, лишається основною групою роботодавців, що функціонують на ринку праці. Відповідно, вказана функціональна група суб'єктів ринку формує не тільки пропозицію на трудові ресурси відповідної кваліфікації, а й, опосередковано, на послуги з підготовки цих кадрів. Крім того, підприємства та об'єднання, які провадять активну кадрову політику здатні здійснювати прямі інвестиції в людський капітал своїх кадрів, що передбачає створення у вищих навчальних закладах відповідних складових матеріально-технічної бази, що є прямою інвестицією в освіту, а також оплату послуг з підготовки фахівців необхідної кваліфікації.

Другим значимим суб'єктом інвестиційної діяльності в освітній сфері є вищі навчальні заклади, які за рахунок акумульованих від підготовки кадрів для національної економіки коштів, державні – за рахунок нерозподіленої на поточні витрати частини коштів спеціального фонду, здійснюють інвестиції у розвиток освітньої сфери в частині підвищення власної конкурентоспроможності на ринку освітніх послуг.

Безумовно, неможливо нехтувати участю та роллю держави у вкладеннях в розвиток системи освіти, адже саме ці зрушення визначають загальний напрям розвитку суб'єктів цієї системи. Однак, лібералізація соціально-економічних систем макrorівня передбачає посилення участі саме суб'єктів господарських відносин в інвестиційних процесах в освітній сфері. Розвиток бюджетного планування дозволяє підвищити відповідальність головних розпорядників бюджетних коштів (в даному випадку - Міністерства освіти і науки) у досягненні конкретних результатів, встановити чіткі критерії бюджетного фінансування (строки, обсяги, зворотність, додаткові умови тощо), оптимізувати процес бюджетного адміністрування. Наразі, у законодавстві України відсутні правові вимоги щодо оцінки обґрунтованості запланованих результатів під час розгляду та затвердження проектів видаткової частини відповідних бюджетів. Іншими словами, необґрунтованість або нереалістичність запланованих результатів не є безумовною підставою для відмови у затвердженні відповідного показника видатків. Вказане положення призводить до затвердження показників видатків, які передбачають фінансування низькорезультативних програм, або програм з наперед невідомим результатом, або «надлишкових» бюджетних установ, або надання «непотрібних» суспільству послуг [11].

Вітчизняні науковці [1; 2; 5] обґрунтували можливість і доцільність оцінювання соціальної спрямованості бюджетної політики шляхом виділення двох груп показників, а саме: показників, які характеризують обсяги і структуру соціальних видатків бюджетів, а також показників, які характеризують результати функціонування соціальної сфери. До першої групи показників віднесено: питому вагу видатків на соціальну сферу (за видами видатків) у загальному обсязі видатків бюджету; питому вагу видатків на соціальну сферу (за видами видатків) в обсязі ВВП; співвідношення видатків на соціальну сферу з видатками, що спрямовуються на розвиток економіки; співвідношення фактичних та запланованих видатків бюджету на соціальну сферу; співвідношення обсягів фінансування окремих галузей соціальної сфери, отриманих з різних джерел; обсяг видатків на соціальну сферу

(за окремими сферами), що припадає на одну особу населення тощо. До другої групи показників віднесено: темпи зростання реальних доходів населення; рівень бідності, визначений за абсолютними або відносними критеріями; рівень розшарування населення за доходами; рівень безробіття; рівень охоплення адресною соціальною допомогою бідних верств населення; співвідношення мінімальних соціальних гарантій (мінімальної заробітної плати, пенсії, соціальних виплат) з прожитковим мінімумом; рівень смертності; рівень захворюваності на окремі види хвороб тощо [11]. Однак, повноцінне використання вказаних показників унеможливляється або через відсутність справедливих нормативів на певні суспільно значущі послуги, або через їхню невідповідність соціально-економічним реаліям розвитку держави.

Висновки. Особливістю інвестиційної діяльності у сфері вищої освіти є порівняно вища, ніж в інших видах економічної діяльності, частка освоєних державних інвестицій. Потрібна оптимізація державної інвестиційної політики у сфері вищої освіти на основі вироблення єдиних концептуальних підходів до формування відповідних пріоритетів і проєктів, запровадження нових механізмів державно-приватного партнерства, залучення інноваційних джерел фінансування інвестицій. Вироблення єдиної інвестиційної політики для системи вищої освіти є майже неможливим, оскільки вищі навчальні заклади, як ключовий елемент цієї системи, є принципово різними структурами за критеріями форми власності та організаційно-правової форми управління. Підвищити ефективність інвестиційного процесу у сфері вищої освіти можливо на основі впровадження ефективних механізмів публічно-приватного партнерства. При цьому необхідно критично підійти до вибору підходів і критеріїв, які застосовуються при ухваленні рішень щодо інвестування розвитку вищих навчальних закладів за рахунок бюджетних коштів за умови поширення залучення інвестицій роботодавців в розвиток матеріально-технічної баз вищих навчальних закладів та систем підготовки фахівців необхідних на ринку праці кваліфікацій.

Література.

1. Економічні аспекти проблем розвитку вищої освіти в Україні: [монографія] / За ред. чл.-кор. НАПНУ **І.М. Гоценка**. – Хмельницький: ХНУ, 2010. – 478 с.
2. **Каленюк І.С.** Економіка освіти: [навчальний посібник] / **І.С. Каленюк** – К. : Знання України, 2003. – 316 с.
3. **Коровський А.В.** Еволюція людського фактора економіки та проблеми його формування: [монографія] / **А.В. Коровський**. – К. : КНЕУ, 2004. – 184 с.

4. Україна у вимірі економіки знань /За ред. акад. НАН України **В.М. Гейця**. – К. : Основа, 2006. – 592 с.

5. **Комарова О.А.** Освітній потенціал: теоретико-методологічні та практичні аспекти формування / **О.А. Комарова**. – Кіровоград: ДДАУ, 2009. – 336 с.

6. **Захарін С.В.** Інвестиційне забезпечення інноваційно-технологічного розвитку економіки: [монографія] / **С.В. Захарін**. – К. : КНУТД, 2011. – 344 с.

7. **Захарін С.В.** Інвестиційний ресурс технологічного розвитку економіки / **С.В. Захарін** // Технологічний імператив стратегії соціально-економічного розвитку України: монографія / За ред. д-ра екон. наук., проф. Л.І. Федулової. – К. : НАН України; Ін-т екон. прогнозування, 2011. – С. 245-302.

8. Економіка вищої освіти України: тенденції та механізм розвитку /За ред. акад. НАПНУ **В.П. Андрушенка**. – К. : Педагогічна преса, 2006. – 208 с.

9. Економічні основи інноваційного розвитку вищих навчальних закладів України / За ред. акад. НАПНУ **В.І. Лугового**. – К. : Педагогічна преса, 2009. – 384 с.

10. **Боголіб Т.М.** Фінансове забезпечення розвитку вищої освіти і науки в трансформаційний період / **Т.М. Боголіб**. – К. : 2006. – 324 с.

11. **Захарін С.В.** Податкове стимулювання інвестиційної діяльності у сфері вищої освіти / **С.В. Захарін** // Гармонізація оподаткування в умовах глобалізаційних та інтеграційних процесів: збірник тез наукової конференції. – Ірпінь : НУДПС України, 2011. – С. 113-114.

References.

1. **Hoshchenko I.M.** (Ed.). (2010). *Ekonomichni aspekty problem rozvytku vyshchoi osvity v Ukraini* [Economic aspects of the problems of higher education development in Ukraine]. Khmelnytskyi: KhNU, p. 478 [in Ukrainian].

2. **Kalenyuk I.S.** (2003). *Ekonomika osvity* [Economics of education]. Kyiv: Znannia Ukrainy, p. 316 [in Ukrainian].

3. **Korovskiy A.V.** (2004). *Evolutsiia lidskoho faktora ekonomiky ta problemy yoho formuvannya* [The evolution of the human factor in the economy and problems of its formation]. Kyiv: KNEU, p. 184 [in Ukrainian].

4. **Heits V.M.** (Ed.). (2006). *Ukraina u vymiri ekonomiky znan* [Ukraine in the dimension of the knowledge economy]. Kyiv: Osнова, p. 592 [in Ukrainian].

5. **Komarova O.A.** (2009). *Osvitnii potentsial: teoretyko-metodolohichni ta praktychni aspekty formuvannya* [Educational potential: theoretical, methodological and practical aspects of the formation]. Kirovohrad: DLAU, p. 336 [in Ukrainian].

6. **Zakharin S.V.** (2011). *Investytsiine zabezpechennia innovatsiino-tekhnologichnoho rozvytku ekonomiky* [Investment provision of innovative-technological development of economy]. Kyiv: KNUITD, p. 344 [in Ukrainian].

7. **Zakharin S.V.** (2011). *Investytsiynyi resurs tekhnologichnoho rozvytku ekonomiky* [Resource investment technological development of economy].

Tekhnologichniy imperativ stratehii sotsialno-ekonomichnogo rozvytku Ukrainy – The technological imperative of socio-economic development of Ukraine. L.I. Fedulova (Ed.). Kyiv: HAH Ukrainy; In-t ekon. prohnozuvannia, pp. 245-302 [in Ukrainian].

8. **Andrushchenko V.P.** (Ed.). (2011). *Ekonomika vyshchoi osvity Ukrainy: tendentsii ta mekhanizm rozvytku* [Economics of higher education: trends and development mechanism]. Kyiv: Pedahohichna presa, p. 208 [in Ukrainian].

9. **Luhovyi B.I.** (Ed.). (2009). *Ekonomichni osnovy innovatsiinogo rozvytku vyshchych navchalnykh zakladiv Ukrainy* [Economic bases of innovative development of higher educational institutions of Ukraine]. Kyiv: Pedahohichna presa, p. 384 [in Ukrainian].

10. **Boholib T.M.** (2006). *Finansove zabezpechennia rozvytku vyshchoi osvity i nauky v transformatsiynyi period* [Financial support for the development of higher education and science in transformation period]. Kyiv: (n.p.), p. 324 [in Ukrainian].

11. **Zakharin S.V.** (2011). *Podatkove stymuliuvannia investytsiinoi diialnosti u sferi vyshchoi osvity* [Tax stimulation of investment activity in the sphere of higher education]. Harmonization of taxation in the conditions of globalization and integration processes: *zbirnyk tez naukovoi konferentsii – abstracts of scientific conference.* (pp. 113-114). Irpin: NUDPS Ukrainy [in Ukrainian].

Анотація.

Красноручький О.О. Інвестування в сферу вищої освіти в системі формування кадрового потенціалу економічного розвитку суб'єктів аграрної сфери.

В статті визначені теоретичні та прикладні засади інвестування в сферу вищої освіти в системі формування кадрового потенціалу розвитку суб'єктів економічної діяльності. Встановлено, що сучасні кадрові технології, які акумулюють досвід і знання в сфері роботи з персоналом, створюють реальні передумови для розвитку агропромислового виробництва, дозволяють глибше зрозуміти динаміку змін у змісті та умовах праці, конкретизувати аналіз соціально-економічних процесів і, в кінцевому рахунку, долати деформації в кадровому забезпеченні, неминучі при ігноруванні цих технологій. Поряд з іншими методами діагностування та оцінки персоналу, кадровий моніторинг, як показує закордонна і вітчизняна практика, є одним з ефективних способів удосконалення формування кадрового потенціалу. Процес стратегічного управління кадрами в аграрному підприємстві повинен спиратися на чітко поставлені цілі і принципи, закріплені в положеннях кадрової політики. Результати проведених досліджень дозволяють зробити висновок про те, що потрібна оптимізація державної інвестиційної політики у сфері вищої освіти на основі вироблення єдиних концептуальних підходів до формування відповідних пріоритетів і проєктів, запровадження нових механізмів державно-приватного партнерства, залучення інноваційних джерел фінансування інвестицій.

Ключові слова: управління кадрами, кадровий потенціал, продуктивність праці, інвестування, вища освіта, аграрна сфера.

Аннотация.

Красноруцкий А.А. Инвестирования в сферу высшего образования в системе формирования кадрового потенциала экономического развития субъектов аграрной сферы.

В статье определены теоретические и прикладные основы инвестирования в сферу высшего образования в системе формирования кадрового потенциала развития субъектов экономической деятельности. Установлено, что современные кадровые технологии, аккумулирующие опыт и знания в сфере работы с персоналом, создают реальные предпосылки для развития агропромышленного производства, позволяют глубже понять динамику изменений в содержании и условиях труда, конкретизировать анализ социально-экономических процессов и, в конечном счете, преодолевать деформации в кадровом обеспечении, неизбежные при игнорировании этих технологий. Наряду с другими методами диагностирования и оценки персонала, кадровый мониторинг, как показывает зарубежная и отечественная практика, является одним из наиболее эффективных способов совершенствования формирования кадрового потенциала. Процесс стратегического управления кадрами в аграрном предприятии должен опираться на четко поставленные цели и принципы, закрепленные в положениях кадровой политики. Результаты проведенных исследований позволяют сделать вывод о том, что нужна оптимизация государственной инвестиционной политики в сфере высшего образования на основе выработки единых концептуальных подходов к формированию соответствующих приоритетов и проектов, внедрения новых механизмов государственно-частного партнерства, привлечения инновационных источников финансирования инвестиций.

Ключевые слова: управление кадрами, кадровый потенциал, производительность труда, инвестирования, высшее образование, аграрная сфера.

Abstract.

Krasnorusky O.O. Investment in the field of higher education in the system of formation of personnel potential for economic development of constituent entities of the agrarian sphere.

The article defines the theoretical and applied bases of investments in the field of higher education in the system of formation of personnel potential of subjects of economic activities. It is established that modern personnel technologies, which accumulate the experience and knowledge in the field of personnel management to create real conditions for the development of agricultural production, allow a deeper understanding of the dynamics of changes in the content and conditions of work, to specify the analysis of socio-economic processes and, ultimately, to overcome the deformation in staffing are inevitable if you ignore these technologies. Along with other methods of diagnosis and assessment, personnel monitoring, according to foreign and domestic practice, is one of the most effective ways of improving the personnel potential formation. The process of strategic human resource management in the agricultural enterprise should be based on clearly articulated objectives and principles enshrined in the provisions of the personnel policy. The results of these studies lead to the conclusion that it is needed to optimize the state investment policy in the field of higher education through the development of uniform conceptual approaches to formation of priorities and projects, introduction of new mechanisms of public-private partnerships, attracting innovative sources of financing investment.

Key words: human resources management, human resources, productivity, investment, higher education, agriculture.

INNOVATIONS FEATURES IN TOURISM

*SKUDLARSKI JACEK, DR INŻ. WARSAW UNIVERSITY
OF LIFE SCIENCES – SGGW, POLAND,*

*ZAICA S.O., C.E.S., ASSOCIATE PROFESSOR KHARKOV PETRO
VASILENKO STATE TECHNICAL UNIVERSITY OF AGRICULTURE
GRIDIN O.V., SENIOR LECTURER, KHARKOV PETRO VASILENKO
STATE TECHNICAL UNIVERSITY OF AGRICULTURE*

The actuality of the subject. Today Ukraine is aimed at the innovative way of economic development. Moreover, special attention is paid to improving innovation in science and technology, material production and management. Innovation is nothing more than the action on the implementation of science and engineering in technology and management, including the social sphere, i.e. organizations engaged in the provision of public services.

Innovations are typical for different spheres of human activity. Innovative processes have specific features, although they follow general laws of economic development. It concerns tourism as well, which is a part of the socio-economic society system, and not by accident tourism industry is included in production activities in some countries, as the creation of any economic product and the accompanying transformation of resources related to the use of human labor, is a production.

Production can be divided into material, information and tourist services depending on the type of product. Workers in tourism deal with the variety of forms and methods of recreation, journeys, leisure. The development of tourist industry is only possible through the introduction of new ideas, improving the production of goods and services, expanding their range.

The analysis of the land research and publications. The analysis of recent publications indicates that the issue of innovation research is widely covered in the publications of both native and foreign researchers: A. Anchishkin, V. Heytsya, S. Ilyenkova, S. Illyashenko, G. Lesser, I. Pavlenko, B. Tvisa, L. Fedulova, C. Freeman, R. Foster, R. Waterman, Schumpeter and many others. As for the nature, types, milestones and features of innovations in tourism, they were investigated by such scholars as Alexander Borisov, N.A Vlasov, G. Zaharchyn, G. Mykhaylichenko, V. Novikov, Mikhail Romanov, L. Tkachuk, G. Shirokov and others.

However, despite the large number of scientific publications, there is no single approach to determining the characteristics of innovation in tourism nowadays.

The aim of the article. The goal of this article is to determine the characteristics of innovations in tourism and determine the main factors influencing the innovation activities of tourism companies.

The presentation of the basic material. Innovations and innovation activity are the area of scientific and technological progress and they are the process associated with the implementation of the results of research and development into practice. Innovation is very significant; it does not only cover the practical application of scientific and technological developments and inventions, but also includes changes in products, processes, marketing and organization.

Innovation serves as an explicit factor of changes as a result of activities embodied in new or improved products, processes, new services and new approaches to social needs.

The term «innovation» in its modern sense, was first used by Schumpeter, who emphasized that innovation is a significant change of the function of the product consisting of a new combination and commercialization of new compounds based on the use of new materials and components, introduction of new processes, opening new markets, introduction of new organizational forms [1-4].

Moreover, innovation is a new product, a new phenomenon or effect on the market or the company, which aims to attract consumers to meet their needs and also bring income to the entrepreneurs.

The factors that determine the innovative development are:

- market conditions and competition in both native and foreign markets;
- the development of science and technology;
- legislative and regulatory framework;
- political and economic stability;
- staffing cover;
- resources cover [4].

According to Innovation Activity Law of Ukraine, «innovation is again generated (used) and (or) improved competitive technologies, products or services as well as organizational and technical solutions of industrial, administrative, commercial or other character, which significantly improve the structure and quality of production and (or) social sphere» [5].

All innovations in engineering, technology, economics, management and social sector are interconnected with each other, and to implement

innovation in any of these areas is almost always necessary to make appropriate changes in the others. This is because the vast majority of innovations are based on simultaneous deliberate combination and use of various types of knowledge for the sake of new branches of its economic use.

Innovation in tourism should be seen as systemic measures which have quality innovation that lead to positive changes, providing stable operation and development of the industry in the country. Thus, the idea of the creation and implementation of tourism projects that do not generate significant profits first, can give impetus to the development of tourism and thus actively contribute to the creation of new jobs and income growth of population.

Tourist business in many cases comes as the initiator and experimenter in the development and implementation of advanced technologies, constantly changing forms and methods of offers and services; it develops and offers new opportunities [3].

The study of trends and patterns of integrated innovation development, planning positive results and management is a complex methodological problem in the field of tourism, primarily connected with the classification of innovations.

To determine the essence of innovation in tourism, the following classification features are marked:

- idea source;
- the view of innovation: the infrastructure of tourism, tourism product, ways and means of distribution of tourism products and services, management, factors of production;
- the degree of novelty;
- latitude of actions, magnitude;
- investment filling [6-8].

Modern tourism sector is progressing rapidly. It promotes active development of economic growth in many countries. However, the development of the tourism industry of individual states is significantly affected by the global trends in tourism. Today, tourism has become an independent branch. It accounts for nearly 6% of the world gross national product and 5% of all tax revenues and 7% of the world investment [15].

The development of the tourism industry contributes to revenue, job creation, infrastructure development, and construction of new tourist facilities, protection strengthening and reconstruction of existing historical and cultural monuments, nature protection. In many countries, tourism has become an important source of revenues and is one of the most promising

sectors of the national economy. The development of the tourism industry and enhancing its impact on the economic situation of the country is one of the priorities of the global economy.

Now tourism entered the daily lives of almost a third of the world population. Moreover, at the beginning of XXI century tourism, in terms of income, rightly ranked third among the leading sectors of the global economy. In many countries, tourism is one of the priority sectors, whose contribution to the gross national income is 20-45% and the revenue from foreign tourism is the main source of foreign currency. Travel industry encourages the development of other industries, such as construction, communications, food industry, agriculture, trade, etc.

Travel industry attracts entrepreneurs because of many reasons:

- small initial investment;
- growing demand for tourist services;
- high level of profitability;
- minimum term payback.

Over the past half-century global profits from the tourism industry have grown 300 times. According to the World Tourism Organization, the amount of income from tourism will have exceeded \$ 2 billion by 2020.

Europe holds a leading position in the tourism market and is the most visited region of the world, taking 51% of total international travel and more than 2 times exceeding the figures of the closest competitors. Analysis of the tourism industry around the world shows that among the 10 countries that have the highest volume of international tourism and receive the most revenue from it, six are in Europe (Spain, France, Italy, Germany, Britain and Turkey) [11]. Moreover, over the past twenty years, the leaders which attract tourists to the countries are France, which took about 85 million of foreign tourists and the United States and Italy, which together received more than 160 million tourists.

Innovation in tourism should be seen as systemic measures to quality novelty and lead to improvements which ensure stable operation and development of the industry in the country. The basic principles of innovation in tourism include:

1. The science principle, which means to use scientific knowledge and methods to implement innovations to meet the needs of tourists.
2. The consistency principle. The developed strategy of innovative development of tourism in the country should take into account the factors and conditions necessary to meet the needs of people in the rest; resource opportunities in the region (economic, financial, human and others); social impact on society; environmental factors.

3. The principle of correspondence of innovation to the needs of tourists. Only those innovations are offered that are really needed by customers, not the ones that the travel organization can make and implement.

4. The principle of positive results that means prevention of foolish, irresponsible creation and implementation of innovation that can be dangerous firstly for tourists; second, for a particular enterprise; thirdly, for the biosphere and society in general.

5. The principle of investment process immanence. To conduct the necessary research, development and innovation materialization investment resources are used, the effectiveness of which is determined by the degree of importance and the magnitude of innovations.

6. Innovation and its results correspondence to the level of social development.

7. The principle of connectivity. The process of innovations ends with the appearance of a market product that must at some stage of their life cycle trigger a need (to encourage the idea) to create the next innovation and provide financial support for this process.

8. The principle of security. Any innovation must ensure no harm to humans and the surrounding environment. [9].

All activities within the innovation process belong to innovation in tourism, including marketing research and search for new customers, information assurance of possible competitive environment and consumer properties of goods of competing firms, search for innovative ideas and solutions, as well as partners for implementation and funding of the innovation project[10].

Innovative activity in the tourism industry plays a very important role and therefore closely affects the profit of the tourism industry. The intensity of innovate introductions influences the future of the company largely. In the era of new technologies and scientific and technological development, accelerated innovation in the tourism industry undoubtedly will have an impact on business profits in tourism industry.

The main areas of innovation in tourism are:

- production of new types of a tourism product;
- the use of new technology in the production of traditional services;
- the use of new tourism resources;
- changes in production and consumption of traditional tourism product;
- new marketing tourism;
- new management of tourism services;
- search and use of new markets for tourist services.

Innovation in tourism should:

- have novelty;
- meet market demand;
- profitable producers.

Due to the fact that the creation and innovation introduction require combined efforts of the various economic and social sectors, the innovative way of development is impossible without the state support. It uses three schemes, which are currently used in the development of tourism.

1. Direct government participation in the implementation of specific programs and allocations of regional and local authorities; the creation of large national centers, which are publicly financed and provide the knowledge for a wide range of potential users free of charge.

2. Subsidies and grants for scientific research in tourism and related industries.

3. Providing private companies and individuals with favorable conditions for scientific and technological development and the development of investment opportunities. Private businesses that invest in research and acquisition of necessary hardware and the development of tourist infrastructure of the region are provided with various tax incentives, government loans and guarantees and financing through state participation in equity.

To improve the efficiency of public investment in innovation activities in the tourism sector several conditions should be followed:

- desired support of enterprises of the joint technological chain;
- public investment should stimulate the related commercial flow of funds;
- public investment should be based on repayment through monitoring investment results;

Innovation in the tourism industry relies on the foundation of knowledge. To start implementation of new ideas and new areas of tourism is only possible after knowing and studying the forms and methods of both the past and the present. Deep understanding of areas of activity allows predicting events development and outrunning the rivals.

Economic situation in the country, social status of the population, national legislation and intergovernmental and international agreements affect innovation in tourism. Therefore, the motives and causes of innovation in tourism activities in each country are different. However, any country has several characteristic features:

- the growing needs of the population to become acquainted with life in other countries and obtaining new knowledge;

- saturation of many classical and traditional travel destinations;
- increased competition, the growth of offers of standardized global products;
- the need to restrain travelling citizens in areas similar to their country (nature, culture, climate);
- harmonious combination of attractive leisure travel conditions (natural and cultural features of leisure opportunities, purchasing specific goods and special tourist services) to meet the needs of the most demanding tourists;
- technological revolution and the expansion of services in the economy;
- the shift from supply to demand economics.

Currently, the tourism sector is developing innovation activities in three areas.

1. The introduction of organizational innovations related to the development of enterprise and travel business in the system and management structure, including reorganization, amalgamation, competing entities mergence based on the latest technology and advanced technology, personnel policy, sound economic and financial activities.

2. Marketing innovations that allow covering the needs of target customers or attracting not covered at the time clients.

3. Periodic innovation (product innovations), aimed at changing consumer properties of a tourist product, its positioning and provide a competitive advantage [12-14].

Output. Innovation activities in tourism are aimed at creating new or modifying existing products, to improve transport, accommodation and other services, development of new markets, the introduction of advanced information and telecommunication technologies and modern forms of organization and management activities.

Literature.

1. **Skudlarski J.** The theoretical aspects of innovation / **J. Skudlarski, S.O. Zaika, O.V. Gridin** // Актуальні проблеми інноваційної економіки. – 2016. – Випуск 1. – С. 17-25.

2. **Zaika S.O.** The evolution of innovation theories / **S.O. Zaika, O.V. Gridin** // Journal of International Business Studies. – No 9 (2), (December). – Volume 47. – «Palgrave Macmillan Ltd.», 2016. – P. 1652-1657.

3. **Борисова О.В.** Ефективність інноваційної політики підприємств у сфері туризму / **О.В. Борисова** // Вісник Одеського національного університету. Економіка. - 2013. - Т. 18, Вип. 2. - с. 18-26.

4. **Зайка С.О.** Фактори формування інноваційного потенціалу підприємств / **С.О. Зайка** // Вісник Одеського національного університету. Серія: Економіка. – Том 20. – Випуск 6. – 2015. – С. 94-97.

5. Закон України «Про інноваційну діяльність» № 40-IV, (із змінами) від 4 липня 2002 року [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/40-15>.

6. **Зарічна О.** Стратегія і планування інноваційної діяльності підприємств сфери туризму / **О. Зарічна** // Галицький економічний вісник. – 2014. – № 3. – С. 68-76.

7. **Кукліна Т.С.** Роль інновацій в туризмі / **Т.С. Кукліна** // Економіка Крима. – 2013. – № 2. – С. 61-65.

8. **Михайліченко Г.І.** Інноваційний розвиток туризму: [монографія] / **Г.І. Михайліченко**. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2012. – 608 с.

9. **Новиков В.С.** Інновації в туризмі [учебное пособие] / **В.С. Новиков**. – М. : Академія, 2007. – 208 с.

10. **Ольшанський О.В.** Інноваційно-інвестиційна привабливість підприємств сфери туризму / **О.В. Ольшанський, К.С. Ольшанська, В.В. Тютюнник** // Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг. – 2010. – Вип. 1. – С. 601-607.

11. **Онисько М.Б.** Міжнародний туризм: світові тенденції та українські реалії [Електронний ресурс] / **М.Б. Онисько**. – Режим доступу: <http://sd.net.ua/2012/05/24/turizm-ukraine-mir.html>.

12. **Романова М.М.** Інновації в індустрії туризму / **М.М. Романова** // Інновації в науці: сб. ст. по матер. XXIX междунар. науч.-практ. конф. – № 1(26). – Новосибірськ: СибАК, 2014. – С. 124-126.

13. **Саух І.В.** Державне регулювання розвитку туризму: сутність поняття та проблеми визначення / **І.В. Саух** // Актуальні проблеми економіки. – 2014. – № 4. – С. 59-66.

14. **Стойка С.О.** Інновації в туризмі як чинник стимулювання розвитку малого та середнього бізнесу / **С.О. Стойка** // Бізнес Інформ. – 2013. – № 12. – С. 197-201.

15. **Шаповалова О.М.** Інноваційний розвиток підприємств сфери послуг і туризму / **О.М. Шаповалова** // Вісник Східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля. – 2013. – № 4(2). – С. 241-246.

References.

1. **Skudlarski J.** (2016). The theoretical aspects of innovation / J. Skudlarski, S.O. Zaika, O.V. Gridin // *Aktual'ni problemi innovacijnoï ekonomiki* [Actual problems of innovative economy]. Issue 1. – pp. 17-25 [in English].

2. **Zaika S.O.** (2016). The evolution of innovation theories / **S.O. Zaika, O.V. Gridin** // Journal of International Business Studies. – No 9 (2), (December). – Volume 47. – «Palgrave Macmillan Ltd.», pp. 1652-1657 [in English].

3. **Borisova O.V.** (2013). Efektivnist' innovacijnoï politiki pidpriemstv u sferi turizmu [Efficiency of innovation policy of enterprises in the field of tourism]. *Visnik Odes'kogo nacional'nogo universitetu – Bulletin of Odessa National University, ser.: Economy*, Vol. 18, Issue 2, pp. 18-26 [in Ukrainian].

4. **Zaïka S.O.** (2015). Faktori formuvannja innovacijnogo potencialu pidpriemstv [Factors of formation of innovative potential of enterprises]. *Visnik Odes'kogo nacional'nogo universitetu – Bulletin of Odessa National University, Ser: Ekonomika*, Vol. 20, Issue 6, pp. 94-97 [in Ukrainian].

5. Zakon Ukraïni «Pro innovacijnu dijal'nist'» № 40-IV, (iz zminami) vid 4 lipnja 2002 roku [Law of Ukraine «On Innovation Activity» No 40-IV, (as amended) from July 4, 2002]. (2002, 04 lipnja). *zakon4.rada.gov.ua*. Retrived from: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/40-15> [in Ukrainian].

6. **Zarichna O.** (2014). Strategija i planuvannja innovacijnoï dijal'nosti pidpriemstv sferi turizmu [Strategy and planning of innovative activity of enterprises of tourism sphere]. *Galic'kij ekonomichnij visnik – Galician Economic Herald*, No 3, pp. 68-76 [in Ukrainian].

7. **Kuklina T.S.** (2013). Rol' innovacij v turizmi [The role of innovation in tourism]. *Ekonomika Kryma – Economy of Crimea*, No 2, pp. 61-65 [in Ukrainian].

8. **Mihajlichenko G.I.** (2012). *Innovacijnij rozvitok turizmu [Innovative development of tourism]*. Kiev: Kïiv. nac. torg.-ekon. un-t, p. 608 [in Ukrainian].

9. **Novikov V.S.** (2007). *Innovacii v turizme [Innovations in tourism]*. Moscow: Akademija, p. 208 [in Ukrainian].

10. **Ol'shans'kij O.V., Ol'shans'ka K.S., Tjutjunnik V.V.** (2010). Innovacijno-investicijna privablivist' pidpriemstv sferi turizmu [Innovative and investment attractiveness of tourism enterprises]. *Ekonomichna strategija i perspektivi rozvitku sferi torgivli ta poslug – Economic strategy and prospects for the development of trade and services*, Issue 1, pp. 601-607 [in Ukrainian].

11. **Onis'ko M.B.** Mizhnarodnij turizm: svitovi tendencii ta ukraïns'ki realii [International tourism: world trends and Ukrainian realities]. (n.d.). *sd.net.ua*. Retrieved from: <http://sd.net.ua/2012/05/24/turizm-ukraine-mir.html> [In Ukrainian].

12. **Romanova M.M.** (2014). Innovacii v industrii turizma [Innovations in the tourism industry]. *Innovacii v nauke: sb. st. po mater. XXIX mezhdunar. nauch.-prakt. konf.* No 1(26) – *Innovations in science: sat. Art. By mother XXIX International Scientific practice. Conf.*, No 1 (26). Novosibirsk: SibAK, pp. 124-126 [In Ukrainian].

13. **Sauh I.V.** (2014). Derzhavne reguljuvannja rozvitku turizmu: sutnist' ponjattja ta problemi viznachennja [State regulation of tourism development: the essence of the concept and problems of definition]. *Aktual'ni problemi ekonomiki – Actual problems of the economy*, No 4, pp. 59-66 [in Ukrainian].

14. **Stojka S.O.** (2013). Innovacii v turizmi jak chinnik stimuljuvannja rozvitku malogo ta seredn'ogo biznesu [Innovations in tourism as a factor in stimulating the development of small and medium-sized businesses]. *Biznes Inform – Business Inform*, No 12, pp. 197-201 [in Ukrainian].

15. **Shapovalova O.M.** (2013). Innovacijnij rozvitok pidpriemstv sferi poslug i turizmu [Innovative development of enterprises in the sphere of services and tourism]. *Visnik Shidnoukraïns'kogo nacional'nogo universitetu imeni Volodimira Dalja – Bulletin of the Volodymyr Dahl East-Ukrainian National University*, No 4(2), pp. 241-246 [in Ukrainian].

Abstract.

Shudlarski Jacek, Zaika S., Gridin O. Innovations Features in Tourism.

Ukraine has chosen an innovative path of economic development. Innovations in the state are aimed at different areas of human activity, including the tourism industry, which is a part of the socio-economic system of society. Now developing tourist industry is only possible through the introduction of new ideas, improving the production of goods and services, expanding their range.

The article deals with investigating the features of innovation in tourism and the main factors influencing the innovation activities of tourism companies.

It was found that now the state innovation in tourism is aimed at creating new or modifying existing products, to improve transport, accommodation and other services, development of new markets, the introduction of advanced information and telecommunication technologies and modern forms of organization and management activities.

Key words: *Tourism, tourist business, tourist sphere, innovation, innovation activities.*

Анотація.

Шудларські Яцек, Заїка С.О., Грідін О.В. Особливості інновацій в туризмі.

Україна обрала інноваційний шлях розвитку економіки. Інновації в державі спрямовані на різні сфери людської діяльності, зокрема і туристичний бізнес, який є частиною соціально-економічної системи суспільства. Адже нині розвиток туристичного бізнесу можливий тільки на основі впровадження нових ідей, вдосконалення процесів виробництва товарів і послуг, розширення їх асортименту.

В статті досліджено особливості впровадження інновацій в туризмі та визначено основні фактори впливу на інноваційну діяльність підприємств туристичної сфери.

Встановлено, що нині в державі інноваційна діяльність в сфері туризму спрямована на створення нового або зміну існуючого продукту, на вдосконалення транспортних, готельних і інших послуг, освоєння нових ринків, впровадження передових інформаційних та телекомунікаційних технологій і сучасних форм організаційно-управлінської діяльності.

Ключові слова: *туризм, туристичний бізнес, туристична сфера, інновації, інноваційна діяльність.*

Аннотация.

Шудларски Яцек, Заика С.А., Гридин А.В. Особенности инноваций в туризме.

Украина выбрала инновационный путь развития экономики. Инновации в стране направлены на различные сферы человеческой деятельности, в том числе и туристический бизнес, являющийся частью социально-экономической системы общества. Сейчас развитие туристического бизнеса возможно только на основе внедрения новых идей, совершенствования процессов производства товаров и услуг, расширения их ассортимента.

В статье исследованы особенности внедрения инноваций в туризме и определены основные факторы влияния на инновационную деятельность предприятий туристической сферы.

Установлено, что в настоящее время в стране инновационная деятельность в сфере туризма направлена на создание нового или изменение существующего продукта, на совершенствование транспортных, гостиничных и других услуг, освоение новых рынков, внедрение передовых информационных и телекоммуникационных технологий, а также современных форм организационно-управленческой деятельности.

Ключевые слова: туризм, туристический бизнес, туристическая сфера, инновации, инновационная деятельность.

УДК 657.1

ПОРІВНЯЛЬНА ІНФОРМАЦІЯ В СИСТЕМІ МСФЗ ТА П(С)БО

**МАРЕНИЧ Т.Г., Д.Е.Н., ПРОФЕСОР,
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
СІАЬСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА ІМЕНІ ПЕТРА ВАСИЛЕНКА**

Постановка проблеми у загальному вигляді. Фінансова звітність має повно, правдиво та неупереджено відображувати фінансовий стан, фінансові результати діяльності та потоки грошових коштів підприємства. Необхідною умовою правдивого відображення діяльності підприємства є подання інформації у спосіб, який забезпечує якісні характеристики фінансової звітності, серед яких головне місце належить зіставності. Зіставність інформації дає можливість оцінити динаміку розвитку підприємства та його позицію на ринку для прийняття виважених економічних рішень. Важливо, щоб фінансові звіти відображали відповідну інформацію за попередні періоди. Проте порівняльній інформації приділено багато уваги в системі МСФЗ, а українські стандарти майже не використовують цього поняття. Тому актуальності набуває питання значення та місця порівняльної інформації у фінансовій звітності зарубіжних та вітчизняних підприємств.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблеми ролі в цілісній системі економічної інформації, формування фінансової звітності, процедур її складання, якісних критеріїв звітних показників досить повно висвітлені у працях багатьох вітчизняних і зарубіжних вчених. Варто відмітити дослідження, проведені такими науковцями, як Голов С.Ф. [1, с. 23-36], Назарова І.Я. [2], Кучеренко Т.Є. [3],

Проданчук М.А. [4], Монтієлло М. [5], Хомин П.Я. [6] та ін. [7]. Проте в них основна увага приділяється методичним питанням складання певних звітних форм. В окремих наукових працях зовсім не розкрито можливості використання звітної інформації у процесах оцінки, аналізу та прогнозування результатів діяльності суб'єктів господарювання. У системі інформаційного забезпечення підтримки та обґрунтування управлінських рішень важливе значення відіграє зіставність інформації, яку дослідники розглядають у контексті якісних характеристик фінансової звітності. Про необхідність надання порівняльної інформації у фінансовій звітності відмічають лише деякі науковці.

Формулювання цілей статті. Мета статті – визначити особливості та місце порівняльної інформації у міжнародній та національній системах стандартизації бухгалтерського обліку.

Виклад основного матеріалу дослідження. Відповідно до міжнародних правил бухгалтерського обліку зіставність інформації належить до якісних характеристик, що підсилює корисність фінансової звітності. У § ЯХ 20 Концептуальної основи фінансової звітності зазначено: інформація про суб'єкт господарювання, що звітує, є більш корисною, якщо її можна порівняти з подібною інформацією про інші суб'єкти господарювання, а також з подібною інформацією про той самий суб'єкт господарювання за інший період або іншу дату [8]. В НП(С)БО 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності» зіставність віднесено до основоположних якісних характеристик фінансової звітності [9].

Забезпечення зіставності названо метою МСБО 1 «Подання фінансової звітності» в його §1: цей стандарт визначає основи подання фінансової звітності загального призначення для забезпечення їхньої зіставності з фінансовою звітністю суб'єкта господарювання за попередні періоди, а також з фінансовою звітністю інших суб'єктів господарювання [10]. Крім того МСБО 1 містить окремий розділ «Порівняльна інформація». Відповідно до §38 суб'єкт господарювання розкриває порівняльну інформацію стосовно попереднього періоду щодо всіх сум, наведених у фінансовій звітності поточного періоду. Порівняльна інформація може бути числовою або описовою. До описової частини порівняльну інформацію включають, якщо вона є доречною для розуміння фінансової звітності поточного періоду. У §40 МСБО 1 наводиться приклад такої інформації: суб'єкт

господарювання розкриває у поточному періоді детальну інформацію про судову справу, результат розгляду якої був невизначений на кінець попереднього звітного періоду, і по якій ще мало бути прийняте рішення. Користувачі можуть мати користь від інформації про те, що на кінець попереднього звітного періоду існувала невизначеність, а також про те, які заходи вжиті протягом цього періоду для усунення невизначеності.

МСБО 1 відносить до порівняльної інформації звіти за попередні роки. Згідно з §39 суб'єкт господарювання, що розкриває порівняльну інформацію, подає, як мінімум, два звіти про фінансовий стан, по два з усіх інших звітів, та відповідні примітки [10]. При цьому суб'єкт господарювання подає звіти про фінансовий стан:

- а) на кінець поточного періоду;
- б) на кінець попереднього періоду (який є початком поточного періоду);
- в) на початок першого з представлених періодів.

Коли суб'єкт господарювання змінює подання або класифікацію статей у своїй фінансовій звітності, то він повинен перекласифікувати порівняльні суми, окрім випадків, коли перекласифікація є неможливою. Якщо суб'єкт господарювання перекласифікує порівняльні суми, то він має розкривати таку інформацію:

- а) характер перекласифікації;
- б) суму кожної перекласифікованої статті або класу статей;
- б) причину перекласифікації.

Коли неможливо перекласифікувати порівняльні суми, суб'єкт господарювання повинен розкривати таку інформацію:

- а) причину, по якій не проведена перекласифікація сум;
- б) характер коригувань, які були б зроблені, якби суми були перекласифіковані.

За деяких обставин неможливо перекласифікувати порівняльну інформацію за певний попередній період для досягнення зіставності з поточним періодом. Наприклад, суб'єкт господарювання міг не зібрати дані у попередньому періоді (періодах) так, щоб це дозволило провести перекласифікацію, і неможливо відтворити відповідну інформацію [10].

Як свідчить міжнародна практика, з метою повного розкриття інформації річні звіти часто містять висновки по діяльності за 5-, 10- і навіть 20-річний період по певних основних даних, як, наприклад:

доход від реалізації, чистий доход; загальна сума активів; загальна сума зобов'язань і акціонерного капіталу, а також вибрані коефіцієнти (фінансові показники). Дані за ряд років необхідні для тлумачення фінансових звітів за поточний період. Якщо користувач обмежується розглядом тільки останнього або двох останніх періодів, можлива неправильна інтерпретація даних. Мінливість комерційних операцій, події в економіці і техніка ведення бухгалтерського обліку мають такий характер, що фінансові звіти за один окремо взятий період не можуть забезпечити солідну основу для довгострокової оцінки потенціалу підприємства. Кваліфіковані фінансові аналітики для того, щоб виявити тенденції, використовують дані за декілька років [17, с. 802].

Слід зазначити, що значимість і ступінь корисності такої інформації може варіюватися. Так, за даними Блейка Дж. і Аматі О. Арнольд (Arnold, 1984) зі співавторами порівняли підхід у проведенні інвестиційного аналізу в США та Великобританії та встановили, що американські аналітики враховують показники попередніх бухгалтерських звітних документів за більш тривалий строк (5, 7 роки), ніж їх британські колеги (4, 6 роки); що британські аналітики ставлять звіти керівників компаній на 6-е місце із усіх джерел інформації порівняно з 13-м місцем, яке відводиться цьому документу в США [11, с. 357].

Також в МСБО 8 «Облікові політики, зміни в облікових оцінках та помилки» зазначено, що користувачі фінансової звітності повинні мати змогу порівнювати фінансову звітність суб'єкта господарювання через якийсь час для визначення тенденцій у його фінансовому стані, фінансових результатах діяльності та грошових потоках (§15) [12].

Як видно з представлених даних, у системі МСФЗ достатньо повно розкрито значення, місце, вимоги щодо порівняльної інформації у фінансовій звітності.

У Законі України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні», національних П(С)БО термін «порівняльна інформація» взагалі не зустрічається. Поняття «порівняльна інформація» для вітчизняних підприємств пов'язане перш за все з П(С)БО 6 «Виправлення помилок і зміни у фінансових звітах» [13]. Відповідно до П(С)БО 6 передбачено необхідність:

– повторного відображення відповідної порівняльної інформації у фінансовій звітності – у разі виправлення помилок попередніх періодів (п. 5 П(С)БО 6);

– повторного надання порівняльної інформації щодо попередніх звітних періодів – у разі зміни облікової політики (п. 12.2 П(С)БО 6).

Проте П(С)БО 6 не розкриває сутність терміну «порівняльна інформація», де її місце у фінансовій звітності вітчизняних підприємств, у чому полягає її повторне відображення (надання) [14, с. 14].

В той же час НП(С)БО 1 вимагає наводити порівняльну інформацію. Зокрема, в п. 4 р. III НП(С)БО 1 зазначено, що фінансова звітність повинна надавати можливість користувачам порівнювати:

- фінансові звіти підприємства за різні періоди;
- фінансові звіти різних підприємств.

Передумовою зіставності цей стандарт називає наведення відповідної інформації попереднього періоду та розкриття інформації про облікову політику та її зміни (п. 5 р. III НП(С)БО 1) [9]. Відповідно інформація попереднього періоду і є, по суті, порівняльною інформацією [14, с. 14].

Хоча у національних стандартах вимоги щодо порівняльної інформації чітко не сформульовано, підприємства не звільнено від подання такої інформації у звітних формах (таблиця).

У всіх формах фінансової звітності вітчизняних підприємств (крім звіту про власний капітал) є спеціальні графи, призначені для відображення порівняльної інформації за поточний період. Проте вимог щодо подання порівняльної інформації за попередній період або ще за один додатковий порівняльний період немає, що обмежує можливості користувачів оцінювати тенденції у фінансовій інформації з метою прогнозування.

Зіставність звітних даних передбачає дотримання принципу послідовності при складанні фінансової звітності, а отже при формуванні облікової політики. Характеристика порівнянності інформації вимагає, щоб усі облікові концепції, принципи і методи оцінки застосовувалися однаковим чином послідовно протягом усіх облікових періодів. Порівнянність даних запобігає вільним змінам облікових принципів і методів, але це не означає, що такі зміни зовсім заборонені. Зміни облікових процедур дозволяються, якщо вони ведуть до кращого (тобто достовірнішого) відображення у фінансовій звітності фінансових результатів та фінансового стану підприємства. У фінансовій звітності повинні бути розкриті всі причини, які викликали цю зміну, а також усі наслідки цієї зміни з точки зору обліку [17, с. 314].

Надання порівняльної інформації у фінансовій звітності у національній системі стандартизації

<i>Нормативно-правовий акт</i>	<i>Форми фінансової звітності</i>	<i>Спеціальні графи, призначені для відображення порівняльної інформації</i>
НП(С)БО 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності» [9]	Баланс (Звіт про фінансовий стан) (ф. №1)	Графа 3 «На початок звітного періоду»
	Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід) (ф. №2)	Графа 4 «За аналогічний період попереднього року»
	Звіт про рух грошових коштів (за прямим методом) (ф. №3)	Графа 4 «За аналогічний період попереднього року»
	Звіт про рух грошових коштів (за непрямым методом) (ф. №3-н)	Графи 5 («надходження») і 6 («видаток») «За аналогічний період попереднього року»
	Звіт про власний капітал (ф. №4)	Спеціальних граф не передбачено. Необхідно додавати до комплексу фінансової звітності за поточний рік звіт про власний капітал за попередній рік
П(С)БО 25 «Фінансовий звіт суб'єкта малого підприємництва» [15]	Баланс (ф. №1-м)	Графа 3 «На початок звітного року»
	Звіт про фінансові результати (ф. №2-м)	Графа 4 «За аналогічний період попереднього року»
	Баланс (ф. №1-мс)	Графа 3 «На початок звітного року»
	Звіт про фінансові результати (ф. №2-мс)	Графа 4 «За попередній період»
Наказ Міністерства фінансів України «Про Примітки до річної фінансової звітності» від 29.11.2000 р. № 302 [16]	Примітки до річної фінансової звітності (ф. №5):	
	– розділ I «Нематеріальні активи»	Графи 3 і 4 «Залишок на початок року»
	– розділ II «Основні засоби»	Графи 3 і 4 «Залишок на початок року»
	– розділ VII «Забезпечення і резерви»	Графа 3 «Залишок на початок року»
	– розділ XII «Податок на прибуток»	Графа 3 «Сума», Код рядка 1220 «На початок звітного року» Код рядка 1230 «На початок звітного року»
	– розділ XIV «Біологічні активи»	Графи 3 і 4 «Залишок на початок року»
		Графи 13 і 14 «Залишок на початок року»

Слід зауважити, що в літературних джерелах деякі автори використовують термін «зіставність» [18, с. 17], інші – «порівнянність» або «порівнюваність» [17, с. 145; 19, с. 474]. Ці поняття частіше вживаються як синоніми. На нашу думку, порівняльна інформація, як відповідна інформація за поточний і попередні періоди, є передумовою зіставності, яка представляє собою необхідну, суттєву, невід’ємну властивість фінансової звітності. І взагалі, як справедливо стверджують Велш Глен А. та Шорт Деніел Г., принцип порівнянності даних – це досить важка для розуміння і застосування облікова концепція [17, с. 314].

Для забезпечення мети фінансових звітів, необхідно досягати відповідної збалансованості всіх якісних характеристик інформації, а не окремих. Тільки з урахуванням комплексного підходу до підготовки фінансових звітних форм можна забезпечити об’єктивність і корисність інформації [20, с. 48].

В умовах глобалізації є потреба у порівнянні показників фінансових звітів підприємств із зарубіжними аналогами для оцінки конкурентного середовища. Інвестори можуть особливо цікавитися питаннями, пов’язаними з диверсифікацією їх міжнародних портфельних інвестицій. На порівнянність фінансових звітів різних країн суттєво впливають: доступ користувачів до бухгалтерських звітних документів; мова і бухгалтерська термінологія; валюта звітності; формат і обсяг інформації, що підлягає розкриттю; національні особливості бухгалтерської практики, що склалися в різних країнах; відмінності в культурних традиціях, які впливають прямо або опосередковано на показники компаній [11, с. 365]. Внаслідок цього фінансові звіти однієї країни, які задовольняють потреби національних користувачів, можуть бути непридатними і незрозумілими для користувачів з інших країн.

На думку С.А. Діпіаза та Р.Д. Екклза, у такому випадку одного стандартного набору принципів бухгалтерського обліку для цього недостатньо. Необхідна додаткова інформація – як фінансова, так і нефінансова [21, с. 86]. Така інформація може не формуватися в системі бухгалтерського обліку, оскільки її акумулювання існуючими стандартами не передбачено. Це стосується, перш за все, реєстрації фактів господарської діяльності, які не мають вартісного виміру або не впливають на економіку підприємства, але є суттєвими для прийняття рішень. Тому доцільно розширювати інформаційну структуру фактів господарської діяльності. З метою їх відображення в обліку та звітності це досягається шляхом удосконалення первинної документації,

синтетичних й аналітичних рахунків, використання позабалансових рахунків. Наприклад, М.Ю. Медведев пропонує, за умови трактування аналітичних рахунків бухгалтерського обліку як рівноправних, узагальнювати облікові дані за різними аналітичними ознаками без урахування їх зв'язку з певним синтетичним рахунком [22, с. 313]. Тобто, мова йде про можливість деталізації певних об'єктів на вимогу користувачів. Переважно дані, які необхідні для формування фінансової інформації, відображаються методом подвійного запису в системі бухгалтерського обліку. Для цих цілей можна передбачити нові субрахунки до діючих синтетичних рахунків або додати інші синтетичні рахунки. Однак, таким чином можна відобразити не всі суттєві для прийняття рішень та складання звітів відомості про факти господарської діяльності підприємства. Для реєстрації відповідних даних доцільно додатково використовувати простий запис і позабалансові рахунки.

Висновки. Відображення порівняльної інформації в українських формах фінансової звітності має свої особливості. У національній системі стандартизації надання порівняльної інформації реалізовано обмежено в самих звітних формах, у відповідних спеціальних графах. До переліку фінансових звітів порівняльну інформацію окремим пунктом не включено. Проте НП(С)БО 1 зобов'язує підприємства наводити у фінансовій звітності порівняльну інформацію.

Суб'єктам господарювання потрібно забезпечити достовірність та повноту порівняльної інформації не лише за поточний, а й за попередні періоди для користувачів фінансової звітності. Останні будуть мати змогу порівнювати дані фінансових звітів підприємства для визначення тенденцій у його фінансовому стані, фінансових результатах діяльності та грошових потоках. Досягається зіставність дотриманням вимог НП(С)БО або МСФЗ разом із розкриттям облікової політики та її змін. Підвищення зіставності інформації за різні періоди допоможе користувачам приймати правильні економічні рішення.

Зіставність фінансових звітів різних країн суттєво залежить від ряду факторів. Для подолання специфічних бухгалтерських відмінностей необхідно проводити за необхідності коригування показників звітності, а також надавати додаткову порівняльну інформацію як фінансового, так і нефінансового характеру. Забезпечити збір, реєстрацію, обробку такої інформації можливо шляхом удосконалення первинного, аналітичного та синтетичного обліку, використання позабалансових рахунків і простого запису.

Література.

1. **Голов С.Ф.** Бухгалтерський облік за міжнародними стандартами: приклади та коментарі: [Практичний посібник] / **С.Ф. Голов, В.М. Костюченко**. – К. : Лібра, 2001. – 840 с.
2. **Назарова І.Я.** Формування інформації про капітал у звітності підприємства / **І.Я. Назарова** // Інноваційна економіка. – 2012. – № 36. – С. 284-286.
3. **Кучеренко Т.Є.** Удосконалення методики складання Звіту про власний капітал / **Т. Кучеренко, О. Шайко, В. Мервенецька** // Бухгалтерський облік і аудит. – 2006. – № 11. – С. 9-14.
4. **Проданчук М.А.** До методики складання Звіту про рух грошових коштів / **М.А. Проданчук** // Економіка АПК. – 2005. – № 2. – С. 64-69.
5. **Mongiello M.** International Financial Reporting / **M. Mongiello** // Ventus Publishing ApS ISBN 978-87-7681-424-3, 2009. – 53 p.
6. **Хомин П.Я.** Формування звітності в підсистемах фінансового, управлінського й податкового обліку / **П.Я. Хомин**. – Тернопіль: Економічна думка, 2004. – 287 с.
7. **Коробко О.М.** Бухгалтерська фінансова звітність: методологія складання і практика використання: Автореф. дис. канд. екон. наук: 08.06.04 / **О.М. Коробко**: Національний аграрний університет. – К., 2003. – 20 с.
8. Концептуальна основа фінансової звітності [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/929_009
9. Національне Положення (стандарт) бухгалтерського обліку «Загальні вимоги до фінансової звітності», затв. наказом Міністерства фінансів України від 07.02.2013 р. № 73 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z0336-13>
10. Міжнародний стандарт бухгалтерського обліку 1 «Подання фінансової звітності» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/929_013
11. **Блейк Дж., Амаг О.** Европейский бухгалтерский учет: справочник / **Джон Блейк, Ориол Амаг**; перевод с англ. – М.: Информационно-издательский дом «Филинъ», 1997. – 400 с.
12. Міжнародний стандарт бухгалтерського обліку 8 «Облікові політики, зміни в облікових оцінках та помилки» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/929_020
13. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 6 «Виправлення помилок і зміни у фінансових звітах», затв. наказом Міністерства фінансів України від 28.05.1999 р. № 137 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z0392-99>
14. **Назарбасва І.** Кому й навіщо потрібна порівняльна інформація у фінансовій звітності / **І. Назарбасва** // Все про бухгалтерський облік. – 19.05.2017 р. – № 45. – С. 14-16.

15. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 25 «Фінансовий звіт суб'єкта малого підприємництва», затв. наказом Міністерства фінансів України від 25.02.2000 р. № 39 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z0161-00>

16. Примітки до річної фінансової звітності (ф. №5), затв. наказом Міністерства фінансів України від 29.11.2000 р. № 302 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z0904-00>

17. **Велш Г.А.** Основи фінансового обліку / Пер. з англ. О. Мінін, Глен А. Велш, Деніел Г. Шорт. – К. : Основи, 1999. – 943 с.

18. **Войнаренко М.П.** Міжнародні стандарти фінансової звітності та аудиту: [Навчальний посібник] / **М.П. Войнаренко, Н.А. Пономарьова, О.В. Замазій.** – К. : Центр учбової літератури, 2010. – 488 с.

19. **Гуцаленко А.В.** Вплив міжнародних стандартів бухгалтерського обліку на формування інформації у фінансовій звітності / **А.В. Гуцаленко** // Фінансові проблеми формування і розвитку аграрного ринку: матеріали Дев'ятих річних зборів Всеукр. конгресу вчених економістів-аграрників. – К. : ННЦ ІАЕ, 2007. – С. 472-475.

20. **Маренич Т.Г.** Якісні характеристики фінансової звітності / **Т.Г. Маренич** // Економіка АПК. – 2011. – №12. – С. 44-49.

21. **Диппаза Сэмюэл А.** Будущее корпоративной отчетности: как вернуть доверие общества / **Сэмюэл А. Диппаза, Роберт Дж. Экклз**; [пер. с англ.: В. Ионов, Ю. Езерский]. – М. : Альпина Паблишер, 2003. – 216 с.

22. **Медведев М.Ю.** Общая теория учета: естественный, бухгалтерский и компьютерные методы / **М.Ю. Медведев.** – М. : Дело и Сервис, 2001. – 752 с.

References.

1. **Holov S.F., Kostyuchenko V.M.** (2001). *Bukhhalters'kyy oblik za mizhnarodnymy standartamy: pryklady ta komentari* [Accounting for international standards: examples and comments]. Kyiv: Libra, p. 840 [in Ukrainian].

2. **Nazarova I.Ya.** (2012). Formuvannya informatsiyi pro kapital u zvitnosti pidpryyemstva [Formation of information on capital in the reporting enterprise]. *Innovatsiyna ekonomika – Innovative economy*, No 36, pp. 284-286 [in Ukrainian].

3. **Kucherenko T.Ye., Shayko O., Mervenets'ka V.** (2006). Udoshkonalennya metodyky skladannya Zvitu pro vlasnyy kapital [Improvement of the methodology of drawing up the Report on own capital]. *Bukhhalters'kyy oblik i audit – Accounting and audit*, No 11, pp. 9-14 [in Ukrainian].

4. **Prodanchuk M.A.** (2005). Do metodyky skladannya Zvitu pro rukh hroshovykh koshtiv [To the methodology for drawing up the Cash Flow Statement]. *Ekonomika APK – Economy AIC*, No 2, pp. 64-69 [in Ukrainian].

5. **Mongiello M.** (2009). International Financial Reporting. Ventus Publishing ApS ISBN 978-87-7681-424-3, p. 53.

6. **Khomyn P.Ya.** (2004). Formuvannya zvitnosti v pidsystemakh finansovoho, upravlins'koho y podatkovoho obliku [Formation of reporting in subsystems of financial, managerial and tax accounting]. Ternopil': Ekonomichna dumka, p. 287 [in Ukrainian].

7. **Korobko O.M.** (2003). Bukhhalters'ka finansova zvitnist': metodolohiya skladannya i praktyka vykorystannya [Accounting financial reporting: methodology of compilation and practice of use]. *Abstract of dissertation of candidate of economic Sciences*. Kyiv, p. 20 [in Ukrainian].

8. Kontseptual'na osnova finansovoyi zvitnosti [Conceptual basis of financial reporting]. (n.d.). *zakon2.rada.gov.ua*. Retrieved from http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/929_009 [in Ukrainian].

9 Natsional'ne Polozhennya (standart) bukhhalters'koho obliku «Zahal'ni vymohy do finansovoyi zvitnosti» [National Accounting Standard (Standard) «General Requirements for Financial Statements» from 07.02.2013 No 73]. (2013, 07 lyuty). *zakon2.rada.gov.ua*. Retrieved from <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z0336-13> [in Ukrainian].

10. Mizhnarodnyy standart bukhhalters'koho obliku 1 «Podannya finansovoyi zvitnosti» [International Accounting Standard 1 «Presentation of Financial Statements»]. (n.d.). *zakon2.rada.gov.ua*. Retrieved from http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/929_013 [in Ukrainian].

11. **Blyek Dzh., Amat O.** (1997). *Evropeyskyy bukhhalterskyy uchbet: spravochnyk* [European accounting: a reference book]. (Trans). Moscow: Inform. vyd-vo «Fylyn», p. 400 [in Russian].

12. Mizhnarodnyy standart bukhhalters'koho obliku 8 «Oblikovi polityky, zminy v oblikovykh otsinkakh ta pomylyky» [International Accounting Standard 8 «Accounting Policies, Changes in Accounting Estimates and Errors»]. (n.d.). *zakon2.rada.gov.ua*. Retrieved from http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/929_020 [in Ukrainian].

13. Polozhennya (standart) bukhhalters'koho obliku 6 «Vypravlennya pomylok i zminy u finansovykh zvitakh» [Accounting Standards (Standard) 6 «Correction of errors and changes in financial statements» from 28.05.1999 No 137]. (1999, 28 traven'). *zakon2.rada.gov.ua*. Retrieved from <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z0392-99> [in Ukrainian].

14. **Nazarbayeva I.** (2017). Komu y navishcho potribna porivnyal'na informatsiya u finansoviy zvitnosti [Who and what needs comparative information in financial statements]. *Vse pro bukhhalters'kyy oblik – All about accounting*, No 45, pp. 14-16 [in Ukrainian].

15. Polozhennya (standart) bukhhalters'koho obliku 25 «Finansovyy zvit sub'yekta maloho pidpryemnytstva» [Regulation (standard) of accounting 25 «Financial report of a small business entity» from 25.02.2000 No 39]. (2000, 25 lyuty). *zakon2.rada.gov.ua*. Retrieved from <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z0161-00> [in Ukrainian].

16. Prymitky do richnoyi finansovoyi zvitnosti (f. №5) [Notes to the Annual Financial Statements (FV No. 5) for Financial Statements" from 29.11.2000 No 302]. (2000, 29 lystopada). *zakon2.rada.gov.ua*. Retrieved from <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z0904-00> [in Ukrainian].

17. **Velsh H.A., Short D.H.** (1999). *Osnovy finansovogo obliku* [Fundamentals of financial accounting]. (O. Minin, Trans). Kyiv: Osnovy, p. 943.

18. **Voynarenko M.P., Ponomar'ova N.A., Zamaziy O.V.** (2010). *Mizhnarodni standarty finansovoyi zvitnosti ta audytu: [Navch. posib.]* [International Financial Reporting and Auditing Standards]. Kyiv: Tsentr uchbovoyi literatury, p. 488 [in Ukrainian].

19. **Hutsalenko L.V.** (2007). Vplyv mizhnarodnykh standartiv bukhholders'koho obliku na formuvannya informatsiyi u finansoviy zvitnosti [Impact of International Accounting Standards on the Formation of Information in Financial Statements]. *Finansovi problemy formuvannya i rozvytku ahrarnoho rynku: Materialy Dev'yatykh richnykh zboriv Vsenkr. konhresu vchenykh ekonomistiv-ahrarynkyiv*. Kyiv: NNTs IAE, pp. 472-475 [in Ukrainian].

20. **Marenych T.H.** (2011). Yakisni kharakterystyky finansovoyi zvitnosti [Qualitative characteristics of financial reporting]. *Ekonomika APK – Economy AIC*, No 12, pp. 44-49 [in Ukrainian].

21. **Dyp'yaза Səmyuəl A., Əkkəz Robert Dzh.** (2003). *Budushchee korporativnoy otchetnosti: kak vernut' doverye obshchestva* [The Future of Corporate Reporting: How to Regain Society's Trust]. (V. Yonov, Yu. Ezerskiy, Trans). Moscow: Al'pyna Pablysher, p. 216 [in Russian].

22. **Medvedev M.Yu.** (2001). *Zahal'na teoriya obliku: pryrodniy, bukhholders'kiy i komp'yuterni metody* [General theory of accounting: natural, accounting and computer methods]. (M.Yu. Medvedev, Trans). Moscow: Delo y Servys, p. 752 [in Russian].

Анотация.

Маренич Т.Г. Порівняльна інформація в системі МСФЗ та П(С)БО.

Метою статті є визначення особливостей та місця порівняльної інформації в міжнародних та національних стандартах бухгалтерського обліку.

Досліджено сутність терміну «порівняльна інформація». Обґрунтовано, що порівняльна інформація є передумовою зіставності фінансових звітів. Зроблено висновок, що порівняльній інформації в системі МСФЗ приділено більше уваги, ніж в П(С)БО. Для підвищення зіставності інформації рекомендується вітчизняним суб'єктам господарювання надавати користувачам фінансових звітів порівняльну інформацію не лише за поточний, а й за попередні звітні періоди, що забезпечить солідну основу для виявлення тенденцій у розвитку підприємства. Відзначено, що у національних стандартах бухгалтерського обліку надання порівняльної інформації реалізовано обмежено в самих формах фінансової звітності. Узагальнено фактори, від яких залежить зіставність фінансових звітів різних країн, і запропоновано напрями подолання бухгалтерських відмінностей.

Ключові слова: зіставність, порівняльна інформація, фінансова звітність, міжнародні стандарти фінансової звітності, національні положення (стандарти) бухгалтерського обліку.

Аннотация.

Маренич Т.Г. Сравнительная информация в системе МСФО и П(С)БУ.

Целью статьи является определение особенностей и места сравнительной информации в международных и национальных стандартах бухгалтерского учета.

Исследована сущность термина «сравнительная информация». Обосновано, что сравнительная информация является предпосылкой сопоставимости финансовых отчетов. Сделан вывод о том, что сравнительной информации в системе МСФО уделено больше внимания, чем в П(С)БУ. Для повышения сопоставимости информации рекомендуется отечественным субъектам хозяйствования предоставлять пользователям финансовых отчетов сравнительную информацию не только за текущий, но и за предыдущие отчетные периоды, что обеспечит солидную основу для выявления тенденций в развитии предприятия. Отмечено, что в национальных стандартах бухгалтерского учета предоставления сравнительной информации реализовано ограничено в самих формах финансовой отчетности. Обобщены факторы, от которых зависит сопоставимость финансовых отчетов разных стран, и предложены направления преодоления бухгалтерских различий.

Ключевые слова: сопоставимость, сравнительная информация, финансовая отчетность, международные стандарты финансовой отчетности, национальные положения (стандарты) бухгалтерского учета.

Abstract.

Marenych T. Comparative information in the system of IFRS and P (C) BU.

The purpose of the article is definition of features and place of comparative information in international and national accounting standards.

The essence of the term "comparative information" is investigated. It is justified that comparative information is a premise for the comparability of financial reports. It is concluded that comparative information in the IFRS system is given more attention than in the P (C) BU. Domestic business entities should provide users of financial reports with comparative information not only for the current, but also for the previous periods to increase the comparability of information, which will provide a solid basis for identifying trends in the development of the enterprise.

The factors from which comparability of financial reports of different countries depend are the generalized, and directions for overcoming accounting differences are suggested.

Key words: comparability, comparative information, financial reporting, international financial reporting standards, national accounting regulations (standards).

СУЧАСНІ ТРАНСФОРМАЦІЇ В АГРОБІЗНЕСІ ТА СТАЛИЙ РОЗВИТОК АГРАРНОГО СЕКТОРУ

***ОНЕГІНА В.М., Д.Е.Н., ПРОФЕСОР,
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
СІЛЬСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА ІМЕНІ ПЕТРА ВАСИЛЕНКА***

Постановка проблеми у загальному вигляді. Концепти сталого розвитку як цільові орієнтири руху суспільства та його зусиль для здійснення керованих змін були розроблені в програмних документах міжнародних організацій, працях науковців та матеріалах різного рівня форумів, симпозіумів, конференцій. На сесії Генеральної Асамблеї ООН 25 вересня 2015 р. була схвалена резолюція «Трансформація нашого світу: програма дій зі сталого розвитку 2030» (Transforming our world: the 2030 Agenda for Sustainable Development) [9]. 193 держави-члени Організації Об'єднаних Націй затвердили 17 цілей, 169 цільових орієнтирів, 230 індикаторів плану дій із забезпечення сталого розвитку «для населення, планети, процвітання» на наступні 15 років [6, 7, 9]. Визначення цих цілей та розробка Програми дій стали результатом попередніх двохрічних консультацій громадськості та стейкхолдерів всього світу, узагальнили бачення «більш справедливого, мирного світу, в якому ніхто не залишиться позаду».

Технічні досягнення та процеси глобалізації стимулювали економічне зростання світового господарства. Експерти ОЕСР прогнозують збільшення світового ВВП за період 1995-2020 років на 75 %, але це призведе до збільшення тиску на екологічні та соціальні ресурси. Уряди, які прагнуть до сталого розвитку, стикаються з проблемою збалансування викликів та можливостей зростання [8].

Суттєві трансформації за останнє десятиріччя відбулися і в агробізнесі в Україні, породжуючи як можливості, так і загрози для сталого розвитку аграрного сектору країни, сумісності економічного, соціального та екологічного вимірів розвитку.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Трансформаційні зміни в аграрному секторі в Україні розглядалися в працях Ю. Лупенка, А. Молдован, В. Месель-Веселяка, П. Саблука, Б. Пасхавера, О. Шубравської та багатьох інших науковців [1-3, 5].

Закордонними фахівцями приділена увага оцінці сучасних змін назустріч цілей Програми дій зі сталого розвитку 2030 в економіках їх країн [8, 10]. Експерти ОЕСР підкреслили, що спільно сільськогосподарські сектори країн ОЕСР зуміли досягти безпрецедентного зростання виробництва продуктів харчування та непродовольчих товарів з середини 20 століття. Це зростання було досягнуто за рахунок меншого числа працівників та трохи меншої площі земель, але з використанням води, хімікатів та машин. Однак зростання сільського господарства часто супроводжується зростанням рівня забруднення, а також більшою гомогенізацією ландшафту та знищенням середовища існування дикої природи. Сільське господарство як елемент екосистем, контролю або взаємодіє з великою кількістю запасів природного капіталу, що мають цінність не тільки для аграрного сектору, але й для решти суспільства. Отже, спосіб, яким сільськогосподарський сектор керує цими запасами, має вирішальне значення для сталого розвитку [8].

Формулювання цілей статті. Метою цієї статті стало визначення основних напрямів сучасних трансформацій в агробізнесу в Україні та їх відповідності цільовим орієнтирам сталого розвитку аграрного сектору.

Виклад основного матеріалу дослідження. У резолюції ООН були конкретизовані такі основні цілі сталого розвитку:

- 1) відсутність бідності;
- 2) відсутність голоду;
- 3) покращення здоров'я та самопочуття;
- 4) якісна освіта;
- 5) гендерна рівність;
- 6) чиста вода і санітарні умови;
- 7) відновлювальна та чиста енергія;
- 8) гідна робота та економічне зростання;
- 9) промислові інновації та інфраструктура;
- 10) скорочення нерівності;
- 11) стійкий розвиток міст та громад;
- 12) відповідальне споживання і виробництво;
- 13) захист кліматичних умов;
- 14) життя у воді;
- 15) життя на землі;
- 16) мир, справедливість та сильні інститути;
- 17) партнерство у досягненні цілей [9].

Ці цілі, будучи спрямованими на зростання та інновації при подолання бідності і голоду, скороченні нерівності, при стійкому управлінні природними ресурсами, інтегрують три аспекти сталого розвитку – економічний, соціальний та екологічний.

Поєднання економічних, соціальних та екологічних аспектів сталого розвитку послідовно та ефективно вимагає відповідних керованих трансформацій. При тому що цілі Програми дій 2030 є універсальними та взаємопов'язаними, набір чинників первинного впливу на досягнення кожної з них є особливим. Зокрема трансформації в сільському господарстві забезпечуватимуть насамперед вплив на досягнення таких цілей, як відсутність голоду; подолання бідності, покращення здоров'я та самопочуття; гідна робота та економічне зростання; скорочення нерівності, сукупність цілей стосовно збереження довкілля.

Серед сучасних трансформацій в агробізнесі в Україні, які здебільшого здійснюють вплив на досягнення цільових орієнтирів сталого розвитку, відзначимо організаційно-економічні та техніко-технологічні. В складі організаційно-економічних трансформацій привертають увагу зміни в організаційній структурі сільськогосподарського виробництва. Якщо у сільськогосподарському виробництві у 2010 р. налічувалося 56,5 тис. суб'єктів господарювання, то у 2015 р. 45,4 тис. (табл. 1), у той час як площа землекористування майже не змінилася (у 2010 р. у користуванні сільськогосподарських підприємств знаходилося 20,6 млн. га сільськогосподарських угідь, у 2015 р. – 20,7 млн. га) [4].

Таблиця 1

**Кількість діючих господарюючих суб'єктів
у сільському господарстві в Україні, одиниць**

<i>Суб'єкти господарювання</i>	<i>2010 рік</i>	<i>2015 рік</i>
Усього	56493	45379
Господарські товариства	7769	7721
Приватні підприємства	4243	3627
Виробничі кооперативи	952	596
Фермерські господарства	41726	32303
Державні підприємства	322	241
Підприємства інших форм господарювання	1481	891

Джерело: дані Держстату України [4]

Суттєвого зменшення зазнала за цей період кількість фермерських господарств (на 9,4 тис. господарств або на 22,6%). Одночасно відбувається повільне укрупнення господарств, та збільшення площ у землекористуванні агрохолдингів. За підрахунками Ю.О. Лупенка, М.Ф. Кропивко в Україні під контролем агрохолдингів знаходиться близько 8,7 млн. га, або 21% сільськогосподарських угідь країни, у тому числі 42,6% угідь, що знаходяться у користуванні сільськогосподарських підприємств [2]. Зростання середнього земельного банку агрохолдингу в середньому сягнуло до 60-80 тис. га, що свідчить про межі позитивного ефекту масштабу із зростання ефективності, за якими складнощі в системі управління зумовлюють прояви негативного ефекту масштабу.

Також серед сучасних трансформацій агробізнесу масмо відзначити посилення його експортної орієнтації та її впливу на товарну структуру виробництва, загострення міжнародної конкуренції, зростання залежності українського агробізнесу від кон'юнктури світового ринку. Якщо у 2010 р. вартість українського експорту агропродовольчої продукції становила 9,9 млрд. дол. США, то у 2015 р. – 14,6 млрд. дол. (найбільший обсяг експорту за цей період був у 2012 р. – 17,9 млрд. дол.) [4]. Зміни у товарній структурі виробництва відображаються у високій питомій вазі посівних площ та переважному зростанні обсягів виробництва зернових та технічних культур (насамперед, сояшнику). Посівні площі під зерновими у 2010 р. становили 15,1 млн. га (56,0 %), у 2015 р. – 14,7 млн. га (54,8 %), під технічними культурами у 2010 р. було зайнято 27,1 %, у 2015 р. – 31 %, зокрема, під сояшником у 2010 р. було зайнято 4,5 млн. га, у 2015 р. – 5,1 млн. га, під соєю у 2010 р. – 1,1 млн. га, у 2015 р. – 2,2 млн. га [4].

Такі зміни, забезпечуючи економічне зростання та підвищення ефективності агробізнесу, породжують загрози родючості ґрунтів, збереженню довкілля у майбутньому. Фактично суперечність між економічними цілями сьогодення та цілями екологічного блоку Програми дій зі сталого розвитку 2030 поки не має дієвої форми вирішення за рахунок організаційно-економічних трансформацій в аграрному секторі України.

Важливі трансформації періоду 2010-2015 рр. в агробізнесі в Україні, пов'язані з імплементацією техніко-технологічних інновацій, можливості яких були забезпечені не в останню чергу експортною орієнтацією виробництва, сприятливою ціновою ситуацією на світовому ринку.

Фахівці ОЕСР визнають, що інновації та технології відіграють все більшу роль у економічному зростанні. Інвестиції в інновації та технології зростають, причому витрати ОЕСР на дослідження та розробки (НДДКР) становлять понад 2,2 % загального ВВП ОЕСР. Крім того, дослідження та розробки стали більш орієнтованими на ринок, а дослідницькі цикли скоротилися і стали більш тісно пов'язані з бізнес-стратегіями. Забезпечення орієнтації інновацій на сприяння сталості, потребує інтеграції цілей та індикаторів сталого розвитку в системах управління агробізнесу та державного регулювання.

Впровадження нових сортів та гібридів рослин, порід сільськогосподарських тварин, добрив, засобів захисту рослин і тварин, нових сільськогосподарських машин, технологій обробки ґрунту, збору врожаю, ґрунтосумішів та систем управління процесами зумовили підвищення продуктивності праці в сільськогосподарських підприємствах в Україні (табл. 2), зростання рівня врожайності сільськогосподарських культур та сільськогосподарських тварин (табл. 3).

Таблиця 2

Індекси продуктивності праці у сільськогосподарських підприємствах України (2005 р. – 100%), %

<i>Рік</i>	<i>2010</i>	<i>2011</i>	<i>2012</i>	<i>2013</i>	<i>2014</i>	<i>2015</i>	<i>2015 до 2010</i>
Індекс продуктивності	182,7	227,5	219,9	277,1	311,8	305,6	167,7

Джерело: дані Держстату України [4]

Таблиця 3

Урожайність окремих сільськогосподарських культур та продуктивність тварин у сільськогосподарських підприємствах в Україні

<i>Показник</i>	<i>2005</i>	<i>2010</i>	<i>2015</i>
Урожайність, т/га			
Зернові	26,0	26,9	41,1
Цукровий буряк	248,2	279,5	435,8
Насіння соняшнику	12,8	15,0	21,6
Продуктивність сільськогосподарських тварин			
Середньодобовий приріст худоби на відгодівлі, г	392	461	536
Середньодобовий приріст свиней на відгодівлі, г	281	481	482
Середньорічна продуктивність корів, кг	3487	4082	4644

Джерело: дані Держстату України [4]

У 2015 р. урожайність зернових була вищою порівняно з 2010 р. у 1,5 рази. За рівнем урожайності по багатьом культурам український агробізнес наблизився до країн ЄС. За оцінками науковців, урожайність зернових культур в Україні у досліджуваному періоді була лише на 10 ц нижча, ніж в ЄС, кукурудзи – на 3-6 ц., близькі показники по соняшнику [1]. Таке підвищення продуктивності сільськогосподарського виробництва відповідно позначилося на зростанні його обсягів. На рисунку наводиться графік динаміки обсягів валової продукції сільського господарства у сільськогосподарських підприємствах в Україні.

Обсяг виробництва у сільськогосподарських підприємствах за 2005-2014 рр. майже подвоївся (індекс валової продукції у постійних цінах дорівнює 199 %), а за 2010-2014 р. відбулося його зростання в 1,5 рази.

Збільшення обсягів виробництва в сільському господарстві є основою вирішення проблеми голоду та складовою економічного зростання країни.

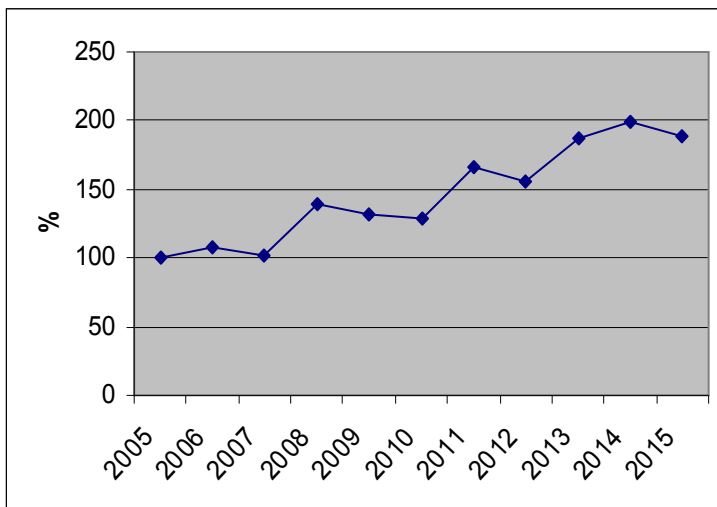


Рис. Індекси валової продукції сільського господарства у сільськогосподарських підприємствах в Україні у 2005-2015 рр. (2005 р. – 100 %)

Джерело: складено за даними Держстату України [4]

У 2013 р. середньодобова поживність раціону українця становила 2969 ккал., що на 18,2 відсотка перевищує граничний критерій (2500 ккал.), але дещо зменшилася до 2713 ккал. у 2015 р. [4]. Сьогодні проблема голоду з боку фізичної достатності продовольства не стоїть гостро в Україні, але вирішення завдань із забезпечення здоров'я нації потребує поліпшення якості продовольства, створення дієвих механізмів її гарантування, удосконалення структури харчування, утвердження практики відповідального споживання та виробництва. Достатність споживання, оцінена на основі співвідношення фактичного споживання продуктів харчування особою впродовж року та раціональної норми, залишається нижчою в Україні за оптимальне значення її індикатора по м'ясу та м'ясопродуктам, молоку і молокопродуктам, рибі та рибопродуктам, плодам, ягодам та винограду.

Генерація прибутку в агробізнесі (табл. 4) не призвела до суттєвого підвищення заробітної плати, вирішення проблем із скорочення нерівності, подолання бідності в сільській місцевості. При зростанні у 2015 р. номінальної заробітної плати в сільськогосподарських підприємствах у 2,2 раза порівняно з 2010 р, реальна заробітна плата підвищилася лише на 17,6% (табл. 5).

Таблиця 4

Чистий прибуток сільськогосподарських підприємств, млн. грн.

Показники	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Прибуток	17254	25267	26728	14926	21413	102279

Джерело: дані Держстату України [4]

Таблиця 5

**Заробітна плата в сільському господарстві
та індекс споживчих цін в Україні**

Показник	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Середньомісячна номінальна заробітна плата, грн..	1422	1786	2024	2269	2476	3140
Індекс споживчих цін, %	109,1	104,6	99,8	100,5	124,9	143,3
Реальна заробітна плата (індекс цін 2010 р. – 100%)	1422	1707	1939	2163	1890	1672

Джерело: розраховано за даними Держстату України [4]

Рівень бідності сільського населення в Україні за абсолютним критерієм за доходам нижче фактичного прожиткового мінімуму становив у 2010 р. 26,5 % (міського – 10,3 %), у 2015 р. – 15,9 % (міського – 8,7 %) [5, с. 13]. Але необхідно враховувати, що показник

прожиткового мінімуму в Україні є нижчим від його світового рівня (5 дол. США на добу) майже в три рази, отже, фактично рівень бідності залишається доволі високим в Україні.

Абсолютне та відносне скорочення працівників у матеріальному виробництві, у тому числі в сільському господарстві, є світовою тенденцією. Ці процеси спостерігаємо і в Україні. У табл. 6 наводяться дані щодо динаміки кількості найманих працівників в сільськогосподарських підприємствах в Україні.

Таблиця 6

Кількість найманих працівників сільськогосподарських підприємств в Україні, тис. осіб

<i>Показник</i>	<i>2010</i>	<i>2011</i>	<i>2012</i>	<i>2013</i>	<i>2014</i>	<i>2015</i>
Кількість працівників	645,2	632,1	621,8	579,8	528,9	491,4

Джерело: дані Держстату України [4]

Отже, чисельність найманих працівників у сільськогосподарських підприємствах за 2010-2015 рр. скоротилася на 23,8 %. За умов економічних обмежень з реалокції трудових ресурсів, дефіциту капіталу у сільській місцевості, політичної та макроекономічної нестабільності, що гальмують розвиток бізнесу, така тенденція перетворюється на загрози щодо досягнення цілей з подолання бідності, наявності гідної роботи у сільській місцевості, зменшення ступеня нерівності.

Окремо має бути згадана незавершеність ринкових трансформацій в сфері прав власності на землі сільськогосподарського призначення в Україні. Відміна мораторію на купівлю-продаж земель має відбуватися лише при готовності інституціональної платформи, яка забезпечить узгодження використання земельних ресурсів бізнесом з цілями сталого розвитку.

Висновки. Отже, найбільш значимими трансформаціями в агробізнесі в Україні в період 2010-2015 рр. стали зміни в організаційно-економічній структурі виробництва, поглиблення її неоднорідності та процесів концентрації; посилення експортної орієнтації виробництва; впровадження техніко-технологічних та бізнесових інновацій, що зумовили підвищення продуктивності використання ресурсів, збільшення обсягів виробництва. З одного боку, ці трансформації сприяють вирішенню проблеми голоду, економічного зростання та підвищення інноваційності галузі, але з іншого – не впливають позитивно на вирішення проблем з подолання бідності, покращення здоров'я, більш того формують загрози щодо досягнення цілей стосовно гарантування гідної роботи, скорочення

нерівності, збереження природного потенціалу.

Суспільство має визнати, що існуючі соціально-економічні системи ринкового типу не створюють через сучасні трансформації достатніх стимулів, що спрямовують господарську діяльність на сукупність цілей сталого розвитку. Коригуючи ринкові сигнали та стимули для модифікації поведінки відповідно до засад сталого розвитку, політики можуть забезпечити спрямування використання ресурсів «на підвищення загального добробуту та справедливості сьогодні та в майбутньому». Формування нових інститутів сталого розвитку потребує удосконалення законодавчої бази, утвердження установ і організацій з інформаційного забезпечення, дорадництва, моніторингу та контролю, підтримки відповідних ініціатив громад та державно-суспільно-приватного партнерства щодо інтеграції цілей сталого розвитку у практику господарювання. Саме на цій платформі державна політика та системи управління агробізнесу можуть і мають сприяти позитивному внеску сучасних трансформацій у сталий розвиток аграрного сектору, суспільства в цілому.

Література.

1. **Лупенко Ю.О.** Сучасний стан та перспективи міжнародної інтеграції аграрного сектору України: завдання агроекономічної науки / **Ю.О. Лупенко** // Економіка АПК. – 2015. – №6. – С. 6-11.

2. **Лупенко Ю.О.** Агрохолдинги в Україні та посилення соціальної спрямованості їх діяльності / **Ю.О. Лупенко, М.Ф. Кропивко** // Моніторинг біржового ринку. – 2014. – №7. – С. 8-18.

3. **Пасхавер Б.Й.** Основні проблеми розвитку сільськогосподарського виробництва / **Б.Й. Пасхавер, А.В. Молдован, О.В. Шубравська** // Економіка АПК. – 2012. – № 6. – С. 3-9.

4. Статистичний щорічник «Сільське господарство України» за 2015 рік / За ред. Н.С. Власенко; держ. служба статистики України. – К., 2015. – 379 с.

5. Сучасні проблеми та перспективи сталого розвитку сільських територій: матеріали до доповіді на міжнародній науково-практичній конференції 1-2 червня 2017 року / **Ю.О. Лупенко**; [автори-укладачі: **Ю.О. Лупенко, М.І. Пугачов, В.П. Саблук** та ін.] – К.: ННЦ «Інститут аграрної економіки», 2017. – 44 с.

6. Mainstreaming the 2030 Agenda for Sustainable Development Interim Reference Guide to UN Country Teams [Electronic Resource]. - Available at: <http://www.undp.org/content/dam/undp/library/MDG/Post2015-SDG/UNDP-SDG-UNDG-Reference-Guide-UNCTs-2015.pdf>

7. Report of the Inter-Agency and Expert Group on Sustainable Development Goal Indicators [Electronic Resource] / Economic and Social Council UN. - Available at: <https://unstats.un.org/unsd/statcom/47th-session/documents/2016-2-IAEG-SDGs-Rev1-E.pdf>

8. Sustainable Development: Critical Issues [Electronic Resource] / OECD. – Available at: <http://www.oecd.org/greengrowth/sustainable-developmentcriticalissues-freeoverviewofthereport.htm>

9. Transforming our world: the 2030 Agenda for Sustainable Development [Electronic Resource]: Document of the United Nations General Assembly. – Available at: http://www.un.org/ga/search/view_doc.asp?symbol=A/70/L.1&Lang=E

10. Xinshen Diao. Economic Importance of Agriculture for Sustainable Development and Poverty Reduction: The Case Study of Ethiopia [Electronic Resource] / Diao Xinshen // Policies for Agricultural Development, Poverty Reduction and Food Security: Global Forum on Agriculture 29-30 November 2010 OECD Headquarters, Paris/ – Available at: <http://www.oecd.org/agriculture/agricultural-policies/46378942.pdf>

References.

1. **Lupenko Yu.O.** (2015). Suchasnyy stan ta perspektyvy mizhnarodnoyi intehratsiyi ahrrarnoho sektoru Ukrayiny: zavrannya ahroekonomichnoyi nauky [Modern position and perspectives of international integration of agrarian sector of Ukraine: tasks of agrarian science]. *Ekonomika APK – Economy AIC*, No 6, pp. 6-11 [in Ukrainian].

2. **Lupenko Yu.O., Kropyvko M.F.** (2014). Ahrokhodynhy v Ukrayini ta posylennya sotsialnoyi spryamovanosti yikh diyalnosti [Agroholdings in Ukraine and strengthening of social direction of their activity]. *Monitorynh birzhovoho rynku – Monitoring of Exchange market*, No 7, pp. 8-18 [in Ukrainian].

3. **Pashkaver B.Y., Moldovan L.V., Shubravs'ka O.V.** (2012). Osnovni problemy rozvytku silskohospodarskoho vyrobnytstva [Main problems of development of agricultural production]. *Ekonomika APK – Economy AIC*, No 6, pp. 3-9 [in Ukrainian].

4. **Vlasenko N.S.** (Ed.). (2015). *Statystychnyy shchorichnyk «Sil'ske hospodarstvo Ukrayiny» [Statistical Yearbook «Agricultural of Ukraine»]*. Derzh. sluzhba statystyky Ukrayiny, Kiev, p. 379 [in Ukrainian].

5. **Lupenko Yu.O., Puhachov M.I., Sabluk V.P.** et al. (2017). Suchasni problemy ta perspektyvy staloho rozvytku silskykh terytoriy [Modern problems and perspectives of sustainable development of rural areas]. *Materialy do dopovidi na mizhnarodniy naukovo-praktychniy konferentsiyi (1-2 chervnya 2017 roku) – Material to the Report for the international scientific-practical conference (June, 1-2, 2017)*. (p. 44). Kiev: NSC IAE [in Ukrainian].

6. Mainstreaming the 2030 Agenda for Sustainable Development Interim Reference Guide to UN Country Teams [Electronic Resource]. - Available at: <http://www.undp.org/content/dam/undp/library/MDG/Post2015-SDG/UNDP-SDG-UNDG-Reference-Guide-UNCTs-2015.pdf> [in English].

7. Report of the Inter-Agency and Expert Group on Sustainable Development Goal Indicators [Electronic Resource] / Economic and Social Council UN. - Available at: <https://unstats.un.org/unsd/statcom/47th-session/documents/2016-2-IAEG-SDGs-Rev1-E.pdf> [in English].

8. Sustainable Development: Critical Issues [Electronic Resource] / OECD. – Available at: <http://www.oecd.org/greengrowth/sustainable-developmentcriticalissuess-freeoverviewofthereport.htm> [in English].

9. Transforming our world: the 2030 Agenda for Sustainable Development [Electronic Resource]: Document of the United Nations General Assembly. – Available at: http://www.un.org/ga/search/view_doc.asp?symbol=A/70/L.1&Lang=E [in English].

10. Xinshen Diao. Economic Importance of Agriculture for Sustainable Development and Poverty Reduction: The Case Study of Ethiopia [Electronic Resource] / Diao Xinshen // Policies for Agricultural Development, Poverty Reduction and Food Security: Global Forum on Agriculture 29-30 November 2010 OECD Headquarters, Paris/ – Available at: <http://www.oecd.org/agriculture/agricultural-policies/46378942.pdf> [in English].

Анотація.

Онегіна В.М. Сучасні трансформації в агробізнесі та сталий розвиток аграрного сектору.

Стаття присвячена визначенню сучасних трансформацій в агробізнесі в Україні та їх відповідності цілям сталого розвитку Програми дій зі сталого розвитку 2030. Серед сучасних основних трансформацій в агробізнесі виділені зміни в організаційно-економічній структурі виробництва, поглиблення її неоднорідності та процесів концентрації; посилення експортної орієнтації виробництва; впровадження техніко-технологічних та бізнесових інновацій. Доводиться, що ці трансформації сприяють вирішенню проблеми голоду, економічного зростання, але з іншого — позитивно не впливають на вирішення проблем з подолання бідності, покращення здоров'я, гарантування гідної роботи, скорочення нерівності, збереження природних ресурсів. Підкреслено важливість формування відповідних інститутів, державної політики та бізнес-стратегій, що інтегрують агробізнес з цілями сталого розвитку.

Ключові слова: трансформації, сталий розвиток, агробізнес, інновації.

Аннотация.

Онегина В.М. Современные трансформации в агробизнесе и устойчивое развитие аграрного сектора.

Статья посвящена определению современных трансформаций в агробизнесе в Украине и их соответствия целям устойчивого развития Программы действий по устойчивому развитию 2030. Среди современных основных трансформаций в агробизнесе выделены изменения в организационно-экономической структуре производства, углубление ее неоднородности и процессов концентрации; усиление экспортной ориентации производства; внедрение технико-технологических и бизнес инноваций. Доказывается, что эти трансформации способствуют решению проблемы голода, экономического роста, но положительно не влияют на решение проблем по преодолению бедности, улучшения здоровья, обеспечения достойной работы, сокращение неравенства, сохранения природных ресурсов. Подчеркнута важность формирования соответствующих институтов, государственной политики и бизнес-стратегий, интегрирующих агробизнес с целями устойчивого развития.

Ключевые слова: трансформации, устойчивое развитие, агробизнес, инновации.

Abstract.

Onegina V.M. Modern transformations in agribusiness and sustainable development of the agrarian sector.

The article is devoted to the definition of modern transformations in agribusiness in Ukraine and their compliance with the goals of sustainable development of the Agenda for Sustainable Development 2030. There were revealed such the current major transformations in agribusiness as changes in the organizational and economic structure of production, deepening of its heterogeneity and concentration, strengthening of the export orientation of production; technical, technological and business innovations. There was proved that these transformations contributed to the solution of the problem of hunger, economic growth, but do not positively influence on the solution of problems of poverty reduction, improvement of health, guarantee of decent work, reduction of inequality, preservation of natural resources. The importance of the formation of the corresponding institutes, state policy and business strategies integrating agribusiness with the goals of sustainable development was emphasized.

Key words: *transformation, sustainable development, agribusiness, innovations.*

УДК 631.15:631.145

ЕКОНОМІЧНА СУТЬ ТА НАУКОВО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ УПРАВЛІННЯ ЕКОНОМІЧНОЮ БЕЗПЕКОЮ ПІДПРИЄМСТВ АГРАРНОГО СЕКТОРУ

**ШАБІНСЬКИЙ О.В., Д.Е.Н., ПРОФЕСОР,
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
СІЛЬСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА ІМЕНІ ПЕТРА ВАСИЛЕНКА,
ЄВДОКІМОВА М.О., К.Е.Н., ДОЦЕНТ,
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ АГРАРНИЙ
УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ В.В. ДОКУЧАЄВА
ФУРДАК М.М., К.Е.Н., СТ. ВИКЛАДАЧ,
ХЕРСОНСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

Постановка проблеми у загальному вигляді. У багатьох випадках загрози погіршення економічної ситуації в розвитку агропромислового комплексу усунути практично неможливо. Вони приходять як об'єктивні явища, що відбивають циклічний характер розвитку соціально-технічних систем. Але їх гостроту можна і потрібно знижувати, якщо враховувати їхні особливості і вчасно розпізнавати їхнє наближення. Цього можна досягти лише за допомогою управління. У найзагальнішому вигляді під управлінням економічною безпекою підприємств аграрного сектору необхідно розуміти таке управління аграрним сектором, яке здатне запобігати чи

пом'якшувати ситуації загроз в його виробничо-господарській діяльності, а також підтримувати функціонування аграрного сектору в режимі виживання в період існування загрози і виводити його з цього стану з мінімальними втратами [2].

Суть управління економічною безпекою підприємств аграрного сектору полягає у швидкій і ефективній реакції на зміни зовнішнього середовища на основі заздалегідь розроблених альтернативних варіантів управлінських рішень, що передбачають різні дії залежно від ситуації. Головною метою управління безпекою є забезпечення сталого розвитку та становища при будь-яких економічних, політичних і соціальних змінах у країні. В той же час сучасна структура управління економікою в сільському господарстві не завжди забезпечує оперативність адміністративного впливу та передачі інформації до виробничих об'єктів, що може привести до появи економічних, соціальних і адміністративних конфліктів. Тому сучасні технології управління економічною безпекою підприємств аграрного сектору передбачають подальше створення і удосконалення її концепції. В цьому аспекті тему дослідження можна вважати актуальною.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. В сучасних умовах розвитку аграрного виробництва економічна думка виявляє підвищений інтерес до проблеми управління економічною безпекою підприємств аграрного сектору. Управлінське забезпечення економічною безпекою в сільському господарстві вирішує надзвичайно важливі питання усунення економічних загроз в розвитку АПК та забезпечення його сталого розвитку серед настання будь-яких економічних, політичних і соціальних змін в країні. Вітчизняні та зарубіжні вчені-економісти зробили вагомий внесок у вирішення зазначених проблем. Це такі відомі вчені, як Балабанова І.В., Бурцева Т.А., Войтович Р.В., Гальчинський А.С., Михайлова Л.І., Отенко І.П., Пасхавер Б.І., Саблук П.Т., Холодницька А.В. та ін. Їх дослідження вказують на актуальність проблеми управління безпечного розвитку сільського господарства як пріоритету агропродовольчої політики.

Формулювання цілей статті. Метою даного дослідження є визначення економічної сутності та науково-методологічних засад управління економічною безпекою підприємств аграрного сектору в сучасних умовах господарювання.

Виклад основного матеріалу дослідження. Методологічною основою проведення заходів щодо подолання загроз аграрного

сектору економіки можуть бути як важливість усвідомлення всіма ланками аграрного сектору економіки об'єктивної необхідності проведення заходів щодо подолання загроз, так і діагностика та прогнозування загрозових явищ в агропромисловому комплексі, а також надання процесу застосування заходів безпеки чіткої стратегічної спрямованості, визначення кінцевої мети, етапів і найважливіших механізмів його досягнення. Коли стає явною неминучість загрози, неможливість її попередження чи сповільнення, тоді стратегія управління безпекою головну увагу приділяє проблемам подолання загроз і усі зусилля зосереджуються на цьому [7].

Управління аграрним сектором економіки щодо подолання загроз безпеці має свої особливості, пов'язані з тим, що зовнішнє середовище підприємств аграрного сектору відзначається підвищеною складністю, оскільки агропромислове виробництво завжди було надзвичайно чутливим до будь-яких змін, що відбуваються в ньому. На результати його діяльності впливають природно-кліматичні умови, що ускладнює процес управління; тривалість виробничого циклу, яка інколи досягає кількох років та впливає на результати від проведених перетворень щодо подолання загроз. Це ускладнює управління агропромисловим комплексом, оскільки вимагаються у певні періоди значні фінансові ресурси [1].

Системи управління економічною безпекою в АПК сприяють або заважають реалізації стратегії економічної безпеки на рівні аграрного підприємства. З одного боку, на підприємствах, де процвітає бюрократичний стиль управління, навіть найпростіші рішення і витрати персоналу нижніх рівнів повинні бути схвалені менеджером більш високої ланки. Якщо людина протягом тривалого часу працює у структурі такого типу, то навряд чи вона захоче взяти на себе додаткову відповідальність та ініціативу. З іншого боку, відсутність систем і документації може привести до дублювання вже виконаної роботи або до втрати інформації, якщо працівник звільняється чи переходить на інше місце роботи усередині підприємства.

Для різних підприємств характерний свій стиль управління. Він може добре вписуватися у стратегію підприємства, а може й увійти в суперечність із нею. У ряді випадків перевага одного стилю може привести до проблем. Відомо, що авторитарний стиль може бути корисний тільки в тих ситуаціях, які вимагають негайного усунення опору або при проведенні дуже важливих змін. На стадії реалізації системи управління економічною безпекою керівництво може переглянути план здійснення нової стратегії, якщо цього вимагають нові обставини. Останнім етапом стратегічного управління є оцінка і

контроль виконання стратегії. Вони спрямовані на з'ясування того, якою мірою реалізація стратегії приводить до досягнення цілей підприємства.

Впровадження системи управління безпекою є найбільш ефективним, якщо вона сполучається з уже адаптованою структурою і підпорядкована збалансованій системі цілей. Оскільки у критичних ситуаціях часу на підготовку бази для стратегічних змін не залишається, то сформовану систему управління необхідно зразу змінювати, що болісно позначається на роботі персоналу.

Подолання опору вимагає проведення двох груп заходів: психологічних, коли визначається культурна орієнтація різних груп персоналу на основі їхнього ставлення до змін, створення опорних точок впровадження стратегії, обмеження впливу на прийняття рішень з боку груп, які не сприймають змін, та системних, коли формується перехідна структура підприємства, що вирішує завдання проведення безперешкодних змін для оперативної діяльності [8].

Система управління економічної безпеки підприємств аграрного сектору створюється на основі двостороннього процесу: «знизу – вгору» та «згори – донизу». Найбільш яскраво цей процес прослідковується в середніх та великих агропідприємствах із розвиненим апаратом управління. При реалізації організаційного процесу «знизу-вгору» кожний із підрозділів апарату управління виконує функції аналізу, діагностики, контролю та коригування діяльності у підвідомчій підсистемі підприємства щодо виявлення та подолання відповідних загрозливих ситуацій. Зважаючи на взаємозв'язок процесів та явищ, що відбуваються на підприємстві, функції ліквідації локальних загрозливих ситуацій мають міжпредметний характер і потребують спільної діяльності різних підрозділів та фахівців. Тому організаційний процес «згори – донизу» допомагає налагодити та скоординувати ці зв'язки, надати допомогу підсистемам, оформити централізовану підсистему управління безпекою певного типу.

Враховуючи наведені характеристики системи управління економічною безпекою, керівники аграрних підприємств та організацій сфери АПК можуть обрати найприйнятніший для себе варіант.

Концепція управління безпекою аграрного сектору, як правило, включає чотири блоки проблем. Перший блок – проблеми, що стосуються управління на різних фазах циклічного прояву загроз, тобто проблеми розпізнавання, запобігання, підтримки життєдіяльності підприємства, подолання загрози і ліквідації наслідків.

На кожній з цих фаз управління пропонуємо змінювати орієнтування, тобто використовувати різні механізми управління (мотивацію, установки, ціннісну орієнтацію, обмеження й ін.) та організаційні форми: від жорсткості до пом'якшення, неформального управління та ін.

Другий блок проблем пропонуємо пов'язувати зі сферами життєдіяльності аграрного сектору та функціонування об'єкта управління. Це проблеми методології й організації управління, фінансово-економічні, правові і соціально-психологічні проблеми. Вважаємо, що вони повинні постійно перебувати в полі зору керівництва, і вирішувати їх необхідно з урахуванням таких критеріїв загрози, як тип, особливість, причини, можливі наслідки та ін.

Третій блок – проблеми процесуальності управління: прогнозування загроз і оцінка ситуацій, готовність до загроз і передбачення можливих їх наслідків, розробка управлінських рішень в умовах загроз і ризикованого типу діяльності, розробка і здійснення інноваційних стратегій поведіння, оскільки опір загрозі і вихід із неї завжди вимагають інновацій і нових підходів.

Четвертий блок включає проблеми соціально-економічного характеру, зокрема поведінки на ринку і управління працівниками. Нам здається, що тут важливу роль відіграє інвестиційне проектування, без якого неможливі модернізація і реконструкція АПК, пошук нових варіантів його поведінки на ринку і підбір працівників за новими критеріями організації управління.

Такий проект управління економічного безпекою агропідприємств був розроблений в ННЦ «Інститут аграрної економіки» і його можна запропонувати та використовувати як методологічне підґрунтя для розроблення пропозицій щодо управління економічною безпекою аграрного сектору [9].

Діюча система управління аграрним сектором в рамках цієї програми потребує ґрунтовної аналітики її проблемних сегментів, які перешкоджають формуванню та здійсненню ефективної аграрної політики; розробки методів та практичних механізмів, що удосконалюють вже діючі інструменти управління, зокрема у сфері державної бюджетної підтримки, кредитування, страхування, податкової і тарифної політики, інших видів інфраструктурного забезпечення розвитку сільського господарства; підготовки та розгортання масштабного проекту по реформуванню системи управління агропотенціалом України в контексті формування потужного конкурентоспроможного вітчизняного агропромислового комплексу в умовах нестабільності економіки.

На основі проведення наукових досліджень та аналізу матеріалу, який характеризує стан та тенденції розвитку аграрного сектору країни, ми запропонували концепцію антикризового управління безпекою підприємства аграрного сектору, як методологічне підґрунтя для подальшого дослідження питань механізму управління економічної безпекою аграрного сектору, яка показана на рис. Ця концепція має забезпечити перехід до якісно нової сучасної системи управління економічною безпекою підприємств аграрного сектору: створити високу конкурентну систему управління, яка б відповідала міжнародним стандартам, що діють в Європейському Союзі, запровадити модель, яка б раціонально поєднувала державне і недержавне управління у тісній взаємодії з практичним менеджментом на рівні окремих галузей і підприємств, здійснювала чіткий розподіл функцій, повноважень та відповідальності «по вертикалі» і «по горизонталі» в організації економічних процесів виробництва і соціального розвитку сільських територій та забезпечувала системи управління інформаційними засобами і технологіями, які дозволяли б оперативно і якісно здійснювати процеси підготовки, прийняття, реалізації та корекції управлінських рішень на різних рівнях і ділянках економічної діяльності, сприяла модернізації системи підготовки і використання високопрофесійних управлінських кадрів із застосуванням прогресивних методів оцінки і стимулювання управлінської праці та організації кар'єрного росту керівників і спеціалістів та створення сучасної наукової бази з питань організації і розвитку менеджменту. Теорія менеджменту довела доцільність свого використання при дослідженнях проблем економічної безпеки. Зокрема, на наш погляд, існує можливість її застосування щодо дослідження економічної безпеки і на галузевому рівні, в даному випадку – в аграрному секторі [6].

При визначенні системи забезпечення управління підприємств аграрного сектору та для удосконалення цього процесу ми прийшли до висновку, що доцільно запропонувати три підходи, які необхідно при цьому враховувати: намагання виробляти якісну конкурентоспроможну продукцію за низькими цінами; добиватися, щоб певний продукт вигідно відрізнявся від товару суперників; сфокусувати такий підхід, який би базувався на намаганні задовольнити якусь певну, унікальну потребу або пропозицію продукту з унікальними споживчими якостями на обмеженій, невеликій частині ринку.

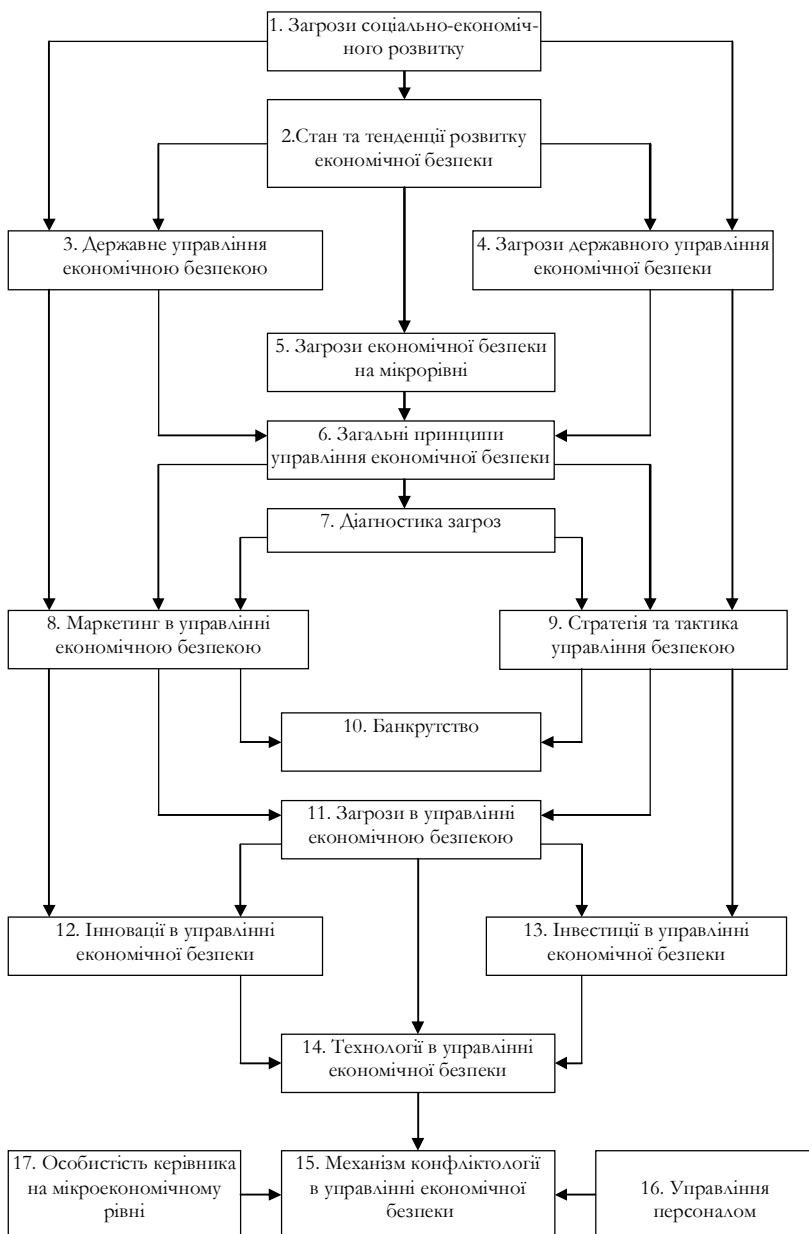


Рис. Логічна схема управління економічною безпекою підприємств аграрного сектору

В контексті сказаного пропонуємо розглянути результати дослідження впливу управлінських рішень стосовно вдосконалення сортової спеціалізації виноградарських підприємств Херсонської області в напрямку збільшення обсягів вирощування столових сортів винограду надраннього, дуже раннього та раннього строків досягання для досягнення економічного ефекту за рахунок можливості варіювання ціни реалізації в приморській зоні в залежності від туристичного потоку з урахуванням курортного та рекреаційного потенціалу області. Як показує моніторинг цінової політики в регіоні, різниця в ціні реалізації винограду в кінці липня – першій половині серпня, коли дозріває виноград надраних та дуже ранніх сортів, зазвичай вдвічі вища, ніж в вересні. Авторами розглянута можливість підвищення економічної ефективності виробництва винограду за рахунок закладення нового виноградника сортами винограду надраннього та дуже раннього строків дозрівання в ДП «ДАФ ім. Солодухіна» Каховського району Херсонської області на площі 20,34 га. Економічну ефективність виноградника розраховано за проектною врожайністю за умови впровадження інтенсивної технології вирощування, яку встановлено на основі рекомендацій відповідних науково – дослідних установ. Витрати праці, матеріально – технічних ресурсів визначено на основі технологічних карт та кошторису, прибуток спрогнозовано із розрахунку на повне плодоношення.

Прийнявши, що обрахована сума капіталовкладень на створення та вирощування виноградника з урахуванням затрат на догляд до вступу в плодоношення складе 8877,010 тис. грн., отриманий прибуток від реалізації винограду середньопізніх строків дозрівання з урахуванням початкового плодоношення забезпечив би окупність капіталовкладень за 3,2 роки при рівні рентабельності 212,1 %. В той же час, результати проведених розрахунків свідчать, що за рахунок різниці в ціні реалізації термін окупності капіталовкладень на створення виноградника ранньостиглих сортів такою ж площею при подібних інших умовах (проектній врожайності та витратах матеріальних та людських ресурсів) складе лише 1,1 рік. При цьому рівень рентабельності підвищується в 3 рази. Це означає, що впровадження на підприємстві крупноятідних столових з ранніми строками дозрівання сортів винограду із груповою стійкістю до морозу та інших факторів довілля дасть можливість даному господарству щорічно одержувати кондиційний високоякісний ранній урожай столового винограду для споживання у свіжому вигляді саме в

курортний період в даному регіоні, що відповідає запропонованим нами вище підходам до забезпечення управління підприємствами аграрного сектору. Для досягнення даного економічного ефекту агрономічній службі підприємства необхідно визначити спектр ранньостиглих сортів винограду нової генетичної структури, зокрема пов'язаної із процесами зміни в біосфері, і встановити закономірності використання цих сортів в даній місцевості. Окремо слід зазначити, що питання вдосконалення та розширення асортименту ранньостиглих столових сортів винограду для виробничого вирощування в Україні залишається актуальним як для Херсонської області, так і для інших виноградарських регіонів в контексті забезпечення продовольчої безпеки країни.

Вважаємо, що управління економічною безпекою підприємств аграрного сектору необхідно здійснювати на основі розробленої авторами теорії «Безпека-менеджмент», враховуючи особливості АПК в стані трансформаційних змін та особливості об'єкта управління – економічна безпека, тобто існування економічних загроз. Програма «Безпека-менеджмент» включає в себе стратегію і тактику керування і як система керування складається з двох підсистем: керованої підсистеми – об'єкт керування і керуючої підсистеми – суб'єкт керування.

При цьому в аграрному секторі можна розрізнити наступні форми керування економічними загрозами: активна, яка означає максимальне використання наявної інформації та засобів керування для мінімізації ризиків, при цій формі керування керуючі впливи визначають фактори і події господарського життя; адаптивна, яка будується згідно принципу вибору «меншого із зла», тобто принципу адаптації до сформованої обстановки, при цій формі керування керуючі впливи здійснюються в ході господарської операції; консервативна, яка означає, що керуючий вплив запізнюється, тобто загроза здійснилася, збиток від неї невідворотний і поглинається суб'єктом, що хазяює. У даному випадку менеджмент спрямований на локалізацію збитку, нейтралізацію його впливу на інші події.

Під керуванням загрозами, з погляду «Безпеки-менеджменту», необхідно розуміти не тільки менеджмент, спрямований на подолання загроз, але і менеджмент, покликаний заздалегідь прогнозувати і запобігати неплатоспроможності аграрних підприємств та протиставляти йому стратегічну програму підвищення конкурентних переваг і фінансового оздоровлення.

Таким чином, сформульована концепція «Безпеки-

менеджменту» включає наступні основні положення: попередня діагностика причин виникнення загроз; аналіз зовнішнього середовища і потенціалу конкурентних переваг аграрного підприємства для вибору стратегії його розвитку; бізнес-планування підвищення конкурентних переваг і фінансового оздоровлення підприємства; розробка процедур фінансового оздоровлення підприємства і системи контролю за їхньою реалізацією.

Логіка концепції «Безпеки-менеджменту» через керування загрозами в АПК полягає у наступній послідовності: реструктуризація боргів і зобов'язань; стратегічне планування і фінансовий менеджмент; інвестиційна політика; управління цінними паперами; освоєння нових ринків або видів діяльності; менеджмент власністю; реформування керування підприємством.

Висновки. Результати проведеного дослідження дозволяють стверджувати, що у найзагальнішому вигляді під управлінням безпекою підприємств аграрного сектору варто розуміти таке управління безпекою підприємств аграрного сектору, яке здатне запобігати чи пом'якшувати ситуації загроз в його виробничо-господарській діяльності, а також підтримувати функціонування аграрного сектору в режимі виживання в період існування загрози і виводити його з цього стану з мінімальними втратами.

Суть управління економічною безпекою підприємств аграрного сектору полягає у швидкій і ефективній реакції на зміни зовнішнього середовища на основі заздалегідь розроблених альтернативних варіантів управлінських рішень, що передбачають різні дії залежно від ситуації. Головною метою управління безпекою є забезпечення сталого розвитку та стабільного становища при будь-яких економічних, політичних і соціальних змінах у країні.

Література.

1. **Балабанова І.В.** Управління конкурентною раціональністю: [монографія] / **І.В. Балабанова.** – Донецьк: ДонНУЕТ, 2008. – 537 с.
2. **Бурцева Т.А.** Управление маркетингом: [учебное пособие] / **Т.А. Бурцева, В.С. Сизов, О.А. Цень.** – М. : «Экономистъ», 2005. – 271 с.
3. **Войтович Р.В.** Вплив глобалізації на розвиток сучасного світу [Електронний документ] / **Р.В. Войтович.** – Режим доступу: <http://www.vidkrytiiochi.org.ua/2013/06/biog-post.html>
4. «Шляхом європейської інтеграції» / Авт. кол.: **А.С. Гальчинський, В.М. Гесць** та ін. – К. : ІІЦ Держкомстату України, 2004. – 416 с.
5. Цільовий підхід в управлінні [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://buklib/net/books/24874/>.

6. **Михайлова А.І.** Інноваційний менеджмент: [навчальний посібник] / **А.І. Михайлова, С.Г. Турчіна.** – К. : ЦУЛ, 2007. – 248 с.
7. **Отенко И.П.** Методологические основы управления потенциалом предприятия: [монография] / **И.П. Отенко.** – Х. : ХНЭУ, 2004. – 216 с.
8. **Пасхавер Б.И.** Сучасний стан продовольчої безпеки / **Б.И. Пасхавер** // Економіка України. – 2006. – № 4. – С. 43-50.
9. **Саблук П.Т.** Аграрна реформа: стан і напрями розвитку / **П.Т. Саблук** // Економіка АПК. – 2000. – № 4. – С. 6-8.
10. **Холодницька А.В.** Актуальні аспекти підвищення соціальної ефективності управління / **А.В. Холодницька** // Науковий вісник Серія 1. Економіка: збірник наукових праць. – Чернівці: ЧДІЕУ, 2012.– №4 (16). – С. 159-162.

References.

1. **Balabanova I.V.** (2008). *Upravlinnja konkurentnoju racional'nistju: [Management of competitive rationalism]*. Donec'k: DonNUET, p. 537 [in Ukrainian].
2. **Burceva T.A., Sizov V.S., Cen' O.A.** (2005). *Upravlenie marketingom: [Marketing Management]*. Moscow: Economist, p. 271 [in Ukrainian].
3. **Vojtovich R.V.** (n.d.). Vpliv globalizacii na rozvitok suchasnogo svitu [The impact of globalization on the development of the modern world]. <http://www.vidkrytiuchi.org.ua>. Retrieved from <http://www.vidkrytiuchi.org.ua/2013/06/biog-post.html> [in Ukrainian].
4. **Gal'chins'kij A.S., Geec' V.M.** et al. (2004). *Sbljagom evropejs'koj integracii [European Integration]*. Kiev: IIC Derzhkomstatu Ukraini, p. 416 [in Ukrainian].
5. Cil'ovij pidhid v upravlinni [Task management approach]. (n.d.). *buklib*. Retrieved from <http://buklib/net/books/24874/> [in Ukrainian].
6. **Mihajlova L.I., Turchina S.G.** (2007). *Innovacijnij menedzhment [Innovation management]*. Kiev: CUL, p. 248 [in Ukrainian].
7. **Otenko I.P.** (2004). *Metodologicheskie osnovy upravlenija potencialom predprijatija [Fundamentals BUILDING methodological management enterprise]*. Kharkiv: HNJeU, p. 216 [in Ukrainian].
8. **Pashaver B.I.** (2006). Suchasnij stan prodovol'choj bezpeki [The current state of food security]. *Ekonomika Ukraini – Ukraine economy*, No 4 pp. 43-50 [in Ukrainian].
9. **Sabluk P.T.** (2000). Agrarna reforma: stan i naprijami rozvitku [Agrarian reform: state and development trends]. *Ekonomika APK – Economy AIC*, No 4, pp. 6-8 [in Ukrainian].
10. **Holodnic'ka A.V.** (2012). Aktual'ni aspekti pidvishhennja social'noj efektyvnosti upravlinnja [Recent social aspects of improving management efficiency]. *Naukovij visnik Serija 1. Ekonomika: zbirknik naukovih prac' – Scientific Journal Series 1. Economy: Collected Works ,Chernigiv: ChDIEU*, No 4 (16), pp. 159-162 [in Ukrainian].

Анотація.

Шабінський О.В., Євдокімова М.О., Фурдак М.М. Економічна суть та науково-методологічні засади управління економічною безпекою підприємств аграрного сектору.

Управління економічною безпекою підприємств аграрного сектору доцільно здійснювати на основі розробленої авторами теорії «Безпека-менеджмент», враховуючи особливості АПК в стані трансформаційних змін та особливості об'єкта управління - економічної безпеки, тобто існування економічних загроз. Безпека-менеджмент являє собою, у нашому випадку, систему керування загрозами та економічними відносинами в АПК, які виникають у процесі цього керування. Безпека-менеджмент як система керування складається з двох підсистем: керованої підсистеми (об'єкт керування) і керуючої підсистеми (суб'єкт керування).

Керування загрозами — це не тільки управління ними, спрямоване на подолання загроз, але і покликане заздалегідь прогнозувати і запобігати неплатоспроможності аграрних підприємств та протиставляти йому стратегічну програму підвищення конкурентних переваг і фінансового оздоровлення. Сформульована концепція включає наступні основні положення: попередню діагностику причин виникнення загроз; аналіз зовнішнього середовища і потенціалу конкурентних переваг аграрного підприємства для вибору стратегії його розвитку; бізнес-планування підвищення конкурентних переваг і фінансового оздоровлення підприємства; розробку процедур фінансового оздоровлення підприємства і системи контролю за їх реалізацією.

Ключові слова: економічна безпека, стратегія економічної безпеки, загроза ситуації, подолання загроз, управління економічною безпекою, стиль управління, управлінські рішення, безпека-менеджмент.

Аннотация.

Шабинский А.В., Евдокимова М.А., Фурдак М.Н. Экономическая суть и научно-методологические основы управления экономической безопасностью предприятий аграрного сектора.

Управление экономической безопасностью предприятий аграрного сектора целесообразно осуществлять на основе разработанной авторами теории «Безопасность-менеджмент», учитывая особенности АПК в состоянии трансформационных изменений и особенности объекта управления - экономической безопасности, то есть существование экономических угроз. Безопасность-менеджмент представляет собой, в нашем случае, систему руководства угрозами и экономическими отношениями в АПК, которые возникают в процессе этого управления. Безопасность-менеджмент как система руководства состоит из двух подсистем: руководимой подсистемы (объект управления) и управляющей подсистемы (субъект управления).

Руководство угрозами — это не только управление ними, направленное на преодоление угроз, но и призвано преждевременно прогнозировать и предупреждать неплатежеспособность аграрных предприятий и противопоставлять ей стратегическую программу повышения конкурентных преимуществ и финансового оздоровления. Сформулированная концепция включает следующие основные положения: предварительную диагностику причин возникновения угроз; анализ внешней среды и потенциала

конкурентных преимуществ аграрного предприятия для выбора стратегии его развития; бизнес-планирование повышения конкурентных преимуществ и финансового оздоровления предприятия; разработку процедур финансового оздоровления предприятия и системы контроля за их реализацией.

Ключевые слова: экономическая безопасность, стратегия экономической безопасности, угроза ситуации, преодоление угроз, управление экономической безопасностью, стиль управления, управленческие решения, безопасность-менеджмент.

Abstract.

Shabinskyy O., Eevdokimova M., Furdak M. Economic nature and scientific and methodological principles of management of economic security of the agricultural sector.

Management of economic security of the agricultural sector is expedient to be based on theories developed «Safety Management», especially given the APC in a state of transformation changes, and features a control object – economic security, ie the existence of economic threats. Security management is, in this case, control system threats and economic relations in agriculture arising in the process of management. Safety management as a management system consists of two subsystems: a controlled subsystem (object control) and control subsystem (the subject of control). Managing threats – not only targets the management of threats, but also designed in advance to predict and prevent the insolvency of agricultural enterprises and to oppose it a strategic program to improve competitive advantages and financial recovery. Formulated concept includes the following provisions: a preliminary diagnosis of the causes of threats; analysis of the environment and potential competitive advantages of agricultural enterprises to choose its development strategy; business planning increase competitive advantage and financial recovery of the company; developing procedures for financial recovery of the company and control system for their implementation.

Key words: economic security, economic security strategy, the threat situation, overcome threats, economic security administration, management style, management decisions, security management.

УДК 331:14

ПРОБЛЕМАТИКА ОРГАНІЗАЦІЙНИХ КОНФЛІКТІВ

**ДРЕВАЛЬ Ю.Д., Д.ДЕРЖ.УПР., ПРОФЕСОР,
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЦИВІЛЬНОГО ЗАХИСТУ УКРАЇНИ
ЛІНЕЦЬКИЙ А.М., К.Т.Н., ДОЦЕНТ,
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
СІЛЬСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА ІМЕНІ ПЕТРА ВАСИЛЕНКА**

Постановка проблеми у загальному вигляді. Конфлікт у загальному розумінні – це зіткнення протилежно спрямованих, несумісних одна з одною тенденцій (потреб, інтересів, ціннісних

орієнтацій, соціальних установок, планів тощо) у свідомості окремо взятого індивіда, в міжособистісних взаємодіях та міжособистісних стосунках індивідів чи груп людей. Водночас останнім часом все частіше стверджується, що виникнення і розвиток конфліктних ситуацій є не лише невідворотним, але почасти бажаним та необхідним явищем. Безумовно, все це стосується і організаційних конфліктів. Беззаперечним видається і те, що зародження, протікання та розв'язання організаційних конфліктів значною мірою залежить від культурного рівня учасників конфліктної взаємодії. У середовищі економістів також загальноприйнятим є положення про те, організаційна культура є об'єктом і водночас інструментом управління.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідження зазначеної проблематики традиційно проводиться в руслі загальної теорії організації та організаційного менеджменту. У цьому відношенні важливими є напрацювання П. Вейла, Р. Вільямса, Дж. Вульфа, Г. Гофстеде, Р. Дафта, Е. Майо, У. Мастенбрука, М. Мескона, М. Альберта і Ф. Хедоурі, Дж. В. Ньюстрома та К. Дейвіс, К. Полліта, А. Пригожина, Л. Террі та інших теоретиків організації. У. Мастенбрук, наприклад, детально аналізує технологію управління конфліктами, а також простежує етапи протікання та розв'язання організаційних конфліктів [1]. Все більшого розповсюдження набувають і концепти «три з ненульовою сумою», а також тлумачення конфлікту, згідно з образним визначенням Р. Фішпера та У. Юрі, як своєрідної «індустрії розвитку» [2, с. 18]. А. Козер, який є автором теорії позитивно-функціонального конфлікту, також відзначає, що «внутрішньогрупові конфлікти в жодному разі не є руйнівним фактором» [3, с. 25]. Одним з співавторів детально проаналізовано питання щодо механізмів управління конфліктами у сфері публічних відносин, зокрема вказується, що «на основі детально опрацьованих механізмів видається можливим обрання загальних підходів, визначення різних форм та моделей, створення сприятливого психологічного клімату, застосування конкретних технологій та інструментів управління конфліктами в інституціях публічної служби» [4, с. 57].

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблем. Проте, ще й на сьогодні доволі виразно спостерігається тенденція до недооцінювання чи навіть ігнорування організаційних конфліктів. Посилюють зазначену тенденцію й особливості розвитку посткомуністичних суспільств, яким ще належить остаточно відмовитися від стереотипів минулих часів, пов'язаних з приховуванням чи «знищенням» будь-яких конфліктних ситуацій.

Формування цілей статті. Завданням статті, з урахуванням наведених вище аргументів, визначено обґрунтування суті та структури організаційних конфліктів, а також уточнення конфліктного потенціалу організаційної культури.

Виклад основного матеріалу дослідження. Однією з важливих рис організаційного процесу є конфліктна взаємодія, від якої значною мірою залежать особливості «мікроклімату» в організації та розвитку будь-якого колективу. Конфлікт діагностується в структурному та функціональному відношеннях, в ситуаційному та позиційному аспектах, в якості статичного стану та динамічного процесу. І все це має пряме відношення до спонукання та розв'язання організаційних конфліктів.

У річипі економічної науки серед об'єктивних причин конфліктів виокремлюють такі:

- зіткнення матеріальних та духовних інтересів людей в процесі їх життєдіяльності;
- слабка база правових та інших нормативних процедур вирішення соціальних протиріч, що виникають в процесі взаємодії людей;
- недоліки в організації роботи;
- невідповідне матеріально-технічне забезпечення діяльності (нестача технічних засобів, перенаселеність службових кабінетів);
- нерациональний розподіл обов'язків та нерівномірна завантаженість працівників роботою;
- формальне об'єднання в робочі групи (відділи, підрозділи тощо) без врахування психологічної сумісності учасників;
- спосіб життя [5, с. 300].

До основних особливостей конфліктної взаємодії в організаціях слід також віднести детальне регламентування прав та обов'язків персоналу, що за певних обставин може спровокувати конфлікт інтерпретацій та компетентностей. Організаційні конфлікти також загалом відзначаються латентним чи прихованим характером, що першочергово пояснюється статусом організацій і особливостями корпоративної культури. Детально розроблені правила формування персоналу є запорукою відсутності різкого межування в колективі на основі неоднакового освітнього та професійного рівня.

До вже усталених конфліктогенних напрямів в організації додаються і конфлікти за параметрами індивідуалізм/колективізм, дистанціювання від влади (керівництва, керівника) та наближення до влади (керівництва, керівника). Згідно з аналізом Г. Гофстеде, який вперше детально обґрунтував розподіл культур на колективістські та

індивідуалістські типи, колективістський тип культури характеризується значною залежністю співробітників від керівників [6, р. 41-42]. З огляду на такі обставини виникає спокуса не помічати чи навіть приховувати будь-які конфліктні ситуації.

Основними видами організаційних конфліктів є:

- міжособистісні конфлікти, які розподіляються за вимірами вертикальної (керівник – підлеглий) та горизонтальної (між суб'єктами одного ієрархічного рівня організації) конфліктної взаємодії;

- міжгрупові конфлікти, які можуть виникати між структурними підрозділами, між групами співробітників в одному підрозділі, між керівництвом організації та персоналом, між адміністрацією та профспілкою;

- конфлікти за критерієм «особистість» - «група», які виникають між керівником і колективом, а також між рядовим співробітником та колективом.

Конфлікт не може заздалегідь інтерпретуватися якось однозначно, адже йому властиве складне переплетіння позитивних (конструктивних) та негативних (деконструктивних) функцій.

Як вважають С.Б. Олексієнко та А.В. Андрієті, найвідомішими причинами, що породжують конструктивні конфлікти, є наступні: невдоволення умовами праці; недоліки в організації праці; невдоволення оплатою праці; невідповідність прав та обов'язків; неритмічність роботи; незручний графік роботи; незабезпеченість ресурсами; низький рівень трудової та виконавчої дисципліни; конфліктогенність організаційних структур та ін. [7, с. 120].

На думку М.Х. Мескона та його співавторів, в основі конструктивних конфліктів знаходяться розбіжності щодо вирішення принципових проблем організації, які можуть попереджувати застій та стимулюють розвиток колективу до нових цілей; як правило вони сприяють формуванню нових форм і цінностей [8, с. 483].

До конструктивних функцій конфлікту, слідом за В.С. Орлянським, можливо віднести ситуації, коли конфлікт стає джерелом розвитку й удосконалення процесу взаємних стосунків; конфлікт знімає напруженість, що існувала в міжособистісних стосунках; конфлікт виступає інструментом, за допомогою якого сторони намагаються вирішити протиріччя [9].

До деконструктивних функцій конфлікту в організації можливо віднести наступне:

- заморожування чи навіть посилення конфліктогенних чинників;
- зниження дисципліни й ефективності діяльності;

- невиконання планів робіт,
- дестабілізація та дезорганізація колективу;
- негативні психологічні наслідки (такі як відчуття пригніченості, песимізму й тривоги);
- руйнування ціннісних орієнтацій працівників, втрата колишніх мотиваційних чинників та зразків поведінки;
- наростання песимістичних настроїв в колективі.

У цьому сенсі на увагу заслуговує і динаміка конфлікту, яка на сьогодні ще не має одностайного тлумачення (у середовищі фахівців називаються і три, і чотири, і сім стадій, водночас кожна з стадій наділяється неоднаковим змістом). Узагальнюючи різні концепції та точки зору, доцільно виділити наступні стадії чи фази: передконфліктну стадію (виявлення та наростання напруженості у стосунках між потенційними суб'єктами конфлікту), інцидент (первинне зіткнення взаємодіючих сторін, яке стає приводом для переходу до відкритих конфліктних дій), пряму конфронтацію (протистояння стає відкритим і виражається в різноманітних проявах конфліктної поведінки), вибір методів та шляхів виходу конфлікту (розроблення та обґрунтування варіантів зменшення конфліктогенної напруги, які мають максимально можливо враховувати позиції опонентів), розв'язання чи вирішення конфлікту (реалізація представлених варіантів виходу з конфлікту) та післяконфліктну стадію (період встановлення нових форм взаємодії колишніх опонентів).

Під кутом зору управлінських відносин серед наведених стадій найперше на увагу заслуговує стадія розв'язання чи вирішення конфлікту, яка безпосередньо піддається управлінським впливам. Вирізняються два основні чинники розв'язання конфліктів та конфліктних ситуацій: конфлікт є деструктивним, коли так званий «конфліктоген» не усувається (відтак залишається наявною і проблема, що привела до конфлікту чи конфліктної ситуації); конфлікт є конструктивним, коли такий конфліктоген усувається і розв'язується основна конфліктогенна проблема (чи, принаймні, зменшується стан напруги).

У науковій літературі виділяються наступні тактики розв'язання конфлікту:

- Розв'язання конфлікту на основі його сутності та змісту.
- Розв'язання конфлікту з урахуванням його цілей.
- Розв'язання конфлікту з урахуванням його функцій.

– Розв’язання конфлікту з урахуванням емоційно-пізнавального стану учасників.

– Розв’язання конфлікту з урахуванням властивостей його учасників.

– Розв’язання конфлікту з урахуванням етики стосунків конфліктуючих сторін [10, с. 198-199].

До чинників конфліктної взаємодії в організації все частіше відносять і культурну компоненту. Культурою у загальному розумінні є сукупність матеріального і духовного надбання певної людської спільноти (етносу, нації), нагромадженого, закріпленого і збагаченого протягом тривалого періоду, що передається від покоління до покоління, включає всі види мистецтва, культурну спадщину, культурні цінності, науку, освіту та відображає рівень розвитку цієї спільноти.

Організаційна культура має розглядатися водночас і як складова соціокультурної підсистеми суспільства, і як відносно самостійний феномен з властивими йому характеристиками та закономірностями. Особливості формування організаційної культури, згідно з традиційними підходами, визначаються особливостями розвитку соціокультурного середовища. Проте все більше сучасних дослідників притримується тієї точки зору, що культуру слід розуміти не лише як опосередкований продукт людської діяльності, але і як результат цілеспрямованої та раціонально організованої діяльності (і, відповідно до деяких визначень, як власне таку діяльність). За оцінкою А. Васильєва та Л. Харчевнікової, «корпоративна культура в організації створює соціальний фундамент, який здатний нести на собі всю систему діяльності і взаємодії, протистояти і приймати зовнішні і внутрішні зміни, створювати сприятливі умови для розвитку організації та її маркетингової діяльності» [11, с. 45].

Якраз такий тип чи різновид культури якнайбільше піддається цілеспрямованому впливу. Корпоративна культура має, зокрема, підтримувати стратегічний курс організації та спрямовуватися на вдосконалення її діяльності.

Перспективним напрямом унормування конфліктної взаємодії в організації слід визнати розвиток інноваційної культури, яка все частіше розглядається в якості інструменту ефективного управління.

Як зазначає Н.А. Гавкалова, під інноваційною культурою розуміють домінуючі в колективі моральні норми і цінності, кодекс поведінки, ритуали, тощо, що визначають спосіб об’єднання груп і

окремих особистостей в організацію для досягнення поставлених перед нею цілей [12, с. 34].

Все це стосується і виховання в колективі культури конфлікту, а саме знань, умінь та навичок, які дозволяють діагностувати організаційний конфлікт, а також спрогнозувати та конкретизувати розв'язання конфліктних ситуацій.

Висновки. Організаційний конфлікт базується на складному переплетінні соціокультурних та внутрішньо організаційних чинників, які сукупно створюють конфліктну взаємодію учасників соціально-трудових відносин. Конфліктам в організаціях властива складна структура, яка охоплює стан напруженості між суб'єктами одного ієрархічного рівня, між підлеглими та керівниками, а також між окремими працівниками та групами. Таким конфліктам також властиві численні позитивні (функціональні) та негативні (дисфункціональні) аспекти.

Відак до проблематики організаційних конфліктів слід віднести сукупність конфліктогенів, структуру та динаміку конфліктів, вплив учасників конфліктної взаємодії на діяльність організації, а також загальні підходи та особливості вирішення (розв'язання) конфліктних ситуацій.

Література.

1. **Мастенбрук У.** Управление конфликтными ситуациями и развитие организации / **Уильям Мастенбрук**; пер. с англ. В. В. Коробцова. – М. : ИНФРА-М, 1996. – 256 с.
2. **Фишер Р.** Путь к согласию. Или переговоры без поражения / **Роджер Фишер, Уильям Юри**; пер. с англ. А. Гореловой; предисл. В. А. Кременюка. – М. : Наука, 1992. – 158 с.
3. **Коузер Л.А.** Основы конфликтологии : учеб. пособие / **Л.А. Коузер**; пер. с англ. А. А. Крашевского, М. В. Сорокина. – СПб. : Светлячок, 1999. – 192 с. – (Серия «Искусство конфликта»).
4. **Древаль Ю.Д.** Механізми управління конфліктами у сфері публічних відносин / **Ю.Д. Древаль** // Вісник Національного університету цивільного захисту України. Серія : Державне управління. – 2016. – Вип. 1. – С. 51-58. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/VNUCZUDU_2016_1_10.
5. **Кабачинський М.І.** Конфліктологічна культура як умова професійної успішності фахівця сфери обслуговування / **М.І. Кабачинський, О.С. Жук** // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. – 2010. – № 6, т. 4. – С. 300-303.
6. **Hofstede G.** Cultures and organizations: A software of the mind / **G. Hofstede**. – London : Harper-Collins Publisher, 1999. – 576 p.

7. **Олексієнко С.Б.** Конструктивна та деструктивна функція міжособистісних конфліктів / **С.Б. Олексієнко, А.В. Андриєті** // Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Військово-спеціальні науки. – 2010. – Вип. 24-25. – С. 120-123.

8. **Мескон М.Х.** Основы менеджмента / **М.Х. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоурі**; пер. с англ. – М. : Вильямс, 2009. – 692 с.

9. **Орлянський В.С.** Конфліктологія: [навчальний посібник] / **В.С. Орлянський**. – К. : Центр учбової літератури, 2007. – 160 с.

10. **Тарабріна Н.А.** Динаміка конфлікту і тактики його розв'язання / **Н.А. Тарабріна** // Наукові записки [Національного університету «Острозька академія»]. Сер. : Філологічна. – 2012. – Вип. 29. – С. 197-199.

11. **Васильєв А.Й.** Вплив корпоративної культури на ефективність діяльності підприємства / **А.Й. Васильєв, Л.С. Харчевнікова** // Вісник Харківського національного технічного університету сільського господарства імені Петра Василенка. – 2016. – Вип. 174. – С. 44-52.

12. **Гавкалова Н.А.** Соціально-економічний механізм ефективності менеджменту персоналу: методологія та концепція формування: [монографія] / **Н.А. Гавкалова**. – Харків: Вид. ХНЕУ, 2007. – 400 с.

References.

1. **Mastenbruk U.** (1996). *Upravlenie konfliktnymi situatsiyami i razvitiye organizatsii* [Conflict Management and Organization Development]. (V. V. Korobtsova, Trans). Moscow: INFRA-M, p. 256 [in Russian].

2. **Fisher R., Uilyam Yu.** (1992). *Put k soglasiyu. ili peregovory bez porazheniya* [The path to harmony. Or negotiations without defeat]. (A. Gorelovoy, Trans). Moscow: Nauka, p. 158 [in Russian].

3. **Kouzer L.A.** (1999). *Osnovy konfliktologii* [Basics of Conflictology]. (A. A. Krashevskogo, M. V. Sorokina, Trans). St. Petersburg: Svetlyachok, p. 192 [in Russian].

4. **Dreval Yu. D.** (2016). *Mehanizmi upravlinnya konfliktami u sferi publichnih vidnosin* [Mechanisms for conflict management in the field of public relations]. *Visnik Natsionalnogo universitetu tsivilnogo zhabistu Ukrayini. Seriya : Derzhavne upravlinnya - Proceedings of the National University of Civil Defense of Ukraine – Bulletin of the National University of Civil Protection of Ukraine, Series: State Department*, Vol. 1, p. 51-58. – Retrieved from : <http://nbuv.gov.ua> [in Ukrainian].

5. **Kabachinskiy M.I., Zhuk O.S.** (2010) *Konfliktologichna kultura yak umova profesiynoyi uspishnosti fahivtsya sferi obslugovuvannya* [Conflictological culture as a condition for professional success professional service sector]. *Visnik Hmel'nitskogo natsionalnogo universitetu. Ekonomichni nauki – Herald of Khmelnytsky National University. Economics*, No 6, Vol. 4, pp. 300-303 [in Ukrainian].

6. **Hofstede G.** (1999). *Cultures and organizations: A software of the mind*. London: Harper-Collins Publisher, p. 576 [in England].

7. **Oleksienko S.B., Andrieti A.V.** (2010). *Konstruktivna ta destruktivna funktsiya mizhosobistisnih konfliktiv* [Constructive and destructive function of

interpersonal conflicts]. *Visnik Kiyivskogo natsionalnogo universitetu imeni Tarasa Shevchenka. Viyskovo-spetsialni nauki – Bulletin of the Taras Shevchenko National University of Kyiv. Military-Specialized Science*, Issue 24-25, pp. 120-123 [in Ukrainian].

8. **Meskon M.H., Albert M., Hedouri F.** (2009). *Osnovy menedzhmenta [Fundamentals of Management]*. (Trans). Moscow: Vilyams, p. 692 [in Russian].

9. **Orlyanskiy V.S.** (2007). *Konfliktologiya: [Conflictology]*. Kiev: Tsentr uchbovoyi literaturi, p. 160 [in Ukrainian].

10. **Tarabrina N.A.** (2012) *Dinamika konfliktu i taktiki yogo rozv'yazannya [Dynamics of conflict and tactics of its solution]*. *Naukovi zapiski Natsionalnogo universitetu «Ostrozka akademiya», Ser.: Filologichna – Scientific notes of the National University of Ostroh Academy, Sir.: Philological*, Issue 29, pp. 197-199 [in Ukrainian].

11. **Vasilev A.Y., Harchevnikova L.S.** (2016). *Vpliv korporativnoyi kulturi na efektyvnist diyalnosti pidpriemstva [Influence of corporate culture on the efficiency of enterprise activity]*. *Visnik Harkivskogo natsionalnogo tebnichnogo universitetu silskogo gospodarstva imeni Petra Vasilenka – Bulletin of Kharkiv National Technical University of Agriculture named after Petr Vasilenko*, Issue. 174, pp. 44-52 [in Ukrainian].

12. **Gavkalova N.L.** (2007). *Sotsialno-ekonomichniy mehanizm efektyvnosti menedzhmentu personalu: metodologiya ta kontseptsiya formuvannya [Socio-economic mechanism of efficiency of personnel management: methodology and concept of formation]*. Kharkiv: Vid. HNEU, p. 400 [In Ukrainian].

Анотація.

Древаль Ю.Д., Лінецький А.М. Проблематика організаційних конфліктів.

Завданням статті визначено обґрунтування суті та структури організаційних конфліктів, а також уточнення конфліктного потенціалу організаційної культури.

Розглянуто питання щодо суті та структури організаційних конфліктів. Охарактеризовано основні причини, що приводять до конфліктів та конфліктних ситуацій. Систематизовано основні види організаційних конфліктів, які розподілено за шкалою міжособистісних та міжгрупових конфліктів, а також конфліктів за критерієм «особистість – група». Згруповано основні підходи до визначення суті позитивних та негативних функцій конфліктів, що надає додаткові свідчення для характеристики організаційного конфлікту як складного і системного явища. Під кутом зору управлінських відносин додаткову увагу приділено стадії розв'язання конфлікту, яка безпосередньо піддається управлінським впливам.

Відтак до проблематики організаційних конфліктів віднесено сукупність конфліктогенів, структуру та динаміку конфліктів, вплив учасників конфліктної взаємодії на діяльність організації, а також загальні підходи та особливості вирішення конфліктних ситуацій.

Ключові слова: *конфлікт, конфліктна взаємодія, організація, організаційна культура, організаційний конфлікт, функції конфлікту.*

Аннотация.

Древалъ Ю.Д., Линетский А.М. Проблематика организационных конфликтов.

Задачей статьи определено обоснование сути и структуры организационных конфликтов, а также уточнение конфликтного потенциала организационной культуры.

Рассмотрен вопрос о сущности и структуре организационных конфликтов. Охарактеризованы основные причины, приводящие к конфликтам и конфликтным ситуациям. Систематизированы основные виды организационных конфликтов, которые распределены по шкале межличностных и межгрупповых конфликтов, а также конфликтов по критерию «личность - группа». Сгруппированы основные подходы к определению сущности положительных и отрицательных функций конфликтов, что предоставляет дополнительные свидетельства для характеристики организационного конфликта как сложного и системного явления. С точки зрения управленческих отношений дополнительное внимание уделено стадии разрешения конфликта, которая непосредственно подвергается управленческим воздействиям.

Поэтому к проблематике организационных конфликтов относится совокупность конфликтогенов, структура и динамика конфликтов, влияние участников конфликтного взаимодействия на деятельность организации, а также общие подходы и особенности разрешения конфликтных ситуаций.

Ключевые слова: конфликт, конфликтное взаимодействие, организация, организационная культура, организационный конфликт, функции конфликта.

Abstract.

Dreval Yu.D., Linetsky L.M. The issue of organizational conflicts.

The objective of the article is the substantiation of the nature and structure of organizational conflicts and clarification of potential conflicts in organizational culture. Questions about the nature and structure of the conflict are studied. The main causes that lead to conflict and conflict situations are characterized. The basic types of organizational conflicts that are distributed between interpersonal and intergroup conflicts are systematized. The main approaches of defining the essence of positive and negative features of conflict, which provide additional evidence for the characterization of organizational conflict as complex and systemic phenomenon, have been grouped. More attention has been paid to the conflict solving from the perspective of management relations.

Thus, to the problems of organizational conflict are attributed the type of conflicts, its structure and dynamics, the impact of conflict interaction with participants of organization, as well as common approaches and features of conflict solution.

Key words: conflict, conflict interaction, organization, organizational culture, organizational conflict, conflict functions.

ІДЕНТИФІКАЦІЯ ЦІЛЮВИХ РИНКІВ ВИРОБНИКІВ ПРОДУКЦІЇ ТВАРИННИЦТВА ТА КОНКУРЕНЦІЇ НА НИХ

***АМАНОВ БАТИР ЯЗМУРАДОВИЧ, АСПІРАНТ*,
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
СІЛЬСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА ІМЕНІ ПЕТРА ВАСИЛЕНКА***

Постановка проблеми у загальному вигляді. В сучасних умовах господарювання, в жорсткій боротьбі за ринки збуту, практично кожне підприємство потребує вирішення проблеми посилення цільової орієнтації на споживача. Підприємству важливо та необхідно досліджувати кінцевого споживача з його комплексом мотивів при прийнятті рішень щодо придбання товарів. Саме від здатності ідентифікувати цільові ринки та задовольняти запити і потреби споживачів на них залежить виживання, функціонування та розвиток кожного підприємства. Особливо підприємств агропромислового виробництва в умовах домінування «ринку споживача» з його низькою купівельною спроможністю та загостренням конкуренції з боку іноземних компаній.

Вказане зумовлює необхідність теоретично-методичного та прикладного пророблення питань ідентифікації цільових ринків виробників аграрної продукції зокрема тваринництва та побудови економічних механізмів адаптації аграрних підприємств до ринкової ситуації з метою підвищення рівня ефективності виробництва та реалізації їх продукції.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Цільовий ринок та його ідентифікація є питанням декількох напрямів досліджень: маркетингу, управління, особливо управління конкурентоспроможністю (виробництва, продукції, галузі), також досліджень щодо особливостей функціонування аграрного ринку. Зазначеному колу питань присвячені роботи Гурської І.С., Дудар Т.Г., Дудар В.Т., Збарського В.К., Ільчук М.М., Котлера Ф., Кравченко О.М., Красноручького О.О., Місюка М.В., Онегіної В.М., Оснача О.Ф. [1-11] та багато інших. Однак, незважаючи на існуючі теоретичні розробки щодо маркетингу, управління конкурентоспроможністю (і

* Науковий керівник: Кравченко О.М., к.е.н., доцент

виробництва, і продукції, і підприємства) тощо, залишається ряд невирішених проблем. Зокрема, недостатньо уваги приділено питанням визначення цільового ринку та виробу набору механізмів адаптації виробників продукції тваринництва в умовах конкуренції на обраних (цільових) ринках.

Формулювання цілей статті. Метою статті є визначення особливостей ідентифікації цільових ринків виробників м'ясо-молочної продукції у процесі дослідження покупців в умовах різних видів конкуренції.

Виклад основного матеріалу дослідження. В класичному вигляді механізм функціонування ринку продукції тваринництва передбачає наявність таких структурних елементів: об'єкти (м'ясо різних видів тварин, молоко, шерсть, яйця, мед) та суб'єкти ринку (сукупний попит населення і сукупна пропозиція, яка виражається за допомогою юридичних і фізичних виробників різних видів продукції тваринництва).

Метою функціонування аграрного ринку є забезпечення стабільного збуту продукції, гарантоване постачання сировини на переробні підприємства впродовж року і, відповідно, безперерйне забезпечення населення продуктами харчування. Тому дослідження буде неповним без розгляду особливостей саме цільового ринку продукції тваринництва. Оскільки, нажаль, у виробників сирови м'ясо-молочної продукції відсутня система моніторингу ринкової кон'юнктури, що значно уповільнює розвиток як окремих підприємств так агропромислової галузі в цілому.

Під цільовим ринком прийнято розуміти сегмент ринку, вибраний підприємством (фірмою, компанією) для активної діяльності [3, с. 254]. Або іншими словами, це найбільш вигідна для підприємства група сегментів ринку (або один сегмент), на яку спрямовується його діяльність [11]. Кожен із сегментів треба розглянути щодо можливості його вибору як цільового для підприємства. Для цього послідовно оцінюються доступність ринку, його потенціал і можливості освоєння.

Специфіка українського ринку продукції тваринництва пов'язана, з однієї сторони, з великою кількістю ринкових суб'єктів на первинному ринку: сільськогосподарські підприємства – 52 тисячі (у тому числі фермерські господарства – 38,8 тисяч), які виробляють 20 % м'ясо-молочної продукції, та господарства населення – більше чотирьох мільйонів, які виробляють 80 % продукції, й безпосередньо наявне населення з його попитом, а саме 42,6 млн. осіб [16].

З іншої сторони, особливості технологічного шляху реалізації м'ясо-молочної та іншої продукції тваринництва передбачає існування переробних та торговельно-закупівельних суб'єктів ринку, кількість яких значно менша за безпосередньо виробників продукції та її кінцевих споживачів. Тому спостерігаються неоднозначні, нееквівалентні, непрозорі та неадекватні процеси щодо видів конкурентної боротьби на ринку продукції тваринництва, коли по суті монополісти-виробники м'ясо-молочного ринку – громадяни (господарства населення) – не можуть відстояти нормальну ціну, відповідно і сільськогосподарські підприємства за вже встановленими демпінговими цінами не можуть здійснювати відтворення виробництва.

Так, Красноручський О.О. відзначає, що домінування економічних інтересів переробних та торговельних посередників, непропорційність концентрації та ефективності функціонування капіталу, розміщеного в сферах виробництва та обігу, наближення конкурентної ситуації на цільових ринках збуту продукції аграрних підприємств до стану олігосонії призводять до фактичного унеможливлення суттєвого впливу заходів з підвищення конкурентоспроможності аграрних підприємств, крім спрямованих на зрушення в її ціновій складовій [7, с. 38].

В той час, як виробництво та збут продукції підприємством представникам саме цільової аудиторії споживачів зумовлює досягнення підприємством-виробником цільового рівня економічної ефективності. Як наслідок – відтворення авансованого капіталу й розширеного відновлення виробничо-комерційного циклу.

Комплексне вивчення конкурентної побудови цільових ринків продукції аграрних підприємств дозволили Красноручському О. та Зайцеву Ю. визначити складний та неоднорідний характер конкурентних структур ринку.

Складність конкурентних структур цільових ринків сільськогосподарської продукції визначається побудовою, довжиною та особливостями функціонування каналів ринкового розподілу продукції. На рівні взаємодії аграрних підприємств з першими посередниками, які здійснюють переробну та торговельно-закупівельну діяльність конкурентну структуру більшості цільових ринків сільськогосподарської продукції можна представити як олігосонію або, в деяких випадках, моносонію. На подальших рівнях ринкового розподілу продукції аграрних підприємств

конкурентні структури модифікуються в олігополію та, іноді, в ринкову структуру, наближену до досконалої конкуренції [7, с. 39].

Причиною, зазначають автори, є відмінності в концентрації та ефективності функціонування капіталу аграрних підприємств і підприємств-суб'єктів сфери обігу, а також їх кількість та тенденції домінування або пригнічення економічних інтересів окремих груп учасників ринку.

Тому економічні механізми адаптації аграрних підприємств з виробництва продукції тваринництва до ринкової ситуації повинні базуватись на зборі та систематизації інформації щодо цільових ринків. Складовими інформаційного забезпечення повинні стати відомості: про доступність, потенціал та можливості освоєння існуючих цільових ринків; про конкретні групи споживачів та зміни їх уподобань; про конкурентів; про посередників; про контрагентів; про зміни зовнішнього або макросередовища; про зміни мікросередовища; про зміна на валютних, фінансових та інших ринках тощо.

Кінцевою метою формування зазначеної бази відомостей має стати впровадження автоматизованої системи прийняття управлінських рішень. Зазначена система покликана надати рекомендації управлінському персоналу стосовно ідентифікації цільових ринків та здійснення заходів адаптаційного та (або) превентивного характеру до кон'юнктурних змін на них.

Висновки. Завданням діяльності кожного підприємства є відтворення авансованого капіталу шляхом ефективного виробництва та реалізації конкурентоспроможної продукції. Середовищем реалізації зазначеного завдання є ринок. Але тільки ідентифікація цільового ринку як найбільш вигідного для кожного конкретного підприємства є запорукою високоефективного господарювання.

Обов'язковим механізмом адаптації аграрних підприємств до ринкового середовища є збір та систематизація інформації щодо ідентифікації цільових ринків збуту продукції, зокрема тваринництва. Оскільки відсутність цільової спрямованості маркетингово-збутової діяльності призводить до невизначеності у обсягах та структурі фінансових потоків, до збільшення порогу рентабельності та терміну окупності інвестицій, до зменшення платоспроможності підприємства, до уповільнення обертання оборотних активів, навіть до ліквідації суб'єкта господарювання.

Література.

1. **Гурська І.С.** Формування та функціонування ринку продукції тваринництва в Тернопільській області [Електронний ресурс] / **І.С. Гурська** // Глобальні та національні проблеми економіки – електронне наукове фахове видання; Миколаївський національний університет імені В.О. Сухомлинського. – 2015. – Вип. 5. – С. 383-386. – Режим доступу: <http://global-national.in.ua/pro-zhurnal>
2. **Дудар Т.Г.** Формування ринку конкурентоспроможної агропродовольчої продукції: теорія, методика, перспективи: [Монографія] / **Т.Г. Дадур, В.Т. Дадур.** – Тернопіль : Економічна думка, 2009. – 246 с.
3. Економічна енциклопедія / Редкол.: **С.В. Мочерний** (відп. ред) та ін. – [У трьох томах]. – К. : Видавничий центр «Академія», 2002. – Т. 3. – 2002. – 952 с.
4. **Збарський В.К.** Конкурентоспроможність високотоварних сільськогосподарських підприємств / **В.К. Збарський, М.А. Місевич;** за ред. професора **В.К. Збарського.** – К. : ННЦ ІАЕ, 2009. – 310 с.
5. **Котлер Ф.** Основы маркетинга / **Ф. Котлер;** [пер. с англ.]. – М. : Изд-во Вильямс, 2007. – 656 с.
6. **Кравченко О.М.** Економічна та енергетична ефективність виробництва молока при різних системах утримання корів у літній період: дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук: спец. 08.00.04 «економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності)» / **О.М. Кравченко.** – Харків, 2008. – 234 с.
7. **Красноруцький О.** Адаптивні механізми в системах управління конкурентоспроможністю продукції аграрних підприємств [Електронний ресурс] / **О. Красноруцький, Ю. Зайцев** // Формування механізму зміцнення конкурентних позицій національних економічних систем у глобальному, регіональному та локальному вимірах. – Режим доступу: http://elartu.tntu.edu.ua/bitstream/123456789/18613/2/GEV_2016v50n1_Krasnorutskyu_O-Adaptive_mechanisms_37-46.pdf (22.09.2016)
8. **Красноруцький О.О.** Теоретичне значення категорії «розподіл продукції» для дослідження функціонування аграрного ринку / **О.О. Красноруцький, В.М. Онегіна, Ю.І. Данько** // Вісник Сумського національного аграрного університету. Серія «Економіка і менеджмент». – 2013. – Вип. 4 (55). – С. 3-9.
9. **Місюк М.В.** Ринок продукції скотарства: [монографія] / **М.В. Місюк.** – К. : ННЦ ІАЕ, 2012. – 330 с.
10. **Онегіна В.М.** Сталій розвиток аграрного сектора і його інституційне забезпечення / **В.М. Онегіна, Н.В. Шибасва** // Економічні проблеми сталого розвитку: матеріали Міжнародної науково-практичної конференції імені проф. Балацького О.Ф. (27 травня 2015 р.). – Суми : СНАУ, 2015. – С. 36-37.

11. **Оснач О.Ф.** Промисловий маркетинг: [підручник] / **О.Ф. Оснач, В.П. Пилипчук, А.П. Коваленко.** – Київ: Центр учбової літератури, 2009. – 365 с.

12. **О'Шоннеси Дж.** Конкурентный маркетинг: стратегический подход / **Дж. О'Шоннеси**, пер. с англ. под ред. Д.О. Ямпольской. – СПб. : Питер, 2002. – 720 с.

13. Формування попиту та пропозиції на ринках основних видів тваринницької продукції / **Ільчук М.М., Коновал І.А., Кирилюк О.Ф., Гурська І.С.** – К. : ЗАТ «Нілава», 2012. – 363 с.

14. **Хершген Х.** Маркетинг: Основи професійного успіху: [підручник] / **Х. Хершген**, пер. з нім. – М. : Инфра-М, 2000. – 344 с.

15. **Tischner U., Kjaernes U.** «Sustainable consumption and production in the agriculture and food domain», in LAHLOU. S., EMMERT, S. (ed.), Proceedings: SCP cases in the field of food, mobility and housing, Proceedings of the Sustainable Consumption Research Exchange (Paris), June 2007, pp. 201-237 http://www.score-network.org/files/9594_Proceedings_workshop.07.pdf

16. Ukraine in the figures in 2015. Statistical Yearbook. State Statistics Service of Ukraine. Kyiv, p. 239.

References.

1. **Hurs'ka I.S.** (2015). Formuvannya ta funktsionuvannya rynku produktiv tvarynnyctva v Ternopil'skij oblasti [Formation and functioning of the market of livestock products in the Ternopil region]. *Global and national problems of the economy – electronic scientific professional edition. Mykolaiv National University Sukhomlinsky – Global and national problems of Economics – electronic scientific specialized edition; Nikolaev national University of a name of Sukhomlinsky*, Issue 5, pp. 383-386 Retrieved from <http://global-national.in.ua/pro-zhurnal> [in Ukrainian].

2. **Dudar T.H., Dudar V.T.** (2009). *Formuvannya rynku konkurentospromozhnoi ahroproduktivnoi produktiv: teoriia, metodyka, perspektyvy* [Formation of the market for competitive agri-food products: theory, methodology, perspectives]. Ternopil': Ekonomichna dumka, p. 246 [in Ukrainian].

3. **Mocherny S.V.** (Ed.). (2002). Economic Encyclopedia [Economic encyclopedia]. (Vols. 1-3). Kyiv: Publishing Center «Academy», Vol. 3, 2002, p. 952 [in Ukrainian].

4. **Zbars'kyj V.K.** (2009). *Konkurentospromozhnist' vysokotovarynykh sil's'kohospodars'kykh pidpriemstv* [Competitiveness of high-value agricultural enterprises]. Kyiv: NNTs IAE, p. 310 [in Ukrainian].

5. **Kotler F.** (2007). *Osnovy marketynha* [Marketing Essentials]. Moscow: Yzd-vo Vyl'iams, p. 656 [in Russian].

6. **Kravchenko O.M.** (2008). Ekonomichna ta enerhetychna efektyvnist' vyrobnytstva moloka pry riznykh systemakh utrymanna koriv u litnij period [Economic and energy efficiency of milk production at different systems of keeping cows in the summer]. *Dissertation of candidate of economic Sciences*. Kharkiv, p. 234 [in Ukrainian].

7. **Krasnoruts'kyj O., Zajtsev Yu.** (2016). Adaptivni mekhanizmy v systemakh upravlinnia konkurentospromozhnistiu produktsii ahrarykh pidpriemstv [Adaptive mechanisms in agricultural competitiveness management systems]. *Formuvannia mekhanizmu zmitsnennia konkurentnykh pozytsii natsionalnykh ekonomichnykh system u hlobalnomu, rehionalnomu ta lokalnomu vymirakh – Formation of a mechanism for strengthening the competitive positions of national economic systems in the global, regional and local dimensions*. Retrieved from http://elartu.tntu.edu.ua/bitstream/123456789/18613/2/GEB_2016v50n1_Krasnoruts'kyj_O-Adaptive_mechanisms_37-46.pdf (22.09.2016) [in Ukrainian].

8. **Krasnoruts'kyj O.O., Onchina V.M., Dan'ko Yu.I.** (2013). Teoretychne znachennia katehorii «rozpodil produktsii» dlia doslidzhennia funktsionuvannia ahrarynoho rynku [The theoretical significance of the «product distribution» category for the study of the functioning of the agrarian market]. *Visnyk Sumskoho natsionalnoho ahrarynoho universytetu. Seriya «Ekonomika i menedzhment» – Bulletin of the Sumy National Agrarian University. Series «Economics and Management»*, Issue 4 (55), pp. 3-9. [in Ukrainian].

9. **Misiuk M.V.** (2012). *Rynok produktsii skotarstva [Livestock production market]*. Kyiv: NNTs IAE, p. 330 [in Ukrainian].

10. **Onchina V.M., Shybaieva N.V.** (2015). Stalyi rozvytok ahrarynoho sektora i yoho instytutsiine zabezpechennia [Sustainable development of the agrarian sector and its institutional support]. *Economic Problems of Sustainable Development: Materiali Mizhnarodnoi naukovo-praktychnoi konferencii imeni prof. Balac'kogo O.F. (27.05.2017) – Materials of the International Scientific and Practical Conference named after prof. Balatsky O.F. (May 27, 2015)*. (pp. 36-37). , Sumy: SNAU [in Ukrainian].

11. **Osnach O.F., Pylypchuk V.P., Kovalenko L.P.** (2009). *Promyslovyy marketynh [Industrial marketing]*. Kyiv: Tsentr uchbovoi literatury, p. 365 [in Ukrainian].

12. **O'Shonnesy Dzh.** (2002). *Konkurentnyi marketynh: stratehicheskyj podkhod [Competitive marketing: a strategic approach]*. (D.O. Yampolskaya, Trans). St. Petersburg: Pyter, p. 720 [in Russian].

13. **Il'chuk M.M., Konoval I.A., Kyrlyliuk O.F., Hurs'ka I.S.** (2012). *Formuvannia popytu ta propozitsii na rynkakh osnovnykh vydiv tvarynyts'koi produktsii [Formation of demand and supply on the markets of the main types of livestock products]*. Kyiv: ZAT «Nilava», p. 363 [in Ukrainian].

14. **Khershhen Kh.** (2000). *Marketynh: Osnovy profesijnoho uspihu [Marketing: Basics of Professional Success]*. Moscow: Ynfra-M, p. 344 [in Russian].

15. **Tischner U., Kjaernes U.** «Sustainable consumption and production in the agriculture and food domain», in LAHLOU. S., EMMERT, S. (ed.), *Proceedings: SCP cases in the field of food, mobility and housing, Proceedings of the Sustainable Consumption Research Exchange (Paris), June 2007*, pp. 201-237 http://www.score-network.org/files//9594_Proceedings_workshop.07.pdf

16. Ukraine in the figures in 2015. Statistical Yearbook. State Statistics Service of Ukraine. Kyiv, p. 239.

Анотація.

Аманов Батир Язмурадович. Ідентифікація цільових ринків виробників продукції тваринництва та конкуренції на них.

Дослідження присвячено питанням, що пов'язані з ідентифікацією ринку аграрного підприємства-виробника продукції тваринництва. Визначено особливості функціонування ринку продукції тваринництва України. Проведено аналіз кон'юнктури ринку сільськогосподарських підприємств. Охарактеризовано сутність цільового ринку та сформульовано головний механізм адаптації аграрних підприємств до змін ринкової кон'юнктури. Запропоновано здійснювати збір та систематизацію інформації щодо кон'юнктури цільових ринків з метою підвищення економічної ефективності господарювання виробників продукції тваринництва.

Ключові слова: *цільовий ринок, підприємство, кон'юнктура ринку, конкуренція, продукція тваринництва.*

Аннотация.

Амонов Б.Я. Идентификация целевых рынков производителей продукции животноводства и конкуренции на них.

Исследование раскрывает вопросы, связанные с идентификацией рынка аграрных предприятий-производителей продукции животноводства. Определены особенности функционирования рынка продукции животноводства в Украине. Проведен анализ рынка сельскохозяйственных предприятий. Охарактеризованы сущность целевого рынка и сформулирован главный механизм адаптации аграрных предприятий к изменениям рыночной конъюнктуры. Предложено осуществлять сбор и систематизацию информации о конъюнктуре целевых рынков с целью повышения экономической эффективности деятельности производителей продукции животноводства.

Ключевые слова: *целевой рынок, предприятие, конъюнктура рынка, конкуренция, продукция животноводства.*

Abstract.

Amanov B. Identification of target markets for livestock producers and competition on them.

The research reveals issues related to the identification of the market of agricultural enterprises producing livestock products. Specific features of functioning of the market of livestock products in Ukraine are determined. The analysis of the market of agricultural enterprises is carried out. The essence of the special-purpose market is characterized and the main mechanism of adaptation of agrarian enterprises to changes in market conditions is formulated. It was proposed to collect and systematize information on the situation in the special-purpose markets with a view to increasing the economic efficiency of the activity of producers of livestock products.

Key words: *a special-purpose market, enterprise, market conditions, competition, livestock products.*

СУЧАСНА МАРКЕТИНГОВА ПОЛІТИКА РОЗПОДІЛУ ПРОДУКЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА: АКТУАЛЬНІСТЬ ТА ПЕРСПЕКТИВИ

***АНТОЩЕНКОВА В.В., К.Е.Н., ДОЦЕНТ,
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
СІЛЬСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА ІМЕНІ ПЕТРА ВАСИЛЕНКА***

Постановка проблеми у загальному вигляді. Серцевиною всіх підприємницьких рішень і дій є потреби споживачів, тож на кожному етапі маркетингової діяльності, кожен інструмент маркетингу повинен бути спрямований саме на задоволення вимог ринку через запити покупців та споживачів, з метою максимізації прибутку. Маркетингова політика розподілу також передбачає комплекс вчасних підприємницьких рішень та дій, які пов'язані з організацією та фізичним переміщенням товару, тобто доведенням продукції (в достатній кількості, в відповідний час та місце) від виробника до споживача. В сучасних умовах маркетингова діяльність представляє собою творчу управлінську діяльність, яка спрямована в першу чергу на задоволення потреб споживачів та отримання бажаного результату для підприємства на основі врахування ринкових умов функціонування суб'єктів та можливостей самого підприємства щодо розроблення нової продукції, організації виробництва та забезпечення ефективного товароруку (фізичного переміщення) і передачі власності на товар чи послугу від виробника до кінцевого споживача.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблемам теоретичного та практичного обґрунтування маркетингової політики розподілу продукції в сучасних умовах господарювання, збутовій політиці підприємств приділено значну увагу в працях Біловодської О.А. [4; 8], Крикавського Є.В., Косар Н.С., Чубали А. [5], Гречухи А.О. [6], Кальченка А.Г. [7], Маккіннона А.С. [2]. Однак, враховуючи різноманітні підходи до визначення поняття «маркетингова політика розподілу» потрібно конкретизувати трактування та обумовити актуальність та перспективність даної діяльності (політики) до сучасних умов.

Формулювання цілей статті. Метою статті є дослідження сучасної маркетингової політики розподілу, на основі поглиблення теоретичних засад та практичних рекомендацій.

Виклад основного матеріалу дослідження. У сучасних, мінливих ринкових умовах, з високим рівнем жорсткої конкуренції, надлишком подібних товарів і послуг, перенасиченням рекламних і інформаційних потоків, зростаючими вимогами споживачів до якості продукції, з постійними змінами кон'юнктури й місткості ринку, а також інноваціями, що прагнуть завоювати все більші ніші ринку, ефективне функціонування підприємств ускладнюється через недосконалість маркетингової політики розподілу.

Орієнтація на ринок – це основна ідея маркетингу, як ринкової концепції управління. Це передбачає дотримання конкретних «правил гри»: «виробляємо те, що потребує ринок» і «виробляємо найякісніший товар». Головна мета будь-якого підприємства, окрім задоволення потреб споживачів – це рентабельність (прибутковість) і продуктивність підприємства [1, с. 170].

Варто зауважити, що ринок вносить свої корективи в ефективність функціонування підприємства саме на етапі маркетингової політики розподілу. Адже підприємство не лише виробляє те, що потребує ринок, підприємство також повинно організувати та забезпечити вчасну «точкову» доставку продукції в необхідних обсягах до кінцевого споживача.

Як влучно зазначає Алан Маккіннон [2], основним завданням фізичного розподілу є забезпечення наявності товарів у потрібному місці, в потрібний час і в потрібній кількості для задоволення споживчого попиту.

Отже, пріоритетним завданням маркетингової політики розподілу є не організація збутової мережі для ефективного продажу виготовленої продукції, а систематичне прийняття рішень і вчасне внесення змін до них (відповідно до вимог ринку та підприємства), щодо забезпечення наявності товарів у потрібному місці (збут), в потрібний час (транспортування) і в потрібній кількості (достатні товарно-матеріальні запаси).

Зауважимо, що найголовніша проблема, яка на сьогодні турбує переробників – це сировина в необхідних для забезпечення виробничих потужностей об'ємах [3, с.76], що також підтверджує беззаперечну важливість маркетингової політики розподілу продукції та її відповідність сучасним вимогам, тенденціям і викликам.

Поняття «маркетингова політика розподілу» має чимало трактувань в залежності від специфіки та пріоритетів застосування, різноманіття підходів до визначення (таблиця).

**Підходи різних авторів до визначення поняття
«маркетингова політика розподілу»**

<i>Автори</i>	<i>Запропоновані визначення</i>
О.А. Біловодська [4, с. 86].	Маркетингова політика розподілу підприємства-виробника – це комплекс заходів і відповідних операцій, спрямованих на ефективне планування, організацію, регулювання та контроль доставки продукції й послуг споживачам із метою задоволення їх потреб та отримання підприємством прибутку згідно з логістичними правилами
Є.В. Крикавський, Н.С. Косар, А.А. Чубала [5]	Маркетингова політика розподілу – це політика, що забезпечує покупцям можливість купити відповідний продукт у відповідному для них місці у певний час за відповідних умов та з акцентованою ними ціною
А.О. Гречуха [6, с. 133]	Маркетингова політика розподілу – комплекс заходів, що вміщує в себе маркетингову складову, спрямованих на ефективне планування, організацію, регулювання та контроль створення і доставки продукції та послуг споживачам із метою задоволення їх потреб і отримання прибутку
А.Г. Кальченко [7]	Маркетингова політика розподілу – це курс дій підприємства з розроблення та реалізації комплексу маркетингу, заходів, що входять до нього, з метою доведення товару до кінцевого споживача

На думку Біловодської О.А. [4, с. 86], маркетингова політика розподілу підприємства-виробника – це комплекс заходів і відповідних операцій, спрямованих на ефективне планування, організацію, регулювання та контроль доставки продукції й послуг споживачам із метою задоволення їх потреб та отримання підприємством прибутку згідно з логістичними правилами.

Крикавський Є.В., Косар Н.С., Чубала А.А. [5] трактують маркетингову політику розподілу, як політику, що забезпечує покупцям можливість купити відповідний продукт у відповідному для них місці у певний час за відповідних умов та з акцентованою ними ціною. Нажаль інколи надмірне «акцентування» ціни покупцями створює спекуляційні фактори, які можуть використовуватися знецінюючи внесок виробника та «штучно» підвищуючи споживчі ціни (незважаючи на низьку платоспроможність та достатню конкуренцію).

Завдання маркетингової політики розподілу охоплюють такі пріоритети:

1) Логістичні: створення інтегрованої системи регулювання та контролю за товарним рухом і потоками, що його супроводжують (фінансовими, інформаційними тощо), яка забезпечувала б своєчасність, високу якість постачання і необхідну кількість продукції споживачам; формування системи закупівель сировини, матеріалів тощо; визначення технології фізичного переміщення товарів; координація і організація товароруку (обробка замовлень, упакування, комплектація, консервування, складування, створення необхідних товарно-матеріальних запасів та їх підтримання, отримання і відвантаження товарів, транспортування продукції); розроблення способів управління рухом товарів; організація передпродажного і післяпродажного обслуговування; виконання всіх замовлень з найвищою якістю та у стислі терміни та ін.

2) Дистрибуційні: дослідження, формування, обґрунтування й ефективне функціонування каналів розподілу і товароруку; встановлення збалансованості між потребами і можливостями закупівлі і виробництва; вибір методів, каналів і структури розподілу, формування систем товароруку; аналіз форм і методів роботи посередників у каналах; вибір і ведення політики розподілення в умовах конкуренції; визначення стратегії переміщення товарів; планування процесу реалізації продукції та ін.;

3) Збутові: організація діяльності у каналі збуту; узгодження політики продажу товарів кінцевим споживачам з політикою їх виробництва; організація роботи з кінцевими споживачами та ін.

Визначені пріоритети забезпечують вирішення таких трьох проблем: проектування та реалізація фізичного розподілу продукції; обґрунтування та формування каналів розподілу; організація та координація роботи у каналі збуту та з кінцевими споживачами продукції [8, с.9 – 10].

Виділимо чотири тенденції розвитку системи розподілу:

1. Скорочення проміжних ланок розподільчого ланцюжка, ініціаторами якого виступають роздрібна торгівля і виробники. Найбільші виробники можуть дозволити собі виконувати функції, які раніше здійснювала оптова торгівля. Відбувається інтеграція роздрібною торгівлі та виробництва.

2. Удосконалюються транспортні комунікації, зростає швидкість передачі інформації, а значить, зменшується «відстань» між власником торгової марки і споживачем, скорочується кількість проміжних ланок в ланцюгу розподілу.

3. Відбувається подальший (у напрямку до споживача) рух власників марки, що підсилює контроль за ціновою політикою. Розвивається інтеграція «вгору» по ланцюжку; особливо часто контроль над розподілом продукції переймають супермаркети; ступінь впливу роздрібної торгівлі постійно зростає.

4. Зміни в кількості і якості вільного часу споживачів, а точніше економія часу стає пріоритетнішою, ніж економія грошей. А цим вдало користуються всі роздрібні торговці починаючи від невеличких магазинів в сільській місцевості і закінчуючи величезними торговими центрами, де споживач може одночасно на одному місці задовольнити різнотипні потреби.

5. Вдосконалення транспортних комунікацій, механізація та автоматизація виробництва, інноваційні підходи в обслуговуванні вплинули на підвищення ефективності діяльності суб'єктів господарювання, однак зростає вагомість процесу самообслуговування кінцевих покупців.

Економічна діяльність спрямована на задоволення потреб, як окремих суб'єктів так і суспільства в цілому [9, с.157]. Сучасна маркетингова політика розподілу продукції підприємства повинна бути направлена на отримання прибутку у поточному періоді та на перспективу, створення позитивного іміджу підприємства на ринку (позитивної суспільної думки), забезпечення довгострокової ринкової стійкості та конкурентоспроможності підприємства шляхом максимального задоволення платоспроможного попиту споживачів.

Висновки. Отже, сучасна маркетингова політика розподілу продукції підприємства – це комплекс дій та заходів з укладання договорів, складування, підтримки товарно-матеріальних запасів, транспортування, безпосередньо збуту продукції та післяпродажного обслуговування споживачів з метою максимального задоволення вимог ринку (потреб покупців та споживачів) та ефективного продажу виготовленої продукції (мінімізації витрат на реалізацію).

Література.

1. **Антощенко В.В.** Маркетинг промислового підприємства, як симбіоз виробничо-економічних відносин / **В.В. Антощенко, С.Є. Ткаченко, О.М. Нікітіна** // Вісник Харківського національного технічного університету сільського господарства. Економічні науки. – Х. : ХНТУСГ, 2016. – Вип. 177. – С. 166-175.

2. **McKinnon C. Alan.** Physical Distribution Systems [Electronic resource] / **Alan C. McKinnon.** – Routledge, London, 1989. – Access mode: <http://books.google.ru/books?id=>

tMcOAAAAQAAJ&printsec=frontcover&dq=distribution+mckinnon&hl=ru&sa=X&ei=7qvyT_3RAeSM4gTu9py6CQ&ved=0CDAQ6AEwAA#v=onepage&q=distribution%20mckinnon&f=false.

3. **Антощенко В.В.** Молокопереробна промисловість України: минуле та сучасність / **В.В. Антощенко** // Вісник Харківського національного технічного університету сільського господарства: Економічні науки. – 2015. – Вип. 161. – С. 74-81.

4. **Біловодська О.А.** Маркетингова політика розподілу та збуту: дослідження сутності, ролі та значення / **О.А. Біловодська** // Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2017. – № 2 – С. 85-97.

5. **Крикавський Є.В.** Маркетингова політика розподілу / **Є.В. Крикавський, Н.С. Косар, А. Чубала**. – Львів : Видавництво Національного університету «Львівська політехніка», 2009. – 232 с.

6. **Гречуха А.О.** Складові сучасної маркетингової політики розподілу продукції підприємства / **А.О. Гречуха** // Економіка і суспільство. – 2016. – № 4. – С. 132-137.

7. **Кальченко А.Г.** Логістика / **А.Г. Кальченко**. – К.: КНЕУ, 2003. – 284 с

8. **Біловодська О.А.** Маркетингова політика розподілу: [навчальний посібник] / О.А. Біловодська. – К. : Знання, 2011. – 495 с.

9. **Квятко Т.М.** Співвідношення категорій «ефективність» та «конкурентоспроможність»: теоретичні засади досліджень, загальні риси та особливості / **Т.М. Квятко** // Вісник Харківського національного аграрного університету ім. В.В. Докучаєва. Економічні науки. – 2014. – № 3. – С. 157-162.

References.

1. **Antoshhenkova V.V., Tkachenko S.Je., Nikitina O.M.** (2016). Marketing promyslovogo pidpryemstva, jak symbioz vyrobnycho-ekonomichnyh vidnosyn [Marketing of an industrial enterprise, as a symbiosis of industrial-economic relations]. *Visnyk Harkiv's'kogo nacional'nogo tekhichnogo universytetu sil's'kogo gospodarstva. Ekonomichni nauky* – *Visnyk Kharkiv National Agrarian University. Economic science*, Issue 177, pp. 166-175 [in Ukrainian].

2. **McKinnon C. Alan** (1989). Physical Distribution Systems. Routledge, London. Retrieved from http://books.google.ru/books?id=tMcOAAAAQAAJ&printsec=frontcover&dq=distribution+mckinnon&hl=ru&sa=X&ei=7qvyT_3RAeSM4gTu9py6CQ&ved=0CDAQ6AEwAA#v=onepage&q=distribution%20mckinnon&f=false [in English].

3. **Antoshhenkova V.V.** (2015). Molokopererobna promyslovist' Ukraïny: mynule ta suchasnist' [Dairy Industry of Ukraine: Past and Present]. *Visnyk Harkiv's'kogo nacional'nogo tekhichnogo universytetu sil's'kogo gospodarstva. Ekonomichni nauky* – *Visnyk Kharkiv National Agrarian University. Economic science*, Issue 161, pp. 74-81 [in Ukrainian].

4. **Bilovods'ka O.A.** (2017). Marketingova politika rozpodilu ta zbutu: doslidzhennja sutnosti, roli ta znachennja [Marketing distribution and Marketing policy: an essence, role and measurement]. *Marketing i menedzhment innovacij – Marketing and innovation management*, No 2, pp. 85-97 [in Ukrainian].

5. **Krykavskyy Ye.V., Kosar N.S., Chubala A.** (2009). *Marketyngova polityka rozpodilu* [Marketing distributive policy]. Lviv: Lvivska politehnika, p. 232 [in Ukrainian].

6. **Grechukha A.O.** (2016). Skladovi suchasnoi marketynhovoi polityky rozpodilu produktsii pidpriemstva [The components of modern marketing distribution policy]. *Ekonomika i suspilstvo – Economy and Society*, No 4, pp. 132-137. Retrieved from http://www.economyandsociety.in.ua/journal/4_ukr/20.pdf [in Ukrainian].

7. **Kalchenko A.G.** (2003). *Lohistyka* [Logistics]. Kyiv: KNEU, p. 284 [in Ukrainian].

8. **Bilovods'ka O.A.** (2011). *Marketyngova polityka rozpodilu: naveden'ny posibnyk* [Marketing distribution policy]. Kyiv: Znannja, p. 495 [in Ukrainian].

9. **Kvjatko T.M.** (2014). Spivvidnoshennja kategorij «efektyvnist'» ta «konkurentospromozhnist'»: teoretychni zasady doslidzen', zagal'ni rysy ta osoblyvosti [The correlation of categories «efficiency» and «competitiveness»: theoretical foundations of research, general features and features]. *Visnyk Harkivs'kogo nacional'nogo agrarnogo universytetu im. V.V.Dokuchajeva. Ekonomichni nauky – Visnyk Kharkiv National Agrarian University of V. Dokuchaev. Economic science*, No 3, pp. 157-162 [in Ukrainian].

Анотація.

Антощенкова В.В. Сучасна маркетингова політика розподілу продукції підприємства: актуальність та перспективи.

В статті розглядаються основні теоретичні засади та практичні рекомендації сучасної маркетингової політики розподілу. Серцевиною всіх підприємницьких рішень і дій є потреби споживачів, тож на кожному етапі маркетингової діяльності, кожен інструмент маркетингу повинен бути спрямований саме на задоволення покупців та споживачів, з метою максимізації прибутку. Сучасна маркетингова політика розподілу являє собою комплекс дій та заходів з укладання договорів, складування, підтримки товарно-матеріальних запасів, транспортування, безпосередньо збуту продукції та післяпродажного обслуговування споживачів з метою максимального задоволення вимог ринку та ефективного продажу виготовленої продукції.

Ключові слова: маркетинг, маркетингова політика розподілу, збут, логістика, дистрибуція.

Аннотация.

Антощенкова В.В. Современная маркетинговая политика распределения продукции предприятия: актуальность и перспективы.

В статье рассматриваются основные теоретические основы и практические рекомендации современной маркетинговой политики распределения. Сердцевиной всех

предпринимательских решений и действий являются потребности потребителей, поэтому на каждом этапе маркетинговой деятельности, каждый инструмент маркетинга должен быть направлен именно на удовлетворение требований покупателей и потребителей, с целью максимизации прибыли. Современная маркетинговая политика распределения представляет собой комплекс действий и мероприятий по заключению договоров, складированию, поддержке товарно-материальных запасов, транспортировке, непосредственно сбыту продукции и послепродажного обслуживания потребителей с целью максимального удовлетворения требований рынка и эффективной продажи изготовленной продукции.

Ключевые слова: маркетинг, маркетинговая политика распределения, сбыт, логистика, дистрибуция.

Abstract.

Antoshchenkova V.V. The modern marketing policy of distribution of production of the enterprise: urgency and prospects.

The main theoretical bases and practical recommendations of modern marketing distribution policy are considered in the article. The core of all entrepreneurial decisions and actions are the needs of consumers, therefore at every stage of marketing activities, every marketing tool should be aimed precisely at meeting the requirements of buyers and consumers, in order to maximize profits. Modern marketing distribution policy is a set of actions and activities for concluding contracts, storing, supporting inventory, transporting, directly marketing products and after-sales service to consumers in order to maximize the satisfaction of market requirements and effective sales of manufactured products.

Key words: marketing, marketing distribution policy, sale, logistics, distribution.

УДК 338.46

МЕНЕДЖМЕНТ ПІДПРИЄМСТВ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ

**АРТЕМЕНКО О.О., К.Е.Н., ДОЦЕНТ,
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
СІАЬСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА ІМЕНІ ПЕТРА ВАСИЛЕНКА
ЦЮПАК М.А., ВИКЛАДАЧ,
ПВНЗ «ХЕРСОНСЬКИЙ ЕКОНОМІКО-ПРАВОВИЙ ІНСТИТУТ»**

Постановка проблеми у загальному вигляді. Туристична галузь в Україні за останні роки переживає жваве становлення на новому рівні. Та все ж не на відповідному рівні, ця перспективна галузь, оцінюється в політичному, економічному та соціальному житті суспільства та потребує підтримки держави.

Аналіз останніх досліджень і публікацій засвідчує, що найбільше уваги цим питанням приділяється у роботах провідних науковців В.К. Бабарицької, М.П. Мальської, І.М. Школи, Є.Н. Сапожнікової, М.Б. Біржакова, В.А. Квартальнова, М.С. Кагана, Є.А. Драчева. В своїх працях вони зазначають що розвиток туристичної галузі хоча і визнано перспективним та пріоритетним напрямком в розвитку економіки України, рішення організаційних та фінансових проблем галузі слід приділяти більше уваги, для отримання високорентабельної галузі на загальнонаціональному рівні потрібна державна підтримка і контроль за діяльністю підприємств.

Формулювання цілей статті. При визначенні напрямку розвитку туристичної галузі необхідно всебічно враховувати національну та міжнародну туристичну діяльність, яка є необхідною частиною плідних перетворень в розвитку галузі. Особливі перетворення повинні відбуватися в гармонічному розвитку особистості: визнанні рівноправності людини; в визначенні своєї долі; права людини на повагу її гідності та індивідуальності; визнанні самобутності культури та поваги моральних цінностей народів.

Звідси, в умовах Європейського напрямку розвитку держави. необхідно приділяти важливу увагу консолідації національних сил з ціллю розвитку вітчизняного та міжнародного туризму та відпочинку, заснованого на широкому використанні різними прошарками населення відпусток та подорожування для гармонічного розвитку туризму. У наш час важко назвати більш важливу і багатогранну сферу діяльності, чим управління, або менеджмент, від якого в значній мірі залежать і ефективність виробництва, і якість обслуговування населення.

Туристична грамотність професіоналів в сфері відпочинку є одним з важливіших їх завдань. Вміння правильно організувати та керувати сучасним туризмом потребує безперервного навчання спеціалістів і персоналу.

Виклад основного матеріалу дослідження. Закон України «Про туризм» №1193-УІІ (1193 - 18) від 15.01.2015 визначає загальні правові, організаційні та соціально-економічні засади реалізації державної політики України в галузі туризму та спрямований на забезпечення закріплених Конституцією України (254к/96-ВР) прав громадян на відпочинок, свободу пересування, охорону здоров'я, на безпечне для життя і здоров'я довкілля, задоволення духовних потреб та інших прав при здійсненні туристичних подорожей. Він встановлює засади раціонального використання туристичних

ресурсів та регулює відносини, пов'язані з організацією і здійсненням туризму на території України. Відповідно Закону України «Про туризм», виділяють такі організаційні форми туризму: міжнародний і внутрішній туризм. Для більш якісного визначення туризму UNWTO запропонувала виділити три форми туризму: внутрішній; в'їзний; виїзний.

Внутрішній туризм характерний для населення країни, яке подорожує по своїй країні (регіону, дестинації). Даний тип туризму впливає на розвиток економіки, впливаючи таким чином на перенаправлення доходів між регіонами країни. Важливими умовами розвитку даної форми туризму є наявність необхідних засобів прийому та певний рівень обслуговування туристів та відповідний рівень розвитку внутрішньої інфраструктури (транспорт, зв'язок, шляхи). Виїзний туризм (зарубіжний, туризм за кордон) – це виїзд та подорож населення певної країни (регіону) по іншій країні (регіону). В'їзний туризм – це прибуття та подорож по країні (регіону) осіб, які не є її жителями. В'їзний туризм (іноземний) – це активний туризм, адже створює приплив іноземної валюти, а виїзний туризм – це пасивний туризм, оскільки валюта в даному разі вивозиться за кордон. В'їзний туризм ідентифікується як пріоритетний вид туризму, напрямку розвитку туристичної (національної) економіки [1].

Менеджмент туризму являє собою складну систему взаємопов'язаних предметів, цінностей, дисциплін і методів яка направлена на подолання незчисленних різних за величиною проблем туристичної діяльності. Постійний пошук більш ефективних управлінських рішень, концепцій і процесів необхідний для подолання перешкод на шляху розвитку туризму. У зарубіжних країнах накопичений значний досвід управління в області промисловості, торгівлі, кооперації, сільського господарства, туризму і т.п. внаслідок безпосередньої участі людей в управлінській діяльності. Він збагачується за рахунок знань основ науки управління, світових досягнень в практичній організації економічних і соціальних процесів.

Менеджмент зумовлений такими базисними чинниками, як тип власності, форма державного устрою, міра розвитку ринкових відносин. Тому розвиток сучасного менеджменту в умовах ринкової економіки в значній мірі залежить від цих чинників.

Багатогранність форм власності формує економічний базис для розвитку різноманітних форм підприємницької діяльності в галузі туризму. У структурі туристичного бізнесу в Україні переважають підприємства малі та середні, що ефективно впливає на можливості

національної економіки держави.

Найкращим якісним описанням ключових характеристик малого підприємства залишається використане Болтонським комітетом у доповіді по малих підприємствах 1971 року. В ній стверджувалося, що мале підприємство є самостійним бізнесом, який управляється власником чи співвласниками і має невелику частку ринку.

У західноєвропейських наукових джерелах наводяться й інші характеристики малого бізнесу, що є характерними для туризму:

1) єдність права власності і безпосереднього управління підприємством;

2) персоніфікований характер відносин між роботодавцем і працівниками, який сприяє дієвій мотивації персоналу та вищому рівню його задоволення працею;

3) переважно сімейне володіння [4].

Отже, в сучасній ринковій економіці індустрія туризму впевнено займає лідируючі позиції як на світовому економічному просторі, так і на теренах України. Туристична діяльність як складна економічна категорія – це багатогранне явище, яке охоплює такі основні концептуальні елементи:

– туристична діяльність відображає активний характер людської діяльності, поведінки, активності;

– туристична діяльність розвивається за допомогою таких потужних стимулів, як людські потреби;

– туристична діяльність як важлива сфера бізнесової діяльності вказує на те, що кожний господарюючий суб'єкт може реально оцінювати як власний фінансовий стан, так і фінансовий стан потенційних партнерів або контрагентів;

– туристична діяльність безпосередньо здійснює вплив на зростання продуктивності праці в різних галузях виробництва залежно від характеру праці, покращуючи таким чином ефективність туризму.

Термін «менеджмент» походить від англійського «to manage» і означає «керувати», «очолювати», «завідувати», «бути здатним впоратися з чимось, якоюсь проблемою».

Фундаментальний Оксфордський словник англійської мови дає таке тлумачення поняттю категорії менеджменту:

Менеджмент - це, по-перше, спосіб і манера спілкування з людьми. Способи спілкування формулює наука, їх можна вивчати і навіть натренуватися ефективно використовувати. Широко відомі, наприклад, правила ефективного проведення ділових нарад,

переговорів, ведення телефонних бесід тощо. Щодо манери спілкування - то це частина мистецтва менеджменту, його менеджер має опанувати самостійно.

По-друге, влада і мистецтво керівництва. Це – авторитет посади, обов'язок підлеглих виконувати розпорядження керівника; авторитет особи керівника, якого слухаються тому, що він пропонує більш продумані рішення, які сприяють досягненню цілей організації.

По-третє, особливого роду вміння і адміністративні навички, які дають змогу організувати ефективну роботу апарату управління, що складається з численних служб і кваліфікованих працівників.

По-четверте, органи управління, адміністративні одиниці.

У загальному вигляді менеджмент слід представляти як науку і мистецтво перемогати, вміння добиватися поставлених цілей, використовуючи працю, мотиви поведінки та інтелект людей. Йдеться про цілеспрямований вплив на людей з метою перетворення неорганізованих елементів у ефективну і продуктивну силу. Іншими словами, менеджмент - це людські можливості, за допомогою яких лідери використовують ресурси для досягнення стратегічних і тактичних цілей організації.

Менеджмент є складовим елементом управління і порівняно з ним охоплює відносно вузьку сферу, що включає соціальні системи (людей), метою яких може бути виробництво товарів та їхня реалізація, надання різноманітних послуг споживачам у рамках певної організації. Для досягнення цієї мети у менеджменті застосовується сукупність функцій, принципів, методів, засобів, за допомогою яких відбувається цілеспрямований вплив на соціальні системи (людей). Здійснити це можна лише через процес планування організації, мотивації та контролю дій, застосовуючи відповідні принципи, методи та засоби впливу на об'єкти управління.

Суб'єктами туристичної діяльності відповідно до Закону є:

– туристичні оператори (туроператори) – юридичні особи, створені згідно із законодавством України, для яких виключною діяльністю є організація та забезпечення створення туристичного продукту, реалізація та надання туристичних послуг, а також посередницька діяльність із надання характерних та супутніх послуг і які в установленому порядку отримали ліцензію на туроператорську діяльність;

– туристичні агенти (турагенти) – юридичні особи, створені згідно із законодавством України, а також фізичні особи - суб'єкти підприємницької діяльності, які здійснюють посередницьку діяльність

з реалізації туристичного продукту туроператорів та туристичних послуг інших суб'єктів туристичної діяльності, а також посередницьку діяльність щодо реалізації характерних і супутніх послуг і які в установленому порядку отримали ліцензію на турагентську діяльність;

- інші суб'єкти підприємницької діяльності, що надають послуги з тимчасового розміщення (проживання), харчування, екскурсійних, розважальних та інших туристичних послуг;

- гіді-перекладачі, екскурсоводи, спортивні інструктори, провідники та інші фахівці туристичного супроводу – фізичні особи, які проводять діяльність, пов'язану з туристичним супроводом, і які в установленому порядку отримали дозвіл на право здійснення туристичного супроводу, крім осіб, які працюють на відповідних посадах підприємств, установ, організацій, яким належать чи які обслуговують об'єкти відвідування;

- фізичні особи, які не є суб'єктами підприємницької діяльності та надають послуги з тимчасового розміщення (проживання), харчування тощо.

В Україні такого роду діяльність здійснюється туристичними агентствами, бюро подорожей, бюро екскурсій, туристичними операторами, готелями, мотелями, кемпінгами, туристичними базами та іншими організаціями.

Таким чином, підприємець, що бажає вступити в цю галузь, має великий вибір у формах організації туристичної діяльності. До основних категорій менеджменту належать поняття організації процесу і функцій управління, принципів і методів менеджменту, стилів і культури керівництва (лідерства), комунікації тощо. Управління і економіка як сфери діяльності і як наукові дисципліни нерозривні. У управлінській діяльності використовуються пізнані економічною наукою закони і закономірності поведінки людей при виробництві, обміні, розподілі і споживанні матеріальних благ. У тієї ж час повсякденна організаційна і управлінська діяльність людей, результати управлінських рішень, відображаючи об'єктивні умови економіки, що розвивається, служать основою для розвитку економічної науки.

Вирішальним чинником виробництва стають інформація, наукове знання, ефективний розвиток і використання яких вимагають забезпечення до них широкого доступу. Зміну ролі чинників виробництва і нові управлінські підходи обумовлюють необхідність перегляду змісту і ролі таких економічних категорій, як заробітна плата, прибуток, капітал і ін.

Нові підходи до управління підприємством, сприяючи успіху в конкуренції, передбачають стимулювання творчої енергії працівників, залучення їх до прийняття рішень на різних рівнях управління. Головним стає людський капітал.

Управління підприємствами (менеджмент в мікроекономіці) по мірі розвитку ринкової економіки всі в більшій мірі залежить від економічної політики держави (менеджмент в макроекономіці).

У управлінні головним чинником стають стратегічні рішення, підвищується соціальна відповідальність управлінців всіх рівнів перед суспільством і працівниками керованих підприємств. Сучасний менеджмент стає наукоємною сферою діяльності, і все в більшій мірі вимагає високого професіоналізму і різносторонніх знань.

Найважливішою функцією управління підприємством є планування його діяльності.

Планування являє собою процес визначення цілей, яке підприємство передбачає досягти за певний період, а також засобів, шляхів та умов її досягнення.

Планування об'єднує структурні підрозділи підприємства загальною метою, надає усім процесам однаправленість і координованість, що дозволяє найбільш повно і ефективно використовувати ресурси, комплексно, якісно та швидко вирішувати різноманітні завдання.

Під плануванням розуміють вид управлінської діяльності, який визначає перспективу та майбутній стан організації. З допомогою планування створюється орієнтир майбутньої діяльності організації. Загальна мета внутрішньої координації діяльності підприємства скласти уяву про дійсний стан справ на підприємстві, визначити власні сильні та слабкі сторони і досягти бажаного результату.

Фахівці ринкової економіки виділяють такі позитивні результати формального планування:

- воно примушує керівників перспективно мислити;
- змушує чітко визначити свої завдання;
- робить підприємство більш підготовленим до ринкових змін;
- дає можливість застосувати контроль.

Організація – це процес координації завдань підприємства і дій працівників. Організація має два аспекти. Перший з них – створення структури підприємства, яка б відповідала меті його діяльності, розподіл ресурсів за підрозділами. Другий аспект – узгодження повноважень. Виділяють такі організаційні структури:

- Лінійну;

- Функціональну;
- Лінійно-функціональну;
- Матричну.

Ліцензування туристичної діяльності з метою створення рівних можливостей суб'єктам туристичної діяльності на ринку туристичних послуг та забезпечення захисту прав і законних інтересів громадян, захисту навколишнього природного середовища, підвищення рівня туристичного обслуговування здійснюється ліцензування туроператорської діяльності.

Суб'єкт підприємницької діяльності, який отримав ліцензію на туроператорську діяльність, має виключне право на надання послуг з оформлення документів для виїзду за межі України. Туроператор може здійснювати також і турагентську діяльність.

Дуже часто добре розроблені плани залишаються не реалізованими. Не досить визначити, хто конкретно, які дії і в які строки має виконати, треба ще належним чином скоординувати працю підлеглих для ефективного виконання дорученої справи.

Ефективність виробничо-господарських та управлінських процесів у кінцевому підсумку визначається не тільки цілями, правильно визначеними плановими орієнтирами чи якісно розробленими рішеннями та обґрунтованими діями з виконанням їх, а й залежить від людей, які втілюють у життя цілі соціально-економічної системи, реалізують плани та виконують прийняті рішення. Людей можна примусити виконувати те чи інше рішення, ту чи іншу роботу. Однак примусове виконання їх має певні межі, як правило, визначені системою організації спільної праці та контролю за її здійсненням.

Сучасна філософія менеджменту в основу впливу на людей покладає не примус, а мотиваційні регулятори, побудовані на врахуванні психологічних особливостей людини.

Мотивація – це управлінська діяльність, яка забезпечує процес спонукання себе та інших працівників на дії, спрямовані на досягнення особистих цілей або цілей організації.

Мотивація потрібна для ефективного виконання робіт і реалізації управлінських рішень. Поза мотивацією ніяка цілеспрямована діяльність неможлива.

Для того, щоб одержати найкращі результати, процвітаючі бізнесмени знаходять правильні відповіді на такі питання:

- Якого поводження я хочу домогтися від своїх підпорядкованих?
- Як я визначаю ефективне поводження?
- Як я зможу його винагородити?

Взагалі говорячи, в ефективному менеджменті застосовуються принаймні 8 засобів винагороди, які повинні застосовуватись в галузі туризму.

Гроші. Стимулююча роль грошей особливо ефективна, коли підприємства винагороджують своїх співробітників у залежності від виконання роботи й одержання конкретних результатів, а не за відсиджений на робочому місці час.

Стимулююча роль грошей знижується, коли уряд вводить прогресивний податок на заробітну плату. Робітники не зацікавлені працювати надурочно і з більшою віддачею, якщо половина прибутку йде в кишеню не до них, а до держави.

Схвалення. Схвалення є ще більш потужним засобом винагороди, чим гроші, що, звісно завжди будуть багато значити у світі праці. Майже всі люди позитивно реагують, якщо почувають, що їх цінують і шанують. На думку Мері Кэй Еш, власниця процвітаючої фірми «Мері Кэй Косметікс», є тільки дві речі, котрі люди хочуть більше, чим сексу і грошей – це схвалення і похвала. Система винагороди в її фірмі заснована на оплаті за виконання і за перевиконання, що приносить їй величезний прибуток (у 1983 році \$ 600 млн.).

Дія. Службовці, що придбають акції і стають співвласниками, поводяться як власники. Для того, що б використовувати цей засіб винагороди, підприємство повинно робити конкурентоспроможний товар, використовувати групове прийняття управлінського рішення замість авторитарного і консультативного і мати відкриті канали спілкування між вищим керівництвом і безпосередніми виконавцями. Дослідження Університету штату Мічиган показали, що використання цього засобу винагороди може в 1,5 разу підвищити прибуток фірми.

Винагорода вільним часом. Це допоможе утримати співробітників від формування навички витрачати час попусту і дозволить співробітнику більше витрачати часу на себе і свою сім'ю, якщо він буде справлятися з роботою раніш відведеного терміну.

Порозуміння і прояв інтересу до робітника. Цей засіб винагороди найбільш значимий для ефективних співробітників-професіоналів, і жадає від топ менеджерів гарного неформального контакту зі своїми підлеглими, а також знання того, що хвилює і цікавить підлеглих.

Просування по службовій драбині і особистий ріст. Цей засіб винагороди потребує серйозних фінансових витрат вищого керівництва, але саме він дозволяє в даний час таким компаніям, як

«IBM», «Digital equipment Corp.», «General Motors», зберігати лідируюче положення на ринку в США.

Надання самостійності і улюбленої роботи. Цей засіб особливо вдалий тоді, коли робітники прагнуть стати ефективними співробітниками-професіоналами, але відчують над собою прес контролю і регламентації або почувають, що іншу роботу вони виконували б набагато професійніше, із більшою віддачею і кращими результатами.

Призи. Цей засіб винагороди залежить від уяви і комерційних спроможностей керівництва компанії й ефективний тоді, коли треба зміцнити згуртованість, «почуття плеча до плеча» на вашій фірмі, що співробітники вважали б своїм другим будинком, а також у ті періоди спаду в економіці, коли існує дефіцит яких-небудь товарів.

Висновки. Центральний орган виконавчої влади, що забезпечує формування державної політики у сфері туризму та курортів: організує та забезпечує реалізацію державної політики в галузі туризму, виконання цього Закону та інших нормативно-правових актів; бере участь у підготовці проектів нормативно-правових актів у галузі туризму, у межах своєї компетенції розробляє і затверджує нормативно-правові акти, узагальнює практику застосування законодавства в галузі туризму, курортно-рекреаційної сфери, вносить пропозиції щодо його удосконалення; забезпечує реалізацію програм розвитку туризму в Україні; організує облік туристичних ресурсів України, забезпечує їх раціональне використання та охорону;

Виконавчі органи місцевого самоврядування в межах їх повноважень:

- розробляють проекти місцевих програм розвитку туризму і подають їх для затвердження відповідним місцевим радам;

- вживають заходів щодо виконання місцевих програм розвитку туризму;

- залучають на договірних засадах підприємства, установи і організації, розташовані на відповідній території, до розв'язання проблем розвитку місцевого туризму та підтримки туристичних ресурсів;

- організують проведення інвентаризації туристичних ресурсів місцевого значення;

- сприяють охороні і збереженню туристичних ресурсів; залучають місцеве населення до туристичної діяльності, створюючи нові робочі

місія; сприяють розвитку на відповідній території різних видів туризму.

Для забезпечення охорони туристичних ресурсів України, їх збереження та відновлення, раціонального використання, забезпечення безпеки туризму, конституційних прав громадян на відпочинок та інших прав громадян, патріотичного виховання органами державної влади та органами місцевого самоврядування в межах їх повноважень затверджуються державні цільові, регіональні та інші програми розвитку туризму.

Програми розвитку туризму затверджуються з метою реалізації довгострокових пріоритетів країни в галузі туризму і становлять комплекс взаємопов'язаних правових, економічних та організаційних заходів, спрямованих на реалізацію конституційних прав громадян, розвиток туристичної галузі. Державні цільові, регіональні та інші програми розвитку туризму повинні передбачати заходи щодо забезпечення безпеки в галузі туризму. Порядок формування, фінансування і реалізації регіональних та місцевих програм розвитку туризму визначається законом. З метою забезпечення прав та законних інтересів громадян – споживачів туристичних послуг туроператор та турагент зобов'язані здійснити фінансове забезпечення своєї цивільної відповідальності (гарантією банку або іншої кредитної установи) перед туристами.

Туроператор для покриття своєї відповідальності за збитки, що можуть бути заподіяні туристу в разі виникнення обставин його неплатоспроможності чи внаслідок порушення процесу про визнання його банкрутом, які пов'язані з необхідністю покриття витрат туриста з його повернення в місце проживання (перебування), відшкодування вартості ненаданих послуг, передбачених договором, повинен надати підтвердження фінансового забезпечення своєї відповідальності (гарантію банку або іншої кредитної установи) перед туристом, в установленому порядку.

Турагент для покриття своєї відповідальності за збитки, що можуть бути заподіяні туристу в разі виникнення обставин його неплатоспроможності чи внаслідок порушення процесу про визнання його банкрутом, та які пов'язані з необхідністю відшкодування вартості ненаданих послуг, передбачених договором, повинен надати підтвердження фінансового забезпечення своєї відповідальності (гарантію банку або іншої кредитної установи) перед туристом, в установленому порядку.

Література.

1. Закон України «Про туризм» від 18 листопада 2003 року [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/324/95-вр>
2. **Алмашій Я.І.** Теоретико-методологічні засади ефективної діяльності туризму в сучасній ринковій економіці / **А.І. Алмашій** // Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту. – 2012. – Випуск 2. – С. 34-38.
3. **Бабарицька В.К.** Менеджмент туризму. Туроперейтинг. Понятійно-теоретичні основи / **В.К. Бабарицька, О.Ю. Малиновська**. – К. : Альтерпрес, 2004. – 288 с.
4. **Зорин І.В.** Туризм как вид деятельности [Електронний ресурс] / **И.В. Зорин, Т.П. Каверина, В.А. Квартальнов**. – Режим доступу: http://tourlib.net/books_tourism/zorin01.htm
5. **Драчева Е.А.** Экономика и организация: международный туризм / **Е.А. Драчева, Ю.В. Забаев, Д.К. Исмаев**. – [3-е изд., испр. и доп.]. – М. : КНОРУС, 2007. – 576 с.
6. **Мальська М.П.** Основи туристичного бізнесу / **М.П. Мальська, В.Р. Худо, В.І. Цибух**. – Київ: Центр навч. л-ри, 2004. – 272 с.
7. Туристично-краєзнавчі дослідження: Збірник наукових статей. – Випуск 6. – К.: 2005. – 473 с.
8. **Балабанов И.Т.** Экономика туризма: [учебное пособие] / **И.Т. Балабанов, А.И. Балабанов**. – М.: Финансы и статистика, 2000. – 176 с.

References.

1. Zakon Ukrainy «Pro turyzm» vid 18 listopada 2003 roku [The law of Ukraine «On Tourism» from Of November 18, 2003]. (2003. 18 November). zakon.rada.gov.ua. Retrieved from <http://zakon.rada.gov.ua> [in Ukrainian].
2. **Almashij Ja.I.** (2012). Teoretiko-metodologichni zasady efektyvnoï dijial'nosti turizmu v suchasnij rynkovij ekonomici [Theoretical and methodological principles of effective tourism activity in the modern market economy]. *Visnik Chernivets'kogo torovel'no-ekonomichnogo institutu – Bulletin of the Chernivtsi Trade and Economic Institute*, Issue 2, pp. 34-38 [in Ukrainian].
3. **Babarić'ka V.K., Malinovs'ka O.Ju.** (2004). *Menedžment turizmu. Turoperėjting. Ponjatiĵno-teoretichni osnovi.* [Tourism Management. Touring. Conceptual and theoretical foundations.]. Kiev: Al'terpres, p. 288 [in Ukrainian].
4. **Zorin I.V., Kaverina T.P., Kvartal'nov V.A.** Turizm kak vid dejatel'nosti. [Tourism as a type of activity]. (n.d.). *tourlib.net*. Retrieved from http://tourlib.net/books_tourism/zorin01.htm [in Russian].
5. **Dracheva E.L., Zabaev Ju.V., Ismaev D.K.** (2007). *Jekonomika i organizacija: meždunarodnyj turizm* [Economy and organization: international tourism]. (3-d ed., ispr. i dop.). Moscow: KNORUS, p. 576 [in Russian].

6. **Mal's'ka M.P., Hudo V.R., Cibuh V.I.** (2004). *Osnovi turistichnogo biznesu* [Basics of tourism business]. Kiev: Centr navch. l-rі, p. 272 [in Ukrainian].

7. *Turistichno-kracnavchi doslidzhennja* [Tourist research studies]. (2005). *Zbirnik naukovih statej* – Collection of scientific articles, Issue 6. Kiev, p 473 [in Ukrainian].

8. **Balabanov I.T., Balabanov A.I.** (2000). *Ekonomyka turyzma* [Economy of tourism]. Moscow: Fynansy y statystyka, p. 176 [in Russian].

Анотація.

Артеменко О.О., Цюпак М.А. Менеджмент підприємств туристичної галузі.

В статті розглянуті питання які необхідно розглянути при визначенні напрямку розвитку туристичної галузі та які необхідно всебічно враховувати при організації національної та міжнародної туристичної діяльності, яка є необхідною частиною плідних перетворень в розвитку галузі. Особливі перетворення повинні відбуватися в гармонічному розвитку особистості: визнанні рівноправності людини; в визначенні своєї долі; права людини на повагу її гідності та індивідуальності; визнанні самобутності культур та поваги моральних цінностей народів. Центральний орган виконавчої влади, що забезпечує формування державної політики у сфері туризму та курортів: організує та забезпечує реалізацію державної політики в галузі туризму, виконання цього Закону та інших нормативно-правових актів; бере участь у підготовці проектів нормативно-правових актів у галузі туризму.

Ключові слова: туризм, менеджмент,, організація мотивація, фінансування. турагент, туropератор.

Аннотация.

Артеменко А.А., Цюпак М.А. Менеджмент предприятий туристической отрасли.

В статье рассмотренные вопросы которые необходимо рассмотреть для определения направления развития отрасли туризма и которые необходимо всесторонне учитывать при организации национальной, и международной туристической деятельности, которая является составляющей частью существенных преобразований в развитии отрасли. Существенные преобразования должны осуществляться в гармоническом развитии личности :признания равноправия человека; в определении своей судьбы; права человека на уважение ее достоинства и индивидуальности; признание самобытности культур и уважения моральных ценностей культур. Центральный орган исполнительной власти, обеспечивающий формирование государственной политики в сфере туризма и курортов: организует и обеспечивает реализацию государственной политики в области туризма, выполнения этого Закона и других нормативно-правовых актов; участвует в подготовке проектов нормативно-правовых актов в области туризма.

Ключевые слова: туризм, менеджмент,, организация мотивация, финансирования. турагент, туropератор.

Abstract.

Artemenko A.A., Tsiupak M.A. Management of enterprises of tourism industry.

The article discusses the issues that need to be considered to determine the direction of development of the tourism industry and which need to be fully taken into account when organizing national and international tourism activities that are part of the significant transformations in development are grown. Significant transformations must be carried out in the harmonious development of the individual: the recognition of human equality; In the determination of one's destiny; Human rights to respect for its dignity and individuality; Recognition of the identity of cultures and respect for the moral values of cultures. Central body of executive power, which provides formation of state policy in the field of tourism and resorts: organizes and ensures implementation of state policy in the field of tourism, the implementation of this Law and other regulatory legal acts; Participates in drafting legal acts in the field of tourism.

Key words: *tourism, management, organization of motivation, financing. Travel agent, tour operator.*

УДК 339.5

ТОРГІВЛЯ ЯК ОДНА З ПРОВІДНИХ ФОРМ МІЖНАРОДНИХ ЕКОНОМІЧНИХ ВІДНОСИН УКРАЇНИ

**БАБАН Т.О., СТАРШИЙ ВИКАДАЧ,
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
СІЛЬСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА ІМЕНІ ПЕТРА ВАСИЛЕНКА**

Постановка проблеми у загальному вигляді. Протягом багатьох десятиріч міжнародна торгівля залишається основною та однією з найбільш динамічних форм міжнародних економічних відносин. Однією з важливих форм прояву міжнародної торгівлі для кожної країни є експорт, який дає можливість використати свої порівняльні переваги та втілити свій експортний потенціал. Але існування будь-якого явища, в тому числі торгівлі, знаходиться під впливом різноманітних чинників, які потребують постійного дослідження та моніторингу для прийняття ефективних управлінських рішень.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Дослідженням різних аспектів питань розвитку експорту з теоретичної та практичної точки зору та позицій України на світовому ринку займалися такі науковці як В. Бойко, В. Власов, С. Квапа, І. Кобута, П. Саблук, О. Шпичак та інші.

Формулювання цілей статті. Метою статті є розгляд теоретичних питань, пов'язаних із функціонуванням та розвитком торгівлі, аналіз показників, що характеризують динаміку міжнародної торгівлі, визначення сучасних тенденцій та напрямів розвитку українського товарного експорту, а також виявлення чинників, що впливають на розвиток вітчизняного експорту.

Виклад основного матеріалу дослідження. В сучасних умовах розвитку світового господарства та міжнародних економічних відносин: глобалізації господарських зв'язків, поширення ринкових відносин, розвитку інтернаціоналізації, швидкого зростання обсягів світової торгівлі, розвитку інтеграційних процесів, здійснення експортної діяльності ставить принципово нові організаційно-економічні завдання перед економічними суб'єктами.

Експорт являється однією з важливих форм прояву міжнародної торгівлі, початковою стадією процесу інтернаціоналізації бізнесу. Його стратегічна роль полягає в тому, що він має бути засобом сприяння економічному зростанню, інструментом реалізації наявних та збільшення потенційних конкурентних переваг з метою наближення до економічного рівня провідних країн, налагодження економічних зв'язків з різними країнами, створення сприятливого міжнародного іміджу.

Експорт – це вивіз за межі країни товарів для реалізації їх на зовнішньому ринку або кількість та вартість вивезених за кордон товарів [1, с. 192]. Самуельсон та Нордхауз визначають експорт як товари та послуги, які виробляються всередині країни та продаються за кордон [2, с. 699]. Якщо розглядати експорт як важливий впливовий фактор економічного зростання та інтеграції країни у міжнародні економічні відносини та світове господарство, то він вже набуває ознак потенціалу, тобто прихованої здатності забезпечувати досягнення визначених цілей та вирішувати проблеми суспільного розвитку. Експорт деяких видів продукції, зокрема сільськогосподарської, може забезпечити не лише економічний розвиток окремої країни, а й сприяти вирішенню світової продовольчої проблеми.

Відповідно до Закону України «Про зовнішньоекономічну діяльність» експорт (експорт товарів) розглядається як продаж товарів українськими суб'єктами зовнішньоекономічної діяльності іноземним суб'єктам господарської діяльності (у тому числі з оплатою в негрошовій формі) з вивезенням або без вивезення цих товарів через митний кордон України, включаючи реекспорт товарів [3]. Відповідно до Митного кодексу України експорт – це митний режим, відповідно

до якого товари вивозяться за межі митної території України для вільного обігу без зобов'язання про їх повернення на цю територію та без встановлення умов їх використання за межами митної території України [4].

За даними Світового Банку в 2015 році збільшення експорту товарів та послуг в порівнянні з 2000 роком відбулося в 2,7 рази. В 2015 році світовий експорт товарів та послуг склав понад 21,3 трлн дол. США, що становить 29,4% світового ВВП.

Економіка України за показником відношення експорту товарів та послуг до ВВП є відкритою, адже близько 20% вироблених в Україні товарів та послуг спрямовується на експорт. За період з 2000 по 2015 роки експорт України зріс в 2,6 рази, а її частка у світовому експорті складає 0,23 %.

За період 2010-2015 рр. децю змінилась структура товарного експорту України, значно збільшилась питома вага сільськогосподарської продукції та продукції харчової промисловості (таблиця). Питома вага продукції рослинного походження збільшилась з 7,7 до 20,9%. Експорт мінеральних продуктів зменшився на 5 в.п., продукції хімічної промисловості – на 1,2 в.п., недорогоцінних металів та виробів з них – на 8,9 в.п., машин та обладнання – на 0,7 в.п., засобів наземного транспорту, літальних та плавучих засобів – на 4,5 в.п.

Існування, функціонування й розвиток будь-якого явища залежить як від внутрішньої будови, внутрішніх руйнівних сил, так і від умов, які впливають на нього ззовні. Система умов і факторів існування міжнародних економічних відносин створює середовище міжнародної економіки. Таке середовище впливає на всі, без винятку, процеси, що відбуваються у світовому господарстві. Торгівля, як одна з найбільш стрімко прогресуючих форм міжнародних відносин, також існує під впливом середовища міжнародної економіки. Таке середовище поділяється на внутрішнє та зовнішнє.

Внутрішнє середовище міжнародної економіки – це внутрішня будова системи міжнародних економічних відносин, яку разом з її законами функціонування й розвитку утворює набір таких елементів:

- зовнішньоекономічна діяльність країн та їхніх суб'єктів;
- управління міжнародними економічними процесами, регулювання міжнародної економічної взаємодії;
- форми та рівні міжнародних економічних відносин;
- внутрішні закони розвитку міжнародної економіки, тобто ті явища і процеси, що відбуваються у світовій економіці й мають чіткий причинно-наслідковий характер.

Структура товарного експорту України

Назва товарів	Питома вага, %	
	2010 р.	2015 р.
1. Живі тварини; продукти тваринного походження	1,5	2,2
2. Продукти рослинного походження:	7,7	20,9
в т.ч.: зернові культури	4,8	15,9
насіння і плоди олійних рослин	2,1	3,9
3. Жири та олії тваринного або рослинного походження	5,1	8,7
4. Готові харчові продукти:	5,0	6,5
в т.ч.: залишки і відходи харчової промисловості	0,9	2,6
5. Мінеральні продукти:	13,1	8,1
в т.ч.: руди, шлак і зола	5,0	5,8
6. Продукція хімічної та пов'язаних з нею галузей промисловості:	6,8	5,6
в т.ч.: продукти неорганічної хімії	2,2	2,5
добрива	1,8	1,4
7. Полімерні матеріали, пластмаси та вироби з них	1,3	1,1
8. Деревина і вироби з деревини	1,6	2,9
9. Маса з деревини або інших волокнистих целюлозних матеріалів	1,8	1,6
10. Текстильні матеріали та текстильні вироби	1,4	1,7
11. Недорогоцінні метали та вироби з них:	33,7	24,8
в т.ч.: чорні метали	28,4	21,2
12. Машини, обладнання та механізми; електротехнічне обладнання:	11,0	10,3
в т.ч.: реактори ядерні, котли, машини	6,1	5,1
електричні машини	4,9	5,2
13. Засоби наземного транспорту, літальні апарати, плавучі засоби	6,3	1,8

Зовнішнє середовище міжнародної економіки – це система зовнішніх умов, у яких розвиваються міжнародні економічні відносини, та система факторів, що формують мікро- та макромотивацію поведінки суб'єктів світогосподарської взаємодії й визначають ефективність їхньої участі в міжнародному поділі праці.

Зовнішнє середовище характеризується певною структурою. За характером воно має такий поділ:

- умови та фактори прямої (безпосередньої) дії;
- умови та фактори непрямої (опосередкованої) дії.

Умови та фактори прямої дії характеризуються тим, що міжнародні економічні відносини без них не можуть ефективно здійснюватись (міжнародні організації, торгові представництва, міжнародні правові норми). Навколишнє середовище міжнародних економічних відносин як система факторів безпосереднього впливу на існування й розвиток світової економіки називається інфраструктурою міжнародних економічних відносин. Завданням інфраструктури є забезпечення безперешкодного функціонування об'єктів і суб'єктів міжнародної економіки та спрямованість на оптимізацію їхньої взаємодії.

Умови та фактори непрямої дії характеризуються тим, що їх зміни безпосередньо й одразу не впливають на розвиток міжнародних економічних відносин (розробка нових родовищ корисних копалин, політичні події, наукові відкриття, збільшення або зменшення рівня народжуваності тощо).

Тобто експорт базується як на національному підході та визначається можливостями виробництва, так і на врахуванні конкурентних умов світового ринку щодо реалізації виробленої експортної продукції.

У науковій літературі пропонуються різноманітні способи класифікації чинників, що впливають на експорт та експортний потенціал. Один зі способів виділення таких чинників – за ознакою об'єкту маркетингового середовища підприємства. Виділяють такі групи чинників: характеристики підприємства (розмір, міжнародна компетентність, кількість менеджерів з міжнародним досвідом тощо), продукту, галузі та експортного ринку; психологічні характеристики та переваги менеджменту; вибір цільового ринку та сегменту.

Використовується також поділ чинників на контрольовані та неkontrolьовані підприємством, що займається експортом. Kontrolьованими можна вважати ті, які підприємства можуть змінити в необхідному для себе векторі. Наприклад, технологія, обсяги виробництва, якість товару, кадровий потенціал, маркетингова стратегія тощо. Некontrolьовані підприємством, в свою чергу можна розділити на контрольовані та неkontrolьовані державою. До kontrolьованих державою можна віднести ті, які держава може змінити з метою покращення ефективності експорту підприємства: зовнішньоторговельну політику, експортну стратегію, рівень інфляції, валютні коливання, рівень підтримки експорту, рівень розвитку ринкової інфраструктури. До неkontrolьованих державою – кліматичні умови, техногенні чинники, кон'юнктура зарубіжних ринків, соціально-культурні чинники.

Чинники, які впливають на розвиток експорту можна також поділити за оцінкою ознаки дискретність – безперервність. Але таку характеристику, на нашу думку, можна застосовувати не до всіх чинників, а лише до тих, які можуть бути зведені до одночасної вимірної властивості або вимірного показника, або вибору одного варіанту з декількох. Чинники можна охарактеризувати за допомогою часового інтервалу, протягом якого вони діють постійно чи тимчасово. До перших можна віднести географічне положення, до других – експортну стратегію підприємства, виробничо-технологічні умови, якість кадрів тощо.

Висновки. Зазначені чинники можуть по-різному впливати на експорт окремих підприємств та країни в цілому: можуть сприяти його збільшенню або спричиняти його зниження, в залежності від тих чи інших умов. Так ефективна державна політика буде сприяти розвитку експорту, а неефективна навпаки буде стримувати його розвиток.

Необхідною умовою для ефективного розвитку експорту є постійний моніторинг зазначених чинників для своєчасного реагування на можливі ризики, корегування обсягів експорту та його стратегічних напрямків.

Література.

1. Словник інішмовних слів / Уклад.: **С.М. Морозов, А.М. Шкаралуца**. – К. : Наук. Думка, 2000. – 192 с.
2. **Самуельсон П.** Экономика / **П. Самуельсон, В. Нордхауз**, пер. с англ. – М. : БИНОМ, 1997. – 699 с.
3. Про зовнішньоекономічну діяльність: Закон України від 16.04.1991 № 959-ХІІ [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/959-12>
4. Митний кодекс України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/4495-17>
5. **Мазаракі А.А.** Регуляторна політика у сфері зовнішньої торгівлі: [монографія] / **А.А. Мазаракі, Т.М. Мельник**. – К. : Київ. Нац. торг.-ек. ун-т, 2010. – 470 с.
6. **Циганкова Т.М.** Міжнародний маркетинг: теоретичні моделі та бізнес-технології: [монографія] / **Т.М. Циганкова**. – К. : КНЕУ, 2004. – 400 с.
7. **Branch A.E.** Element of Export Marketing and Management. – Second edition. Charman and Hall, 1990. – 316 p.
8. Офіційний сайт Державної служби статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>

References.

1. **Morozov S.M., Shkaralupa L.M.** (Compiler) (2000). *Sloynyk inshomovnykh sliv* [Dictionary of foreign words]. Kiev: Naukova Dumka, p. 192 [in Ukrainian].
2. **Samuelson P., Nordhaus V.** (1997). *Ekonomika* [Economy] (Trans). Moscow: BINOM, p. 699 [in Russian].
3. Pro zovnishn'oekonomichnu diyal'nist': Zakon Ukrainy [On Foreign Economic Activities: The Law of Ukraine from 16.04.1991 No 959-XII] (n.d.). zakon2.rada.gov.ua. Retrieved from <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/959-12> [in Ukrainian].
4. Mytnyy kodeks Ukrainy [Customs Code of Ukraine] (n.d.). zakon1.rada.gov.ua. Retrieved from <http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/4495-17> [in Ukrainian].
5. **Mazaraki A.A., Mel'nyk T.M.** (2010). *Rehulyatorna polityka u sferi zovnishn'oyi torhivli* [Regulatory policy in the field of foreign trade]. Kiev: Nats. torh.-ek. un-t, p. 470 [in Ukrainian].
6. **Tsyhankova T.M.** (2004). *Mizhnarodnyy marketynh: teoretychni modeli ta biznes-tekhnologiyi* [International Marketing: Theoretical Models and Business Technologies]. Kiev: KNEU, p. 400 [in Ukrainian].
7. **Branch A.E.** (1990). *Element of Export Marketing and Management*. – Second edition. Charman and Hall, p. 316 [in English].
8. Ofitsiyni sait Derzhavnoi sluzhby statystyky Ukrainy [Official website of the State Statistics Service of Ukraine]. ukrstat.gov.ua. Retrieved from <http://www.ukrstat.gov.ua> [in Ukrainian].

Анотація.

Бабан Т.О. Торгівля як одна з провідних форм міжнародних економічних відносин України.

В статті розглянуто теоретичні питання, пов'язані із функціонуванням та розвитком однієї з визначальних форм сучасних міжнародних відносин – торгівлі товарами. Проаналізовано показники, що характеризують динаміку міжнародної торгівлі: експортна квота, темпи зростання експорту, темпи приросту експорту. Визначено сучасні тенденції та напрями розвитку українського товарного експорту. Класифіковано чинники, які впливають на обсяги та структуру експорту товарів з України за наступними критеріями: характер впливу (прямий, непрямий), місце дії (зовнішній, внутрішній), безперервність (дискреційний, не дискреційний).

Ключові слова: торгівля, міжнародні відносини, експорт, показники розвитку, структура, фактори, середовище.

Аннотация.

Бабан Т.А. Торговля как одна из ведущих форм международных экономических отношений Украины.

В статье рассмотрены теоретические вопросы, связанные с функционированием и развитием одной из ведущих форм современных международных отношений – торговли

товарами. Проанализированы показатели, которые характеризуют динамику международной торговли: экспортная квота, темпы роста экспорта, темпы прироста экспорта. Определены современные тенденции и направления развития украинского товарного экспорта. Классифицированы факторы, которые влияют на объемы и структуру экспорта товаров из Украины по следующим критериям: характер влияния (прямой, непрямой), место действия (внешние, внутренние), непрерывность (дискретные, не дискретные).

Ключевые слова: торговля, международные отношения, экспорт, показатели развития, структура, факторы, среда.

Abstract.

Baban T.O. Trade as one of the defining forms of international economic relations of Ukraine.

The article reviews theoretical issues related to the functioning and development of commodities trade, one of the defining forms of modern international relations. The following indicators characterizing the dynamics of international trade were analyzed: export quota, export growth rates, and export increase rates. We determined the modern tendencies and directions of Ukrainian commodity export development. The factors that influence the volume and structure of Ukrainian commodities export are classified according to the following criteria: the nature of influence (direct, indirect), place of action (external, internal), and continuity (discretionary, non-discretionary).

Key words: trade, international relations, exports, indicators, structure, factors, development indicators, environment.

УДК 330.341.1:338.432.26(477)

ПАРАДИГМА РАЗВИТИЯ РАЗНЫХ ФОРМ ХОЗЯЙСТВОВАНИЯ В АГРАРНОМ СЕКТОРЕ УКРАИНЫ

**БАТЫРЬ Ю.Г., К.Е.Н., ДОЦЕНТ, ЧУЙКО Н.В., К.Е.Н., ДОЦЕНТ,
ХАРЬКОВСКАЯ ГОСУДАРСТВЕННАЯ ЗООВЕТЕРИНАРНАЯ АКАДЕМИЯ**

Постановка проблемы в общем виде. При образовании интеграционных формирований в аграрном секторе экономики следует учитывать особенности, на которые указывает В. Кравчук. В частности интеграция производства - это процесс, который имеет объективный характер и является прямым результатом постоянного развития общественного разделения труда, сущность которого заключается в постепенной дифференциации отраслей АПК, углублении специализации производства, усилении на ее основе внутритраслевого и межотраслевого товарообмена [1].

Анализ последних исследований и публикаций. Изучением данной проблематики в разное время занимались такие ученые как Губени Ю.Э., Коверко Ю.А., Авраменко Ю.А., Месель-Веселяк В.Я., Шубавская Е.В., Прокопенко Е.А., Юрченко А.Д. и др.

Формирование целей статьи. Целью исследований является анализ финансово-хозяйственной деятельности отрасли сельского хозяйства, выявление тенденций развития разных организационных форм предприятий и определение приоритетных направлений их эффективного развития.

Изложение основного материала исследования. Развитие экономики государства и удовлетворения социально-экономических потребностей населения в значительной степени зависит от конкурентного развития агропромышленного производства, системообразующую роль в обеспечении которого играют организационные и экономические рычаги и инструменты.

В 1990 году сельскохозяйственные предприятия (колхозы, совхозы, межхозяйственные предприятия) использовали 93,7 % сельскохозяйственных угодий, а личные крестьянские хозяйства – 6,3 %, в 2000 г. – соответственно 82,2; 15,1 и фермерские – 2,7 %, то в 2015 году – 46,6; 42,5 и 10,9 %. В 2015 г. в сельском хозяйстве Украины произведено валовой продукции 239,4 млрд. грн., в том числе растениеводства – 70,3 %, животноводства – 29,7 % (таблица). Сельскохозяйственные предприятия в 1990 году произвели 66,6 % валовой продукции, а хозяйства населения – 30,6 %; в 2000 г. – 37,7; 60,7 и фермерские – 1 % валовой продукции, в 2015 г. показатели составляли соответственно 54,8; 44,2 и 1 % [2].

За годы независимости нашего государства сложилась неблагоприятная ситуация в сельском хозяйстве и в большей степени в отрасли животноводства, в связи со слабой адаптированностью ее к условиям рыночной экономики. Произошел спад производства продукции животноводства, который обусловлен, с одной стороны сокращением поголовья животных, а с другой - снижением их продуктивных качеств. В 2015 г. относительно 1990 г. поголовье крупного рогатого скота сократилось до 3,7 млн., или в 6,5 раза, коров – до 2,2 млн., или в 4,2 раза, свиней - в 2, 6 раза, овец - в 3,4 раза.

Динамика производства валовой продукции в сельском хозяйстве Украины, (в ценах 2010 г. млрд. грн.)

Показатели	1990 г.*	2000 г.	2005 г.	2010 г.	2015 г.
Все формы предприятий					
Валовая продукция, всего	145,9	151,0	179,6	194,9	239,4
Растениеводство	101,3	92,8	114,5	124,5	168,4
Животноводство	44,6	58,1	65,1	70,3	71,0
Сельскохозяйственные предприятия					
Валовая продукция, всего	66,6	57,9	72,7	94,1	131,9
Растениеводство	49,9	45,8	55,7	66,8	99,5
Животноводство	16,7	12,2	17,0	27,2	32,3
Хозяйства населения					
Валовая продукция, всего	79,3	93,0	106,8	100,8	107,5
Растениеводство	51,4	47,0	58,8	57,7	68,8
Животноводство	28,1	45,9	48,0	43,0	38,6

**в советских рублях*

Несмотря на некоторое повышение продуктивности сельскохозяйственных животных за этот период (КРС на 8,8 %, коров на 55,0%, свиней на 63,8%), производство основных видов животноводческой продукции существенно также сократилось: молока до 10,6 млн.т , или в 2,4 раза, мяса до 2,3 млн. т, или в 2,1 раза. В 1990 г. сельское хозяйство Украины было прибыльным с уровнем рентабельности 42,6 %, все отрасли также были прибыльными, кроме производства шерсти (-2,4%). После ряда проведенных реформ в 2000 г. сельское хозяйство стало убыточным с уровнем рентабельности -1,0%, причем животноводство также было убыточным (- 33,8 %), а растениеводство прибыльным (+30,8%). В 2015 г. сельское хозяйство в целом сработало на 30,5 % рентабельности, растениеводство 37,1 %, животноводство 17,3 %, производство молока 12,7 %, но остается убыточным производство мяса говядины (-16,9 %) и шерсти (-74,7 %) [8].

Возобновление экономического роста в сельском хозяйстве произошло в 2000 году, тогда как поступления инвестиций в основной капитал - в 1998-м, а промышленной продукции - в 1999 году. При этом в 2000-2010 годах промышленный и строительный комплексы Украины развивались значительно более быстрыми темпами, чем агропромышленный, и поэтому в 2010 году промышленной продукции было произведено на 15,5, а инвестиций в основной

капитал вложено на 12,3 % больше, чем в 1990 году, тогда как сельскохозяйственной продукции было произведено на 39,1 % меньше [6,7].

По сути в Украине созданы три формы хозяйствования – личные крестьянские хозяйства (хозяйства населения), фермерские хозяйства, а также сельскохозяйственные предприятия рыночного типа. По размерам они соответствуют практике многих высокоразвитых стран мира, обеспечивающих эффективное ведение сельского хозяйства и имеют перепроизводство продукции: первая – японско-китайской модели, вторая – европейской, третья – американской и бывшей модели в Советском Союзе.

Еще задолго до дележки земель сельскохозяйственного назначения (1991-1996 гг.) производство сельскохозяйственной продукции уменьшилось на 41,2 %. Так, причиной спада было дележки земель, как на этом настаивают отдельные политические силы, а, наоборот, сдерживание этого процесса и неблагоприятная для сельского хозяйства ценовая политика. После дележки земель спад производства продолжался и его апогей пришелся на 2000 год, в котором по сравнению с 1990 годом производство валовой продукции снизилось на 51,3 %, в том числе растениеводства – на 46,8 и животноводства – на 55,1 % [3].

Личные крестьянские хозяйства за время реформирования аграрного сектора, когда в сельскохозяйственных предприятиях наблюдался значительный спад производства, обеспечили относительную его стабильность, компенсировав значительной мере уменьшения производства в сельскохозяйственных предприятиях и во всех категориях хозяйств [1]. Сельскохозяйственные предприятия (колхозы, совхозы, межхозяйственные предприятия) в 1990 году, используя 93% сельскохозяйственных угодий произвели 66,6 % продукции, в 2000 г. – соответственно на 61,2 % угодий произвели 38,3 % продукции, а в 2015 году эти показатели равнялись 46,3 и 45,1 %. В хозяйствах населения эти показатели 1990 году составили 6,3 и 30,6%, в 2000 - 15,1 и 60,7%, а в 2015 году – 42,7 и 55,2, в фермерских хозяйствах в 2000 году – 2,7 и 1 %, в 2015 году – 11 и 5%. Итак, личные крестьянские хозяйства до 2015 г. компенсировали спад производства.

В Украине создана и развивается новая форма хозяйствования - фермерство, которая присуща передовым странам мира. Фермерских хозяйств насчитывается более 32 тыс., которые используют 4,3 млн. га сельскохозяйственных угодий, средняя площадь которых составляет – 103 га. Эта форма хозяйствования по площади соответствует

высокоэффективной модели ведения фермерства в Европейских странах, где средний размер хозяйства составляет 18 га, в Великобритании – 70, Германии – 32, в том числе на новых землях (бывшая ГДР) – 197 га, из которых 20 % земли используется хозяйствами средним размером 714 га. и 50 % – 1751 га. [4].

Однако следует констатировать тот факт, что фермерские хозяйства в Украине еще недостаточно развиты и последние годы снизили производство валовой продукции против того уровня, который обеспечивался на этих землях сельскохозяйственными предприятиями. В 2010 и 2015 годах фермерами произведено валовой продукции соответственно 57 и 49 % против продукции сельскохозяйственных предприятий на этих землях в 1990 году, тогда как в сельскохозяйственных предприятиях – 95 и 92 %, личных крестьянских хозяйствах – 75 и 72 %. В растениеводстве фермеры превысили уровень производства, который был достигнут колхозами и совхозами в 1990 году [6].

Если в 1995-2000 годах сельскохозяйственные предприятия имели среднегодовые убытки на сумму 1688 млн. грн., то в 2000-2010 гг. - они получили 1327 млн. грн. прибыли, а в 2015 г. – 16964 млн. грн. Прибыльным стало животноводство. В 2015 году прибыль от животноводства составила 786 млн. грн., а с учетом государственных дотаций – 1966 млн. грн. При этом уровень рентабельности составил 17,3 % [5,6].

Для Украины интересен и показателен опыт работы крупных фермерских хозяйств США, которые используют достижения науки в области индустриальных технологий, высокой организации производства, полноценного информационного обеспечения при взаимодействии трех основных факторов: специализации, концентрации и интеграции с партнерами по рынку. Так, из 1,9 млн. ферм крупных (с реализацией продукции по принятой в США классификации более 250 тыс. дол.) в Америке около 170 тыс., или 9 %. Они производили продукции на 144 млрд. дол. (73 % от общей продукции сельского хозяйства США). В 2005 году доход на одну ферму составил 1020 тыс. дол. при затратах 88 тыс. дол. Эти фермы дают 34 млрд. дол. чистой прибыли (78% от общей его суммы). В 90% крупных ферм средний доход составил 216 тыс. дол. Также крупные фермы производят 54% зерна, 66 - молочных продуктов, 70 - крупного рогатого скота на продажу, 82 – хлопка, 85 - фруктов и орехов, 90 – бахчевых, 95% птицы. Они потребляют 52% горюче-смазочных материалов, 53 - минеральных удобрений, 61 - семян, пестицидов, 70 – электроэнергии, 84 - кормов, используют 83% наемной рабочей силы.

За последние 20 лет в аграрном секторе США осуществлена углубленная специализация ферм, производящих кукурузу на зерно, пшеницу, соевые бобы. Количество предприятий по производству хлопка сократилось вдвое, втрое – молочных, в четыре раза – свиноферм, в 3,3 раза – яичных птицеферм, на четверть – бройлерных птицефабрик. При этом валовый сбор кукурузы вырос на 26 %, пшеницы и соевых бобов – на 37 и 45% соответственно. Увеличилось поголовье свиней, производство яиц выросло с 67 до 1 млрд. шт., годовая мощность бройлерных птицефабрик – в 3 раза (с 100 тыс. бройлеров до 300 тыс.). Сейчас в США более тысячи крупных ферм ежегодно выращивают по 1,5 млн. бройлеров. В 2005 году более 35 % рыночных продаж свиней осуществляли фермы, реализующие за год более 50 тыс. голов. По прогнозу лишь 0,5 % откормочных площадок страны будут поставлять на убой 50-60 % кондиционного скота. Еще выше уровень концентрации наблюдается в перерабатывающей промышленности [5] .

Выводы. Итак, выполнив свою роль в процессе реформирования, личные крестьянские хозяйства снизили темпы прироста производства сельскохозяйственной продукции. Сейчас, через невыгодность производства главным образом продукции животноводства, они уменьшают поголовье животных, особенно коров, а соответственно и производство продукции. Однако рано «списывать со счетов» эту форму хозяйствования, ведь на 100 га сельскохозяйственных угодий в 2015 году в них произведено всей валовой продукции на 360 тыс. грн., в том числе растениеводства - 211 и животноводства - 149 тыс. грн., что соответственно на 49,4; 47,5 и 52% больше, чем в сельскохозяйственных предприятиях. Поэтому со стороны государства необходимо создать благоприятные условия для их развития. Однако считаем, что приоритетным является инновационно-инвестиционный путь развития крупных сельскохозяйственных предприятий различных форм хозяйствования, который должен быть комплексом экономических, организационно-социальных и других мероприятий.

Литература.

1. **Губени Ю.Э.** Развитие личных крестьянских хозяйств в условиях административной децентрализации / **Ю.Э. Губени, Ю.А. Коверко** // Економіка АПК. – 2017. – № 1. – С. 34-41.
2. **Авраменко Ю.А.** Факторы конкурентоспособности фермерских хозяйств / **Ю.А. Авраменко** // Економіка АПК. – 2017. – № 1. – С. 121-126.

3. **Месель-Веселяк В.Я.** Эффективность хозяйствования вновьсозданных сельскохозяйственных предприятий рыночного направления в Украине / **В.Я. Месель-Веселяк** // Економіка АПК. – 2016. – № 12. – С. 12-19.

4. **Шубавская Е.В.** Сельское хозяйство Украины: состояние и ресурсные возможности развития / **Е.В. Шубавская, Е.А. Прокопенко** // Економіка АПК. – 2016. – № 11. – С. 13-17.

5. **Юрченко А.Д.** Государственное регулирование аграрной сферы США / **А.Д. Юрченко** // Економіка АПК. – 2016. – № 1. – С. 92-97.

6. **Прокопенко О.М.** Сільське господарство України у 2015 році / Звіт Державної служби статистики. – 2016. – № 06.2-07. – С. 1-11.

7. Статистичний щорічник: Сільське господарство України за 2015 рік / Відп. за вип. Прокопенко О.М. – К. : Держстат України, 2016. – 386 с.

8. Статистичний щорічник Тваринництво України за 2015 рік / Відп. за вип. Прокопенко О.М. – К. : Держстат України, 2016. – 211 с.

References.

1. **Gubeni Yu.E.** (2017). Razvitie lichnyih krestyanskih hozyaystv v usloviyah administrativnoy detsentralizatsii [The development of personal peasant farms in the conditions of administrative decentralization]. *Economica APK – Economy AIC*, No 1, pp. 34-41 [in Ukrainian].

2. **Avramenko Yu.A.** (2017). Factory konkurentosposobnosti fermerskih hozyaystv [Factors of competitiveness of farms]. *Economica APK – Economy AIC*, No 1, pp. 121-126 [in Ukrainian].

3. **Meseli-Veselyak V.Ya.** (2016). Effektivnost hozyaystvovaniya vnovsozdanikh sel'skohozyaystvennykh predpriyatiy rinochnogo napravleniya v Ukraine [Efficiency of management of newly created agricultural enterprises in the market direction in Ukraine]. *Economica APK – Economy AIC*, No 12, pp. 12-19 [in Ukrainian].

4. **Shubavskaya E.V.** (2016). Selskoe hozyaystvo Ukraini: sostoyaniye i resursnye vozmozhnosti razvitiya [Agriculture of Ukraine: the state and resource opportunities for development]. *Economica APK – Economy AIC*, No 11, pp. 13-17 [in Ukrainian].

5. **Yurchenko A.D.** (2016). Gosudarstvennoe regulirovaniye agrarnoy sfery USA [State regulation of the agrarian sphere of the USA]. *Economica APK – Economy AIC*, No 1, pp. 92-97 [in Ukrainian].

6. **Prokopenko O.M.** (2016). Sil'ske gospodarstvo Ukraini v 2015: Zvit dergavnoi sluzhbi statistiki [State regulation of the agrarian sphere of the USA: Report of the State Statistics Service]. No 06.2-07, pp. 1-11 [in Ukrainian].

7. **Prokopenko O.M.** (2016). Statistichniy sborichnik: Sil'ske gospodarstvo Ukraini v 2015 rotsi [Statistical Yearbook: Agriculture of Ukraine for 2015]. Kyiv: Gosstat of Ukraine, p. 386 [in Ukrainian].

8. **Prokopenko O.M.** (2016). Statistichniy sborichnik: Tvarinnitstvo Ukraini v 2015 [Statistical Yearbook of Animal Husbandry of Ukraine for 2015]. Kyiv: Gosstat of Ukraine, p. 211 [in Ukrainian].

Аннотация.

Батырь Ю.Г., Чуйко Н.В. Парадигма развития разных форм хозяйствования в аграрном секторе Украины.

Целью исследований является анализ финансово-хозяйственной деятельности отрасли сельского хозяйства, выявление тенденций развития разных форм хозяйствования и определение приоритетных направлений их эффективного развития. В статье проведены исследования динамики эффективности работы разных форм хозяйствования в сельском хозяйстве за последние 25 лет. По сути в Украине созданы три формы хозяйствования - личные крестьянские хозяйства (хозяйства населения), фермерские хозяйства, а также сельскохозяйственные предприятия рыночного типа. Сельскохозяйственные предприятия (колхозы, совхозы, межхозяйственные предприятия) в 1990 году, используя 93% сельскохозяйственных угодий произвели 66,6% продукции, в 2000 г. — соответственно на 61,2 % угодий произвели 38,3% продукции, а в 2015 году эти показатели равнялись 46,3 и 45,1%. В хозяйствах населения эти показатели 1990 году составили 6,3 и 30,6%, в 2000 — 15,1 и 60,7%, а в 2015 году - 42,7 и 55,2, в фермерских хозяйствах в 2000 году — 2,7 и 1% а в 2015 году — 11 и 5%. Итак, личные крестьянские хозяйства до 2015 г. компенсировали спад производства. Со стороны государства необходимо создать благоприятные условия для развития личных крестьянских хозяйств. Однако приоритетным должен быть инновационно-инвестиционный путь развития крупных сельскохозяйственных предприятий различных форм хозяйствования.

Ключевые слова: сельское хозяйство, формы хозяйствования, предприятие, крестьянское хозяйство, фермерское хозяйство, экономика, валовая продукция, прибыль, рентабельность,.

Анотація.

Батир Ю.Г., Чуйко Н.В. Парадигма розвитку різних форм господарської в аграрному секторі України.

Метою досліджень є аналіз фінансово-господарської діяльності галузі сільського господарства, виявлення тенденцій розвитку різних форм господарювання та визначення пріоритетних напрямків їх ефективного розвитку. У статті проведено дослідження динаміки ефективності роботи різних форм господарювання в сільському господарстві за останні 25 років. По суті в Україні створені три форми господарювання - особисті селянські господарства (господарства населення), фермерські господарства, а також сільськогосподарські підприємства ринкового типу. Сільськогосподарські підприємства (колгоспи, радгоспи, міжгосподарські підприємства) в 1990 році, використовуючи 93% сільськогосподарських угідь справили 66,6% продукції, в 2000 р - відповідно на 61,2% угідь справили 38,3% продукції, а в 2015 році ці показники дорівнювали 46,3 і 45,1%. У господарствах населення ці показники 1990 році склали 6,3 і 30,6%, в 2000 - 15,1 і 60,7%, а в 2015 році - 42,7 і 55,2, в фермерських господарствах у 2000 році - 2,7 і 1% а в 2015 році - 11 і 5%. Отже, особисті селянські господарства до 2015 р компенсували спад виробництва. З боку держави необхідно створити сприятливі умови для розвитку особистих селянських господарств. Однак пріоритетним повинен бути інноваційно-інвестиційний шлях розвитку великих сільськогосподарських підприємств різних форм господарювання.

Ключові слова: сільське господарство, форми господарювання, підприємство, селянське господарство, фермерське господарство економіка, валова продукція, прибуток, рентабельність.

Abstract.

Batyr Yu.G., Chuyko N.V. The paradigm of development of different forms of farming in the agrarian sector of Ukraine.

The purpose of the research is to analyze the financial and economic activities of the agricultural sector, identify trends in the development of various forms of management and identify priority areas for their effective development. The article studies the dynamics of the performance of different forms of management in agriculture over the past 25 years. In fact, Ukraine has created three forms of management - private peasant farms (households), farms, as well as agricultural enterprises of a market type. Agricultural enterprises produced 66,6% of production in 93% of agricultural land in 1990. In 2000, respectively, they accounted for 61,2% of land with 38,3% of production, and in 2015 these The indices were 46,3 and 45,1%. In households, these figures in 1990 amounted to 6,3 and 30,6%, in 2000 - 15,1 and 60,7, and in 2015 - 42,7 and 55,2. In farms in 2000 - 2,7 and 1, and in 2015 - 11 and 5%. So, personal peasant farms until 2015 compensated for the decline in production. It is necessary on the part of the state to create favorable conditions for the development of personal peasant farms. However, the priority should be the innovative and investment way of development of large agricultural enterprises of various forms of management.

Key words: agriculture, forms of management, enterprise, private peasant's farming, farming, economy, gross output, profit, profitability.

УДК 338.48:711.455

**ФАКТОРИ ВПЛИВУ НА РИНОК
САНІТАРНО-КУРОРТНИХ ПОСЛУГ**

**ШАБІНСЬКИЙ О.В., Д.Е.Н., ПРОФЕСОР,
БОГОМОЛОВА К.С., К.Е.Н, СТ. ВИКЛАДАЧ,
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
СІЛЬСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА ІМЕНІ ПЕТРА ВАСИЛЕНКА**

Постановка проблеми у загальному вигляді. Унікальні природно-кліматичні умови України сприяють розвитку ринку санітарно-курортних послуг, спрямованих на забезпечення лікування, профілактики захворювань, медичної реабілітації. Сьогодні стан здоров'я населення України – проблема державного масштабу, адже

значно поширились і «змолоділи» хронічні хвороби, зріс рівень соціально небезпечних захворювань, відмічаються негативні тенденції підвищення показників інвалідності та смертності, одночасно середня тривалість життя стає коротшою.

Основними чинниками погіршення стану здоров'я українців є забруднене навколишнє середовище, незадовільні умови праці, зниження якісних показників життя, недостатній рівень медичного обслуговування, антитерористична операція на сході України, відсутність державної програми популяризації ведення здорового образу життя.

Санітарно-курортний ринок слід розглядати не тільки як важливу складову соціальної політики, спрямовану на зміцнення здоров'я населення України як найвищої соціальної цінності, а також як економічний розвиток держави, адже, на сьогоднішній день, курортний бізнес – виступає одним з найприбутковіших секторів індустрії туризму. Дослідження впливу різноманітних чинників на ринок санітарно-курортних послуг обумовлює зацікавленість та необхідність подальшого дослідження даної проблематики.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідження курортної справи як складової системи охорони здоров'я проводили Бабов К. [1], Пономаренко Г., Шаптала О. та інші. Питанням аналізу санітарно-курортних послуг в Україні присвятили свої роботи такі науковці: Вуйцик О., Гуменюк В., Чорненька Н., Давидова О., Несторенко Т., Зятковський І. та інші. На сьогодні актуальним є дослідження екологічних аспектів санаторно-курортної сфери діяльності з позицій охорони навколишнього природного середовища. Цим питанням присвячені роботи Олійника Я., Любіцевої О., Дмитрука О., Кекушева В., Кузьменка О., Мазурова Ю. та інших. Проте, на сьогоднішній день залишається багато відкритих питань, що викликає значну зацікавленість в наукових колах у подальшому дослідженні ринку санітарно-курортних послуг України.

Виклад основного матеріалу дослідження. Основним індикатором ефективності політики держави в сфері охорони здоров'я виступають стан здоров'я населення країни, впевненість окремої людини та суспільства в цілому на випадок захворювання у реальній фінансовій допомозі з боку держави та отриманні кваліфікованої медичної допомоги. Реалії сьогодення вказують на необхідність

вжиття державою комплексу заходів запобігання захворюваності шляхом профілактики і пропаганді ведення здорового способу життя.

Санітарно-курортне лікування є одним з пріоритетних складових соціальної політики держави. Географічне розташування, на думку Вуйцика О., дозволяє Україні посісти одне з провідних місць в Європі завдяки забезпеченню курортними лікувальними ресурсами, такими унікальними, як кліматичні зони морського узбережжя та Карпати, мінеральні води та лікувальні грязі майже всіх відомих бальнеологічних типів [2].

До основних нормативно-правових актів, регулюючих діяльність надання послуг споживачам в Україні відносять: Конституцію України (ст. 42), Закон України «Про курорти» від 5.10.2000, Закон України «Про державні соціальні стандарти та державні соціальні гарантії» 07.04.2012, Постанови Кабінету Міністрів України «Загальне положення про санітарно-курортний заклад» від 11.07.2001р. №805, (№313 від 16.05.1994, №1248 від 21.12.2005, №903 від 10.11.1995, №684 від 1.09.2003, №720 від 09.09.2005 та ін.).

Згідно ст. 22 Закону України «Про курорти», «Санаторно-курортні заклади - це заклади охорони здоров'я, що розташовані на територіях курортів і забезпечують подання громадянам послуг лікувального, профілактичного та реабілітаційного характеру з використанням природних лікувальних ресурсів» [3].

Під терміном «курорти» в ЗУ «Про курорти» в ст. 1 зазначено, що «курорт - освоєна природна територія на землях оздоровчого призначення, що має природні лікувальні ресурси, необхідні для їх експлуатації будівлі та споруди з об'єктами інфраструктури, використовується з метою лікування, медичної реабілітації, профілактики захворювань та для рекреації і підлягає особливій охороні» [3].

Наведені в таблиці 1 данні свідчать про те, що ринок санітарно-курортних послуг України охоплює майже всю територію нашої держави, та здатен надати повний спектр послуг, спрямованих на оздоровлення та відновлення фізичних сил споживачів.

Досліджуючи питання відмінності курортів Західної та Центральної Європи від вітчизняних курортів, науковці Бойко І. та Савранчук А. звертають увагу на підходи до організації процесу лікування [4].

Географія курортів України

Область	Назва курорту	Вид курорту
Вінницька	Хмільник	Бальнеологічний
Донецька	Святогорськ Аляска	Кліматичний, гірськолижний
Закарпатська	Солотвине Шаян Поляна Солочин Берегове Голубине	Бальнеологічний
Івано-Франківська	Буковель Яремче	Кліматичний, гірськолижний бальнеогрязевий
Запорізька	Бердянськ Охримівка Миронівка	Кліматичний, бальнеогрязевий
Львівська	Моршин Східниця Трускавець Великий Любінь	Бальнеологічний Бальнеогрязевий
Миколаївська	Вільховий гайок	Кліматичний
Одеська	Сергіївка	Кліматичний, бальнеогрязевий
Полтавська	Миргород	Бальнеологічний
Харківська	Берміводи	Бальнеологічний
Херсонська	Лазурне Скадовськ Железний порт	Кліматичний, бальнеогрязевий
Хмельницька	Черче	Бальнеогрязевий
Тернопільська	Медобори	Кліматичний, бальнеогрязевий

* Складено автором

Протягом останніх років відмічається поступове зниження кількості санаторно-курортних та оздоровчих закладів. Суттєвих втрат вітчизняний ринок санаторно-курортного обслуговування зазнав в 2014 у зв'язку з окупацією Автономної Республіки Крим, а також через антитерористичну операцію на сході України.

Таблиця 2

Відмінності курортів України і курортів європейських країн

<i>Критерії поділу</i>	<i>Курорти європейських країн</i>	<i>Вітчизняні курорти</i>
Лікарський контроль за проведенням призначеного курсу лікування	Відвідувачам зазвичай не пропонують суворий розпорядок дня, вони самі вибирають час для лікувальних процедур, не зобов'язані діяти за лікарською порадою	Обов'язковий
Організація курортної справи	Відсутня загальнодержавна система організації й управління курортами, які перебувають у веденні або місцевих органів самоврядування, або акціонерних товариств, або приватних осіб	Частина курортів перебуває у веденні курортних рад профспілкового підпорядкування, інші – підлягають курортним управлінням міністерств охорони здоров'я і соціального забезпечення
Роль держави	Держава обмежує свою роль за дотриманням курортного законодавства, субсидуванням компаній і акціонерних товариств на гідрогеологічні вишукування, будівництво загальнокурортних споруджень. Органи охорони здоров'я здійснюють контроль за дотриманням санітарно-гігієнічного режиму на курортах, але не беруть участь у визначенні порядку добору хворих для санаторно-курортного лікування, у розробці показань і протипоказань з направленням на курорти	Хворі одержують на пільгових умовах путівки на санаторно-курортне лікування відповідно до висновку лікаря. На багатьох курортах організовані центри відновлюваного лікування хворих, які втратили працездатність.
Інфраструктура	Першокласні готелі, пансіонати, місця розваг, санаторії, кювети, шитні галереї, грязелікарні обладнані за останнім словом техніки	Зстаріла, зношена матеріально-технічна база

* Складено автором

Всі часи Крим вважався всесвітньою здравницею, через цілюще повітря, лікувальні грязі, мінеральні води, термальні джерела, тому особливо гостро відчувається припинення функціонування оздоровчих закладів, адже, багато відпочиваючих втратили можливість отримати путівки для оздоровлення в унікальних кліматичних умовах, в тому числі через профспілки.

Таблиця 3

Санаторно-курортні і оздоровчі заклади [5]

Роки	Санаторії та пансіонати з лікуванням		Санаторії-профілакторії		Будинки та пансіонати відпочинку		Бази та інші заклади відпочинку		Дитячі оздоровчі табори	
	Всього	у них ліжок, тис.	всього	у них ліжок, тис.	всього	у них ліжок, тис.	всього	у них ліжок, тис.	всього	у них ліжок, тис.
2011	508	141	224	19	280	59	1947	216	17703	194
2012	484	133	185	18	286	60	1925	208	17744	188
2013	477	132	165	15	271	57	1916	202	18549	191
2014	320	79	118	17	90	17	1400	157	13977	126
2015	309	78	79	12	76	15	1388	164	9743	113

* Складено автором

Таблиця 4

Кількість осіб, оздоровлених в закладах санаторно-курортного комплексу, тис. осіб

Заклади санаторно-курортного комплексу	Роки					Відхилення 2015 до 2011	
	2011	2012	2013	2014	2015	+/-	%
Санаторії, в т.ч. дитячі	1616	424	1468	795	653	-963	-59,6
Пансіонати з лікування	99	70	63	17	13	-86	-86,9
Санаторії-профілакторії	193	156	13	100	61	-132	-68,39
Будинки і пансіонати відпочинку	325	373	361	81	77	-248	-76,3
Бази та інші заклади відпочинку	1038	1080	1018	738	785	-253	-24,4
Заклади 1-2 денного перебування	9	16	14	4	3	-6	-66
Всього	2942	2904	2835	1610	1483	-1459	-49,6

* Складено автором

Про рівень економічної безпеки санаторно-курортного сектору може свідчити кількість діючих закладів, зайнятих у галузі надання лікувальних, оздоровчих, реабілітаційних послуг. З таблиці 3 видно, що у 2015 році кількість діючих підприємств санаторно-курортного комплексу порівняно з 2011 роком скоротилась на 1459 одиниць або 49,6 %. Отже, дане зменшення негативно характеризує стан економіки даного сектору.

До основних причин зменшення кількості санаторно-курортних та оздоровчих закладів відносимо: підвищення вартості путівок без покращення матеріально-технічної бази санаторно-курортного комплексу, збідніння населення через зростаючі темпи інфляції, не конкурентоспроможність вітчизняних закладів оздоровчого типу, а саме, можливість отримати високоякісні послуги на європейських курортах за ціною значно нижчою ніж на вітчизняному ринку санаторно-курортних послуг, зменшення фінансування зі сторони держави, низька привабливість інвестування в об'єкти ринку санаторно-курортних послуг.

Отже, розвиток ринку санаторно-курортних послуг прямо пропорційно залежить від тих процесів, що відбуваються в економічному житті країни. Одночасно, покращення функціонування ринку санаторно-курортного обслуговування впливає на поліпшення економічних процесів: перспектива обслуговування іноземних туристів – залучення іноземної валюти до України, створення додаткових робочих місць в сфері надання послуг, поповнення місцевих бюджетів через сплату податків приватними оздоровчими закладами, підвищення конкурентоспроможності запропонованих на ринку санаторно-курортних послуг, і, як наслідок, удосконалення матеріально-технічної бази оздоровчого комплексу.

Ми цілком погоджуємося з Чорненькою Н.В., яка визначила три основних ефекти впливу ринку санаторно-курортних послуг на економіку держави [6]:

- прямий ефект – доходи санаторно-курортних закладів, туристичних агентств, закладів харчування, історико-культурних об'єктів та інших підприємств туристичної індустрії, а також доходи магазинів від покупок, що їх здійснюють відпочиваючі;

- непрямий ефект – доходи будівельних організацій, банків, постачальників харчів, комунальних служб, отриманих ними від реалізації продукції та послуг, що забезпечують комфортне перебування відпочиваючих у санаторно-курортних закладах;

- індукований ефект – доходи інших місцевих резидентів у вигляді

заробітної плати, дивідендів, орендної плати та інших видів платежів, отриманих ними від реалізації продукції та послуг усім суб'єктам, котрі причетні до санаторно-курортної діяльності.

Курортний комплекс України є величезною соціально орієнтованою індустрією здоров'я, яка в матеріальному виразі представлена значними запасами різноманітних природних лікувальних ресурсів, достатньо міцною мережею санаторно-курортних закладів і резервом сформованого кадрового потенціалу. Такий величезний і соціально значущий комплекс із невичерпними ресурсами різних за складом і бальнеологічними властивостями мінеральних вод, лікувальних грязей і кліматично-ландшафтних особливостей має знаходитися під суворим контролем та управлінням [7].

Формування державної стратегії розвитку курортно-рекреаційного господарства України є актуальною проблемою в зв'язку з наступними чинниками:

- Необхідністю масового оздоровлення населення.
- Забезпечення конструктивної взаємодії органів державної влади України та її суб'єктів щодо комплексного раціонального використання природно-рекреаційних ресурсів та його збереження.
- Санаторно-курортні комплекси України мають велике національне та міжнародне значення, оскільки сприяють соціально-економічному прогресу та пришвидшенню інтеграції України у світову економічну систему [8].

Висновки. В результаті проведеного дослідження проаналізовано основні фактори, які стримують розвиток ринку санаторно-курортних послуг в Україні та є чинниками зменшення кількості закладів санаторно-курортного комплексу і, як наслідок, зменшення кількості споживачів лікувально-оздоровчих послуг. Серед рекомендацій щодо покращення функціонування ринку санаторно-курортних послуг в Україні є удосконалення системи менеджменту курортної справи, здійснення аналізу ринку оздоровчих послуг, розширення їх асортименту, активне рекламне позиціонування українських курортів та послуг не тільки на території України, але і на міжнародному туристичному ринку, і, найголовніше, впровадження зваженої стратегії ціноутворення.

Стратегічним завданням державної політики розвитку ринку санаторно-курортних послуг є удосконалення фінансово-економічних механізмів підтримки, відтворення та раціональне використання природно-рекреаційних ресурсів, можливе проведення

роздержавлення та приватизації санаторно-курортних закладів; сприяння залученню інвестицій в розвиток відповідної інфраструктури, вихід на міжнародні ринки [8].

Література.

1. **Бабов К.Д.** Передумови та перспективи розвитку курортного комплексу України / **К.Д. Бабов, Б.Ф. Омецинський, С.В. Леонова** // Український географічний журнал. – 2005. – № 2. – С. 67-70.
2. **Вуйцик О.** Роль і місце рекреаційно-туристичного комплексу в структурі економіки України / **О. Вуйцик** // Вісник Львівського університету. Серія Економіка. – 2008. – Вип. 39. – С. 93.
3. Закон України «Про курорти» від 05.10.2000 № 2026-III. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/2026-14>.
4. Туристична курортологія / За ред. **І.Д. Бойко, А.А. Савранчук**. – Чернівці: Рута, 2007. – 116 с.
5. **Жук І.М.** Статистичний щорічник України за 2015 рік : статистичний збірник / **І.М. Жук**. – Київ: «ВидавництвоКонсультант», 2016. – С. 168-170.
6. **Чоренька Н.В.** Організація туристичної індустрії: Навчальний посібник [Електронний ресурс] / **Н.В. Чоренька**. – К. : Атіка, 2006. – 264 с. – Режим доступу : <http://tourism-book.com/pbooks/book-39/ua/chapter-1935/>
7. **Карамішев Д.В.** Державне управління курортної справою в Україні [Електронний ресурс] / **Д.В. Карамішев** // Теорія та практика державного управління. – 2010. – № 2 – С. 10-18. – Режим доступу : www.academy.gov.ua/.../2a68618e-7779-4d59-829b-fab7a.
8. **Заваріка Г.М.** Курортна справа: навчальний посібник [Електронний ресурс] / **Г. М. Заваріка**. – Київ : «Центр учбової літератури», 2015. – 16 с. – Режим доступу : cul.com.ua/preview/kurort_Zavarika.pdf

References.

1. **Babov R.D., Ometsynskyi B.F., Leonova C. V.** et al. (2005). *Peredumovy ta perspektyvy rozvytku kurortnogo kompleksu Ukrainy* [Prerequisites and prospects of development of the resort complex of Ukraine]. *Ukrainskyi heobrafichnyi zhurnal – Ukrainian Geographic Magazine*, No 2, pp. 67-70 [in Ukrainian].
2. **Vuitsyk O.** (2008). *Rol i mistse rekreatsiino-turystychnoho kompleksu v strukturi ekonomiky Ukrainy*. [The role and place of the recreation and tourism complex in the structure of the Ukrainian economy] *Visnyk Lvivskoho Universytetu – Visnyk of Lviv University, ser. Ekonomika*, No 39, pp. 93-93 [in Ukrainian].
3. *Zakon Ukrainy «Pro kurorty» vid 05.10.2000 № 2026-III.* [Law of Ukraine «On Resorts»] (2014, 08 October). [zakon.rada.gov.ua](http://zakon5.rada.gov.ua). Retrieved from <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/2026-14> [in Ukrainian].

4. **Boiko I.D., Savranchuk L.A.** (Eds.). (2007). *Turystychna kurortolohiia* [Tourist resorts]. Chernivtsi: Ruta, p. 116 [in Ukrainian].

5. **Zhuk I.M.** (2016). *Statystychnyi shchorichnyk Ukrainy za 2015 rik* [Statistical Yearbook of Ukraine for 2015]. Kyiv: Vydavnytstvo «Konsultant», pp. 168-170 [in Ukrainian].

6. **Chornenka N.** (2006). Orhanizatsiia turystychnoi industrii. [Organization of the tourist industry]. Kyiv: Atika, p. 264. *tourism-book.com*. Retrieved from <http://tourism-book.com/pbooks/book-39/ua/chapter-1935/> [in Ukrainian].

7. **Karamyshev D.V.** (2010). Derzhavne upravlinnia kurortnoi spravoiu Ukrainy [State administration of resort affairs in Ukraine]. *Teoriia ta praktyka derzhavnogo upravlinnia – Theory and practice of public administration*, No 2, pp. 10-18. Retrieved from www.academy.gov.ua/.../2a68618e-7779-4d59-829b-fab7a. [in Ukrainian].

8. **Zavarika H.M.** (2015). Kurortna sprava [Resort business: a tutorial]. Kyiv: «Tsentr uchbovoi literatury», p. 16. Retrieved from cul.com.ua/preview/kurort_Zavarika.pdf [in Ukrainian].

Анотація.

Шабінський О.В., Богомолова К.С. Фактори впливу на ринок санаторно-курортних послуг.

Метою дослідження є встановлення значимості курортної справи, як господарської діяльності, спрямованої на організацію, забезпечення лікування, реабілітацію та профілактику захворювань з використанням природних лікувальних ресурсів, вивчення факторів, що впливають на розвиток санаторно-курортних послуг в Україні, встановлення тенденцій на ринку, виявлення особливостей вітчизняного ринку оздоровчих послуг і надання рекомендацій щодо поліпшення роботи санаторно-курортного комплексу.

Наведено нормативно-правові акти, що регулюють діяльність з надання санаторно-курортних послуг, розроблена класифікація основних курортів України за напрямками санаторно-курортної діяльності і їх географічного положення.

В ході дослідження встановлено тенденцію стрімкого скорочення числа санаторно-курортних і оздоровчих установ. Виявлено фактори, що стримують процес розвитку ринку оздоровчих послуг. Розроблено рекомендації, які сприятимуть розвитку санаторно-курортного ринку.

Ключові слова: санаторно-курортний комплекс, санаторно-курортні установи, фінансування, конкурентоспроможність санаторно-курортного ринку.

Аннотация.

Шабинский А.В., Богомолова К.С. Факторы влияющие на рынок санаторно-курортных услуг.

Целью исследования является установление значимости курортного дела, как хозяйственной деятельности, направленной на организацию, обеспечение лечения, реабилитацию и профилактику заболеваний с использованием природных лечебных ресурсов, изучение факторов, влияющих на развитие санаторно-курортных услуг в Украине, установление тенденций на рынке, выявление особенностей отечественного

рынка оздоровительных услуг и предоставление рекомендаций по улучшению работы санаторно-курортного комплекса.

Приведены нормативно-правовые акты, регулирующие деятельность по предоставлению санаторно-курортных услуг, разработана классификация основных курортов Украины по направлениям санаторно-курортной деятельности и их географического положения.

В ходе исследования установлена тенденция стремительного сокращения числа санаторно-курортных и оздоровительных учреждений. Выявлены факторы, сдерживающие процесс развития рынка оздоровительных услуг. Разработаны рекомендации, которые будут способствовать развитию санаторно-курортного рынка.

Ключевые слова: санаторно-курортный комплекс, санаторно-курортные учреждения, финансирование, конкурентоспособность санаторно-курортного рынка.

Abstract.

Shabinskyi O.V., Bogomolova K.S. Factors influencing the market of sanatorium and resort services.

The purpose of the study is to establish the importance of the resort business as an economic activity aimed at organizing, providing treatment, rehabilitation and prevention of diseases using natural curative resources, studying the factors affecting the development of sanatorium-and-spa services in Ukraine, establishing trends in the market, Market of health services and providing recommendations for improving the work of the sanatorium and resort complex. Normative and legal acts regulating the activity on provision of sanatorium-resort services are given, classification of the main resorts of Ukraine in the areas of sanatorium-resort activity and their geographical location is developed.

In the course of the study, the tendency of a rapid reduction in the number of sanatorium and health resorts was established. Factors that inhibit the development of the health services market are identified. Recommendations have been developed that will contribute to the development of the sanatorium-and-spa market.

Key words: sanatorium and resort complex, sanatorium and resort institutions, financing, competitiveness of the sanatorium and resort market.

УДК 338.48

ВСТАНОВЛЕННЯ МЕЖ РОСТУ ТА ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ У СФЕРІ ТУРИЗМУ

**ГАЦЬКО А.Ф., К.Е.Н., ДОЦЕНТ,
ВЛАСЕНКО Т.В., СТАРШИЙ ВИКЛАДАЧ,
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
СІЛЬСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА ІМЕНІ ПЕТРА ВАСИЛЕНКА**

Постановка проблеми у загальному вигляді. Сталій розвиток є парадигмою планування та розвитку туризму. Попит на

нього у туристичній сфері базується на кількох взаємопов'язаних процесах. З 1960-х по 1970-ті роки відбувалося інтенсивне зростання світового туризму, що також суттєво вплинуло і на розвиток глобально-локальних туристичних зв'язків. Негативні наслідки зростання туризму в регіонах призначення визначили необхідність управління та обмеження зростання туризму в багатьох місцях [1-3].

Крім того, існуючі проблеми глобальної нерівності, кризові явища – все це послуговувало визначальними причинами для виникнення екологічного руху наприкінці 1960-х та у 1970-х роках.

Наприклад, дебати щодо північно-південного поділу у світовій політиці мали сильний вплив також і на наукові та громадські дискусії щодо природи розвитку туризму [4, 5]. Замість того, щоб зосередити увагу на межах росту або нерівності в глобальному туризмі, в таких обговореннях більше уваги приділялося аналізу масштабу призначення [6].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Посилення уваги до проблем відповідальності має наукове обґрунтування. Розглянуті нами літературні джерела базуються, головним чином, на дослідженнях сталого туризму та наукові дослідження з управління.

Сміт [21] досліджував «моральний поворот» людської природи, Лоусон [22] та Грегорі [23] підкреслювали необхідність дбати не тільки про «наше власне», але і про далеких незнайомих. Все це підкріплює сучасні дискусії щодо відповідального туризму та особливо добровільного туризму, що спрямовані на визначення цілей соціального розвитку в населених пунктах призначення.

В цілому, необхідність сталого розвитку в туризмі є результатом складного набору процесів, систем, цілей та масштабів. Це призвело до формування багатогранної концептуальної основи сталого туризму та наукових досліджень щодо чіткості і сенсу концепції та її застосування в туризмі.

Старбрук [9] відзначає, що «сталий туризм - це, мабуть, неможлива мрія» і деякі вчені стверджують, що ми повинні фактично позбутися концепції та ідеї сталого розвитку у туризмі. Згідно з Шарплі [11], настав час рухатися далі.

Таким чином, стійкість, як академічне вивчення сталого розвитку туризму досягла певного тупику. Хоча критика та еволюційні розлади є зрозумілими, все ж таки на сьогоднішній день можна стверджувати, що попит на стійкість, відповідальність та обмеження росту в туризмі не зникли. Насправді реальність цілком протилежна. За даними Світового банку, «туризм - це тримільярдний бізнес».

Очікується, що зростання прибулих міжнародних туристів до 2020 року досягне 1,6 мільярдів [20]. Світовим банком зазначається, що «туристична галузь та її зростання походить з її власним набором ризиків та викликів»[20]. Тому потреба в ідеї сталого розвитку в туризмі зараз є більш нагальною, ніж будь-коли раніше.

Формулювання цілей статті. Метою даного дослідження є критичний огляд концептуальних питань стійкості у туризмі, заснованого на вивченні літератури та попередніх дискусіях.

Замість того, щоб побутитися ідеї стійкості, існує необхідність її подальшого аналізу, включаючи питання відповідальності у сфері туризму та оцінку потенційних причин, через які ми не змогли досягти більш швидкого прогресу у дослідженнях та операціях щодо сталого туризму протягом останніх 25 років. Також необхідним є визначення базових понять стійкості туризму та розвитку.

Виклад основного матеріалу дослідження. Політичну концептуалізацію сталого розвитку було представлено у доповіді Комісії Брундтланд «Наше спільне майбутнє» у 1987 року [7], де підкреслювалася необхідність обмеження впливу туризму. До початку 90-х років ідея сталого розвитку лежала в основі туристичного розвитку [8, 9] та здійснювався пошук його індикаторів [10]. В той самий час, модернізація виробничого процесу та споживання в західному світі до пост-фордистського виробництва передбачала розвиток альтернативних та «зелених» тенденцій в споживанні, включаючи сектор туризму [24, 25]. Це призвело до виникнення ряду нових форм та термінів, таких як екотуризм та відповідальний туризм [13], які також розглядаються як «екологічно свідомий» продукт [14,15]. Сталій розвиток у туризмі стали пов'язувати з етичним споживанням [16, 17], а стратегічна політика країн заходу стала бути спрямована на зменшення глобального рівня бідності [18]. Так, генеральний секретар ЮНВТО заявив, що глобальна індустрія туризму може відігравати важливу роль у досягненні цілей розвитку тисячоліття Організації Об'єднаних Націй [19]. Аналогічним чином Світовий банк [20] підкреслив трансформаційну роль, яку туризм може відігравати у країнах з слаборозвинutoю економікою та у вирішенні нагальних питань щодо боротьби з бідністю.

Дійсно, індустрія туризму стала відповідальною за різні цілі та наслідки у глобальних та місцевих процесах. А таке явище, як відповідальний туризм вже стосується принципів та практики розвитку туризму.

Прагнучі зробити місця зручними для людей, відповідальний туризм також спрямований на мінімізацію негативних і максимізацію

позитивних соціальних, економічних та екологічних його наслідків в населених пунктах призначення та в цілому у навколишньому середовищі, сприяючи етичному споживанню та виробництву всіх зацікавлених сторін [2,12].

Хоча концепція відповідального туризму часто використовується як специфічна форма туризму, можна стверджувати, що його принципи досить схожі на загальні цілі сталого туризму. Річард Шарплі відзначав, що «важко або навіть неможливо відрізнити відповідальний туризм від концепції сталого туризму». Він також ставить питання про обов'язки, які ми маємо на увазі під час використання концепції [11]. Дійсно, важливо визначити, хто фактично є відповідальним і за що, тобто суспільство, промисловість, державні установи тощо є відповідальними перед місцевими громадами та суспільством взагалі, наприклад, коли прагнемо управляти туризмом та його розвивати. Саме це можна назвати відповідальним способом.

Також важливим є дослідження питання відповідальності, яку ми маємо на увазі коли використовуємо дану концепцію. Необхідно визначити, хто фактично є відповідальним і для чого.

Незважаючи на те, що відповідальність частково будується на тих самих підставах, що і сталий розвиток у туризмі, але є також суттєва різниця в контексті. Відповідальний дискурс також є продуктом неоліберального «само організаційного» режиму нового управління з ініціативами щодо корпоративної соціальної відповідальності та створенням «ефективного зеленого споживача», який не споживає менше, але споживає відповідально.

Висновки. Ідея сталого розвитку має важливе значення для сучасного туризму та особливо для його майбутнього.

Незважаючи на те, що критика дослідників та громадськості щодо концептуалізації та практичної реалізації сталого туризму останнім часом зростає, поглиблення суспільних проблем має призвести до створення життєздатних альтернатив стійкості. Парадигми сталого розвитку та сталого туризму залишаються актуальними в міжнародній та національній політиці, у дискусіях з питань розвитку та планування, а також в наукових дослідженнях.

Таке чітко виражене критичне ставлення має відповідне обґрунтування, що підкреслює потребу розуміння та потенційної перебудови концепції того, як обмежуються темпи зростання в туризмі та як забезпечити подолання визначених недоліків сталого туризму в політиці та на практиці.

Концептуальна множинність здається неминучою, як і мотивація концептуальних угод в соціальній сфері. Сутність стійкого туризму як цільової ідеї частково залежить від парадигми розвитку та контексту використання. Розглянуто три традиції, які мають витoki з наукових та громадських дискусій щодо впливу туризму на навколишнє середовище.

Ресурсна традиція відображає межі початкових умов використання ресурсів.

Туризм та потреби в захисті обмежують природне та соціокультурне середовище від неприйнятних змін, викликаних «туристичною діяльністю».

Спільні традиції прагнуть знайти баланс між індустрією туризму та різними зацікавленими сторонами, особливо місцевими громадами, підкреслюючи місцеву участь, контроль та розширення можливостей розвитку туризму. Всі ці перспективи мають свої переваги в різних контекстах використання та можуть доповнювати одна одну. Але і ідеї сталого розвитку і майбутні завдання людства, всі вони мають одне й те ж суттєве обмеження, яке має значний вплив на місцевому рівні.

Таким чином, хоча нам може знадобитися визнати концептуальну множинність та важливість контексту, в подальших дослідженнях існує потреба у більш критичному перегляді та перебудови сталого розвитку туризму. Розв'язання питання полягає в тому, на яких умовах стійкий туризм міг би представляти стійкий розвиток на найближчі роки у локальному масштабі, тобто у місцевому глобальному зв'язку у майбутньому. Так як місцеві рішення глобальних викликів в даний час розвиваються недостатньо. Саме тому, обмеження росту туризму в глобальному масштабі - складне, але дуже важливе питання, яке потребує подальших наукових досліджень.

Література.

1. **Saarinen J.** Critical Sustainability: Setting the Limits to Growth and Responsibility in Tourism / **J. Saarinen** // Sustainability. – 2014. – № 6 (1). – P. 1-17.
2. **Скляр Г.П.** Свідомий розвиток державно-приватного партнерства в сфері туризму в умовах євроінтеграції / **Г.П. Скляр, О. М. Литвин** // Управління розвитком соціально-економічних систем у новій економіці: монографія. – Полтава: ПУЕТ, 2015. – С. 61-69.
3. **Wolfe R.** Recreational travel: The new migration revisited/ **R. Wolfe** // Ont. Geogr. – 1982. – № 19. – P. 103-122.
4. **Meadows D.H.** The Limits to Growth: A Report for the Club Rome's Project on Predicament of Mankind / **D.H. Meadows, J. Randers, W.W. Behrens.** – Earth Island Limited: London, UK, 1972.

5. **Britton S.** The political economy of tourism in the third world/ **S. Britton** // Ann. Tourism Res. – 1982. – № 9. – P. 331-358.
6. **Saarinen J.** Traditions of sustainability in tourism studies/ **J. Saarinen** // Arm. Tourism Res. – 2006. – № 33. – P. 1121-1140.
7. World Commission on Environment and Development (WCED) /Our Common Future. – Oxford University Press: Oxford, UK, 1987.
8. **Cater E.** Ecotourism in the third world: Problems for sustainable development/ **E. Cater** //Tourism Manag. – 1993. – № 14. – P. 85-90.
9. **Sw'arbrooke J.** Sustainable Tourism Management / **J. Sw'arbrooke**. – Wallingford, UK: CAB International, 1999.
10. **Blackstock K.I.** Measuring responsibility: An appraisal of a Scottish national park's sustainable tourism indicators / **K.I. Blackstock, V. White, G. McCrum, A. Scott, C. Hunter** // Tourism. – 2008. – № 16. – P. 276-297.
11. **Sharpley' R.** Tourism Development and the Environment: Beyond Sustainability? / **R. Sharpley'**. – Earthscan: London, UK, 2009.
12. **Дурчак О.І.** Етика туризму та соціокультурного сервісу: моральні виміри відповідальності персоналу / **О.І. Дурчак** // Туризм: реалії та перспективи сталого розвитку: матеріали Міжнародної науково-практичної конференції (23-24 жовтня 2014 року). – Київ : КНТЕУ, 2014. – С. 31-32.
13. **Wheeller B.** Sustaining the ego / **B. Wheeler** // J. Sustain Tourism. – 1993. – № 1. – P. 121-129.
14. **Hughes G.** Tourism, Sustainability and Social Theory'. In A Companion to Tourism / **G. Hughes, A. Lew', C.M. Hall, A. Williams, Eds. Blackwell**. – Oxford, UK, 2004. – P. 498-509.
15. **Poon A.** Tourism, Technology and Competitive Strategies/ **A. Poon**. – Wallingford: CAB International, UK, 1993.
16. **Carrier J.** Protecting the environment the natural way: Ethical consumption and commodity fetishism / **J. Carrier** // Antipode. – 2010. – № 42. – P. 672-689.
17. **Goodwin H.** Ethical and responsible tourism: Consumer trends in the UK / **H. Goodwin, J. Francis** // J. Vacat. Mark. – 2003. – № 9. – P. 271-284.
18. **Brickley K.** Sustainable Tourism and Millennium Development Goals / **K. Brickley, R. Black, S. Cottrell**. – Burlington, MA, USA: Jones & Bartlett Learning, 2013.
19. United Nations World Tourism Organization (UNWTO). UNHTO's Declaration on Tourism and the Millennium Goals: Harnessing Tourism for the Millennium Development Goals.- UNWTO: Madrid, Spain, 2006.
20. World Bank. Transformation through Tourism: Development Dynamics Past, Present and Future (Draft).- World Bank: Wrashington, DC, USA, 2012.
21. **Smith D.M.** Geography and ethics: A moral turn?/ **D.M. Smith** // Prog. Hum. Geogr. – 1997. – № 21. – P. 583-590.
22. **Lawson V.** Geographies of care and responsibility / **V. Lawson** // Ann. Assoc. Am. Geogr. – 2007. – № 97. – P. 1-11.

23. **Massey D.** Geographies of responsibility' / **D. Massey** // Geogr. Ann. B Hum. Geogr. – 2004. – № 86. – P. 5-18.

24. **Vlasenko T.** Simulation of development dynamics for management improvement of enterprise specialization / **T. Vlasenko, V. Vlasovets** // Technology audit and production reserves. – 2016. – № 5 (4 (31)). – C. 9-15.

25. **Vlasenko T.** Status and trends of agricultural enterprises in Ukraine in terms of market agricultural machinery / **T. Vlasenko, V. Vlasovets** // Econtechmod: An international quarterly journal. – 2016. – Vol. 5. – No 3. – P. 159-170.

References.

1. **Saarinen J.** (2014). Critical Sustainability: Setting the Limits to Growth and Responsibility in Tourism. Sustainability, No 6 (1), pp. 1-17 [in English].

2. **Skliar G.P., Litvin O.M.** (2015) *Svidomiy rozvytok derzhavno-pryvatnoho partnerstva v sferi turizmu v umovah evrointegratsii* [Prominent development of public-private partnership in the field of tourism in the context of European integration]. Upravlinnya rozvytkom socialno-ekonomichnih sistem u noviy ekonomizi: monografiya – Management of the development of socio-economic systems in the new economy: a monograph. Poltava, pp. 61-69 [in Ukrainian].

3. **Wolfe R.** (1982). Recreational travel: The new migration revisited. Ont. Geogr., No 19, pp. 103-122 [in English].

4. **Meadows D.H., Randers J., Behrens W.W.** (1972). The Limits to Growth: A Report for the Club Rome's Project on Predicament of Mankind. Earth Island Limited: London, UK [in English].

5. **Britton S.** (1982). The political economy of tourism in the third world. Ann. Tourism Res., No 9, pp. 331-358 [in English].

6. **Saarinen J.** (2006). Traditions of sustainability in tourism studies. Arm. Tourism Res., No 33, pp. 1121-1140 [in English].

7. World Commission on Environment and Development (WCED) (1987). Our Common Future. Oxford University Press: Oxford, UK [in English].

8. **Cater E.** (1993). Ecotourism in the third world: Problems for sustainable development. Tourism Manag., No 14, pp. 85-90 [in English].

9. **Sw'arbrooke J.** (1999). Sustainable Tourism Management. Wallingford, UK: CAB International [in English].

10. **Blackstock K.I., White V., McCrum G., Scott A., Hunter C.** (2008). Measuring responsibility: An appraisal of a Scottish national park's sustainable tourism indicators. Tourism, No 16, pp. 276-297 [in English].

11. **Sharpley R.** (2009). Tourism Development and the Environment: Beyond Sustainability? Earthscan: London [in English].

12. **Dutchak O.I.** (2014). Etika turizmu ta soziokulturnogo servisu: moralni vimiri vidpovidalnosti personalu [Ethics of tourism and socio-cultural service: moral dimensions of personnel responsibility]. Tourism: realities and prospects for sustainable development: *Materiali Mijnarodnoi naukovo-praktichnoi konferentsii (23-24 jovtnya 2014 roku)* -Materials of the International Scientific and Practical Conference (pp. 31-32). Kiiv: KNTEU [in Ukrainian].

13. **Wheeller B.** (1993). Sustaining the ego / **B. Wheeler** // J. Sustain Tourism, No 1, pp. 121-129 [in English].
14. **Hughes G., Lew' C.M., Hall A., Blackwell Eds. Williams** (2004). Tourism, Sustainability and Social Theory'. In A Companion to Tourism. Oxford, UK, pp. 498-509 [in English].
15. **Poon A.** (1993). Tourism, Technology and Competitive Strategies. Wallingford: CAB International [in English].
16. **Carrier J.** (2010). Protecting the environment the natural way: Ethical consumption and commodity fetishism. Antipode, No 42, pp. 672-689 [in English].
17. **Goodwin H., Francis J.** (2003). Ethical and responsible tourism: Consumer trends in the UK. J. Vacat. Mark., No 9, pp. 271-284 [in English].
18. **Brickley K., Black R., Cottrell S.** (2013). Sustainable Tourism and Millennium Development Goals. Burlington, MA, USA: Jones & Bartlett Learning [in English].
19. United Nations World Tourism Organization (UNWTO). (2006). UNWTO's Declaration on Tourism and the Millennium Goals: Harnessing Tourism for the Millennium Development Goals. UNWTO: Madrid, Spain [in English].
20. World Bank (2012). Transformation through Tourism: Development Dynamics Past, Present and Future (Draft). World Bank: Washington, DC, USA [in English].
21. **Smith D.M.** (1997). Geography and ethics: A moral turn? Prog. Hum. Geogr., No 21, pp. 583-590 [in English].
22. **Lawson V.** (2007). Geographies of care and responsibility. Ann. Assoc. Am. Geogr., No 97, pp. 1-11 [in English].
23. **Massey D.** (2004). Geographies of responsibility'. Geogr. Ann. B Hum. Geogr., No 86, pp. 5-18 [in English].
24. **Vlasenko T., Vlasovets V.** (2016). Simulation of development dynamics for management improvement of enterprise specialization. Technology audit and production reserves, No 5 (4 (31)), pp. 9-15 [in English].
25. **Vlasenko T., Vlasovets V.** (2016). Status and trends of agricultural enterprises in Ukraine in terms of market agricultural machinery. Econtechmod: An international quarterly journal, Vol. 5, No 3., pp. 159-170 [in English].

Анотація.

Гацько А.Ф., Власенко Т.В. Встановлення меж росту та відповідальності у сфері туризму.

Ідея сталого розвитку обговорюється в дослідженнях з туризму майже чверть століття. Протягом цього періоду сталість стає важливим критерієм планування регіональних розробників туристичної сфери. Ступінь стійкості також стала важливою галуззю досліджень з визначенням меж росту та відповідальності в галузі туризму. Проте, хоча існує нагальна потреба у впровадженні сталого розвитку в туризм, вчені водночас піддають сумніву концептуальний характер сталого розвитку та те, як туризм як приватна економічна діяльність пов'язаний з ідеалами сталого розвитку. Це створило

зростаючу потребу розуміння та потенційного перегляду концепції. Метою даного дослідження є критичний огляд концептуального розміру стійкості у туризмі, заснованого на літературі та попередніх дискусіях. На підставі цього робиться висновок, що незважаючи на те, що концептуальна множинність, здається, неминучою, вона потребує зменшення масштабу та децентралізації туризму в рамках політики та практики, спрямованої на забезпечення стабільності.

Ключові слова: сталий туризм; управління; обмеження росту; відповідальний туризм.

Аннотация.

Гацько А.Ф., Власенко Т.В. Установление границ роста и ответственности в сфере туризма.

Идея устойчивого развития обсуждается в исследованиях по туризму почти четверть века. В течение этого периода устойчивость становится важным критерием планирования региональных разработчиков туристической сферы. Степень устойчивости также стала важной отраслью исследований по определению границ роста и ответственности в области туризма. Однако, хотя существует насущная необходимость во внедрении устойчивого развития в туризм, ученые одновременно подвергают сомнению концептуальный характер устойчивого развития и то, как туризм как частная экономическая деятельность связан с идеалами устойчивого развития. Это создало растущую потребность понимания и потенциального пересмотра концепции. Целью данного исследования является критический обзор концептуального размера устойчивости в туризме, основанного на литературе и обсуждениях. На основании этого делается вывод, что несмотря на то, что концептуальная множественность кажется неизбежной, она требует уменьшения масштаба и децентрализации туризма в рамках политики и практики, направленной на обеспечение стабильности.

Ключевые слова: устойчивый туризм; управление; ограниченный рост; ответственный туризм.

Abstract.

Hatsko A.F., Vlasenko T.V. Establishment of the limits of growth and responsibility in the field of tourism.

The idea of sustainable development is discussed in research on tourism for almost a quarter of a century. During this period, constancy becomes an important criterion for planning regional tourism developers. The degree of sustainability has also become an important area of research to determine the boundaries of growth and responsibility in the field of tourism. However, while there is an urgent need for sustainable development in tourism, scientists at the same time question the conceptual nature of sustainable development and how tourism as a private economic activity is connected with the ideals of sustainable development. This created a growing need for understanding and potential revision of the concept. The purpose of this study is a critical review of the conceptual size of sustainability in tourism, based on literature and previous discussions. On the basis of this, it is concluded that, despite the fact that conceptual plurality seems inevitable, it requires the reduction of the scale and decentralization of tourism within the framework of stability-oriented policies and practices.

Keywords: sustainable tourism; management; limits to growth; responsible tourism.

КОМУНІКАТИВНА СОЦІАЛІЗАЦІЯ СТУДЕНТСЬКОЇ МОЛОДІ

*ГРАБАР Н.Г., к. НАУК ІЗ СОЦ. КОМУНІКАЦІЙ., ДОЦЕНТ,
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
СІЛЬСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА ІМЕНІ ПЕТРА ВАСИЛЕНКА*

Постановка проблеми у загальному вигляді. У сучасному світі людина більше живе не в національному, а в глобальному просторі. Для того, щоб кожен відчував ефективність глобального простору, слід набути певних навичок та вмінь. Можливо тому в системі соціальних комунікацій приділяється увага всім людям, а особливо тим, які відносять себе до професії типу «людина-людина»: психолога, лікаря, педагога, керівника, менеджера, актора та ін. Природні форми поведінки людини, її діяльність та спілкування потрапляють під вплив високих технологій, в результаті чого людина стає як сама для себе, так і для інших об'єктом технологічних маніпуляцій. Пропонуються все більш досконалі засоби для такого маніпулювання. Наслідки такого втручання досить непередбачувані, оскільки здійснювані дії докорінно змінюють екзистенціальну сутність людини, породжують нові, специфічні проблеми соціокультурного, психологічного, духовного і морального плану [1].

Тим часом результати аналізу соціальної практики дають вагомий підстави стверджувати, що в дійсності більшість випускників вищої школи не тільки не виконують покладених на них найважливіших завдань, а й взагалі не можуть виконувати їх належним чином. І вся відповідальність за цю ситуацію лежить якраз на системі освіти, перш за все на вищих навчальних закладах. Дійсно, визначивши для себе основним завданням здійснення суто професійної підготовки фахівців, вища школа «забула», що її завдання має полягати у всебічній підготовці молоді до успішного життя і діяльності в умовах майбутнього суспільства, контури якого ми можемо визначити лише вельми, приблизно. А це означає, що вона не тільки і не стільки повинна озброїти своїх випускників певною сумою знань, умінь і навичок, які утворювали їх належну професійну і соціальну компетентність, скільки вчити їх самостійно поповнювати свої знання відповідно до логіки науково-технічного і соціального прогресу, навчити їх розуміти цю логіку. На наш погляд, разом з цілком

природним прагненням до підвищення якості підготовки та забезпечення належного рівня професіоналізму майбутніх фахівців має місце певне нехтування не менш важливими завданнями їх виховання і особистісного розвитку. А це, як не парадоксально, негативно позначається і на професійній, і на соціальній компетентності випускників, прагненні до максимальної реалізації особистого творчого потенціалу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вивченню комунікативної компетентності в різних аспектах присвятили свої дослідження Г. Андрєєва, О. Божович, Ю. Галушчинська, І. Данченко, О. Добротвор, О. Красівська, С. Макаренко, В. Назаренко, М. Тимофєєва, А. Хом'як, В. Черевко та ін.. Комунікативну компетентність з погляду лінгвістики, педагогіки, психології, соціології, теорії комунікації, культурології досліджували і зарубіжні вчені L. Bachman, M. Canale, N. Chomsky, K. Foss, O. Argie, J. Koester, D. O'Hair, A. Palmer, G. Rickheit, H. Widdowson, C. Sabee та ін.

Психологи та педагоги схильні вважати, що в студентські роки комунікація стає особливим видом діяльності, що саме в її процесі студенти вчаться обмінюватися досвідом, знаннями, ідеями для встановлення взаємин у колективі, навчаються підкоряти свої інтереси та потреби, бути чуйними і уважними, отримують соціальний досвід комунікативної діяльності.

Системоутворюючу роль комунікації в процесі соціалізації також виділяли А. Маслоу, Е. Еріксон, Ж. Піаже. В умовах глобалізації людині важливо усвідомлювати своє місце в історії та суспільстві, бути здатним створювати культуру, вступати в міжкультурний діалог з представниками інших культур і долучатися до нових традицій і цінностей [4].

Цілеспрямовані процеси впливу на особистість реалізуються передусім у навчанні та вихованні, які здійснюються в сім'ї, школі, позашкільних суспільних та громадських організаціях. Стихійний вплив здійснюється через соціальні ситуації реального життя, масові інформаційні системи тощо. Як зазначає В. О. Ільганаєва, регулятори соціокультурного розвитку суспільства, які відносяться до матеріальних основ, вичерпали свою прогресивну силу, опречену в засобах і способах праці. При цьому на першу позицію регуляторів соціокультурного розвитку виходять медіа сфера і духовно моральна сфера суспільства, яка опосередковує соціальну взаємодію на всіх рівнях соціальної організації. Віднині «...медіа система формує простір налагодження зв'язків між людьми, інтегруючи в себе всі

можливі засоби» [5, с.35.]. Саме тому комунікаційний простір все більше набуває ознак медіа реальності, в якому здійснюються процеси соціальної взаємодії, що набуває статусу нової соціальної реальності.

Необхідно зазначити, що, незважаючи на велику кількість досліджень по розвитку комунікативних умінь, дотепер комунікативна компетенція як засіб соціальної адаптації студентів недостатньо вивчена.

Формулювання цілей статті. Узагальнити теоретичний та практичний досвід комунікативної соціалізації молоді в умовах вищого навчального закладу.

Виклад основного матеріалу дослідження. З огляду на вищезазначене, метою соціалізації студентів перш за все є активне опанування ними досвідом попередніх поколінь та умінь використовувати його в інтересах створення власного добробуту не на шкоду іншим. Як відомо, виховання є провідним фактором у гармонійному розвитку особистості, у становленні студента як спеціаліста, у той же час соціалізація наповнює його реальними думками щодо того, як краще сприймати довкілля, як на нього реагувати (впливати на нього чи пристосовуватись, щоб мати успіх). Все більше необхідний комунікативний підхід, пов'язаний з процесом розгортання людського ставлення однієї людини до іншої, що передбачає толерантну поведінку та спілкування.

У студентів першого курсу потреба в комунікативній взаємодії проявляється особливо помітно, у багатьох з них перериваються особистісні контакти, які склалися до вступу в університет. Соціалізація охоплює всі процеси залучення до культури, комунікації і навчання, з допомогою яких особистість набуває здатності брати участь у суспільному житті. Виділяються три основні сфери, в яких відбувається становлення особистості: «спілкування, діяльність, самосвідомість» [7, с., 92]. Процес соціалізації відбувається як єдність усіх трьох сфер. Така єдність створює для студента дійсність, в якій він може спілкуватися, оволодіваючи системою соціальних відносин. Отже, суть процесу соціалізації полягає в тому, що особистість поступово засвоює соціальний досвід і використовує його для адаптації в соціумі.

Зокрема, Г. Гончаренко процес соціалізації студентської молоді вбачає у наявності трьох його стадій, а саме:

– адаптаційна (охоплює перший і частково другий курси) – спрямована на оволодіння способами навчально-професійної діяльності, її основним змістом індивіда до нових умов;

– ціннісно-діяльнісна, або диспозиційна (охоплює частково другий, третій і четвертий курси) – забезпечує розв’язання протиріччя між ціннісними орієнтаціями на цілі життєдіяльності й засобами їх досягнення, детермінованими соціальними умовами життя індивіда;

– професійна (охоплює випускний курс) – сприяє завершенню професійно-особистісного становлення студентів, перетворенню їх активних суб’єктів соціалізаційного процесу [8].

Комунікативна соціалізація сприяє в подальшому професійній компетентності. Відповідно до трактування В. Ягупова та В. Свистун, компетентність – це підготовленість до здійснення певної професійної діяльності та наявність професійно важливих якостей фахівця, які сприяють цій діяльності [9].

Серед різних форм і методів навчання особливе значення мають методи активного залучення в ситуації міжкультурного спілкування. Цьому сприяє культурологічна підготовка, яка поєднує в собі комплект навчальних дисциплін, систему навчально-виховних заходів, які спрямовані на активну життєву позицію.

Сучасні умови вимагають стимулювати комунікативні властивості майбутніх фахівців незалежної держави. Комунікативна координація – необхідна умова успіху міжособистісної взаємодії, оскільки вона не тільки сприяє узгодженню мовних дій і поступків комунікантів, неконфліктність, але й забезпечує багатоаспектну реалізацію комунікативних намірів співбесідників [2]. Стає очевидним, що під впливом систем масової комунікації відбуваються значні зміни культурного образу людей, а проблемні життєві ситуації потребують усвідомлення та переоцінки цінностей, які звичайно визначають і рівень комунікативних практик. Вони стають основою формування культури спілкування у комунікаційному суспільстві.

Студенти молодших (1-2 курсів) ХНТУСГ імені Петра Василенка – молоді люди, що приїхали з різних куточків України, мають вже своє культурно-естетичне бачення. Тому завдання викладача кафедри культурних універсалій вбачається у впровадженні інноваційних методів проведення специфічних курсів. При викладанні предметів «Культурологія», «Історія української культури» студенти факультетів менеджменту та енергетики і комп’ютерних технологій за досить короткий час (один семестр) повинні вивчити і засвоїти великі загальнотеоретичні теми. У зв’язку з цим до уваги беремо самостійне опрацювання і застосовуємо цілий ряд заходів, що сприяють цьому.

Практика показала, що викладання дисциплін стає більш ефективним, якщо в ньому на основі вивченого навчального матеріалу

студент отримує творчі завдання, що дають йому змогу оволодіти такими компонентами комунікативної компетентності, як: прогнозування і програмування комунікативної ситуації; знання й ерудиція; засоби спілкування; управління комунікативною ситуацією; комунікативна культура; мовленнєва компетенція тощо.

Популярністю у студентів користуються ситуаційно-рольові ігри, використовуючи при цьому теорію Р. Шиндлера [10]. Протягом гри викладач визначає смислове лінійне аналізу теоретичної проблеми або практичної ситуації, піднімає додаткові питання і ставить задачу. Він закликає всіх учасників гри в атмосфері доброзичливості, взаємодопомоги, рівноправності. Завершуються заняття підведенням підсумків, де відзначається на вмісті і можливості бути реалізованим психологічно-методичного задуму.

На підсумкових заняттях проводимо конкурси, які більшістю вважаються дозвілсьвими заходами. Але ж дозвілля – це сфера, що надає можливості для саморозвитку, самореалізації, самоосвіти, вона кожному дозволяє максимально виявити свою індивідуальність як на поведінковому рівні, так і у творчості, асоціюється з діяльністю, супроводжуваною позитивними емоціями, що виконується не заради якоїсь зовнішньої мети, а заради неї самої. Окрім того, сфера дозвілля володіє значним арсеналом засобів соціалізації особистості [6], і важливо, щоб така цілеспрямована діяльність здійснювалася у суспільно бажаному руслі, поширюючись на фізичний, психічний, емоційний, моральний, естетичний розвиток особистості.

Якраз це стосується конкурсів. Мета конкурсів у ВНЗ – виявлення та підтримка талановитої молоді, розвиток їхніх комунікативних навичок, самовдосконалення та самоорганізація. Таким для студентів 1 курсу ННІ БМ з предмету «Історія української культури» став конкурс «Я люблю Україну».

Декілька разів проводилися тематичні конкурси про квіти. Студентам пропонувалося самим організувати команду з 5-7 чоловік, придумати «квіткову» назву, захистити її, всім останнім віднайти цікаві легенди про квіти. Кращі з них розповідали глядачам.

Вважається, що конкурси – це наука перемогати. У конкурсантів виробляються такі життєво важливі якості, як уважність, ретельність, наполегливість у досягненні своєї мети. Участь у конкурсі також розвиває пам'ять, вміння спілкуватися із дорослими, однолітками, оточуючим світом. На кожному конкурсному заході студенти одержують певні знання і легко запам'ятовують, навчаються жити цікаво та насичено, налагоджують комунікативні зв'язки.

Окрім конкурсів, розвивають, формують особистість, сприяють комунікативній соціалізації позааудиторні заняття, які передбачають пізнавально-дозвілєві заходи. Вони включають: виїзди на природу: до музею Г. Сковороди, дендропарку в Краснотуркеському районі та ін.; відвідування музеїв міста Харкова (історичного, літературного, художнього, етнографії ім. Г. Хоткевича); театрів: української драми ім. Т. Шевченка, російської ім. О. Пушкіна, опери і балету ім. Лисенка та ін. Позааудиторні заняття вимагають значної організаторської підготовки, але завжди приносять бажаний ефект. Заняття-екскурсії (музеї, театри міста, виставки, екскурсії, пам'ятні місця), мета яких – ознайомлення студентів з культурно-історичною спадщиною українського народу, реалізується формуванням компонентів аксіологічного, нормативного та емоційно-психологічного порядку. Зазначимо, що особливою ознакою дозвілєвої діяльності виступає можливість спілкування з тими цінностями, що викликають у людини особистий, духовно мотивований інтерес поза сферою її професійної чи навчальної діяльності [3].

Таким чином, культурологічний цикл дисциплін є ефективним фактором у формуванні людини культури поряд із загальною соціалізацією особистості. Впровадження гуманітарної складової в навчально-виховний процес дозволяє підвищити рівень креативних знань студентів, сформувані національні цінності, правила культурної поведінки особистості, комунікативної соціалізації.

Висновки. Викладання дисциплін культурологічного циклу стає більш ефективним, якщо в ньому на основі вивченого навчального матеріалу студент отримує творчі завдання, що дають йому змогу оволодіти такими компонентами комунікативної компетентності, як: прогнозування і програмування комунікативної ситуації; знання й ерудиція; засоби спілкування (вербальні та невербальні); управління комунікативною ситуацією; комунікативна культура (загальна та національна); орієнтація на соціального партнера; мовленнєва компетенція.

Доречно до програм навчання майбутніх фахівців включити авторські програми, в яких розглянуті комунікабельність, комунікативність як найважливіші властивості менеджера, адже йому доводиться встановлювати зв'язки з іншими комунікаційними структурами, а отже, незнайомими людьми, що без креативного підходу зробити складніше.

Література.

1. **Алексеевко А.П.** «Болезнь духа» современного технологизированного человека / **А.П. Алексеевко** // Соціально-гуманітарні вектори педагогіки вищої школи: сьома Міжнародна наук.-практ. конф., 28 квітня 2016 р. – Харків, 2016. – С. 26-35.
2. **Грабар Н.Г.** Комунікативність як компонента особистісного розвитку / **Н.Г. Грабар** // Філософський та літературознавчий виміри сучасних гуманітарних досліджень: матеріали Міжнар. наук.-теорит. конф. 17-19 груд. 2009 р. – Суми, СумДУ. – С. 99-100.
3. **Грабар Н.Г.** Культура дозвілля як фактор естетичного виховання / **Н.Г. Грабар, М.О. Мазоренко** // Соц. гуманітарні вектори педагогіки вищ. школи: Матеріали VI міжнар. наук. конф., 13-14 квітня 2015 р. – Х. : Міськдрук, 2015. – С. 119-121.
4. **Демина С.А.** Актуализация образовательного потенциала культурного наследия в современном культурно-образовательном пространстве [Электронный ресурс] / **С.А. Демина** // Современная педагогика. 2014. – № 3. – Режим доступа: <http://pedagogika.snauka.ru/2014/03/2149>
5. **Ильганаева В.А.** Социальное взаимодействие в процессе мир системной трансформации общества / **В.А. Ильганаева** // Філософія спілкування. – 2016. – № 7-8. – С. 28-37.
6. **Кірсанов В.В.** Особливості діагностики ефективності організації дозвілля / **В.В. Кірсанов** // Вісн. Кн. палати. – 2005. – № 6. – С. 46-49.
7. **Орбан-Лембрик А.Е.** Соціальна психологія: [посібник] / **А.Е. Орбан-Лембрик**. – К. : Академвидав, 2003. – 446 с.
8. **Овчаренко Г.Е.** Педагогічні умови соціалізації студентів мистецько-педагогічних спеціальностей у познавчальній діяльності: автореф. дис... канд. пед. наук: 13.00.05 / Луганський нац. пед. ун-т ім. Тараса Шевченка. – Луганськ, 2005. – 20 с.
9. **Ягунов В.В.** Компетентнісний підхід до підготовки фахівців у системі вищої освіти / **В.В. Ягунов, В.І. Свистун** // Наукові записки НаУКМА, Серія «Педагогічні, психологічні науки та соціальна робота». – 2007. – Т. 71. – С. 3.
10. **Shein J.R. Schindler M.** London; New York.: Phaidon, 2000. 304 p.

References.

1. **Alekseenko A.P.** (2016) «Bolezn' duha» sovremennogo tehnologizirovannogo cheloveka ["Disease of the Spirit" of a modern technologically advanced person]. *Social'no-gumanitarni vektori pedagogiki visshoi shkoli:s'oma Mizhnarodna nauk.-prakt. konf., (28 kvitnja 2016 roku) - Socio-humanitarian vectors of higher education pedagogy: Seventh International Science. -practice. Conf., (April 28, 2016).* (pp. 26-35). Kharkiv [in Ukrainian].

2. **Grabar N.G.** (2009). Komunikativnist' jak komponenta osobistisnogo rozvitku [Communicative as a component of personal development]. *Filosofi'kij ta literaturoznavchij vimiri suchasnih humanitarnih doslidzhen' : materialy Mizhnar. nauk.-teorit. konf. (17–19 grud. 2009 roku) – Philosophical and literary dimensions of contemporary humanitarian research: materials International. Theoretical sciences. Conf. 17-19 dec. 2009).* (pp. 99–100). Sumy, SumDU [in Ukrainian].

3. **Grabar N.G. Mazorenko M.O.** (2015). Kul'tura dozvillja jak faktor estetichnogo viovannja [Leisure culture as a factor in aesthetic education]. *Soc. gumanitarni vektory pedagogiki vishh. shkoli: Materialy VI mizhnar. nauk. konf. (13–14 kvitnja 2015 roku) – Soc. Gumanitarni vektory pedagogiki vishh. Shkoli: Materialy VI mizhnar. Come on Conf. (13-14 February 2015).* (pp. 119–121). Kharkiv: Mis'kdrak [in Ukrainian].

4. **Demina S.A.** (2014). Aktualizacija obrazovatel'nogo potentsiala kul'turnogo nasledija v sovremennom kul'turno-obrazovatel'nom prostranstve. Sovremennaja pedagogika [Updating the educational potential of cultural heritage in the modern cultural and educational space. Modern pedagogy]. No 3. *pedagogika.snauka.ru*. Retrieved from <http://pedagogika.snauka.ru/2014/03/2149> [in Russian].

5. **Il'ganaeva V.A.** (2016). Social'noe vzaimodejstvie v processe mir sistemnoj transformacii obshhestva [Social interaction in the process of the world of systemic transformation of society]. *Filosofija spilkuvannja – The philosophy of communication*, No 7-8, pp. 28–37. [in Ukrainian].

6. **Kirsanov V.V.** (2005). Osoblivosti diagnostiki efektyvnosti organizacii dozvillja [Features of the diagnostics of the effectiveness of leisure activities]. *Vishn. Kn. palati. – Bulletin of the Kn. Chambers*, No 6., pp. 46-49 [in Ukrainian].

7. **Orban-Lembrik L.E.** (2003). Social'na psihologija [Social psychology]. Kiev: Akademvidav, p. 446 [in Russian].

8. **Ovcharenko G.Ye.** (2005). Pedagogicheski umovi sotsiializatsii studentiv mystic-pedagogical specialties in pozanovecialny diyalni: author's abstract. Dis ... cand. Ped. Sciences: 13.00.05 / The Lugansk National University. Ped. Un-t im. Taras Shevchenko. – Lugansk, 20 p. [in Ukrainian].

8. **Ovcharenko G.E.** Pedagogichni umovi socializacii studentiv mistec'ko-pedagogichnih special'nostej u pozanavchal'nij dijal'nosti [Pedagogical conditions of socialization of students of artistic and pedagogical specialties in extracurricular activities]. *Abstract of dissertation of candidate of economic Sciences*. Luganskij nac. ped. un-t im. Tarasa Shevchenka. Lugansk, p. 20 [in Ukrainian].

9. **Yagupov V.V., Svistun V.I.** (2007). Competentni pidhid do pidgotovki fahivciv u sistemi vishhoi osviti [Competent approach to the training of specialists in the system of higher education]. *Scientific Notes of NaUKMA - Scientific notes of NaUKMA, Ser. «Pedagogical, Psychological Sciences and Social Work»*, Vol. 71, pp. 3 [in Ukrainian].

10. **Shein J.R. Schindler M.** (2000). London; New York.: Phaidon, p. 304 [in English].

Анотація.

Грабар Н.Г. Комунікативна соціалізація студентської молоді.

Держава, родина, освітні заклади, засоби масової комунікації, політичні лідери, релігійні організації рекламують вельми різноманітні і відмінні один від одного цінності. Пошуки молодого людини самого себе, своєї індивідуальності і соціального статусу в таких умовах ускладнюються достатком вибору, що сполучається з динамізмом і новизною. У нових соціокомунікаційних умовах розвитку суспільству потрібен фахівець, який характеризується не тільки функціональною готовністю до професійної діяльності, але й сформований як творча особистість, здатна виявити і створити умови для творчої самореалізації інших. В статті розглядаються деякі аспекти культурологічного впливу на соціалізацію студентської молоді, що організовує кафедра культурних універсалій.

Ключові слова: комунікативна соціалізація, університет, студенти, адаптація, соціальна взаємодія.

Аннотация.

Грабарь Н.Г. Коммуникативная социализация студенческой молодежи.

Государство, семья, образовательные учреждения, средства массовой коммуникации, политические лидеры, религиозные организации рекламируют весьма разнообразные и отличные друг от друга ценности. Поиски молодым человеком самого себя, своей индивидуальности и социального статуса в таких условиях усложняются обилием выбора, сочетается с динамизмом и новизной. В новых социокоммуникационных условиях развития обществу нужен специалист, характеризующийся не только функциональной готовностью к профессиональной деятельности, но и сформированный как творческая личность, способная обнаружить и создать условия для творческой самореализации других. В статье рассматриваются некоторые аспекты культурологического влияния на социализацию студенческой молодежи, организует кафедра культурных универсалий.

Ключевые слова: коммуникативная социализация, университет, студенты, адаптация, социальное взаимодействие.

Abstract.

Grabar N.G. Communicative socialization of student youth.

The state, the family, educational institutions, mass media, political leaders, and religious organizations promote highly diverse and diverse values. The search for a young man himself, his personality and social status in such conditions are complicated by abundance of choice, combined with dynamism and novelty. In the new socio-communication conditions of development, a society needs a specialist, characterized not only by functional readiness for professional activity, but also formed as a creative personality, capable of discovering and creating conditions for the creative self-realization of others. The article deals with some aspects of cultural influence on the socialization of student youth, organized by the Department of Cultural Universals.

Key words: communicative socialization, university, students, adaptation, social interaction.

РЕКРЕАЦІЙНІ РЕСУРСИ ТА ПРИРОДНО-РЕКРЕАЦІЙНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ЯК НЕОБХІДНА УМОВА РОЗВИТКУ РЕКРЕАЦІЇ

***ПОТИШНЯК О.М., Д.Е.Н., ПРОФЕСОР,
ДУДНИК О.В., К.Е.Н., ДОЦЕНТ, КРАЛЯ В.Г., СТ. ВИКЛАДАЧ,
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
СІЛЬСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА ІМЕНІ ПЕТРА ВАСИЛЕНКО***

Постановка проблеми у загальному вигляді. Для нашого часу характерною особливістю є інтенсивний техногенний вплив на людину, що вимагає відновлення енергії та відпочинку. Умови життя людини, що пов'язані з її трудовою активністю, інтелектуальні навантаження-всі ці фактори викликають фізичну та психологічну втому, стрес. Тому й зростає потреба у використанні так званих рекреаційних ресурсів. Рекреаційні ресурси є важливою складовою природного потенціалу, їх роль у формуванні сучасного природокористування постійно зростає.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Термін «рекреаційні ресурси» до 50-60 років ХХ століття в науковій літературі не зустрічався. Цей термін почав використовуватися в періоді з 1968-1971 рр., але й далі вчені постійно уточнювали зміст поняття. П.В. Большаник [1] пропонував розуміти під терміном «рекреаційні ресурси» – природні, природно-технічні та соціально-економічні геосистеми та їх елементи. Які при існуючих технічних і матеріальних можливостях можуть бути використані для організації рекреаційного господарства.

Деякі автори вважають, що рекреаційні ресурси є частиною туристичних ресурсів. З цим твердженням можна не погодитися, якщо розглядати рекреаційну галузь не в складі туристичної індустрії, а як окрему галузь економіки. Безперечно, поняття рекреація тісно пов'язане з туристичною індустрією. Компонентна структура туристичної індустрії являє собою сукупність туристичних галузей, окремих секторів і видів рекреаційної галузі, які розкривають особливості її функціонування і розвитку в межах певного географічного простору [2].

Т.В. Ніколаєнко визначає що до рекреаційних ресурсів відносяться компоненти природного середовища та феномени

соціокультурного характеру, які завдяки певним властивостям, можуть бути використані для організації рекреаційної діяльності [3].

Красівська А.В. [2] вважає що під рекреаційними ресурсами слід розуміти природні системи та їх елементи, культурно-історичні об'єкти, ресурси санаторно-курортних підприємств, а також трудові ресурси. Які . за певних умов, можуть бути використані для організації відпочинку та оздоровлення населення країни. Їх наявність є обов'язковою умовою для формування і розвитку рекреаційної діяльності санаторно-курортних підприємств, їх ресурсною базою. Все це пов'язано з необхідністю їх кількісної та якісної оцінки, визначенням можливих варіантів використання в тій чи іншій галузі економіки та вибором найбільш прийнятних.

Формулювання цілей статті. Розглянути класифікацію рекреаційних ресурсів та підходи до оцінки природно-рекреаційного потенціалу з ціллю оптимізації процесів природокористування території.

Виклад основного матеріалу дослідження. Залучення рекреаційних ресурсів до процесу рекреаційної діяльності може бути різноманітним по характеру:сприйматися нашим зором(пейзаж, об'єкти екскурсії). використовуватися непрямо - безпосередньо в процесі рекреації.

Рекреаційні ресурси можна класифікувати за [4]:

- походженням – природні та суспільні;
- специфікою використання в процесі туристично-рекреаційної діяльності – спеціальні(прямого використання – мінеральні води,лікувальні грязі,термальні води), загальні (опосередкованого використання чи впливу – лісові та водні ресурси);
- функціональним призначенням –лікувальні,оздоровчі. пізнавальні,спортивні;
- компонентною структурою – природні (бальнеологічні,водні,лісові, ландшафтні та кліматичні умови), суспільні (культурно-історичні, туристично-рекреаційна інфраструктура, інформаційне та кадрове забезпечення, ландшафтно-техногенні комплекси. агроландшафти; економічні,соціально-демографічні, інформаційні передумови розвитку туристично-рекреаційної сфери, інфраструктурні, екологічна та соціальна безпека);
- рівнем унікальності – типові та унікальні;
- критерієм доступності – добре доступні, доступні та важкодоступні;

– статусом ресурси природно –заповідного фонду, курортно-санаторних та рекреаційних зон.

Рекреаційні ресурси багато в чому є похідними від рекреаційних потреб населення, які в свою чергу визначаються задачами соціокультурного освоєння території. Таким чином, основні причина та фактори перетворення сукупності тих чи інших властивостей території в рекреаційні ресурси – це потреби соціокультурного освоєння території.

Поєднання та наявність природно-рекреаційних ресурсів свідчить про існування природно-рекреаційного потенціалу як необхідної умови розвитку рекреації.

Дашук Ю.Є. розглядає ресурсний потенціал регіону як інтегровану систему взаємозв'язків та властивостей, що характеризуються здатністю використовувати природні ресурси, реалізуючи при цьому можливості, через призму умов, які продукують готовність до ведення рекреаційної діяльності, що здійснюється під впливом комплексу засобів для задоволення потреб рекреанта у відпочинку та відновленні [5].

На думку вчених, природно-рекреаційний потенціал території являє собою можливість задоволення потреб духовного та фізичного розвитку суспільства та відтворення головного чинника – людини – шляхом раціонального використання можливостей та якостей природних ресурсів та об'єктів.

Існування природно-рекреаційного потенціалу (РТП) можливе лише при збереженні його здібності до саморегуляції та самопідтримки. Порушення цієї умови призведе до деградації природного середовища, втраті його рекреаційних властивостей та якостей. Обов'язковою умовою використання РТП є визначення допустимої кількісної та якісної межі споживання рекреаційних ресурсів, що не допустять необоротних процесів зміни навколишнього середовища, зумовлюючих аномалії та допомагаючи у визначенні строків їх настання.

Здатність природно-рекреаційного потенціалу до самовідновлення та підтримки стійкого стану може бути реалізована за допомогою механізмів раціонального природокористування, а також ряду інших факторів як відносяться як до внутрішнього так і до зовнішнього середовища (таблиця 1).

Вказані в таблиці 1 фактори дозволяють обґрунтувати механізми раціонального використання рекреаційних ресурсів регіону в довгостроковій перспективі, а також формують основу оцінки РТП регіону.

Таблиця 1

**Фактори що забезпечують функціонування
рекреаційного потенціалу територій**

Внутрішні фактори функціонування РТП		
Саморегуляція рекреаційної екосистеми	РТП володіє значними можливостями саморегулювання, самоочищення за рахунок процесу кругообігу речовин	
Стійкість екосистеми РТП	Можливість продовження процесу споживання рекреаційних ресурсів, використання їх якостей забезпечує стабільність задоволення потреб	
Різноманітність використання РТП	Властивості та якості складових РТП визначають різноманіття видів рекреаційної діяльності	
Оптимальність реалізації РТП	На всіх рівнях використання РТП повинні зберігатися об'єктивні пропорції між масштабами, темпами використання РТП та темпами зберігання для послідовного використання	
Дія закону цілісності	На кожному з етапів використання РТП існують резерви, зумовлені вже відомими властивостями окремих елементів РТП	
Фактори зовнішнього середовища		
Законодавча основа використання РТП	Організаційно-економічна основа використання РТП	Техніко-технологічна основа використання РТП

В якості природних передумов формування природно-рекреаційного потенціалу, насамперед, виступають природно-територіальні комплекси різних видів, їх компоненти та окремі властивості, в тому числі контрастність, географічна специфіка, екзотичність, унікальність або, навпаки, типічність, розміри та форми природних об'єктів та їх географічне положення.

Формування системи рекреаційного природокористування є об'єктивним наслідком потреб суспільства в рекреації, що постійно зростає (таблиця 2).

Таблиця 2

Взаємодія системи «суспільство – природне середовище»

Система управління	Рекреаційні потреби суспільства	Екологічний стан
Трудові ресурси	Відтворювальні	Культурно-історичні ресурси
Економічний потенціал	Соціально-культурні	Природний потенціал
Матеріально-технічна база	Економічні	Природно-рекреаційні ресурси

Розглядаючи рекреаційне природокористування необхідно визначити соціально-економічну суть рекреації, її місце та роль в розвитку суспільства.

Основні функції природно –ресурсного потенціалу можна розділити на три групи:

- медико-біологічна;
- соціально-культурна;
- економічна.

У медико-біологічній функції виділяють два аспекти – санаторно-курортне лікування та оздоровчий відпочинок (кожен з аспектів зумовлює відновлення працездатності в людини, зменшення нервового навантаження за допомогою занять з фізичної культури, фізіотерапевтичних методів оздоровлення).

Соціально-культурна функція – це основна функція рекреації, що визначає пізнавальну рекреаційну діяльність, пов'язану з оглядом нової території, знайомство з архітектурними пам'ятками і т.д.

Економічна функція – завдяки рекреації підвищується здатність працюючих до праці, збільшується тривалість періоду збереження повноцінної працездатності людини, що призводить до збільшення фонду робочого часу за рахунок зменшення захворюваності, підвищення життєвого тону.

Висновки. Очевидно, що на кожному етапі розвитку суспільства час рекреації повинен досягати суспільно необхідної величини. Інакше прогрес виробничих сил суспільства не буде забезпечуватися. Людство не змогло б досягнути сучасного рівня розвитку, якщо б не збільшувалася частка рекреаційного часу, в рамках якого відбувається примноження виробничих сил людини. Оскільки затрати сили та їх відновлення знаходять в єдиній площині, то вимір характеру затрат повинен призвести до зміни характеру відновлення. Тому наголос потрібно робити на збільшення частки рекреаційного часу, підвищуючи або проявляючи рекреаційну функцію всієї діяльності. Але чітко розмежувати функції рекреації, що були згадані вище, важко, так як вони пов'язані між собою та доповнюють одна одну. Важливо також визначити загальні тенденції розвитку рекреації в даний час. Такі напрями розвитку обов'язково будуть визначати співвідношення всіх вказаних функцій рекреації.

Література.

1. **Большаник П.В.** Рекреационная география: [учебное пособие] / **П.В. Большаник.** – Омск, 2003.

2. **Краєвська А.С.** Рекреаційні ресурси санаторно-курортних підприємств: сутність та перспективи використання: [монографія] / **А.С. Краєвська, О.О. Мороз, Б.Є. Грабовецький.** – Вінниця: НТУ, 2013 – 184 с.

3. **Николаенко Т.В.** Процесс рекреационного освоения региона / Т.В. Николаенко // Симферополь. – 1998.

4. **Черчик Л.** Теоретичні аспекти формування ринку рекреаційних ресурсів / **Л.Черчик** // Галицький економічний вісник. – 2004. – № 3. – С. 108-112.

5. **Дашук Ю.Є.** Рекреаційний потенціал регіону, як об'єкт наукових досліджень / **Ю.Є. Дашук** // Вісник Харківського національного технічного університету сільського господарства: Економічні науки. – 2012. – Вип. 126.

6. **Терещенко С.І.** Вплив природно-ресурсного потенціалу на рівень розвитку аграрного сектору Сумської області / **С.І. Терещенко** // Економіка АПК. – 2014. – № 12. – С. 50-64.

7. **Смаль І.В.** Туристичні ресурси світу: [навчальний посібник] / **І.В. Смаль.** – Ніжин: Видавництво ніжинського державного університету імені Миколи Гоголя, 2010. – 336 с.

8. **Фоменко Н.В.** Рекреаційні ресурси та курортологія **Н.В. Фоменко.** – К.: Центр навчальної літератури, 2007. – 312 с.

References.

1. **Bol'shanik P.V.** (2003). *Rekreacionnaja geografija [Recreational geography]*. Omsk, p. 180 [in Russian].

2. **Kraevs'ka A.S., Moroz O.O., Grabovec'kij B.E.** (2013). *Rekreacijni resursi sanatorno-kurortnih pidpriemstv: sutnist' ta perspektivi vikoristannja [Recreational resources of the sanatorium-resort enterprises: essence and prospects]*. Vinnicja: VNTU, p. 184 [in Ukrainian].

3. **Nikolaenko T.V.** (1998). *Process rekreacionnogo osvoenija regiona [The process of recreational development of the region]* Simferopol', p. 130 [in Russian].

4. **Cherchuk L.** (2004). *Teoretichni aspekti formuvannja rinku rekreacijnih resursiv [Theoretical aspects of formation of the market of recreational resources]*. *Galic'kij ekonomichnij visnik – Galician economic Bulletin*, No 3, pp. 108-112 [in Ukrainian].

5. **Dashchuk Iu.Ie.** (2012). *Rekreacijnij potencial regionu, jak ob'ekt naukovih doslidzhen' [Recreational potential of the region as an object of scientific research]*. *Visnik Harkivs'kogo nacional'nogo tebnichnogo universitetu sil's'kogo gospodarstva: Ekonomichni nauki – Bulletin of Kharkiv National Technical University of Agriculture: Economic Science*, Issue 126 [in Ukrainian].

6. **Tereshhenko S.I.** (2014). *Vpliv prirodno-resursnogo potencialu na riven' rozvitku agrarnogo sektoru Sums'koї oblasti [The impact of natural resources on the level of development of the agricultural sector of the Sumy region]*. *Ekonomika APK – Economy AIC*, No 12, pp. 50-64 [in Ukrainian].

7. **Smal' I.V.** (2010). *Turistichni resursi svitu [Tourist resources of the world]*. Nizhin: Vidavnictvo nizhins'kogo derzhavnogo universitetu imeni Mikoli Gogolja, P 336 [in Ukrainian].

8. **Fomenko N.V.** (2007). *Rekreacijni resursi ta kurortologija [Recreational resources and balneology]*. Kyiv: Centr navchal'noi literaturi, p. 312 [in Ukrainian].

Анотація.

Потишняк О.М., Дудник О.В., Краля В.Г. Рекреаційні ресурси та природно-рекреаційний потенціал як необхідна умова розвитку рекреації.

На основі узагальнення теорії та практики діяльності в рекреаційних комплексах визначено суть природно-рекреаційного потенціалу території; запропоновано класифікацію рекреаційних ресурсів. Виділено фактори що забезпечують функціонування рекреаційного потенціалу територій, що допоможуть в досягненні ефективності, сталого розвитку у процесі туристично-рекреаційного природокористування. Розглянуто підходи до оцінки природно-рекреаційного потенціалу з ціллю оптимізації процесів природокористування території. Виділено та охарактеризовано основні функції природно-ресурсного потенціалу, ефективне освоєння якого може забезпечити більш повне задоволення потреб населення в оздоровленні та відпочинку.

Ключові слова: рекреаційні ресурси, природні умови, рекреаційний потенціал території, функції природно-рекреаційного потенціалу.

Аннотация.

Потишняк Е.Н., Дудник Е.В., Краля В.Г. Рекреационные ресурсы и природно-рекреационный потенциал как необходимое условие развития рекреации.

На основе обобщения теории и практики деятельности в рекреационных комплексах определены суть природно-рекреационного потенциала территории; предложена классификация рекреационных ресурсов. Выделены факторы обеспечивающие функционирование рекреационного потенциала территорий, помогут в достижении эффективности, устойчивого развития в процессе туристско-рекреационного природопользования. Рассмотрены подходы к оценке природно-рекреационного потенциала с целью оптимизации процессов природопользования территории. Выделены и охарактеризованы основные функции природно-ресурсного потенциала, эффективное освоение которого может обеспечить более полное удовлетворение потребностей населения в оздоровлении и отдыхе.

Ключевые слова: рекреационные ресурсы, природные условия, рекреационный потенциал территории, функции природно-рекреационного потенциала

Abstract.

Potyshniak O.M., Dudnik E., Kralya V. Recreational resources and natural recreational potential a necessary condition for the development of recreation.

On the basis of generalization of the theory and practices of recreational complexes defined the essence of the natural-recreational potential of the territory; classification of recreation resources. The factors ensuring the functioning of the recreational potential of the territories, will help in achieving efficient, sustainable development in the process of tourist-recreational nature.. Discusses approaches to the assessment of natural and recreational potential with the aim of optimizing the processes of nature areas. Isolated and characterized the main functions of natural –resource potential, effective development of which can provide a more complete satisfaction of population's needs in health improvement and rest.

Key words: recreational resources, natural conditions, recreational potential of the territory, functions of natural-recreational potential

УДК 330.341:636.034(477.83)

ТРАНСФОРМАЦІЙНІ ПРОЦЕСИ РОЗВИТКУ МОЛОЧНОГО СКОТАРСТВА В СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВАХ ЛЬВІВСЬКОЇ ОБЛАСТІ

**ЖЕЛЕЗНЯК А.М., К.Е.Н.,
ЛЬВІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ АГРАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

Постановка проблеми у загальному вигляді. Кризові явища в економіці України та високі темпи інфляції призвели до суттєвих змін в процесах виробництва та споживання сільськогосподарської продукції. Львівська область з часів незалежності традиційно займала лідируючі позиції в регіоні за обсягами виробництва молока та молочної продукції, які з часом погіршувалися. Основним ринком збуту молочної продукції для виробників регіону були внутрішній ринок територіально прилеглих областей та зовнішні ринки пострадянських країн. Відповідно основні тенденції розвитку галузі передбачали врахування попиту та пропозиції на цих ринках, вимог стосовно якості та безпеки згідно їх стандартів тощо. Починаючи з 2014 року українські виробники молока та молочної продукції були змушені працювати в нових умовах господарювання, стикнувшись з зростанням цін на сировину та матеріали, втратою одних зовнішніх ринків та відкритими перспективами інших, зменшенням купівельної спроможності українського населення, змінами законодавства в сфері безпеки та якості молочної продукції.

Виходячи з зазначених обставин та зручного територіального розташування Львівської області, що може стати конкурентною перевагою виробників молока та молочної продукції, виникає питання дослідження трансформаційних процесів в молочному скотарстві на прикладі сільськогосподарських підприємств Львівської області, що дасть змогу сформулювати висновки про результативність адаптації виробників до нових умов господарювання в нестабільному середовищі та їх здатності використати нові переваги від євроінтеграційних процесів після підписання Угоди про всеохоплюючу зону вільної торгівлі з Європейським Союзом.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Сільськогосподарські виробники в розвинутих країнах працюють в умовах динамічного та розвиненого середовища, що зумовлює необхідність здійснення виробництва на інноваційній основі. Разом з тим українське середовище є менш прогнозованим, а загальноприйняті умови ведення аграрного бізнесу не завжди працюють. Тому питанню трансформацій в сільському господарстві приділяється чимало уваги з боку вітчизняних науковців. Більш ранній період реформування сільського господарства питання трансформацій було висвітлено в наукових працях Кириленка І.Г., Месель-Веселяк В.Я., Шубравської О.В., Бутка М., Саблука П.Т. та інших. В більш пізніх дослідженнях науковці почали приділяти увагу окремим складовим трансформаційного процесу в сільському господарстві: Малік М.Й. та Шпикуляк О.Г. досліджували розвиток сільського господарства в умовах інституційних трансформацій, Лупенко О.Ю. та Тулуш А.Д. вивчали податковий аспект трансформацій галузі, Ніценко В.С. та Данкевич А.Я. трансформацію форм власності в сільському господарстві, Зінчук Т.А. трансформацію системи фінансово-кредитного забезпечення сільськогосподарських підприємств тощо. Разом з тим автори в недостатній мірі розкривають питання трансформацій в молочному скотарстві, що потребує додаткових досліджень.

Формулювання цілей статті. Проаналізувавши стан трансформаційних процесів в молочному скотарстві, оцінити їх вплив на діяльність сільськогосподарських підприємств Львівської області.

Виклад основного матеріалу дослідження. Традиційно для Львівської області як частини Галичини формувалися сприятливі умови для розвитку молочного скотарства. Цьому сприяли і розвиток кооперативного молочарства у другій половині XIX ст., і значна щільність населення, культура ведення сільського господарства в особистих селянських господарствах, і наявність значної кількості

молокопереробних підприємств, а також сприятливе територіальне розташування.

Це призвело до того, що на Львівську область у 2000 році припадало 1,8 % валового виробництва молока в Україні, що становило 66011 т в фізичному вимірі. На жаль, кризові явища в сільському господарстві, збитковість галузі тваринництва на фоні низьких закупівельних цін на молоко призвели до скорочення обсягів виробництва молока за аналізований період в сільськогосподарських підприємствах на 60,4 %. Поголів'я корів сільськогосподарських підприємств Львівської області протягом 2000-2016 рр. скоротилося на 79,8 % і становило у 2016 році 7274 голови.

Таблиця 1

Динаміка виробництва молока в сільськогосподарських підприємствах Львівської області

<i>Регіон</i>	<i>Роки</i>					
	<i>2011</i>	<i>2012</i>	<i>2013</i>	<i>2014</i>	<i>2015</i>	<i>2016</i>
Виробництво молока, тис. т						
Україна	2245,9	2535,3	2582,5	2647,5	2669,2	2705,6
Львівська область	23,1	25,7	26,5	24,9	25,6	26,2
Частка Львівської області у виробництві молока, %	1,03	1,01	1,02	0,94	0,96	0,97
Поголів'я корів, тис. гол.						
Україна	583,7	575,2	565,4	529,2	505,1	484,6
Львівська область	9,4	9,2	9,0	8,3	7,8	7,3
Частка Львівської області у поголів'ї корів, %	1,62	1,60	1,59	1,57	1,54	1,50

Аналізуючи у таблиці 1 дані періоду 2011-2016 рр., хотілось би на відсутність чіткої динаміки виробництва молока та загальну тенденцію до скорочення поголів'я корів.

Таблиця 2

Динаміка реалізації молока в сільськогосподарських підприємствах Львівської області

<i>Показник</i>	<i>Роки</i>					
	<i>2011</i>	<i>2012</i>	<i>2013</i>	<i>2014</i>	<i>2015</i>	<i>2016</i>
Обсяги реалізації молока, тис. т.	19,3	21,9	22,1	20,7	21,9	18,3
Ціна реалізації, тис. грн./т.	2,9	2,7	3,1	3,5	4,4	5,4
Споживання молока на 1 особу на рік, кг.	207,6	226,1	238,7	247,4	235,5	...*

*- відсутні дані

Аналіз таблиці 2 показав, що незважаючи на коливання загальних обсягів реалізації молока сільськогосподарськими підприємствами Львівської області у 2011-2016 рр., споживання молока в розрахунку на 1 особу в регіоні має стійку тенденцію до зростання.

Таблиця 3

**Динаміка обсягів виробництва молочної продукції
у Львівській області у 2011-2015 рр.,т.**

Вид продукції	Роки					2015 до 2011 р, %
	2011	2012	2013	2014	2015	
Молоко рідке оброблене, тис. т	30,8	32,8	32,9	24,1	13,2	43,0
Молоко і вершки сухі, тис. т	2,0	1,8	...	...	...	-
Масло вершкове, тис. т	2,4	3,1	2,0	2,2	1,1	44,8
Сир свіжий неферментований, т	550	518	589	527	258	46,9
Сири жирні, т	...	509	331	307	...	-
Йогурт та інша продукція, тис. т	51,8	46,3	47,4	34,6	20,7	39,9

Більш детальний аналіз переробки молока та виробництва молочних продуктів в Львівській області (таблиця 3) показує негативні тенденції динаміки виробництва основних видів молочних продуктів, що обумовлено суттєвим зростанням цін на цю продукцію після 2014 року, зниженням купівельної спроможності населення, підвищенням затрат молокопереробних підприємств на енергоносії та інші матеріали. При цьому в структурі собівартості молочної продукції витрати на сире молоко залишаються невисокими.

Скорочення обсягів переробки молока та виробництва молочної продукції може нести в собі загрози для подальшого розвитку молочного скотарства в регіоні, особливо в умовах впровадження нових стандартів до безпеки та якості продукції тваринництва згідно міжнародних стандартів, що потребуватиме вкладення додаткових коштів виробниками в найближчій перспективі.

Розпочатий процес гармонізації українського законодавства до вимог міжнародних стандартів в сфері контролю за якістю молочної продукції уже позитивним чином вплинув на показники якості молока та молочних продуктів. Так, за даними Асоціації виробників молока по Україні у 2016 році підвищилася частка надходження молока екстра гатунку з 10,3% у 2015 до 14,6%, вищого гатунку – з 35,2% до 36,7% та скоротилося надходження молока першого гатунку з 49,6% у 2015 році до 42% у 2016 році [2].

Подальший розвиток молочного скотарства в регіоні на нашу думку буде розвиватися шляхом трансформації підходів до управління сільськогосподарськими підприємствами.

Досліджуючи процеси трансформації в молочному скотарстві, на нашу думку доцільно використати визначення, запропоноване Джон М. Стаатз, який під сільськогосподарською трансформацією слід розуміти процес, за допомогою якого індивідуальні господарства переходять від сильно диверсифікованого, натурального виробництва до більш спеціалізованого виробництва, орієнтованого на ринок або інших систем обміну (наприклад, довгострокові контракти) [3].

Трансформація сільськогосподарських підприємств, що спеціалізуються на молочному скотарстві не можлива без структурних перетворень в сільському господарстві та посилення інтеграції галузі з іншими секторами економіки, що базуватиметься на більшій спеціалізації, обміні та економії на масштабі.

На думку Джона М. Стаатза «...особливо важливими для трансформації є дії, які сприяють міжгалузевим потокам ресурсів від сільського господарства до інших секторів економіки, одночасно підтримуючи прибутковість сільського господарства» [3]. На прикладі діяльності сільськогосподарських підприємств Львівської області сьогодні можна зробити висновок про відірваність ефективної взаємодії виробників молока з молокопереробними підприємствами, що уповільнює процеси ефективної трансформації останніх в умовах нестабільного середовища. Збільшення інтеграції молочного скотарства з молокопереробною галуззю та іншими секторами економіки, зростання його продуктивності могли б позитивним чином позначитися на зниженні витрат в розрахунку на одиницю молочної продукції, підвищивши ефективність забезпечення продуктами харчування місцевого населення.

В своїх дослідженнях науковці виділяють складові та ознаки процесу трансформації та трансформованих підприємств в сільському господарстві, базуючись на потенційні можливості отримання прибутку [4, с. 4]:

- 1) на етапі трансформації: гнучкі механізми трансферу земель; зменшення ризиків та застосування інструментів менеджменту; доступ до ринкової інформації; вертикальна та горизонтальна координація в сфері безпеки, якості продукції та стандартизації; підвищення ролі фермерських організацій;

- 2) трансформованих сільськогосподарських підприємств: зростання кількості продукції з високою доданою вартістю;

зменшення торгівельних обмежень та дотацій; гнучкі механізми трансферу земель; високоефективна та якісна система виробництва; вертикальна та горизонтальна система координації в напрямку підвищення якості, безпеки продукції та дотримання стандартів.

Висновки. Трансформаційні процеси, що відбулися в молочному скотарстві Львівської області по суті не сформували високоефективної системи взаємодії виробників молока з молокопереробними підприємствами, яка була б спрямована на впровадження ефективного ланцюга формування доданої вартості в галузі на усіх етапах, підвищення продуктивності усіх учасників та реалізації заходів з координації зусиль на вирішенні впитань покращення якості, безпеки та стандартизації на ринку молока та молочних продуктів. Тому в найближчій перспективі основним завданням для підприємств, що спеціалізуються на молочному скотарстві, є впровадження високоефективної системи впровадження механізму контролю за якістю молока, взаємодії з переробними підприємствами та пошуку інноваційних механізмів зростання продуктивності.

Література.

1. Сільське господарство Львівщини у 2016 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://database.ukrcensus.gov.ua/statbank_lviv/Database/04SILGOSP/databasetree_uk.asp
2. Якість молока, зданого на переробку, покращується [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://avm-ua.org/uk/post/akist-moloka-zdanogo-na-pererobku-pokrasuetsa?milkua=1>
3. **John M.** Staatz. What is agricultural transformation? [Electronic resource]. – Access mode: http://fsg.afre.msu.edu/ag_transformation/Def_Trans.htm
4. **Shenggen Fan.** From subsistence to profit: transforming smallholder farms / **Fan Shenggen, Brzeska Joanna, Keyzer Michiel, Halsema Alex** // Washington. – 2013. – 24 p.

References.

1. Sil's'ke gospodarstvo L'vivshhini u 2016 r. [Agriculture of Lviv region in 2016]. (2016) *database.ukrcensus.gov.ua*. Retvired from http://database.ukrcensus.gov.ua/statbank_lviv/Database/04SILGOSP/databasetree_uk.asp [in Ukrainian].
2. Jakist' moloka, zdanogo na pererobku, pokrashhuet'sja [The quality of milk put up for processing is improving].(n.d.). *avm-ua.org*. Retvired from <http://avm-ua.org/uk/post/akist-moloka-zdanogo-na-pererobku-pokrasuetsa?milkua=1> [in Ukrainian].

3. **John M.** Staatz. What is agricultural transformation? [Electronic resource]. – Access mode: http://fsg.afre.msu.edu/ag_transformation/Def_Trans.htm [in English].

4. **Shenggen Fan, Brzeska J., Keyzer M., Halsema A.** (2013). From subsistence to profit: transforming smallholder farms. Washington. p. 24 [in English].

Анотація.

Железняк А.М. Трансформаційні процеси розвитку молочного скотарства в сільськогосподарських підприємствах Львівської області.

В науковій статті представлені результати дослідження трансформаційних процесів в молочному скотарстві на прикладі сільськогосподарських підприємств Львівської області.

Під час дослідження використовувалися загальні й спеціальні наукові методи, які ґрунтуються на об'єктивних законах економіки: метод теоретичного узагальнення та аналізу і синтезу – для вивчення теоретичних аспектів трансформації; різноманітні прийоми економіко-статистичного методу – під час наочної ілюстрації досліджуваних явищ; абстрактно-логічний – для узагальнення результатів досліджень, формулювання висновків і пропозицій.

Розглянуто основні проблеми виробників молока на вітчизняному ринку. Узагальнено основні дослідження трансформацій в сільському господарстві, спрямовані на підвищення ефективності виробництва. Запропоновано основні механізми покращення трансформаційних процесів в молочному скотарстві.

Наукова новизна дослідження полягає в тому, що дістали подальший розвиток наукові підходи з питань розвитку молочного скотарства в регіоні.

Практичне значення одержаних результатів полягає в тому, що їх реалізація дозволить виробникам отримати додатковий дохід з використання наявних ресурсів.

Ключові слова: трансформація, витрати, сільське господарство, виробництво молока, управління.

Аннотация.

Железняк А.М. Трансформационные процессы развития молочного скотоводства в сельскохозяйственных предприятиях Львовской области.

В научной статье представлены результаты исследования трансформационных процессов в молочном скотоводстве на примере сельскохозяйственных предприятий Львовской области.

В ходе исследования использовались общие и специальные научные методы, основанные на объективных законах экономики: метод теоретического обобщения и анализа и синтеза - для изучения теоретических аспектов трансформации; разнообразные приемы экономико-статистического методу - при наглядной иллюстрации исследуемых явлений; абстрактно-логический – для обобщения результатов исследований, формулирование выводов и предложений.

Рассмотрены основные проблемы производителей молока на отечественном рынке. Обобщены основные исследования трансформаций в сельском хозяйстве, направленные на повышение эффективности производства. Предложены основные механизмы улучшения трансформационных процессов в молочной отрасли.

Научная новизна исследования заключается в том, что получили дальнейшее развитие научные подходы по вопросам развития молочного скотоводства в регионе.

Практическое значение полученных результатов заключается в том, что их реализация позволит производителям получить дополнительный доход по использованию имеющихся ресурсов.

Ключевые слова: трансформация, расходы, сельское хозяйство, производство молока, управление.

Abstract.

Zhelyeznyak A.M. Transformation processes of dairy cattle breeding in agricultural enterprises of the Lviv region.

The results of the research of transformation processes in dairy cattle breeding on the example of agricultural enterprises of Lviv region are presented in the scientific article.

During the study general and special scientific methods based on the objective laws of economics were used: the method of theoretical generalization, analysis and synthesis for studying the theoretical aspects of transformation processes of dairy farm; various techniques of economic and statistical method during the clear illustration of the phenomenon under analysis; abstract-logical – to summarize the results of the research, drawing conclusions and proposals.

The main problems of milk producers in the domestic market are considered. The main types of transformation processes in dairy cattle are analyzed.

The scientific novelty of the research resides in the fact that approaches to the questions of the costs effective management of dairy farm on the base of sustainable development received further development.

The practical significance of the results resides in the fact that their realization will allow dairy farm to earn additional income from the use of available resources.

Key words: transformation, costs, agriculture, dairy farm, management.

УДК: 330.8

ГЕНЕЗИС НАУКОВИХ ОСНОВ ТЕОРІЇ КОНКУРЕНЦІЇ

***КВЯТКО Т.М., К.Е.Н., ДОЦЕНТ,
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
СІЛЬСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА ІМЕНІ ПЕТРА ВАСИЛЕНКА***

Постановка проблеми у загальному вигляді. Економічне процвітання держави безпосередньо пов'язане з розвитком промисловості, зорієнтованої на експорті конкурентоспроможної

готової продукції [1]. Конкурентоспроможність виступає провідним фактором активізації ринкових ініціатив і перетворюється на елемент національної ідеї будь-якої країни. В умовах актуалізації процесів, пов'язаних із переорієнтацією аграрного сектора у напрямі інноваційної моделі розвитку, існує потреба визначення та використання конкурентних переваг, які відповідають постіндустріальному укладу і враховують специфіку діяльності національних товаровиробників. Визначення й розвиток конкурентних переваг, раціоналізації на основі їх реалізації економічної діяльності суб'єктів економічних відносин сприяють більш ефективному використанню їх економічного потенціалу, удосконаленню ринкової поведінки тощо. При цьому динамічні умови ринкового середовища вимагають від суб'єктів економічних відносин адаптації до цих змін, а також уміння завойовувати та зміцнювати свої позиції на певному цільовому ринку. Можливості адаптації до ринкових умов, поряд зі зміцненням позицій на цільовому ринку, визначаються рівнем конкурентоспроможності товаровиробника. Адапція саме підприємства з високим рівнем конкурентоспроможності можуть забезпечити Україні стабільні темпи економічного розвитку у довгостроковому періоді. У зв'язку з цим, вивчення змісту, сутності та еволюції теорії конкуренції є однією з найважливіших складових частин ринкових досліджень, адже це в подальшому створює надійну основу для розробки ефективної стратегії діяльності підприємства, а як наслідок, досягнення максимального рівня ефективності в процесі функціонування в межах відповідного сегменту цільового ринку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питанням розвитку конкуренції, впливу особливостей ринкових структур на поведінку суб'єктів як на міжнародному рівні, так і на рівні національної економіки та її окремих секторів присвятили свої праці численні науковці-економісти, але варто зауважити, що найбільш суттєвий внесок у розвиток теорії конкуренції, виникнення та функціонування механізму, стратегій конкуренції, трактування основних категорій та понять, методів ведення конкурентної боротьби, методик оцінки рівня конкурентоспроможності підприємств, продукції тощо, здійснили такі провідні вчені, як А. Сміт, Д. Рікардо, Дж. Мілль, К. Маркс, В. Джевонс, К. Менгер, Л. Вальрас, А. Маршалл, Дж. Робінсон, П. Самуельсон, Д. Нортон, М. Портер та інші дослідники.

В Україні теоретичними питаннями підвищення рівня конкуренції науковці почали цікавитися на початку 90-х рр. XX ст., що було обумовлено потребами здійснення господарської практики у

якісно нових умовах. У вітчизняній економічній науці вивченням проблем конкуренції займалися В.В. Венгер, А.В. Гаркава, Ю.І. Данько, С.М. Ілляшенко, С.М. Квапа, В.А. Корінєв, О.О. Красноручький, В.М. Онегіна, Н.П. Тарнавська, Р.В. Фещур, А.Ф. Чумак та інші. Проте, науковцями так і не було досягнуто консенсусу у питаннях категоріального апарату, методики оцінювання конкурентоспроможності певного виду аграрної продукції та методики розрахунку конкурентоспроможності окремого підприємства чи галузі в цілому. Наявність певних неузгодженостей, питань, що не знайшли належного висвітлення на теоретичному рівні актуалізує продовження теоретичних досліджень у даному напрямку.

Формулювання цілей статті. Метою даної публікації є систематизація наукових поглядів на сутність конкурентних відносин на основі ідентифікації основних етапів розвитку теорії конкуренції.

Виклад основного матеріалу дослідження. Зародження економічної конкуренції як явища, притаманного ринковій системі господарювання, можна віднести до мануфактурного періоду, коли суб'єкт господарювання намагався створити якомога вигідніші умови для виробництва та збуту товарів. Однак до кінця XVIII ст. конкуренція не була предметною сферою системних досліджень науковців.

Засновником теоретико-методологічного вивчення конкуренції вважається представник класичної школи політичної економії А. Сміт, який вперше використав категорію «конкуренція» у процесі дослідження економічних явищ, визначив її роль і місце в розвитку ринкової економіки, обґрунтував фактори, які на неї впливають, пояснив зв'язок конкуренції з попитом та пропозицією на ринку, зазначивши, що ціни є вирішальним фактором у конкурентній боротьбі [2].

Іншим представником класичної політичної економії, що досліджував вплив конкуренції на розвиток економічних відносин був Д. Рікардо, який розглядав конкуренцію як обов'язкову умову ринкового ціноутворення. У своїй праці «Начала политической экономии и налогообложения» вчений побудував теоретичну модель досконалої конкуренції, основну увагу у якій звернув на функціонування моделі в довгостроковій перспективі [3]. Моделювання, як метод дослідження, дозволило Д. Рікардо абстрагуватися від таких факторів як державне регулювання, географічні особливості тощо. У моделі Д. Рікардо, принциповим є те, що ціни формуються на ринку під впливом попиту та пропозиції в

результаті конкурентної боротьби. Таким чином, вченим були обгрунтовані варіанти вирішення проблеми довгострокової ефективності розвитку підприємства в умовах досконалої конкуренції.

У класичній політичній економії конкуренція розглядалася як детермінанта, що сприяє ефективному формуванню ринкових відносин, які мають стихійний характер розвитку, саморегулюються та не потребують державного регулювання.

З інших позицій досліджував конкуренцію в середині XIX ст. в умовах розвинутого капіталізму К. Маркс, який вбачав в ній систему взаємовідносин індивідуальних капіталів та вважав, що функціонування товарного господарства неможливе без механізму конкуренції, який становить основу ринкової вартості та цін. Практично сутність конкуренції в його працях розкривається через розуміння її зв'язку з капіталом та економічною діяльністю суб'єктів економічних відносин. Згідно його досліджень, аналіз конкуренції можливий лише тоді, коли відома природа походження капіталу. Безпосередньо сутність капіталу як самозростаючої вартості пояснюється прагненням капіталістів до отримання прибутку, але між цим прагненням і нерівністю маси додаткової вартості, що створюється в різних галузях виробництва, існує протиріччя, яке вирішується в конкурентній боротьбі. Тому, передумова вільного переміщення праці та капіталу із однієї галузі в іншу є основою внутрішньогалузевої та міжгалузевої конкуренції. Механізм дії внутрішньогалузевої конкуренції вчений пояснив через закон зниження середньої норми прибутку. Саме загострення конкурентної боротьби змушує капіталістів шукати шляхи для підвищення ефективності діяльності найманих працівників, до впровадження у виробничий процес новітньої техніки та технологій, до зниження рівня собівартості тощо.

Майже одночасно з формуванням зазначеного напрямку політичної економії в економічній науці з'явився й інший напрям – маржиналізм, представники якого використовували поєднання суб'єктивного бачення із структурно-функціональним підходом при аналізі економічних процесів та зокрема, механізму конкуренції.

Так, К. Менгер, Ф. Візер (австрійська школа маржиналізму) вважали, що конкуренція – це боротьба за право володіння певними економічними благами та коштами споживачів. Науковці схилилися до думки, що всіх благ у світі недостатньо для задоволення постійно зростаючих потреб споживачів, а тому з'являються все нові і нові способи їх задоволення. Саме ці ключові складові і лежать в основі

проблеми вибору, належності відповідного ресурсу для певних цілей виробників, які конкурують між собою.

Отже, на думку маржиналістів, конкуренція – це постійна боротьба суб'єктів господарювання за право володіння певними ресурсами з метою одержання максимального прибутку шляхом задоволення потреб суспільства.

Неокласична теорія, як результат еволюції маржиналізму, на відміну від класичної політекономії, зосередила увагу на дослідженні впливу досконалої конкуренції на функціонування цінового механізму, конкретизувавши економічний аналіз рівнем окремих суб'єктів та ринків. Представники другого етапу «маржинальної революції» сконцентровували свої зусилля на аналізі умов досягнення ринкової рівноваги у моделі досконалої конкуренції.

Автор моделі економічної рівноваги Л. Вальрас є одним з фундаторів сучасної економічної науки. Модель Вальраса була побудована на принципах суб'єктивної корисності, припущення про безперервність процесу виробництва, упевненості, що всіх суб'єктів економічної діяльності можливо поділити на власників виробничих послуг (землі, праці, капіталу) та підприємців (покупців факторів виробництва і одночасно виробників товарів та послуг). Л. Вальрас зміг ґрунтовно пояснити наявність економічних зв'язків між цими двома групами суб'єктів за допомогою системи взаємопов'язаних рівнянь. Рівноважний стан ринку означає, що попит і пропозиція виробничих послуг рівноважні, існує рівноважна ціна на ринку товарів і ціна реалізації товарів, що дорівнює витратам, які являють собою ціну факторів виробництва. Л. Вальрас належав до науковців першої хвилі маржиналізму, тому його теорія не враховувала дію закону спадної граничної продуктивності, проте він був активним прихильним використання математичних моделей в обґрунтуванні економічних процесів [4].

Модель економічної рівноваги є логічно завершеною, але має абстрактний характер, вона не враховує такі економічні складові як: фактор динаміки (модель є статичною), вплив інноваційної діяльності, зміни в структурі споживчих уподобань, інституційні умови розвитку тощо.

Не менш значущими для економічної теорії є концепція Альфреда Маршала. Так, теорія ціни А. Маршала побудована на припущенні про існування на певному ринку досконалої конкуренції, яка забезпечує природне регулювання рівня ціни. В свою чергу,

ціновий механізм забезпечує умови відновлення досконалої конкуренції на ринку [5].

А. Маршалл розглядає конкуренцію, як еволюційний процес в економіці і тому сам конкурентний процес є динамічним, таким що відбувається у часі, але з іншого боку, науковець для дослідження досягнення рівноважного стану ринку досконалої конкуренції використовує метод порівняльної статистики.

Отже, до початку XX ст. в економічній науці формується статична модель конкуренції та монополії як двох полярних станів ринку, між якими не має ніяких інших проміжних станів. Вирішити це питання вперше спробувала Дж. Робінсон, яка запропонувала теорію недосконалої конкуренції. Також Дж. Робінсон змогла показати зв'язок між досконалою конкуренцією та ціновою еластичністю ринкового попиту господарюючого суб'єкта. Крім того досліджуючи монополію, авторка виділила галузі, в яких конкуренція неможлива через технологічні особливості, в першу чергу, через масштабність виробництва: газова промисловість, електроенергетика, залізничний транспорт [6].

В подальшому Е. Чемберлін поклав початок дослідженню конкуренції як динамічного процесу. Він запропонував теорію монополістичної конкуренції, в якій зміг обґрунтувати ідею синтезу конкуренції та монополії. Саме теорією монополістичної конкуренції науковець зміг обґрунтувати не лише цінові форми конкурентної боротьби, але й зміг розкрити нові (нецінові): диференціація товару, поліпшення якості, реклама, покращення іміджу підприємства, торгового знаку [7].

Значний внесок в розвиток теорії конкуренції здійснив М. Портер. Він узагальнив погляди різних економічних шкіл і запропонував власну модель п'яти конкурентних сил, які формують структуру галузі. Також показав, що конкуренція набуває глобального характеру, де конкурують не економіки країн, а підприємства, які працюють в різних соціально-економічних умовах. М. Портер ввів поняття «кластер», яке відображає ступінь інтеграції та взаємодії споріднених і підтримуючих галузей [8].

Висновки. Проведене дослідження виявило такі етапи у розвитку теорії конкуренції: класичний, який отримав подальший розвиток у марксистській політичній економії та неокласичний, фундамент якого становили принципи маржиналізму. Якщо на класичному етапі переважала модель досконалої конкуренції та домінували погляди на монополію як на структуру, що знижує

ефективність функціонування економіки, то на неокласичному етапі було з'ясовано, що ринковій економіці притаманні як ідеальні структури (досконала конкуренція), так і більш реалістичні типи ринкових структур монополістична конкуренція. Таке розуміння дозволило сформулювати теоретико-методологічну основу для сучасних досліджень конкуренції, які враховують особливості конкурентної поведінки виробників в залежності від типів ринкових структур.

Література.

1. **Антощенко В.В.** Маркетинг промислового підприємства, як симбіоз виробничо-економічних відносин / **В.В. Антощенко, С.Є. Ткаченко, О.М. Нікітіна** // Вісник Харківського національного технічного університету сільського господарства. Економічні науки. – Х. : ХНТУСГ, 2016. – Вип. 177. – С. 166-175.
2. **Смит А.** Исследование о природе и причинах богатства народов / **А. Смит**. – М., 2003. – 145 с.
3. **Рикардо Д.** Начала политической экономии и налогообложения / **Д. Рикардо**. – М., 2007. – 960 с.
4. **Вальрас Л.** Элементы чистой политической экономии / **Л. Вальрас**. – М. : Изюграф, 2000. – 448 с.
5. **Маршалл А.** Принципы экономической науки / **А. Маршалл**. – М. : Прогресс, 1993. – 594 с.
6. **Робинсон Дж.** Экономика несовершенной конкуренции / **Дж. Робинсон**. – М. : Прогресс, 1986. – 472 с.
7. **Чемберлин Э.** Теория монополистической конкуренции (Реориентация теории истинности) / **Э. Чемберлин**. – М. : Экономика, 1996. – 351 с.
8. **Портер М.** Конкурентное преимущество: Как достичь высокого результата и обеспечить его устойчивость / **М. Портер**. – М. : «Альпина Паблишер», 2008. – 720 с.

References.

1. **Antoshhenkova V. V., Tkachenko S. Je., Nikitina O. M.** (2016). Marketing promyslovogo pidpryemstva, jak symbioz vyrobnycho-ekonomichnyh vidnosyn [Marketing of an industrial enterprise, as a symbiosis of industrial-economic relations]. *Visnyk Harkiv's'kogo nacional'nogo tebnichnogo universytetu sil's'kogo gospodarstva. Ekonomichni nauky – Visnyk Kharkiv National Agrarian University. Economic science*. Kharkiv: KhNTUSH, Issue 177, pp. 166-175 [in Ukrainian].
2. **Smit A.** (2003). *Issledovanie o prirode i prichinah bogatstva narodov* [An Inquiry into the Nature and Causes of the Wealth of Nations]. Moscow, p. 145 [in Russian].
3. **Rikardo D.** (2007). *Nachala politicheskoy ekonomii i nalogooblozheniya* [Principles of Political Economy and Taxation. Selected Works]. Moscow, p. 960 [in Russian].

4. **Valras L.** (2000). *Elementy chistoy politicheskoy ekonomii* [Elements d'économie politique pure]. Moscow: Izograf, p. 448 [in Russian].
5. **Marshall A.** (1993). *Printsipyi ekonomicheskoy nauki* [Principles of Economics]. Moscow: Progress, p. 594 [in Russian].
6. **Robinson Dzh.** (1986). *Ekonomika nesovershennoy konkurentsii* [The Economics of Imperfect Competition]. Moscow: Progress, p. 472 [in Russian].
7. **Chemberlin E.** (1996). *Teoriya monopolisticheskoy konkurentsii* (Reorientatsiya teorii istoimosti) [The Theory of Monopolistic Competition: A Reorientation of the Theory of Value]. Moscow: Ekonomika, p. 351 [in Russian].
8. **Porter M.** (2008). *Konkurentnoe preimushchestvo: Kak dostich vyisokogo rezultata i obespechit ego ustoychivost* [Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance]. Moscow: «Alpina Publisher», p. 720 [in Russian].

Анотація.

Квятко Т.М. Генезис научных основ теории конкуренции.

У статті проаналізовані та виявлені етапи у розвитку теорії конкуренції: класичний, який отримав подальший розвиток у марксистській політичній економії та неокласичний, фундамент якого становили принципи маржиналізму. Визначено, якщо на класичному етапі досліджень переважала модель досконалої конкуренції та домінували погляди на монополію як на структуру, що знижує ефективність функціонування економіки, то на неокласичному етапі було з'ясовано, що ринковій економіці притаманні як ідеальні структури (досконала конкуренція), так і більш реалістичні типи ринкових структур – монополістична конкуренція. Зроблено висновок щодо місця та ролі класичних та неокласичних теорій конкуренції для сучасних досліджень, присвячених конкуренції.

Ключові слова: теорія конкуренції, ціна, ринкова рівновага, ринок, класична та неокласична теорія конкуренції.

Аннотация.

Квятко Т.Н. Генезис научных основ теории конкуренции.

В статье проанализированы и выявлены этапы в развитии теории конкуренции: классический, получивший дальнейшее развитие в марксистской политической экономии и неоклассический, фундамент которого составляли принципы маржинализма. Определено, если на классическом этапе исследований преобладала модель совершенной конкуренции и доминировали взгляды на монополию как на структуру, которая снижает эффективность функционирования экономики, то на неоклассическом этапе было установлено, что рыночной экономике присущи как идеальные структуры (совершенная конкуренция), так и более реалистичные типы рыночных структур – монополистическая конкуренция.

Сделан вывод о месте и роли классических и неоклассических теорий конкуренции для современных исследований, посвященных конкуренции.

Ключевые слова: теория конкуренции, цена, рыночное равновесие, рынок, классическая и неоклассическая теория конкуренции.

Abstract.

Kvyatko T. Genesis of the scientific principles of competition theory.

The article analyzes and reveals the following stages in the development of the theory of competition: the classical, which was further developed in Marxist political economy and neoclassical, the basis of which were the principles of marginality. It is determined that at the classical stage the perfect competition model prevailed and monopoly was seen as a structure that reduces the efficiency of the functioning of the economy, during the at the neoclassical period it was found that the market economy is characterized by both perfect structures (perfect competition) and more realistic type of market - monopolistic competition. The conclusion is drawn about the place and role of classical and neoclassical competition theories for contemporary competition research.

Keywords: competition theory, price, market equilibrium, market, classical and neoclassical competition theory.

УДК 338.48

ОРГАНІЗАЦІЯ ТУРИСТЧНОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ

КОРНІЄЦЬКИЙ О.В., Д.Е.Н., ПРОФЕСОР,

ОРЕЛ В.М., Д.Е.Н., ПРОФЕСОР,

КОЛПАЧЕНКО Н.М., СТАРШИЙ ВИКЛАДАЧ,

**ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
СІЛЬСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА ІМЕНІ ПЕТРА ВАСИЛЕНКА**

Постановка проблеми у загальному вигляді. Природні та антропогенні ресурси України, геополітичне розташування держави, туристично-рекреаційний потенціал, спонукає входженню України на світовий туристичний ринок. Соціальне та економічне становище держави та регіонів можна значно покращити за рахунок розвитку туристичного бізнесу. Туризм дозволяє об'єднувати та розвивати різноманітні галузі економіки, такі як сільське господарство, мистецтво, культура, транспорт, комунальне господарство тощо.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. На розвиток туризму і його вплив на економіку країни одним з перших звернув увагу американський економіст П. Ротоу. Джафар Джафари, експерт Всесвітньої туристської організації у праці «Феноменологія туризму», підкреслює, що люди подорожували завжди [2]. З вітчизняних науковців питаннями організації та розвитку туризму присвячені праці Дядченко Л.П., Кульчицької Н., Цибуха В.І., Філіпової І. та інших.

Як показав аналіз літератури, в Україні дослідженням розвитку туристичної сфери приділяється недостатньо уваги, тому дане питання є актуальним.

Формулювання цілей статті. Метою статті є визначення основних аспектів організації туристичного бізнесу та його умов функціонування.

Виклад основного матеріалу дослідження. Розвиток туристичного бізнесу сприяє розвитку національної економіки в цілому, стимулює створення нових робочих місць, сприяє укріпленню національної єдності.

Важливими перевагами для підприємців, що організовують туристичні підприємства є можливість започаткування з невеликими стартовими інвестиціями, зростаючий попит на туристичні послуги, високий рівень рентабельності і, відповідно, невеликий строк окупності капіталовкладень.

Регулювання туристичного бізнесу з боку держави відбувається шляхом застосування важелів прямого та непрямого впливу, серед яких, зокрема, закони та інші нормативно-правові акти; ліцензування та державна реєстрація підприємств туристичної сфери; фінансове сприяння розвитку дитячого, молодіжного, зеленого та сільського туризму; підтримка ринкової конкуренції та недопущення монополії в туризмі тощо [7].

Принципи підприємництва в туризмі тотожні до основних принципів підприємництва і полягають у свободі вибору видів діяльності; вільного найму працівників; формуванні на добровільних засадах ресурсного потенціалу; використанні чистого прибутку за власним розсудом; виконанні податкових та інших зобов'язань; маркетингових підходів до формування туристичних продуктів; самостійному здійсненні зовнішньоекономічної діяльності при дотриманні законодавства.

Організація туристичної діяльності в Україні регламентується Законом України «Про туризм». Даний Закон визначає загальні правові, організаційні та соціально-економічні засади реалізації державної політики України в галузі туризму та спрямований на забезпечення закріплених Конституцією України прав громадян на відпочинок, свободу пересування, охорону здоров'я, на безпечне для життя і здоров'я довкілля, задоволення духовних потреб та інших прав при здійсненні туристичних подорожей. Він встановлює засади раціонального використання туристичних ресурсів та регулює відносини, пов'язані з організацією і здійсненням туризму на території України [1].

Згідно із Законом, туризм – це тимчасовий виїзд особи з місця проживання в оздоровчих, пізнавальних, професійно-ділових чи

інших цілях без здійснення оплачуваної діяльності в місці, куди особа від'їжджає.

Організаційними формами туризму є міжнародний і внутрішній туризм.

До міжнародного туризму належать: в'їзний туризм - подорожі в межах України осіб, які постійно не проживають на її території, та виїзний туризм - подорожі громадян України та осіб, які постійно проживають на території України, до іншої країни.

Внутрішнім туризмом є подорожі в межах території України громадян України та осіб, які постійно проживають на її території.

Залежно від категорій осіб, які здійснюють туристичні подорожі (поїздки, відвідування), їх цілей, об'єктів, що використовуються або відвідуються, чи інших ознак існують такі види туризму:

- дитячий;
- молодіжний;
- сімейний;
- для осіб похилого віку;
- для інвалідів;
- культурно-пізнавальний;
- лікувально-оздоровчий;
- спортивний;
- релігійний;
- екологічний (зелений);
- сільський;
- підводний;
- гірський;
- пригодницький;
- мисливський;
- автомобільний;
- самодіяльний тощо.

Держава проголошує туризм одним з пріоритетних напрямів розвитку економіки та культури і створює умови для туристичної діяльності [1].

Кінцевою метою туристичного бізнесу є реалізація туристичного продукту, тобто комплексу туристичних послуг, до яких відносять послуги з перевезення туристів та їх багажу, послуги з розміщення в готелях та інші послуги.

Прийнявши рішення створити туристичне підприємство, необхідно одразу визначити географію бізнесу. За умови реалізації лише внутрішніх турів, визначають місце відправки та прийому

туристів. Для міжнародного туризму обираються регіони та країни, в яких буде реалізовуватись туристичний продукт.

Надавати свої послуги туристам мають право фізичні особи, що зареєстровані згідно з чинним законодавством; організації, підприємства та установи, незалежно від форм власності, за умов наявності ліцензії на здійснення туристичної діяльності.

Найпоширенішою організаційно-правовою формою туристичної фірми є товариство з обмеженою відповідальністю (ТОВ). Головною перевагою ТОВ в даний час є розмір статутного капіталу, що становить після прийняття нової редакції статті 52 Закону про господарські товариства суму, не менше однієї мінімальної заробітної плати. Засновником може бути одна фізична або юридична особа, як резидент, так і нерезидент. Керівником туристичної фірми, згідно з чинним Ліцензійним договором, має право бути особа з вищою освітою, а також з освітою з організації іноземного та внутрішнього туризму, екскурсійної діяльності або мати досвід роботи в туристичному бізнесі не менше трьох років [6].

Основними умовами функціонування туристичного підприємства є стартовий капітал, кадрове забезпечення, доступне технологічне та методичне забезпечення та наявність рекреаційних ресурсів.

Головними етапами діяльності туристичної фірми є: планування виробництва та надання туристичних послуг; визначення технології реалізації туристичних продуктів; методи стимулювання надання туристичних продуктів; контроль за якістю туристичних продуктів.

Висновки. Досвід розвинутих країн підтверджує значимість розвитку підприємництва, як безумовної й чи не найважливішої складової економіки будь-якої країни з ринковою економікою [4]. Туристична сфера є високорентабельною, не потребує залучення великих капіталовкладень, є швидкоокупною, чим і приваблює підприємців.

Економічне становище держави та регіонів значною мірою залежить від туристичної сфери. Важливим аспектом туристичної діяльності є залучення і поєднання багатьох галузей економіки, таких як мистецтво, культура, транспорт, сільське господарство, будівництво і т.д., та, відповідно, і їх розвиток. Крім того, туризм сприяє розвитку політичних відносин між державами на світовому рівні, що наразі є вкрай актуальним.

Література.

1. Закон України «Про туризм» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/324/95>
2. **Джафарі Д.** Феноменологія туризму [Електронний ресурс] / **Д. Джафарі.** – Режим доступу: <http://infotour.in.ua/juffary.htm>
3. **Зімееле А.** Аналіз сучасного стану та перспективи розвитку сільського зеленого туризму в Україні / **А. Зімееле** // Туризм сільський зелений. – 2004. – № 1.
4. **Колпаченко Н.М.** Проблеми та перспективи розвитку малого та середнього підприємництва в Україні / **О.О. Красноручський, Н.М. Колпаченко, О.В. Смігунова** // Вісник Харківського національного технічного університету сільського господарства: Економічні науки. – 2016. – Вип. 172. – С. 54-62.
5. **Кульчицька Н.** Сьогодні говорити про сільський туризм легко і модно / **Н. Кульчицька** // Туризм сільський зелений. – 2008. – № 1.
6. Організація туристичного бізнесу [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://tourlib.net/statii_ukr/orgtur.htm
7. **Цибух В.І.** Державне регулювання у сфері туризму в Україні / **В.І. Цибух** // Статистика України. – 2005. – № 1. – С. 80-85.
8. **Філіпова І.** Актуальні проблеми, які гальмують розвиток сільського зеленого туризму / **І. Філіпова** // Туризм сільський зелений. – 2003. – № 1.
9. World Tourism Organization [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.worldtourism-org.

References.

1. Zakon Ukrayiny «Pro tyruzmu» [The law of Ukraine «about tourism»], (n.d.) zakon2.rada.gov.ua. Retrieved from <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/324/95> [in Ukrainian].
2. **Dzhafari D.** (n.d.). Fenomenologija turizmu [Phenomenology of tourism]. (n.d.). infotour.in.ua. Retrieved from <http://infotour.in.ua/juffary.htm> [in Ukrainian].
3. **Ziemele A.** (2004). Analiz suchasnogo stanu ta perspektivi rozvitku sil's'kogo zelenogo turizmu v Ukraini [Analysis of the current state and prospects of rural green tourism development in Ukraine]. *Turizm sil's'kij zelenij – Tourism is rural green*, No 1 [in Ukrainian].
4. **Kolpachenko N.M. Krasnoruc'kij O.O., Smigunova O.V.** (2016). Problemi ta perspektivi rozvitku malogo ta seredn'ogo pidpriemnictva v Ukraini [Problems and prospects of small and medium business development in Ukraine]. *Visnik Harkiv's'kogo nacional'nogo tehnichnogo universitetu sil's'kogo gospodarstva: Ekonomichni nauki – Bulletin of Kharkiv National Technical University of Agriculture: Economic Sciences*, issue 172, pp. 54-62 [in Ukrainian].
5. **Kul'chic'ka N.** (2008). S'ogodni govoriti pro sil's'kij turizm legko i modno [Today, talking about rural tourism is easy and fashionable]. *Turizm sil's'kij zelenij – Tourism is rural green*, No 1 [in Ukrainian].

6. Organizacija turistichnogo biznesu [Organization of tourism business]. (n.d.). *tourlib.net*. Retrieved from http://tourlib.net/statti_ukr/orgtur.htm
7. **Cibuh V.I.** (2005). Derzhavne reguljuvannja u sferi turizmu v Ukraïni [State regulation in the field of tourism in Ukraine]. *Statistika Ukraïni – Statistics of Ukraine*, No 1, pp. 80-85 [in Ukrainian].
8. **Filippova I.** (2003). Aktual'ni problemi, jaki gal'mujut' rozvitok sil'skogo zelenogo turizmu [Actual problems hampering the development of rural green tourism]. *Turizm sil's'kij zelenij – Tourism is rural green*, No 1 [in Ukrainian].
9. World Tourism Organization [Електронний ресурс]. Режим доступу: www.worldtourism-org [in English].

Анотація.

Корнієцький О.В., Орел В.М., Колпаченко Н.М. Організація туристичного бізнесу.

У статті визначено, що туристичний бізнес є важливою складовою національної економіки. Туристична сфера поєднує в собі різні галузі економіки, такі як культура, транспорт, будівництво, освіта та багато інших, тим самим стимулює їх розвиток. Досліджено, що організація туристичного бізнесу не вимагає великих капіталовкладень, що є привабливим для підприємців. Держава приділяє значну увагу розвитку туризму, як перспективній та прибутковій галузі. Розглянуто основні види туристичного бізнесу. Проаналізовано та структуровано головні етапи функціонування туристичного підприємства. Встановлено, що туристичний бізнес в Україні стрімко розвивається, тому подальші дослідження потребують детально аналізу і залишаються актуальними.

Ключові слова: туризм, організація туристичного бізнесу, туристичне підприємство, види туризму.

Аннотация.

Корниецкий А.В., Орел В.М., Колпаченко Н.Н. Организация туристического бизнеса.

В статье определено, что туристический бизнес является важной составляющей национальной экономики. Туристическая сфера сочетает в себе различные отрасли экономики, такие как культура, транспорт, строительство, образование и многие другие, тем самым стимулирует их развитие. Доказано, что организация туристического бизнеса не требует больших капиталовложений, что является привлекательным для предпринимателей. Государство уделяет большое внимание развитию туризма, как перспективной и прибыльной отрасли. Рассмотрены основные виды туристического бизнеса. Проанализированы и структурированы основные этапы функционирования туристического предприятия. Установлено, что туристический бизнес в Украине стремительно развивается, поэтому дальнейшие исследования требуют детально анализа и остаются актуальными.

Ключевые слова: туризм, организация туристического бизнеса, туристическое предприятие, виды туризма.

Abstract.

Kornietskyi O., Orel V., Kolpachenko N. Organization of tourism business.

The article determines that the tourism business is an important component of the national economy. The tourism sector combines various branches of the economy, such as culture, transport, construction, education, and many others, thereby stimulating their development. It was investigated that the organization of tourism business does not require large investments, which is attractive for entrepreneurs. The state pays considerable attention to the development of tourism as a promising and profitable industry. The main types of tourism business are considered. The main stages of the tourism company's operation are analyzed and structured. It is established that tourism business in Ukraine is developing rapidly, therefore further researches need to be analyzed in detail and remain relevant.

Key words: *tourism, organization of tourism business, tourist enterprise, types of tourism.*

УДК: 631.162

ОРГАНІЗАЦІЙНІ АСПЕКТИ ОБАЛІКУ ФЕРМЕРСЬКИХ ГОСПОДАРСТВ

**КРИВЕНКО С.В., К.Е.Н, ДОЦЕНТ,
ПОНОМАРЕНКО Т.В., СТАРШИЙ ВИКЛАДАЧ,
ПОЛТАВСЬКИЙ ІНСТИТУТ БІЗНЕСУ ПВНЗ «МНТУ»
НАКІСЬКО О.В., К.Е.Н, ДОЦЕНТ,
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
СІЛЬСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА ІМЕНІ ПЕТРА ВАСИЛЕНКА**

Постановка проблеми у загальному вигляді. Основою економічного покращення держави в умовах ринкового середовища є розвиток підприємництва. Будь-яка підприємницька діяльність здійснюється з метою отримання прибутку. Не виключенням є і суб'єкти малого бізнесу, однак, поряд з великими компаніями «малюкам» тяжко виживати. З метою їх підтримки в областях розробляються регіональні комплексні програми розвитку малого та середнього підприємництва. Такі програми мають на меті створення сприятливих умов для розвитку такого бізнесу шляхом спрямування дій місцевих органів виконавчої влади, органів місцевого самоврядування, суб'єктів підприємництва, громадських організацій та об'єднань підприємців для підвищення їх ролі у вирішенні завдань соціально-економічного розвитку та забезпечення конкурентоспроможності області. Суттєвої підтримки з боку держави

також потребують і сільськогосподарські фермерські господарства.

Фермерське господарство є формою підприємницької діяльності громадян, які виявили бажання виробляти товарну сільськогосподарську продукцію, здійснювати її переробку та реалізацію з метою отримання прибутку на земельних ділянках, наданих їм у власність та/або користування, у тому числі в оренду, для ведення фермерського господарства, товарного сільськогосподарського виробництва, особистого селянського господарства, відповідно до закону [4].

Фермерське господарство веде бухгалтерський облік результатів своєї роботи і подає відповідним органам фінансову звітність. Саме за даними бухгалтерського обліку формується інформація про фінансові результати діяльності підприємства, а правильно організований облік є запорукою достовірного, повного та об'єктивного відображення господарської діяльності.

У більшості малих сільськогосподарських фермерських господарствах бухгалтерський облік веде сам фермер або члени його сім'ї, які не мають достатньої обізнаності у цих питаннях, а відтак, виникають труднощі у виборі форми ведення обліку, визначенні фінансового результату, складанні фінансової звітності. Інформація, яка представлена у звітності таких господарств може не відповідати вимогам П(С)БО та правилам складання фінансової звітності, а прибуток наведений у звітності не відображає реальної картини.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проведений аналіз наукової та навчально-методичної літератури дає підстави стверджувати, що питання організації обліку у фермерських господарствах розглядалися у працях М. Я. Дем'яненка, В. М. Жука, О.С. Кривоконя, В.Г. Лінника, П.Т. Саблука, та інших фахівців.

Н. І. Коваль та В. В. Мандибуря вивчали зарубіжний досвід організації обліку фермерських господарств. Вони виявили, що більшість польських фермерів взагалі не ведуть бухгалтерський облік, а прибуток визначають за залишком коштів у кишені [5].

В. М. Жук зазначає, що «відсутність державних запитів і контролю визначення прибутку від сільськогосподарської діяльності не тільки викривляє фінансову і статистичну звітність, а й, що важливіше, погіршує економічну роботу на підприємствах і тим самим підриває конкурентоспроможність аграрної галузі» [2].

У відповідності до Закону України «Про бухгалтерський облік і фінансову звітність» для забезпечення ведення бухгалтерського обліку підприємство самостійно обирає форми його організації:

- введення до штату підприємства посади бухгалтера або створення бухгалтерської служби на чолі з головним бухгалтером;
- користування послугами спеціаліста з бухгалтерського обліку, зареєстрованого як підприємець, який здійснює підприємницьку діяльність без створення юридичної особи;
- ведення на договірних засадах бухгалтерського обліку централізованою бухгалтерією або аудиторською фірмою;
- самостійне ведення бухгалтерського обліку та складання звітності безпосередньо власником або керівником підприємства [3].

О.С. Кривоконь пропонує з приводу ведення бухгалтерського обліку невеликим фермерських господарствам звертатися до сільськогосподарських дорадчих служб або створювати обслуговуючі кооперативи [6].

Допомога професійного фахівця фермерам дійсно є необхідною, але на практиці застосовується вкрай рідко.

На нашу думку, необхідним є навчити підприємця-фермера правильно організувати бухгалтерський облік свого господарства, зокрема правильно вибрати форму ведення бухгалтерського обліку.

Отже, у науковій літературі залишається суперечливим вибір форми ведення бухгалтерського обліку фермерських господарств, яка посилюється в умовах неузгодженості нормативно-правових актів та впливає на правильність показників фінансової звітності.

Формування цілей статті. Метою дослідження є обґрунтування вибору форм ведення бухгалтерського обліку у фермерських господарствах для правильного формування показників фінансової звітності.

Виклад основного матеріалу дослідження. Згідно чинного законодавства суб'єкти малого підприємництва до яких переважно відносяться і фермерські господарства ведуть облік за простою або спрощеною формою.

З приводу вибору форми ведення обліку у фермерських господарствах В.С. Лень і Д.В. Зоценко виділяють такі фактори: юридичний статус, розмір підприємства, дохід від підприємницької діяльності, розмаїття діяльності, кількість членів фермерського господарства, наявність і чисельність найманих працівників, відносини із системою оподаткування, рівень кваліфікації з бухгалтерського обліку, тактика і стратегія розвитку підприємства, наявність технічного оснащення функції управління, одержання субсидій, відносини з державною службою статистики, зміст форм звітності, вартість та якість аутсорсінгу [7].

Форми ведення бухгалтерського обліку фермерських господарств визначені у Методичних рекомендаціях з організації та ведення обліку в селянських фермерських господарствах затверджені наказом Міністерства аграрної політики України № 189 від 02.07.2001 р [8].

Підприємства, які мають право ведення спрощеного обліку доходів і витрат та не зареєстровані платниками податку на додану вартість, можуть узагальнювати інформацію в регістрах бухгалтерського обліку без застосування подвійного запису [3].

Якщо у господарстві працює власник і члени його родини методичними рекомендаціями пропонується ведення обліку за допомогою книги обліку доходів і витрат, без подвійного запису. При цьому придбані матеріальні цінності списують у виробництво за фактом придбання, а не використання.

Фінансовий результат в даному випадку визначають порівнявши доходи і витрати фермерського господарства. У Книзі не зазначається ні внутрішньогосподарський оборот, ні споживання власної продукції.

До одержаного доходу додають суму залишків готової продукції (в оцінці за справедливою вартістю) та вартість незавершеного виробництва (за фактично понесеними витратами) та від витрат віднімають залишки запасів (в оцінці згідно до П(С)БО 9 «Запаси» за меншою з оцінок: первісною вартістю або чистою вартістю реалізації). Інформацію про залишки запасів і готової продукції визначають за даними інвентаризаційних описів.

За даними інвентаризації також складають Опис майна та Баланс на звітну дату.

Зарубіжна практика організації бухгалтерського обліку свідчить, що найбільш доцільним для застосування в умовах селянських (фермерських) господарств є метод обліку американського економіста В. Леонтьєва «витрати-випуск». Концептуальною основою цього методу є порівняння обсягу випущеної продукції з витратами на її виробництво і реалізацію. При цьому зникає необхідність трудомісткої процедури обчислення собівартості продукції, що значно спрощує облік і зменшує його обсяг [12].

Дана форма проста, але на її підставі досить складно скласти фінансову звітність фермерського господарства. В момент складання річної звітності у фермерів можуть бути завищені доходи, оскільки, фермерські господарства продають свою продукцію навесні, коли збільшується на неї ціна, а тому тільки в цей період виникає чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг), який і повинен

бути відображений у Звіті про фінансові результати, а відповідно і витрати пов'язані з її виробництвом.

Так як більшість фермерів є платниками єдиного податку четвертої групи, що залежить від за нормативної грошової оцінки земельної ділянки, визначений за простою формою фінансовий результат лише викривлює реальну картину, але не впливає на податковий облік.

Отже, проста форма обліку згідно Методичних рекомендацій № 189 суперечить П(С)БО та принципу бухгалтерського обліку нарахування та відповідності доходів і витрат. При цьому доходи і витрати відображаються в бухгалтерському обліку та фінансовій звітності в момент їх виникнення, незалежно від дати надходження або сплати грошових коштів.

Ми згодні з твердженням Н.О. Шевченко, що бухгалтерський облік в умовах фермерського господарства, безумовно, потребує спрощення, однак до певної межі [12].

Спрощену форму обліку запропонована Методичними рекомендаціями № 189 застосовують фермерські господарства із середньообліковою чисельністю працюючих за звітний період до 10 осіб та обсягом виручки, що не перевищує 500 тис. грн. Дана форма передбачає складання Журналу реєстрації господарських операцій та наявність подвійного запису.

Отже, Методичні рекомендації № 189 є застарілими, а тому можуть використовуватися лише в тій частині, яка не суперечить іншим законодавчим актам та враховуватиме специфіку сільського господарства.

Практикуючі бухгалтери радять фермерським господарствам використовувати форми реєстрів самостійного виготовлення для узагальнення інформації про господарські операції щодо окремих активів, зобов'язань, капіталу, доходів та витрат, підсумкові дані з яких переносяться до відповідних граф журналів.

Фермерські господарства можуть також використовувати також просту або спрощену форму бухгалтерського обліку, яка визначена Методичними рекомендаціями по застосуванню реєстрів бухгалтерського обліку малими підприємствами, затверджених наказом Міністерства фінансів України № 422 від 25.06.2003р [9].

Проста форма бухгалтерського обліку передбачає ведення Журналу обліку господарських операцій на підставі первинних та зведених документів та передбачає здійснення подвійного запису господарських операцій. Спрощена форма обліку за Методичними

рекомендаціями № 422 передбачає відображення інформації про факти господарської діяльності у Відомостях (1 м-5 м). На підставі цих даних формується оборотна-сальдова відомість і Звіт суб'єкта малого підприємництва [10].

Комп'ютерна форма обліку для фермерських господарств має звичайно певні переваги над ручними формами. З огляду на незначну кількість господарських операцій фермерським господарствам пропонуємо використовувати табличний редактор Microsoft Office Excel.

Висновки. Отже, правильність представлення інформації у Звіті суб'єкта малого підприємництва фермерського господарства залежить від вибору форми ведення бухгалтерського обліку. Методичні рекомендації з організації та ведення бухгалтерського обліку в селянських (фермерських) господарствах № 189 від 02.07.2001 р. не враховують вимоги П(С)БО та ускладнюють процес складання звітності. Однак, і використання системи бухгалтерського обліку великих сільськогосподарських підприємств ускладнює роботу фермера. Його цікавить простота ведення обліку, але вона не повинна суперечити нормативним актам та відображати реальний достовірний об'єктивний стан його діяльності. Вибір форми ведення обліку слід закріпити в обліковій політиці.

Література.

1. **Довбуш А.В.** Визначення фінансових результатів фермерських господарств / **А.В. Довбуш** // Збірник наукових праць Подільського державного аграрно-технічного університету. – 2013. – Вип. 21. – С. 170-174.
2. **Жук В.М.** Стан та розвиток спеціальних режимів оподаткування аграрного бізнесу / **В.М. Жук** // Фінанси України. – 2011. – № 7. – С. 33-42.
3. Закон України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» № 996-XIV від 16 лип.1999 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=996-14>.
4. Закон України «Про фермерське господарство» № 973-IV від 19 черв. 2003 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/973-15?nreg=973-15&find=1&text=%EE%>.
5. **Коваль Н.І.** Удосконалення організації обліку фермерських господарств: зарубіжний досвід / **Н.І. Коваль, В.В. Мандибура** // Глобальні та національні проблеми економіки – 2015. – № 3. – С. 877-882.
6. **Кривоконь О.С.** Організація обліку та контролю діяльності фермерських господарств : автореф. дис. канд. екон. наук : спец. 08.06.04 / **О.С. Кривоконь**; К.: Нац. аграр. ун-т, 2006. – 21 с.

7. **Лень В.С.** Щодо вибору форми бухгалтерського обліку в фермерських господарствах / **В.С. Лень, Д.В. Зоценко** // Вісник Чернігівського державного технологічного університету. – 2014. – № 1. – С. 237-246.

8. Методичні рекомендації з організації та ведення бухгалтерського обліку в селянських (фермерських) господарствах № 189 від 02 липня 2001 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=z0751-99>.

9. Методичні рекомендації по застосуванню реєстрів бухгалтерського обліку малими підприємствами, затверджених наказом Міністерства фінансів України № 422 від 25 черв. 2003 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://minfin.kmu.gov.ua/control/uk/publish/printable_article?art_id=32333.

10. **Лузан Ю.Я.** Облікова політика підприємства: [навчальний посібник] / Ю.Я. Лузан, В.М. Гаврилюк, В.М. Жук. та ін. – К.: ТОВ «Юр-Агро-Веста», 2009. – 328 с.

11. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 25 «Фінансовий звіт суб'єкта малого підприємництва», затверджене наказом Міністерства фінансів України №39 від 25 лют. 2000 р. [Електронний ресурс] – Режим доступу: Режим доступу: <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/z0161-00>.

12. **Шевченко Н.О.** Оптимізація системи бухгалтерського обліку фермерських господарств / **Н.О. Шевченко** // Збірник наукових праць Уманський національного університету садівництва. – 2012. – Вип. 79 Ч. 2. – С. 146-151.

13. **Бачикина Е.И.** Формы управления сельского хозяйства и продовольствия за рубежом / **И.Е. Бачикина**. – М.: Дело-С, 2006. – С. 13-16.

References.

1. **Dovbush A.V.** (2013). Vyznachennja finansovih rezul'tativ fermers'kih gospodarstv [Vyznachennja finansovyh result of farmer's states]. *Zbirnik naukovih prac' Podil's'kego derzhavnogo agrarno-tehnichnogo universitetu - Collection of scientific works of the Podilsky state agricultural and technical university*, Issue 21, pp. 170-174 [in Ukrainian].

2. **Zhuk V.M.** (2011). Stan ta rozvitok special'nih rezhimiv opodatkuvannja agrarnogo biznesu [Status and development of special tax regimes for agribusiness]. *Finansi Ukraini – Finance of Ukraine*, No 7, pp. 33-42 [in Ukrainian].

3. Zakon Ukraini «Pro buhgalters'kij oblik ta finansovu zvitnist' v Ukraini» № 996-IV vid 16 lip.1999 [Law of Ukraine «On Accounting and Financial Reporting in Ukraine» No. 996-XIV of July 16, 1999]. (1999, 16 July). [zakon1.rada.gov.ua](http://zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=996-14). Retrieved from <http://zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=996-14> [in Ukrainian].

4. Zakon Ukraini «Pro fermers'ke gospodarstvo» №973-IV vid 19 chervnja 2003 [Law of Ukraine «On Agriculture» No.973-IV of June 19, 2003.]. (2003, 19 June). zakon3.rada.gov.ua. Retrieved from <http://zakon3.rada.gov.ua/lashhs/shoshh/973-15?nreg=973-15&find=1&teht=%EE%> [in Ukrainian].

5. **Koval' N.I., Mandibura V.V.** (2015). Udoshkonalennja organizacii obliku fermers'kih gospodarstv: zarubizhnij dosvid [Improving the organization of accounting for farms: foreign experience]. *Global'ni ta nacional'ni problemi ekonomiki - Global and national problems of the economy*, No 3, pp. 877-882 [in Ukrainian].

6. **Krivokon' O.S.** (2006). Organizacija obliku ta kontrolju dijnal'nosti fermers'kih gospodarstv [Organization of accounting and control of the activity of farms]. *Abstract of dissertation of candidate of economic Sciences*. Kiev p. 21 [in Ukrainian].

7. **Len' V.S., Zocenko D.V.** (2014). Shhodo viboru formi buhgalters'kogo obliku v fermers'kih gospodarstvah [Concerning the choice of the form of accounting in farms]. *Visnik Chernivits'kogo derzhavnogo tehnologichnogo universitetu – Bulletin of the Chernivir State Technological University*, No 1, pp. 237-246 [in Ukrainian].

8. Metodichni rekomendacii z organizacii ta vedennja buhgalters'kogo obliku v seljans'kih (fermers'kih) gospodarstvah № 189 vid 02 lipnja 2001 [Methodical recommendations on the organization and keeping of accounting in the peasant (farmer) farms № 189 of July 2, 2001]. (2001, 02 July). *zakon1.rada.gov.ua*. Retrieved from <http://zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=z0751-99> [in Ukrainian].

9. Metodichni rekomendacii po zastosuvannju registriv buhgalters'kogo obliku malimi pidpriemstvami, zatverdzenih nakazom Ministerstva finansiv Ukraïni № 422 vid 25 chervnja 2003 [Methodical recommendations on the application of registers of accounting by small enterprises, approved by the order of the Ministry of Finance of Ukraine No 422 of June 25, 2003.]. (2003, 25 June). *minfin.kmu.gov.ua*. Retrieved from http://minfin.kmu.gov.ua/control/uk/publish/printable_article?art_id=32333 [in Ukrainian].

10. **Luzan Ju.Ja., Gavriljuk V.M., Zhuk V.M.** et al. (2009). *Oblikova politika pidpriemstva: [Accounting policy of the enterprise]*. Kiev: TOV «Jur-Agro-Vesta», p. 328 [in Ukrainian].

11. Polozhennja (standart) buhgalters'kogo obliku 25 «Finansovij zvit sub'ekta malogo pidpriemnictva», zatverdzhene nakazom Ministerstva finansiv Ukraïni №39 vid 25 ljutogo 2000 [Regulation (standard) of accounting 25 «Financial report of the subject of small business», approved by the order of the Ministry of Finance of Ukraine No. 39 of February 25, 2000.]. (2000, 25 February). *zakon0.rada.gov.ua*. Retrieved from <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/z0161-00> [in Ukrainian].

12. **Shevchenko N.O.** (2012). Optimizacija sistemi buhgalters'kogo obliku fermers'kih gospodarstv x Optimization of the accounting system of farms]. *Zbirnik naukovih prac' Umans'kij nacional'nogo universitetu sadivnictva - Scientific works of Uman National University of Horticulture*, issue 79, part 2, pp. 146-151 [in Ukrainian].

13. **Bachikina E.I.** (2006). *Formy upravlenija sel'skogo hozjajstva i prodovol'stvija za rubezhom [Forms of agriculture and food management abroad]*. Moscow: Delo-S, pp. 13-16 [in Russian].

Анотація.

Кривенко С.В., Пономаренко Т.В., Накісько О.В. Організаційні аспекти обліку фермерських господарств.

В статті розкрито теоретико-методичні принципи та положення стосовно організаційних положень бухгалтерського обліку фермерських господарств. Теоретичною і методологічною основою статті є положення наукових думок вітчизняних та зарубіжних вчених. Були застосовані методи: аналізу і синтезу – для вивчення об'єкта і предмета дослідження; абстрактно-логічний (теоретичні узагальнення та формулювання висновків). Внесені пропозиції щодо удосконалення існуючих методичних рекомендацій з організації та ведення бухгалтерського обліку в фермерських господарствах у межах досліджування. Висвітлено зарубіжний і вітчизняний досвід організації обліку фермерських господарств.

Ключові слова: фермерське господарство, бухгалтерський облік, фінансова звітність, реєстр, форма ведення бухгалтерського обліку.

Аннотация.

Кривенко С.В., Пономаренко Т.В., Накісько А.В. Организационные аспекты учета фермерских хозяйств.

В статье раскрыты теоретико-методические принципы и положения, касающиеся организации бухгалтерского учета фермерских хозяйств. Теоретической и методологической основой статьи является положение научных мыслей отечественных и зарубежных ученых. Были применены методы: анализа и синтеза – для изучения объекта и предмета исследования; абстрактно-логический (теоретические обобщения и формулирования выводов). Внесены предложения по совершенствованию существующих методических рекомендаций по организации и ведению бухгалтерского учета в фермерских хозяйствах в пределах исследования. Освещены зарубежный и отечественный опыт организации учета фермерских хозяйств.

Ключевые слова: фермерское хозяйство, бухгалтерский учет, финансовая отчетность, реестр, форма ведения бухгалтерского учета.

Abstract.

Krivenko S.V., Ponomarenko T.V., Nakisko O.V. Organizational aspects of pharmaceutical.

The article deals with theoretical and methodological principles and provisions concerning the organizational provisions of the accounting of farms. The theoretical and methodological basis of the article is the position of scientific opinions of domestic and foreign scientists. Were used methods: analysis and synthesis – to study the object and subject of research; Abstract-logical (theoretical generalizations and formulation of conclusions). Proposed proposals on improvement of existing methodological recommendations on organization and keeping of accounting in farms within research. The foreign and domestic experience of accounting of farms is highlighted.

Key words: farm, accounting, financial reporting, register, form of accounting.

СУТНІСТЬ ФІНАНСОВОГО АУДИТУ ТА ЙОГО РОЗВИТОК В УКРАЇНІ ЗА УМОВ ІНТЕГРАЦІЇ

*КРУТЬКО М.А. К.Е.Н., СТАРШИЙ ВИКЛАДАЧ,
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
СІЛЬСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА ІМЕНІ ПЕТРА ВАСИЛЕНКА*

Постановка проблеми у загальному вигляді. На сьогоднішній день за умов різноплановості форм власності та розвитку ринкових відносин виникає гостра потреба удосконалення системи управління процесами господарювання. Для вирішення вищезазначеної проблеми викликала потреба в розробці механізмів здійснення фінансового контролю, тобто аудиту. В світовій системі господарювання аудит займає одне з найважливіших місць, цей процес виступає в якості обов'язкової частини цивілізованого функціонування ринкової економіки кожної країни. Лівову частку аудиторської діяльності зосереджено на фінансових ресурсах організацій, їх використанні, накопиченні та відображенні в обліку і фінансовій звітності. Розкриття основних положень фінансового аудиту покладено в основу нашого дослідження, що можливо за рахунок узагальнення наукових трактувань та поглядів вчених щодо поняття фінансового аудиту та глибинного вивчення його сутності і розвитку в Україні за умов глобалізаційних зрушень.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вивчення основних положень фінансового аудиту знайшли своє відображення у наукових працях таких вчених: Ф. Бутинця, М. Білухи, С. Бровченко, Н. Вітвицької, Л. Гуцаленко, та ін. Проте, особливості та напрями проведення фінансового аудиту як форми контролю за діяльністю підприємств залишаються малодослідженими і потребують висвітлення з урахуванням сучасних тенденцій, які викликані інтеграційними перетвореннями та змінами у законодавстві України.

Формування цілей статті. Метою здійснення даного дослідження є необхідність висвітлення та уточнення теоретичних аспектів економічного змісту фінансового аудиту, важливість його розвитку та удосконалення механізму здійснення. В рамках досягнення поставленого завдання планується аналіз теоретичних аспектів фінансового аудиту, а також проведення порівняння підходів до трактування цієї категорії.

Виклад основного матеріалу дослідження. Науковці та практики широко використовують в якості основного джерела інформації для прийняття управлінських рішень дані системи обліку. Проте незаперечність факту цілковитої обґрунтованості використання названого джерела як основи прийняття управлінських рішень лише підтверджує доцільність розвитку теорії, методології та практики таких його важливих складових, як звітність та оцінка результатів діяльності.

Достовірність обліку та звітності, аналіз причин невідповідності цієї звітності та реальної картини економічного суб'єкта, а також контроль ефективності фінансово-господарської діяльності є актуальними питаннями в умовах нестабільного середовища функціонування.

Однією з основних цілей фінансової звітності є забезпечення необхідною інформацією різних користувачів, достовірність якої повинна бути підтверджена аудиторською практикою.

Аудит – це багатогранний і складний процес, що вимагає правильної і раціональної його організації. Наразі аудит фінансової звітності трактується як незалежна перевірка економічного суб'єкта з метою висловлення думки про її достовірність і відповідність порядку ведення бухгалтерського обліку чинному законодавству [1, с. 105].

Згідно з МСА 200 «Мета та загальні принципи аудиту фінансових звітів», мета аудиту фінансових звітів суб'єкта господарювання полягає у наданні аудиторіві можливості висловити думку про те, чи складені фінансові звіти в усіх суттєвих аспектах відповідно до застосованої концептуальної основи фінансової звітності [2, с. 387]. Таким чином метою виступає незалежна експертиза, яка проводиться для встановлення реалістичної картини та достовірності фінансової звітності, своєчасності та точності її показників.

Аудит є обов'язковою частиною цивілізованого функціонування ринкової економіки кожної країни. В економічній літературі зазначаються різні думки і визначення щодо існування теорії аудиту.

Сьогодні в Україні немає людей, які б не чули слово «аудит» в усіх його проявах. Аудит передбачає захист майнових і фінансових інтересів господарюючих суб'єктів та користувачів інформації яку продукує аудитор [3, с. 202].

Підвищення ролі аудиту в розвитку бухгалтерського обліку та звітності вимагає посилення його дієвості. У зв'язку з цим необхідно виділити основні передумови забезпечення дієвості аудиту фінансової звітності:

- якісні стандарти аудиторської діяльності відповідають міжнародним стандартам аудиту (МСА);
- чіткі правила незалежності аудиторських організацій та аудиторів;
- єдині кваліфікаційні вимоги до аудиторів незалежно від того, в якій галузі та сфері економіки вони ведуть діяльність;
- високий кваліфікаційний рівень (у тому числі в області МСФЗ) аудиторів, який забезпечувався б системою атестації та підвищення кваліфікації;
- контроль якості роботи аудиторських організацій та аудиторів передусім із боку професійних громадських об'єднань;
- ефективна система державно-громадського нагляду за аудиторськими організаціями й аудиторами [4].

Повністю погоджуємося з думкою Петрушевської В., що фінансовий аудит має різноманітні зовнішні прояви, різні форми. У зв'язку з цим його можна класифікувати залежно від обраного критерію. Відповідно до змісту існуючих складових фінансової політики держави в системі державного фінансового контролю можуть бути виділені: бюджетний контроль, податковий і контроль за грошовим обігом. За суб'єктами, що здійснюють фінансовий контроль, виділяють: державний, муніципальний, аудиторський, громадський контроль. З погляду приналежності контрольних функцій розрізняють контроль внутрішній і зовнішній. Зовнішній контроль за діяльністю органів виконавчої влади здійснюється спеціально створеними державними контрольними органами, функціонально й організаційно незалежними від контрольованих об'єктів, а внутрішній – спеціально створеним структурним підрозділом організації, яка здійснює контроль [5].

Принцип системності, викладений у Лімській декларації керівних принципів контролю [6], означає єдність правових основ контрольно-ревізійної й експертно-аналітичної діяльності, що здійснюється в межах фінансового аудиту, нормативно закріплену організацію взаємодії органів фінансового контролю й періодичність його здійснення.

Побудова ефективної системи фінансового контролю неможлива без проведення єдиної політики в цій галузі. У зв'язку з цим необхідно, щоб Закон України «Про основні засади здійснення державного фінансового контролю в Україні» [7], по-перше, забезпечував створення єдиної системи державного й муніципального фінансового контролю, а по-друге, визначив мету, завдання, структуру контрольних органів, порядок їх взаємодії, форми й механізми контролю.

За законом України «Про аудиторську діяльність» аудитом є «перевірка даних бухгалтерського обліку і показників фінансової звітності суб'єкта господарювання з метою висловлення незалежної думки аудитора про її достовірність в усіх суттєвих аспектах та відповідність вимогам законів України, положень (стандартів) бухгалтерського обліку або інших правил (внутрішніх положень суб'єктів господарювання) згідно із вимогами користувачів» [8].

Проведення щорічного аудиту є обов'язковим для суб'єктів господарювання, в діяльності яких зацікавлене широке коло осіб, зокрема:

- для підтвердження достовірності та повноти річної фінансової звітності та консолідованої фінансової звітності публічних акціонерних товариств, підприємств-емітентів облігацій, професійних учасників ринку цінних паперів, фінансових установ та інших суб'єктів господарювання, звітність яких відповідно до законодавства України підлягає офіційному оприлюдненню, за винятком установ і організацій, що повністю утримуються за рахунок державного бюджету;

- для перевірки фінансового стану засновників банків, підприємств з іноземними інвестиціями, публічних акціонерних товариств (крім фізичних осіб), страхових і холдингових компаній, інститутів спільного інвестування, довірчих товариств та інших фінансових посередників;

- для емітентів цінних паперів, які здійснюють публічне розміщення, та похідних (деривативів), а також при отриманні ліцензії на здійснення професійної діяльності на ринку цінних паперів;

- в інших випадках, передбачених законодавством.

В даний перелік малі підприємства не входять, але в ряді випадків суб'єкти малого підприємництва самі ініціюють перевірку фінансової звітності. Наприклад, потенційний інвестор вимагає гарантії достовірності звітності, або банк погоджується надати позику тільки при наявності підтвердження інформації, або підприємство в рамках судового процесу відстоює своє добре ім'я. Залучення незалежного аудитора в таких випадках здатне допомогти підприємству в досягненні його цілей. Крім того, мале підприємство може скористатися аудиторськими послугами з ведення чи відновлення бухгалтерського обліку, отримання консультацій з питань бухгалтерського обліку та фінансової звітності, експертизи і оцінки стану фінансово-господарської діяльності, інших видів економіко-правового забезпечення господарської діяльності суб'єктів

господарювання, щоб змінити в кращу сторону свою конкурентну позицію [9]. Тобто система фінансового аудиту є дієвим апаратом для забезпечення фінансової прозорості будь-якої економічної діяльності. На прикладі малих підприємств чітко вимальовується її значущість, сутність та перспективи розвитку.

Висновки. Дослідження сутності фінансового аудиту та його розвитку в Україні за умов інтеграції дали можливість сформулювати певний алгоритм розуміння сутності фінансового аудиту. Основною перешкодою на шляху до становлення та розвитку фінансового аудиту в Україні, на перший погляд, є те, що зараз країна знаходиться в процесі змін та реформ. Може здатися, що за таких умов розвиток не можливий, але як свідчить світовий досвід, зараз система аудиту в Україні знаходиться на стадії третього етапу свого становлення. Тоді як розвиненні країни досягли п'ятого чи шостого етапів подібного розвитку. Необхідна чітка та налагоджена система реформ, врегулювання нормативно-правових актів, взаємодія всіх рівнів здійснення фінансового аудиту.

Література.

1. **Михалків А.А.** Роль аудиту в забезпеченні достовірності фінансової звітності / **А.А. Михалків** // Науковий вісник Ужгородського національного університету. – 2016. – Вип. 6. Част. 2. – С. 105–107.
2. Міжнародні стандарти контролю якості, аудиту, огляду, іншого надання впевненості та супутніх послуг / **О.А. Ольховікова** [та ін.]; пер. з англ. – К., 2010. – 846 с.
3. **Слюсаренко В.Є.** Аудит: сучасний стан та перспективи розвитку на Україні: [монографія] / **В.Є. Слюсаренко**. – Ужгород: «УжНУ», 2014. – 200 с.
4. **Ратліфф Р.А.** Посібник по аудиторських доказах [Електронний ресурс] / **Р.А. Ратліфф**. – Режим доступу: http://findarticles.com/p/articles/mi_m4153/is_n4_v55/ai_21119269.
5. **Петрушевська В.** Теоретичні аспекти організації й функціонування системи державного фінансового контролю в Україні [Електронний ресурс] / **В. Петрушевська**. – Режим доступу: [http://www.dridu.dp.ua/vidavnictvo/2013/2013_02\(17\)/9.pdf](http://www.dridu.dp.ua/vidavnictvo/2013/2013_02(17)/9.pdf).
6. Лимская декларация руководящих принципов контроля. Правовое регулирование государственного финансового контроля в зарубежных странах [Электронный ресурс]. – Режим доступа <http://www.eurosai.org/handle404?exporturi=/export/sites/eurosai/.content/documents/others/ISSAI/ISSAI-1-Lima-declaration-Ruso.pdf>.
7. Закон України «Про основні засади здійснення державного фінансового контролю в Україні» від 26.01.1993 № 2939-ХІІ // Верховна Рада України. – Офіц. вид. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/2939-12>.

8. Закон України «Про аудиторську діяльність» від 22.04.1993 р. № 3125-XII станом на 10.09.2016 р. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/3125-12>.

9. **Гєвлич Л.А.** Використання аудиту як напрямок підвищення ефективності малого бізнесу / **Л.А. Гєвлич, І.Г. Гєвлич** [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://jifub.donnu.edu.ua/article/download/2838/2877>.

References.

1. **Mihalkiv A.A.** (2016). Rol' auditu v zabezpechenni dostovirnosti finansovoї zvitnosti [The role of audit in ensuring the reliability of financial reporting]. *Naukovij visnik Uzhgorod's'kogo nacional'nogo universitetu – Scientific herald of Uzhgorod National University*, Issue 6, Part 2, pp. 105-107 [in Ukrainian].

2. **Ol'hovikova O.L.** et al. (2010). *Mizhnarodni standarti kontrolju jakosti, auditu, ogljadu, inshogo nadannja vpevnenosti ta suputnih poslug* [International standards for quality control, audit, review, other assurance and related services]. (Trans). Kiev: (n.p.), pp. 846 [in Ukrainian].

3. **Sljusarenko V.Є.** (2014). *Audit: suchasnij stan ta perspektivi rozvytku na Ukraїni* [Audit: the current state and prospects of development in Ukraine]. Uzhhorod: «UzhNU», p. 200 [in Ukrainian].

4. **Ratliff R.L.** Posibnik po auditors'kih dokazah [Audit Evidence Guide]. (n.d.). *findarticles. com.* – Retrieved from http://findarticles.com/p/articles/mi_m4153/is_n4_v55/ai_21119269 [in Ukrainian].

5. **Petrushevs'koї V.** Teoretichni aspekti organizacii j funkcionuvannja sistemi derzhavnogo finansovogo kontrolju v Ukraїni [Theoretical aspects of organization and functioning of the system of state financial control in Ukraine]. (n.d.). *www.dridu.dp.ua*. Retrieved from [http://www.dridu.dp.ua/vidavnictvo/2013/2013_02\(17\)/9.pdf](http://www.dridu.dp.ua/vidavnictvo/2013/2013_02(17)/9.pdf) [in Ukrainian].

6. Linskaja deklaracija rukovodjashhijh principov kontrolja. Pravovoe regulirovanie gosudarstvennogo finansovogo kontrolja v zarubezhnyh stranah [Lima Declaration of Guiding Principles of Control. Legal regulation of state financial control in foreign countries]. (n.d.). *www.eurosaı.org*. Retrieved from <http://www.eurosaı.org/handle404?exporturi=/export/sites/eurosaı/.content/documents/others/ISSAI/ISSAI-1-Lima-declaration-Ruso.pdf>. [in Russian].

7. Закон України «Про основні засади здійснення державного фінансового контролю в Україні» від 26.01.1993 № 2939-XII [Law of Ukraine «On the Basic Principles of Implementation of State Financial Control in Ukraine» of 29 January 1993 No. 2939-XII]. (1993, 29 January). *Verhovna Rada Ukraїni – Verkhovna Rada of Ukraine*. Retrieved from <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/2939-12> [in Ukrainian].

8. Закон України «Про аудиторську діяльність» від 22.04.1993 р. № 3125-XII станом на 10.09.2016 р. [Law of Ukraine «On Audit Activity» dated April 22, 1993, No. 3125-XII as of 09.10.2016]. (1993, 22 April). *zakon3.rada.gov.ua*. Retrieved from <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/3125-12> [in Ukrainian].

9. **Gevlich L.L., Gelvich I.G.** Viktoristannja auditu jak naprjamok pidvishhennja efektyvnosti malogo biznesu [Using audit as a way to increase the efficiency of a small business]. (n.d). *jfub.donnu.edu.ua*. Retrieved from <http://jfub.donnu.edu.ua/article/download/2838/2877> [in Ukrainian].

Анотація.

Крутько М.А. Сутність фінансового аудиту та його розвиток в Україні за умов інтеграції.

Стаття присвячена економічному змісту та протиріччям в трактуванні, розвитку та здійсненні фінансового аудиту. Теоретичною і методологічною основою статті є положення наукових думок вітчизняних та зарубіжних вчених. Були застосовані методи: аналізу і синтезу – для вивчення об'єкта і предмета дослідження; абстрактно-логічний (теоретичні узагальнення та формулювання висновків). В ній обґрунтовано та уточнено теоретичні положення щодо фінансового аудиту як одного з основних джерел інформаційного забезпечення якісних рішень в сфері фінансового забезпечення в контексті інтеграційних перетворень.

Ключові слова: фінансовий аудит, фінансова звітність, аудиторська діяльність, розвиток.

Аннотация.

Крутько М.А. Сущность финансового аудита и его развитие в Украине в условиях интеграции.

Статья посвящена экономическому содержанию и противоречиям в трактовке, развития и осуществления финансового аудита. Теоретической и методологической основой статьи является положение научных мыслей отечественных и зарубежных ученых. Были применены методы: анализа и синтеза – для изучения объекта и предмета исследования; абстрактно-логический (теоретические обобщения и формулирования выводов). В ней обоснованы и уточнены теоретические положения финансового аудита как одного из основных источников информационного обеспечения качественных решений в сфере финансового обеспечения в контексте интеграционных преобразований.

Ключевые слова: финансовый аудит, финансовая отчетность, аудиторская деятельность, развитие.

Abstract.

Krutko M.A The satisfy of financial audit and its development in Ukraine under the conditions of integration.

The article is devoted to the economic content and contradiction in the interpretation, development and implementation of financial audit. The theoretical and methodological basis of the article is the position of scientific opinions of domestic and foreign scientists. Were used methods: analysis and synthesis – to study the object and subject of research; Abstract-logical (theoretical generalizations and formulation of conclusions). It substantiates and clarifies the theoretical positions regarding financial audit as one of the main sources of information provision of quality solutions in the field of financial security in the context of integration transformations.

Key words: financial audit, financial reporting, auditing, development.

АКСІОЛОГІЧНА ДОМІНАНТА ПРОФЕСІЙНОЇ ПІДГОТОВКИ МЕНЕДЖЕРІВ ІНДУСТРІЇ ДОЗВІЛЛЯ

***КУХАРЕНКО А.А., КАНД., НАУК З СОЦ., КОМ.,
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
СІЛЬСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА ІМЕНІ ПЕТРА ВАСИЛЕНКА***

Постановка проблеми у загальному вигляді. Науковий інтерес до ціннісного змісту культурних індустрій, особливо розважального характеру обумовлюється тим, що під впливом глобалізаційних процесів культурний простір країни піддається певній трансформації. У зв'язку з зазначеним, збереження національної самобутності та традиційних культурних цінностей стає все більш гострою проблемою.

Дозвілля, у всьому його багатоманітності, характеризується значною виховною цінністю, що дозволяє розглядати його не лише як засіб культурного розвитку людини, але і як необхідну умову, що впливає на рівень комфортності та якості сучасного життя.

Оцінюючи індустрію розваг у контексті культури в цілому, й в туристській діяльності, окремо, слід вказати на ті соціальні наслідки, які часто дискутуються на сучасному етапі розвитку суспільства. Слід пам'ятати, що для прогресу недостатньо лише одних технологій, слід мудро підходити до цілей, засобів і цінностей нашої діяльності, бо, як зазначав Н. Віннер, «...у нас є знання, як зробити, але є ще одне, важливіше за «знання як зробити» – це знання, що робити [1, с 187]. Тому питання ефективної професійної підготовки менеджерів індустрії дозвілля, здатних реалізувати конкретні практичні завдання у соціально-культурних і спортивно-рекреаційних заходах, анімаційних програмах, впровадження яких передбачено туристичними підприємствами постають нагальними і вимагають акцентування ціннісно-сислової домінанти пізнавально-творчої діяльності фахівців відповідного профілю.

Нашому суспільству, насамперед, потрібна гуманна особистість, здатна до творчості, ініціативи, саморозвитку, самоосвіти. Характерною особливістю сучасних освітніх програм стає їх спрямованість на гуманізацію професійної підготовки студентів вищих навчальних закладів (ВНЗ). Найважливішими процесами, що сприяють реалізації змісту гуманістичного навчання і виховання, є

розуміння універсальних загальнолюдських цінностей; оволодіння різними сферами життєдіяльності людини, які гуманізують її взаємовідносини з іншими людьми та сприяють духовно-моральному становленню фахівця, як толерантної особистості, що вмє співчувати й соціально-активно реалізовуватися в суспільстві.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Розвиток сфери культури протягом тривалого часу не був пріоритетним в державній політиці України, що спричинило виникнення негативних явищ в українському суспільстві. 1 лютого 2016 р. Кабінетом Міністрів України схвалено «Довгострокову стратегію розвитку української культури – стратегію реформ», відповідно до якої стратегічними напрямками реформ є забезпечення державної підтримки національного культурного продукту і провідної ролі митців та менеджерів культури у творенні, поширенні та збереженні національного культурного надбання; формування попиту і споживача сучасних культурних послуг; культурної політики та ринкових умов; вдосконалення культурної освіти; формування цілісного інформаційно-культурного простору; підтримки інновацій, креативних індустрій, що відповідають викликам ХХІ ст.

Грунтовному аналізу дозволя як суспільного явища та окремим його аспектам було присвячено роботи зарубіжних вчених С. Бест («Leisure Studies: Themes and Perspectives»), К. Робертса («Leisure in Contemporary Society»), «The Leisure Industries»), С. Ройска («The Labour of Leisure The Culture of Free Time», «Leisure Theory»), Дж. Торкільдсена («Leisure & Recreation Management») та інших.

Проблема підготовки фахівців до професійної діяльності у сфері дозволя досліджувалися А. Арнольдовим («Социальная педагогика»), Н. Рибіною («Социальный педагог как организатор культурно-досуговой деятельности»), Л. Тарасовою («Формирование жизненной устойчивости инвалидов в процессе социокультурной анимации в учреждении культуры»), В. Суртасвим («Социально-педагогические особенности молодежного досуга»), С. Шмаковим («Досуг как социально-педагогическая проблема»), у контексті туристичної діяльності – Ю. Геніуш («Эстетическое развитие будущих специалистов туристской анимации в туристском вузе»).

Однак питання безпосередньої підготовки менеджерів індустрії дозволя, їхнього професійного зростання й підвищення кваліфікації, відображено у поодиноких працях, серед яких необхідно зазначити статті М. Аріарського («Современный специалист социально-культурной деятельности и система его формирования»),

С. Іконнікової та І. Новікової («Международный опыт педагогической подготовки специалистов сферы досуга»), В. Кірсанова («Класифікація функцій і підготовка кадрів соціокультурних аніматорів у французькій культурології дозволя (60-90-ті роки)»), навчальних посібниках Т. Кисельової («Теория досуга за рубежом») та М. Ярошенка («Социально-культурная анимация»).

Розглядаючи процес залучення людини до соціокультурної практики у сфері дозволя вчені Т. Кисельова та Ю. Красильников стверджують що це є самостійною складовою загальної системи соціалізації особистості, соціального виховання та освіти [2]. В. Туєв пропонує розглядати соціально-культурну діяльність як процес, що управляється суспільством та його соціальними інститутами, як процес, до якого активно залучається людина [3]. Цікавою для нашого дослідження є думка А. Маркова та Г. Бірженюка, що визначають соціально-культурну діяльність як діяльність соціального суб'єкта (особистості, спільноти, соціального інституту, етносу, нації), «сутність та зміст якого складають процеси створення, збереження, трансляції, засвоєння та розвитку традицій, цінностей та норм культури – художньої, історичної, духовно-моральної, екологічної, політичної» [4].

Підсумовуючи напрацювання вище заданих авторів можна стверджувати, що соціокультурна діяльність – це процес, генерований і реалізований суспільством в особі працівників соціокультурної сфери з метою культуризації та соціалізації кожного його члена. Ми погоджуємося з думкою відомого українського вченого О. Сасихова, який вважає, що соціально-культурний процес складається з трьох «джерел», трьох взаємопов'язаних видів діяльності: високої культурної творчості, культурно-просвітницької роботи та культурно – дозвоільної діяльності [5]. Однак поза межами досліджень, на жаль, залишаються невирішеними такі питання, роль і місце цінностей у професійній підготовці менеджерів сфери дозволя, перспективи їх творчої самореалізації.

Формування цілей статті. Тому доцільним видається проаналізувати сучасний стан розвитку індустрії туризму та виявити аксіологічні домінанти підготовки фахівців, чия діяльність у майбутньому буде безпосередньо пов'язана із організацією вільного часу, організацією анімаційних послуг в туристичних комплексах, готелях, базах, пансіонатах, санаторіях тощо.

Виклад основного матеріалу дослідження. Сучасне суспільство вимагає від системи освіти докорінного переосмислення

парадигми навчання і виховання молоді, освоєння прогресивних технологій духовного становлення особистості, створення умов для реалізації її сутнісних чинників, особливо це стосується застосуванні різних видів творчої діяльності. Йдеться, про такі освітні ідеї, концепції та технології, у центрі яких – особистість окремої людини з її потребами й інтересами, життєвими проблемами і драмами. Головними завданням освіти є не лише пізнання законів природи, а й особистісно-ціннісне оволодіння гуманістичною методологією творчого пізнання світу і гармонізації відносин. Сучасна освіта та виховання має передбачати, насамперед, розвиток здатності особистості до творчості. Формуючи власний громадянський, професійний статус, стикаючись з багатьма больовими точками сучасного суспільства, фахівець соціально-культурної сфери покликаний узяти на себе місію виховання активного, ініціативного, самостійного громадянина, освіченої, культурної людини, дбайливого сім'янина і майстра у своїй професійній діяльності, здатного до постійного життєвого самовдосконалення.

Похідною від функцій освіти і виховання є функція організації вільного часу, що відповідає суспільним потребам в культурних формах дозвілля, емоційної розрядки та ін. Таким чином, збереження якісної освіти й належного рівня викладання у вітчизняних вузах передбачає; здійснення змістового аналізу навчальних дисциплін з урахуванням підготовки спеціалістів відповідного профілю – «Менеджмент і дозвілля», «Туризм та індустрія дозвілля», «Організація анімаційних послуг», нагальним поривання здійснюється пошук нових психолого-педагогічних технологій, спрямованих на розкриття та реалізацію життєтворчого потенціалу кожної особи, становлення і індивідуальний розвиток її власного «Я», розкриття творчих здібностей людини, впровадження різноманітних форм рекреаційної діяльності.

Останніми роками в Україні прискореними темпами розвивається індустрія туризму, яка є великим господарським комплексом, що охоплює значну кількість людей, від кваліфікації яких залежить його ефективність загалом. При цьому доводиться визнати, що допоки в цій сфері недостатньо висококваліфікованих, творчих спеціалістів. Особливо гостро відчувається нестача професіоналів з організації цікавого повноцінного дозвілля в туристичних комплексах, готелях, базах відпочинку, пансіонатах і санаторіях.

Становлення й розвиток готельної індустрії органічно пов'язано з історією соціокультурного розвитку людини і людства.

Першочерговим у цьому універсальному контексті має бути реалізація поліфункціональної потреби у подорожах, супроводжуваного надання тимчасового притулку, харчування та відпочинку. Сучасна індустрія туризму – це великий господарський комплекс, до якого заохочено значну кількість людей, від кваліфікації яких залежить його ефективність загалом.

Слід зазначити, що однією з серйозних передумов здорового ставлення до власної культури є наскрізне зацікавлення історією рідного краю. оскільки подача справжнього продукту можлива лише за умов правильної акцентуації на духовній природі явищ, ваумливому розкритті історичних реалій та багатівикового доробку народу. Інакше завдяки лише маркетологічним чинникам можливо досягти тільки підвищеного рівня комфорту безвідносно до культурного середовища, що вихолощує саму природу туризму. Саме культурологічний підхід надає змогу виокремити та відповідно трансформувати ексклюзивний матеріал, цілком придатний для оформлення позитивного досвіду щодо концептуальної природи внутрішнього туризму. Колосальні ресурси необхідно сьогодні задіяти задля створення та підтримання іміджу рідного краю, інтерпретації багатьох складних і цікавих зрізів національного людського існування.

Сфера дозвілля поєднує найрізноманітніші види людської життєдіяльності, адже людина на дозвіллі не обмежена зовнішніми чинниками і залежить лише від своїх внутрішніх бажань та уподобань. Діяльність, якою людина займається у вільний час, відбиває сутність, взаємозв'язок та розподіл основних видів дозвілля, таких як самоосвіта, любительські заняття, оздоровча діяльність, споживання культурних цінностей, спілкування, пасивний відпочинок, творчі заняття тощо. Слід зазначити, що суспільство виступає системою суб'єктивного типу, тому воно є носієм соціальної та культурної активності, яка проявляється в потребі членів громади змінювати або підтримувати основи своєї життєдіяльності відповідно до власних ціннісних орієнтацій. Істинно соціально-культурна активність полягає в спрямованості на зміну обставин життя з користю для себе та інших людей.

Сучасні світові тенденції організації, розвитку і функціонування культурно-дозвільних практик характеризуються активним запровадження креативного підходу до створення, популяризації і впровадження анімаційних послуг. Розглядаючи креативність як певну творчу здібність, індивідуальність, ми наголошуємо на її унікальній якості, яка характеризується інноваційністю, неповторністю щодо

створення принципово нових ідей щодо ефективності розвитку і функціонування туристської галузі.

Креативне мислення у підходах до викладання організації культурно-дозвільної діяльності, як учбової дисципліни дозволить вирішувати складні професійні завдання, творчо підходити до їх впровадження, що призведе до популярності і просування створених послуг на сучасний культурно-дозвільний ринок. Креативність – це не поодинокі явище в організації дозвілля, вона повинна мати вираз в усіх життєздатних компонентах соціокультурної діяльності. Активне запровадження інновацій, дозволить вивести організацію та навички вміння надавати професійні дозвільні послуги на лідируючі позиції діяльності сучасного менеджера зеленого туризму, що надає підстави задля виокремлення перспектив розвитку соціокультурної діяльності й тим самим залучити інвестиції на її реалізацію.

В результаті, поліпшення життя громадян та збільшення рівня споживання дозвільних послуг призводить до покращення та розвитку технології виробництва товарів дозвілля. Технологічні інновації, у свою чергу, передбачають покращення продуктів. Таким чином, нові можливості для дозвільного споживання часто постають щоб випереджати будь-яке збільшення багатства, що виникає з підвищення продуктивності праці. Це призводить до прагнення все більших і більших доходів, щоб забезпечити доступ до більш широкого спектру товарів і послуг, що пропонуються

Попит на розваги характеризується рядом особливостей [6]. Масштаби попиту залежать від наявності та обсягу вільного часу, соціально-демографічних характеристик і доходів населення. Чинники участі в розвагах – стать, вік, культурний рівень, освіта, рід занять, особливості виховання і установок, стимули. Потреби в розвагах пов'язані з життєвим циклом людини, а також річних, місячних, тижневих і добових циклами. Розваги, як правило, комбінуються з іншими заняттями: відпочинок плюс розвага, спорт плюс розвага, навчання плюс розвага та ін.[7].

Завдяки якісній організації дозвільних послуг щодо туристичної індустрії, здійснюється політична та ідеологічна функції забезпечується широкий діалог і міжнародні зв'язки, здійснюється інтеграція країни до світового економічного та соціокультурного простору, реалізуються іміджеві цілі, демонструються переваги національної економіки, культурної сфери та способу життя..

Культуризація анімаційної діяльності відбувається за допомогою спеціально розроблених програм. Ці програми орієнтовані як на

психоемоційне відновлення людини, так і на покращення його фізичних кондицій. Духовно-творчий характер рекреаційної анімації дозволяє перевести психоемоційну сферу людини з режиму повсякденних витрат енергії на, нехай і тимчасовий, але корисний для психіки режим накопичення позитивних емоцій. До того ж, під час цього процесу розширюється світогляд людини, а під час активних фаз участі в анімаційних діях – покращуються фізичні кондиції рекреанта: нормалізуються кровообіг, робота серцево-судинної системи, опорно-рухового апарату тощо.

Для створення анімаційно-рекреаційних програм використовуються різноманітні форми рекреаційної анімації. Науково обґрунтоване поєднання цих форм під час відпочинку, на думку С.М. Килимистого оптимізує рекреаційні процеси в організмі рекреанта. У свою чергу, близькі за змістом, жанровими та функціональними ознаками форми створюють певний вид рекреаційної анімації [8]. Туристична анімація теж має музично-пісенну, танцювальну, вербальну, ігрову, святкову й видовищну складові. Але її специфіка, що базується на переміщенні у просторі, обумовила появу різновидів анімаційної діяльності, притаманних лише тим видам туризму, які не передбачають довгострокового стаціонарного відпочинку: культурно-пізнавальним, анімаційним і професійно орієнтованим. Так музично-пісенна анімація під час подорожі може трансформуватись у важливі культурно насичені форми фестивалю, конкурсу, концерту, сам факт існування яких стає важливим мотиваційним чинником туриста, що обирає засобом задоволення своїх духовних потреб подієвий туризм.

Арт-терапія виконує три основні функції: компенсаторну, розвиваючу, навчальну. Компенсаторна функція полягає в тому, що домінанта активності людини переходить із зони відношень з оточуючим світом, де вона за якихось причин не може досягти успіху, в зону, доступну для її контролю та ефективного впливу. Розвиваюча функція – механізм її впливу полягає в тому, що за рахунок удосконалення навичок суб'єкт поширює зону власного контролю та взаємодії з оточуючими. Навчальна функція – ефективність її реалізації досягається за рахунок використання вже існуючих навичок, що дає можливість здійснювати гнучкий перехід від умінь людини до того, що їй необхідно засвоїти

Особлива значущість та цінність арт-терапії у сучасному освітньому просторі обумовлюється її спроможністю здійснювати індивідуальний вплив на особистість дитини. Через включення її у

художньо-творчу діяльність ми отримуємо унікальну можливість не лише впливати на формування творчого світогляду дитини та виховання відповідної системи цінностей, а й забезпечити необхідні умови для формування адекватного соціокультурного досвіду. Моделювання в невимушених умовах зовнішніх людських стосунків та внутрішніх переживань через мистецтво та художньо-творчу діяльність сприяють закладенню психічного та, фізичного здоров'я дітей. Це все і визначає беззаперечну цінність арт-терапії та можливості її використання в умовах навчально-виховного процесу.

Таким чином, можна довести, що соціально-культурна практика туризму – це зміст і результат соціокультурної діяльності людей у взаємодії один з одним і з навколишньою дійсністю. При цьому маються на увазі і самі соціокультурні дії, і комунікації, що виникають між людьми у зв'язку з цими діями, і соціокультурні форми, які створюються в результаті цих дій. Окрім зазначених функцій, соціокультурна практика передбачає також пошук і апробацію нових видів організації життєдіяльності соціуму, форм комунікативної взаємодії, способів поширення морального, естетичного, правового досвіду. Механізмом переходу та пристосування до неминучих соціальних інновацій, на думку С. Ягодзінського, і є соціокультурні практики, які покликані зняти первинні конформістські настрої та продемонструвати переваги й потенціал нововведень [9].

Висновки. Аксіогенна природа організації дозволяє в туристичному сегменті має демонструвати модель комплексного відпочинку, сутність якого полягає в поєднанні активних культуро творчих і комунікаційних форм. Так, наприклад, музична-пісенна анімація під час подорожі може трансформуватися у важливі культуро насичені форми фестивалю, конкурсу, концерту, які задовольняють духовні потреби відпочиваючих, що в свою чергу сприяє реалізації сенсоутворюючої, орієнтаційної, нормативної, регулюючої, контролюючої функцій, які всесторонньо і глибоко мають пронизувати національну туристичну індустрію, інформувати про її життєздатність, пріоритетність, розширення рекреаційних, економічних зв'язків та підкреслювати її феноменальність.

Ціннісні домінанти становлять фундамент дозвілєвої діяльності й формують духовність на кращих традиціях української культури засобами народної творчості та дозволяють визначити стратегію, перспективи підготовки майбутніх професіоналів індустрії дозвілля.

На сучасному етапі менеджер індустрії дозвілля повинен вміти:
– не лише вирішувати нагальні соціально-культурні проблеми, але

й самостійно створювати умови для залучення населення у культурно-творчу, дозвіллєву, рекреаційну діяльність;

– моделювати різноманітні соціально-культурні й розважальні програми;

– прогнозувати й планувати діяльність особи в умовах вільного часу;

– надавати науково-методичну та інформаційну допомогу працівникам соціальних, культурних установ, творчих колективів, аматорських об'єднань;

– систематично вивчати, узагальнювати й використовувати позитивний досвід роботи соціально-культурних закладів

Література.

1. **Винер Н.** Кибернетика и общество / Н. Винер; общ. ред. и предисловие Э.Я. Кольмана; перевод Е.Г. Панфилова. – М.: Изд-во Иностранной литературы, 1958. – 200 с.

2. **Киселева Т.Г.** Основы социально-культурной деятельности: [учебное пособие] / Т.Г. Киселева, Ю.Д. Красильников. – Москва, 2000. – 164 с.

3. Социально-культурная деятельность: история, теория, образование, практика: межвуз. сб. науч. ст. / Ред.-сост. В. В. Туев. – Кемерово: КемГАКИ, 2002. – 177 с.

4. **Марков А.П.** Основы социокультурного проектирования: [учебное пособие] / А.П. Марков, Г.М. Бирженюк. – Санкт-Петербург, 1997. – 268 с.

5. **Сасыхов А.В.** Культурно-досуговая деятельность как социокультурный феномен / **А.В. Сасыхов.** – Киев, 2002. – Ч.1. – 358 с.

6. **Друкер П.Ф.** Задачи менеджмента в XXI веке / **П.Ф. Друкер.** – Москва : Вильямс, 2001. – 270 с.

7. Жданова Е.И. Управление и экономика в шоу-бизнесе: [учебное пособие] / **Е.И. Жданова, С.В. Иванов, Н.В. Кротова.** – Москва : Финансы и статистика, 2003. – 174 с.

8. **Стрельцов Ю.А.** Свободное время и развитие социокультурной деятельности / **Ю.А. Стрельцов** // Вестник МГУКИ. – 2003. – № 1. – С. 76–85.

9. **Ягодзінський С.М.** Науковий дискурс в умовах інформаційного суспільства: методологічний і соціокультурний аспекти : автореф. дис. канд. філос. наук: спец. 09.00.02. – Київ, 2008. – 20 с.

10. Bachelor of science leisure studies [Electronic resource]. – Mode of access: <http://www.nhtv.nl/ENG/bachelors/academic-bachelor-programmes.html>.

11. **Best S.** Leisure Studies: Themes and Perspectives / **S. Best.** – London Sage, 2009. – 336 p.

12. Bircham University Human Network [Electronic resource]. – Mode of access: <http://www.bircham.net>.

13. Management & Leisure [Electronic resource]. – Mode of access : <http://www.manchester.ac.uk/study>.

14. **Page S.J.** Leisure: An Introduction / **S.J. Page, J. Connell**. – Prentice Hall, 2010.

15. **Rojek C.** The Labour of Leisure. The Culture of Free Time / **C. Rojek**. – London Sage, 2009. – 216 p.

16. **Torkildsen G.** Leisure & Recreation Management / **G. Torkildsen**. – [5-th ed.]. - London, E & F N Spon, 2005. – 570 p.

References.

1. **Viner N.** (1958). *Kibernetika i obshestvo [Cybernetics and Society]*. (E.G. Panfilova, Trans, Je.Ja. Kol'mana (Ed i predislovie)). Moscow : Izd-vo Inostrannoj literatury, p. 200 [in Russian].

2. **Kiseleva T.G., Krasil'nikov Ju.D.** (2000). *Osnovy social'no-kul'turnoj dejatel'nosti [Basics of socio-cultural activities]*. Moscow, p. 164 [in Russian].

3. **Tuev V.V.** (Eds.). (2002). *Social'no-kul'turnaja dejatel'nost': istorija, teorija, obrazovanie, praktika: mezhvuz; sb. nauch. st. [Social and cultural activity: history, theory, education, practice: interuniversity. Sat. Sci. Art.]*. Kemerovo: KemGAKI, p. 177 [in Russian].

4. **Markov A.P., Birzhenjuk G.M.** (1997). *Osnovy sociokul'turnogo proektirovanija [Fundamentals of socio-cultural design]*. St. Petersburg, p. 268 [in Russian].

5. **Sasyhov A.V.** (2002). *Kul'turno-dosugovaja dejatel'nost' kak sociokul'turnyj fenomen [Cultural and leisure activities as a socio-cultural phenomenon]*. Kyiv, part 1, p. 358 [in Ukrainian].

6. **Druker P.F.** (2001). *Zadachi menedzhmenta v XXI veke [Tasks of management in the XXI century]*. Moscow: Vil'jams, p. 270 [in Russian].

7. **Zhdanova E.I., Ivanov S.V., Krotova N.V.** (2003). *Upravljenje i jekonomika v shou-biznese [Management and economy in show business]*. Moscow: Finansy i statistika, p. 174 [in Russian].

8. **Strel'cov Ju.A.** (2003). Svobodnoe vremja i razvitie sociokul'turnoj dejatel'nosti [Free time and development of socio-cultural activities]. *Vestnik MGUKI – Bulletin of MGUKI*, No 1, pp. 76-85 [in Russian].

9. **Jagodzins'kij S.M.** (2008). *Naukovij diskurs v umovah informacijnogo suspil'stva: metodologichniy i sociokul'turnij aspekti: avtores. dis. kand. filos. nauk:spec. 09.00.02. [Scientific discourse in the conditions of the information society: methodological and socio-cultural aspects: author's abstract. dis cand. Philosophy Sciences: special 09.00.02.]*. Kiev, p. 20 [in Ukrainian].

10. Bachelor of science leisure studies [Electronic resource]. – Mode of access: <http://www.nhtv.nl/ENG/bachelors/academic-bachelor-programmes.html> [in English].

11. **Best S.** (2009). Leisure Studies: Themes and Perspectives. London Sage, p. 336 [in English].

12. Bircham University Human Network [Electronic resource]. – Mode of access: <http://www.bircham.net> [in English].

13. Management & Leisure [Electronic resource]. – Mode of access : <http://www.manchester.ac.uk/study> [in English].

14. **Page S.J.** (2010). Leisure: An Introduction. Prentice Hall [in English].

15. **Rojek C.** (2009). The Labour of Leisure. The Culture of Free Time. London Sage, p. 216 [in English].

16. **Torkildsen G.** (2005). Leisure & Recreation Management. 5-th ed. London, E & F N Spon, p. 570 [in English].

Анотація.

Кухаренко А.А. Аксіологічна домінанта професійної підготовки менеджерів індустрії дозвілля.

У статті заявлена аксіологічна домінанта професійної підготовки менеджерів індустрії дозвілля в сучасному суспільстві. Аксіогенна природа організації дозвілля в туристичному сегменті має демонструвати модель комплексного відпочинку, сутність якого полягає в поєднанні активних культуро творчих і комунікаційних форм. Ціннісні домінанти становлять фундамент дозвілєвої діяльності й формують духовність на кращих традиціях української культури засобами народної творчості та дозволяють визначити стратегію, перспективи підготовки майбутніх професіоналів індустрії дозвілля.

Розкрито зміст діяльності, обґрунтовані ролі, вимоги, професійні та особистісні якості фахівців сфери дозвілля. Розглянуто роль цінностей освіти у розв'язанні проблем.

Ключові слова: аксіологічна домінанта, менеджер, індустрія дозвілля, професійна підготовка, ролі і вимоги.

Аннотация.

Кухаренко А.А. Аксиологическая доминанта профессиональной подготовки менеджеров индустрии досуга.

В статье заявлена аксиологическая доминанта профессиональной подготовки менеджеров индустрии досуга в современном обществе. Аксиогенная природа организации досуга в туристическом сегменте должна демонстрировать модель комплексного отдыха, сущность которого заключается в сочетании активной культуре творческих и коммуникационных форм. Ценностные доминанты составляют фундамент досуговой деятельности и формируют духовность на лучших традициях украинской культуры средствами народного творчества и позволяют определить стратегию, перспективы подготовки будущих профессионалов индустрии досуга.

Раскрыто содержание деятельности, обоснованные роли, требования, профессиональные и личностные качества специалистов сферы досуга. Рассмотрены роль ценностей образования в решении проблем.

Ключевые слова: аксиологическая доминанта, менеджер, индустрия досуга, профессиональная подготовка, роли и требования.

Abstract.

Kukhareno A.L. Axiological dominant of professional training of leisure industry managers.

The article describes the axiological dominant of the professional training of managers of the leisure industry in modern society. The axiological nature of the organization of leisure in the tourist segment must demonstrate a model of complex recreation, the essence of which is the combination of active cultural and creative and communication forms. Valuable dominantes form the foundation of leisure activities and form spirituality in the best traditions of Ukrainian culture by means of folk art and allow to determine the strategy, prospects of training future professionals of the leisure industry.

The content of the activity, the roles, requirements, professional and personal qualities of the specialists of the sphere of leisure are substantiated. The role of educational values in solving problems is considered.

Keywords: *Axiological dominant, manager, leisure industry, vocational training, roles and requirements.*

УДК 338.46

ШЛЯХИ СТИМУЛЮВАННЯ ТУРИСТИЧНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ УКРАЇНИ

**ДУДНИК О.В., К.Е.Н., ДОЦЕНТ,
МАЙБОРОДА М.М. К.Е.Н., СТАРШИЙ ВИКЛАДАЧ,
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
СІЛЬСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА ІМЕНІ ПЕТРА ВАСИЛЕНКА**

Постановка проблеми у загальному вигляді. Туризм є однією з найбільш перспективних та динамічних галузей світової економіки, потенціал якої в Україні використовується в недостатній мірі. Ця галузь на сьогоднішній день для України, як і для будь якої країни, сприятиме створенню нових робочих місць, збільшенню валютних надходжень, стане джерелом поповнення бюджету. Крім того, туризм стимулює розвиток багатьох галузей економіки таких як транспорт, будівництво, сільське господарство, мистецтво, культура тощо, які прямо чи опосередковано пов'язані з туристичною індустрією. Також туризм є високорентабельним та швидкоокупним бізнесом.

На сьогоднішній день Україна, не приділяє належної уваги розвитку туризму, хоча має усі передумови. Для цієї галузі економіки існує низка стримуючих факторів які мають місце практично в кожному регіоні:

– низька кваліфікація кадрів;

- нерозвиненість туристичної інфраструктури;
- слабка конкурентоспроможність;
- відсутність єдиної стратегії у формуванні державного іміджу;
- недостатність маркетингових досліджень;
- незацікавленість приватного сектору в довготривалих фінансових вкладеннях в розвиток транспортної сфери.

Всі ці фактори здійснюють відштовхуючий вплив на потенційних туристів, як іноземних так і українців. Ці фактори стримують розвиток туризму, в результаті Україна значно поступається провідним країнам в цій галузі.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питанням підвищення туристичної привабливості займалися Балабанов І.Т., Маркіна І.А., Колесник О.О., Омущ А.І., Музиченко-Козловська О.В., Черниш І.В. Самойленко О.А., [1-7]. Їх дослідження спрямовані на способи підвищення інвестиційної привабливості туристичного комплексу території, на оцінку туристичних факторів, на методи визначення туристичної привабливості. При цьому в зазначених дослідженнях не достатньо уваги приділяється висвітленню врегулювання протиріч між потребами українців в розвитку внутрішнього і в'їзного туризму, повільного розвитку туристичного потенціалу країни та пошуку шляхів стимулювання туристичної привабливості території.

Формулювання цілей статті. Метою виконання дослідження є пошук шляхів стимулювання туристичної привабливості України для вітчизняних та іноземних туристів за рахунок покращення стану не лише окремих складових, але й визначає необхідність комплексного пошуку заходів її підвищення та максимальної координації та кооперації всіх суб'єктів туристичної галузі.

Виклад основного матеріалу дослідження. За версією експертів Всесвітнього економічного форуму в Давосі (звіт про конкурентоспроможність в подорожах і туризмі 2017), Україна посіла 88-е місце за привабливістю для туристів. [8]. Серед інших пострадянських країн вище розташувалися Естонія (37 місце), Росія (43 місце), Латвія (54 місце), Литва (56 місце), Грузія (69 місце), Азербайджан (71 місце), Казахстан (81 місце) і Вірменія (84 місце). З погляду безпеки, на думку експертів ВЕФ, в Україну на відпочинок їхати не рекомендується, так само як до Пакистану, Нігерії, Венесуели, Єгипту, Кенії і Гондурасу, що увійшли в топ-10 країн-аутсайдерів за цим показником. При складанні рейтингу враховувалися такі фактори, як наявність збройних конфліктів на території держави, рівень

злочинності і терористична загроза. З іншого боку, експерти відзначили високий рівень української охорони здоров'я та санітарних стандартів, де країна потрапила в першу десятку країн-лідерів. В питанні ціноутворення для європейського туриста Україна також виявилася не найдорожчою країною, зайнявши 45-місце. Найбільш «доброзичливими» були визнані Іран, Єгипет і Малайзія, а найдорожчими для перебування — Великобританія і Швейцарія. В інших позиціях ми виявилися значно нижче: так, за рейтингом міжнародної відкритості Україна отримала лише 78 місце. Ще більш низьке, 98 місце країна зайняла у питанні екології, 79 — в авіа-інфраструктурі, 81 — в портовій і наземній, 71 — в туристичному сервісі. Культурні ресурси країни в Давосі оцінили в 2,14 бала і 51 місце. Вкрай низьке місце також ми посіли в питанні інвестицій в туристичний бізнес в Україні — 124 місце.

За останній час до України спрямовані туристичні потоки із 168 країн світу. Спостерігається зростання в'їзного потоку з країн СНД (особливо Казахстану, Молдови, Росії), з Туреччини, країн Африки, Східної Азії та Тихоокеанського басейну, з Південної Азії, що, на жаль, свідчить не стільки про туристичну привабливість України, скільки про використання туризму як міграційного інструменту. Зменшується потік з колишніх соціалістичних країн Європи (Чехія, Словаччина, Болгарія, Угорщина), хоча майже п'яту частину обмінів становить прикордонний обмін.

Зростає значення України як транзитної держави і це позначається на кількості одноденних відвідувачів, чисельність яких протягом останніх років стабільно росте, перевищуючи 50% всіх відвідувань. Особливо зріс транзитний потік через Україну з країн СНД (Туркменістану, Таджикистану, Росії, Білорусі, Вірменії, Грузії, Казахстану).

Туристична політика України на ринку міжнародного туризму базується на активній маркетинговій стратегії, спрямованій на стимулювання іноземного туризму шляхом створення позитивного туристичного іміджу країни як країни безпечної та комфортної перебування. З цією метою вводиться спрощення візових формальностей, розбудовується індустрія туризму та підвищується відповідно до європейських стандартів якість обслуговування.

Основу туристичної привабливості території складають туристичні ресурси, які включають природні умови, антропогенні ресурси, історико-культурні цінності, туристичну інфраструктуру, інформаційне забезпечення, трудові ресурси, державне регулювання

та інвестиційну підтримку. Наявність ресурсів певною мірою визначає територіальну організацію туризму та рекреації, формування туристичних районів та їх спеціалізацію. Якість, доступність та рівень представлення туристу туристичних ресурсів залежить від державного регулювання, інформаційного забезпечення та інвестування галузі.

Рівень забезпеченості України туристичними ресурсами є дуже високим. В Україні значна кількість унікальних та естетично привабливих природних ландшафтів, що придатні для тривалого відпочинку та пригодництва у поєднанні з місцевими пам'ятками культури та природи. Туристичні ресурси та природні умови включають в себе гори, ліси, водойми, сприятливий клімат, тощо. Однак екологічний стан туристичних ресурсів з кожним роком стає все більш загрозливим. Це спричинено викидами шкідливих речовин в навколишнє середовище підприємствами, дуже велика кількість сміттєзвалищ, які займають великі площі і не відбувається утилізація сміття, багато людей викидають сміття в лісах, полях, винищуються тварини занесені в червону книгу.

До антропогенних ресурсів відносять духовні цінності, історико-культурні пам'ятки, релігійні пам'ятки, об'єкти пізнавального туризму тощо. В Україні сконцентрована величезна кількість культурно-історичних ресурсів, які утворюють національне надбання держави. Їх різноманітність, кількість, історична цінність, стан збереженості визначають ступінь привабливості території для туристів. В Україні налічується понад 200 тисяч об'єктів пізнавального туризму, понад 300 музеїв [9]. Всесвітньо відомими є історико-культурні заповідники (Києво-Печерський, Хортиця, Переяслав-Хмельницький, Поле Полтавської битви) та історико-архітектурні заповідники (Львівський, Кам'янець-Подільський, Софійський). Важливе значення мають старовинні замки (Мукачівський на Закарпатті, Луцький на Волині), фортеці (Хотинська на Буковині, Кам'янецька на Поділлі), місця паломництва (Печерська, Почаївська Лаври). І це далеко не весь перелік історико-культурних та природних туристичних ресурсів України. Нажаль, їх фінансування в нашій державі недостатнє, більшість з них потребує реконструкції та збереження, значна частина історичних пам'яток та історичних цінностей знаходяться на межі зникнення.

Туристична інфраструктура складається з усіх штучно створених рекреаційних закладів, таких як готелі, санаторії, ресторани та об'єктів побудованих для загального користування і сполучення, тобто залізничні шляхи, автомобільні магістралі, аеропорти, вокзали, тощо.

Наявність достатньої туристичної інфраструктури, яка б відповідали запитам різноманітних верств населення сприяє підвищенню туристичної привабливості території. В Україні існує диспропорція в забезпеченості регіонів туристичною інфраструктурою, недостатньою кількістю готелів вищого та середнього класів. Це впливає на рівень завантаженості готелів в Україні, що становить лише 31 % при нормативі у 60-70 % [10]. Також проблемою залишається стан та якість дорожньої системи України, знос основних засобів транспорту, особливо залізничного, автобусного.

Інформаційне забезпечення повинно мати базу даних про туристичні ресурси, їх розміщення та концентрацію на території України. Наявність інформаційного забезпечення дасть можливість туристу ознайомитись з туристичними можливостями певної території, а також дасть можливість інвесторам ознайомитись з наявністю та станом ресурсів. Нажаль на сьогодні не має такої єдиної бази про наявність і стан туристичних ресурсів України, інформації про тури та послуги, не має достатньої реклами.

Трудові ресурси, які задіяні в туристичному бізнесі є безпосереднім обличчям кожного об'єкту туризму, вони займають важливе місце у формуванні туристичної привабливості. Так як від фахівців, які працюють в туристичній галузі залежить на якому рівні будуть надаватися послуги і чи буде бажання у туриста скористатися ними вдало.

Державне регулювання визначає загальні правові, організаційні та соціально-економічні засади реалізації державної політики країни в галузі туризму. Основу державного регулювання туризму становить закон України «Про туризм» [11], що визначає загальні правові, організаційні та соціально-економічні засади реалізації державної політики України в галузі туризму та спрямований на забезпечення прав громадян на відпочинок та інших прав при здійсненні туристичних подорожей. Він встановлює засади раціонального використання туристичних ресурсів та регулює відносини, пов'язані з організацією і здійсненням туризму на території держави.

На сьогоднішній день є необхідність у прийнятті локальних законів, які б були орієнтовані на пріоритетний розвиток галузі туризму.

Інвестиційна підтримка галузі туризму передбачає сукупність ресурсів, умов, заходів, як внутрішніх так і іноземних необхідних для здійснення інвестиційного процесу. Слід визнати, що потреби туристичної галузі України в прямих капіталовкладеннях значно

перевищують наявну на вітчизняному фінансовому ринку інвестиційну пропозицію. Саме тому велике значення має залучення іноземного капіталу.

Можна виділити такі основні шляхи стимулювання туристичної привабливості України:

- забезпечення позитивного іміджу України, як привабливої території для відпочинку;
- підвищення зацікавленості українців до відпочинку всередині країни;
- підтримка туристичної галузі національними програмами;
- спрощення процедури отримання віз та інших документів для іноземних туристів;
- створення єдиної бази даних про туристичні ресурси та їх розміщення по території України;
- підвищення професійної підготовки кадрів сфери туристичного бізнесу з орієнтацією як на внутрішній так і на в'їзний туризм;
- здійснення постійного моніторингу туристичної привабливості території;
- залучення державних та іноземних інвестицій у проекти з розвитку туризму;
- готелям варто активніше налагоджувати співпрацю з туроператорами, щоб вони були краще представлені в інтернеті і могли пропонувати розміщення для туристів, які купують тури онлайн;
- необхідно переймати досвід курортних країн і більш уважно ставитися до потреб туристів;
- удосконалення та розвиток туристичної інфраструктури;
- забезпечення туристів комфортом та безпекою при наданні туристичних послуг;
- приділяти увагу якості, різноманітності, прибутковості і ступеню використання потенціалу;
- розробку змістовних та цікавих туристичних маршрутів та програм;
- підвищення рівня сервісу обслуговуванні туристів;
- зниження цін для просування туристичного продукту;
- розробка турів «під ключ», де туристу більше ні про що не треба піклуватися - ні про переліт, ні про трансфер, ні про харчування. Більш того, турист повинен бути впевнений, що якщо йому обіцяли готель, припустимо, 5 *, то і рівень сервісу там повинен бути відповідний. Чим менше буде розчарувань, тим більше людей почнуть подорожувати;

– доступність інформації по туристичним територіям: чим можна зайнятися, що цікавого можна побачити, в яких ресторанах можна повечеряти і в яких готелях зупинятися.

Висновки. Успішність функціонування туристичної галузі України залежить від ефективної системи управління та координації всіх складових туристичної привабливості: від туристичних ресурсів та інфраструктури до залучення інвестицій в їх розвиток та якісне обслуговування. Все це вимагає пошуку шляхів стимулювання туристичної привабливості України за рахунок покращення стану не лише окремих складових, але й визначає необхідність комплексного пошуку заходів її підвищення та максимальної координації та кооперації всіх суб'єктів туристичної галузі.

Література.

1. **Балабанов И.Т.** Экономика туризма: [учебное пособие] / **И.Т. Балабанов, А.И. Балабанов.** – М.: Финансы и статистика, 2000. – 176 с.
2. **Маркіна І.А.** Способи підвищення інвестиційної привабливості як засіб розвитку туристично-рекреаційного комплексу регіону / **І.А. Маркіна** // Науковий вісник. – Полтава, 2011. – С. 275–278.
3. **Колесник О.О.** Економічна оцінка туристичної привабливості України [Електронний ресурс] / **О.О. Колесник** // Економіка. Управління. Інновації. – 2010. – № 1. – Режим доступу: http://tourlib.net/statti_ukr/kolesnyk3.htm
4. **Омуш М.О.** Методы оценки туристского потенциала региона / **М.О. Омуш** // Коммунальное хозяйство городов. – 2001. – Вып. 28. – С. 259–261.
5. **Музиченко-Козловська О.В.** Методика оцінки рівня туристичної привабливості регіону / **О.В. Музиченко-Козловська** // Регіональна економіка: матеріали збірника наукових праць. – 2006. – № 1 – С. 218–227.
6. **Черниш І.В.** Основні складові інвестиційної привабливості рекреаційної галузі економіки / **І.В. Черниш** // Економіка: проблеми теорії та практики. – Дніпропетровськ: ДНУ, 2006. – Вып. 216. – С. 114–118.
7. **Самойленко О. А.** Методологія визначення туристичної привабливості / **О.А. Самойленко** // Методологія, методи та інструментарій фінансово-економічного та організаційно-правового регулювання відтворювальних процесів за інноваційно-інвестиційною моделлю. – Чернівці, 2011. – С. 154–157.
8. World Economic Forum [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www3.weforum.org/docs/wef_ttr_2017_web_0401.pdf
9. **Любіцева О.О.** Туристичні ресурси України: [Навчальний посібник] / **О.О. Любіцева, Є.В. Панкова, В.І. Стафійчук.** – Київ: Альтерпрес, 2007. – 369 с.

10. Офіційний сайт Державного комітету статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.ukrstat.gov.ua

11. Закон України «Про туризм» від 18.11.2003 № 1282-IV [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua>

References.

1. **Balabanov I.T., Balabanov A.I.** (2000). *Ekonomyka turyzma [Economy of tourism]*. Moscow: Fynansy y statystyka, p. 176 [in Russian].

2. **Markina I.A.** (2011). Spособy pidvyschennia investytsijnoi pryvablyvosti iak zasib rozvytku turystychno-rekreatsijnoho kompleksu rehionu [Ways to increase the investment attractiveness as a tool for the tourism sector in the region]. *Naukovyj visnyk – Scientific Bulletin*, (pp. 275-278). Poltava [in Ukrainian].

3. **Kolesnik A.A.** (2010). Ekonomiczna otsinka turystychnoi pryvablyvosti Ukrainy [Economic evaluation tourist attractiveness of Ukraine]. *Ekonomika. Upravlinnia. Innovatsii – Economy. Office. Innovation*, No 1. – Retrieved from http://tourlib.net/statti_ukr/kolesnyk3.htm [in Ukrainian].

4. **Omush M.O.** (2001). Metody otsenky turystskoho potentsyala rehionu [Methods for assessing the tourist potential of the region]. *Kommunal'noe khozjajstvo borodov – Utilities cities*, Issue. 28, pp. 259-261 [in Russian].

5. **Muzychenko-Kozlovs'ka O.V.** (2006). Metodyka otsinky rivnia turystychnoi pryvablyvosti rehionu [Methods of assessing the level of tourist attractiveness of region]. *Rehional'na ekonomika: materialy zbirnyka naukovykh prats' – Regional economy: materials collected works*, No 1, pp. 218-227 [in Ukrainian].

6. **Chernysh I.V.** (2006). Osnovni skladovi investytsijnoi pryvablyvosti rekreatsijnoi haluzi ekonomiky [The main components of investment attractiveness of recreational sectors of the economy]. *Ekonomika: problemy teorii ta praktyky – Economy: issues of theory and practice*, Issue. 216, (pp. 114-118). Dnipropetrovsk: DNU [in Ukrainian].

7. **Samojlenko O.A.** (2011). Metodolohiia vyznachennia turystychnoi pryvablyvosti [Methodology tourist attraction]. *Metodolohiia, metody ta instrumentarij finansovo-ekonomichnogo ta orhanizatsijno-pravovoho rehuljuvannia vidtvoriual'nykh protsesiv za innovatsijno-investytsijnou modelliu – Methodology, methods and tools of financial, economic, organizational and legal regulation of reproductive processes of innovation and investment model*, (pp. 154-157). Chernivtsi [in Ukrainian].

8. World Economic Forum Retrieved from http://www3.weforum.org/docs/wef_ttr_2017_web_0401.pdf [in English].

9. **Liubitseva O.O., Pankova Ye.V., Stafijchuk V.I.** (2007). *Turystychni resursy Ukrainy [Tourist resources of Ukraine]*. Kyiv: Al'terpres, p 369 [in Ukrainian].

10. Ofitsijnyj sajт Derzhavnoho komitetu statystyky Ukrainy [Official site of the State Statistics Committee of Ukraine]. (n.d.) ukrstat.gov.ua. Retrieved from www.ukrstat.gov.ua [in Ukrainian].

11. Zakon Ukrainy «Pro turyzm» vid 18.11.2003 № 1282-IV [The law of Ukraine «On Tourism» from 18.11.2003 No 1282-IV]. (2003. 18 November). zakon.rada.gov.ua. Retrieved from <http://zakon.rada.gov.ua> [in Ukrainian].

Анотація.

Дудник О.В., Майборода М.М. Шляхи стимулювання туристичної привабливості України.

Наведено концепцію стимулювання туристичної привабливості як окремих регіонів країни так і України в цілому. Виявлено чинники, що стримують розвиток туризму в Україні та запропоновані шляхи стимулювання туристичного бізнесу з метою збільшення надходжень до регіональних бюджетів. Охарактеризовані основні туристичні елементи: туристичні ресурси та природні умови, антропогенні ресурси, трудові ресурси, туристична інфраструктура, інформаційне забезпечення, державне регулювання, інвестиційна підтримка. Основні шляхи стимулювання туристичної привабливості направлені на ефективну взаємодію між вказаними елементами.

Ключові слова: туризм, туристична привабливість, туристична інфраструктура.

Аннотация.

Дудник Е.В., Майборода М.Н. Пути стимулирования туристической привлекательности Украины.

Приведена концепция стимулирования туристической привлекательности как отдельных регионов страны, так и Украины в целом. Выявлены факторы, сдерживающие развитие туризма в Украине и предложены пути стимулирования туристического бизнеса для увеличения поступлений в региональные бюджеты. Охарактеризованы основные туристические элементы: туристические ресурсы, природные ресурсы, антропогенные ресурсы, трудовые ресурсы, туристическая инфраструктура, информационное обеспечение, государственное регулирование, инвестиционная поддержка. Основные пути стимулирования туристической привлекательности направлены на эффективное взаимодействие между указанными элементами.

Ключевые слова: туризм, туристическая привлекательность, туристическая инфраструктура.

Abstract.

Dudnyk O., Maiboroda M. The ways of stimulating of tourist attraction in Ukraine.

Ways of stimulating the tourist attractiveness of Ukraine. The concept of stimulating tourist attractiveness as separate regions of the country and Ukraine as a whole. The factors hindering the development of the tourist in Ukraine and the ways of stimulating the tourist business from the subway to reduce revenues to regional budgets are revealed. The main tourist researches are described: tourist resources, natural resources, labor resources, tourist infrastructure, informational support, state regulation, investment support. The main ways of stimulating tourist attraction are aimed at effective interaction between these elements.

Key words: tourism, tourist attraction, tourist infrastructure.

МАКСИМИЗАЦИЯ ПРИБЫЛИ В ПРОФЕССИОНАЛЬНОМ СПОРТЕ: ПРОБЛЕМЫ И ПУТИ РЕШЕНИЯ I

*МАТВИЕНКО А.И., ПРЕПОДАВАТЕЛЬ,
ПОЛОЦКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ*

Постановка проблемы в общем виде. Профессиональный спорт в мире перестал носить только соревновательную составляющую, сегодня это настоящий бизнес, в котором успех зависит напрямую от финансового положения профессионального спортивного клуба (ПСК).

За последние десятилетия большинство ПСК демонстрируют высокие темпы экономического роста и хорошие показатели экономической стабильности, вследствие чего получают статус экономически независимых коммерческих организаций.

Индустрия профессионального спорта подчинена законам рыночной экономики, поэтому постоянно растущая конкуренция в данной среде вызывает необходимость у ПСК использовать более совершенный подход для организации деятельности в современной бизнес-среде.

Анализ последних исследований и публикаций. Наиболее последовательно и полно данные вопросы освещены в работах зарубежных ученых, докторов философии, которые исследовали с разных точек зрения различные направления индустрии профессионального спорта.

Так ученые США, Джон Бердел, профессора Энтони Краутман и Джеймс Сизска (Университета Де Поля) рассматривали экономические возможности национальных американских лиг [4]. Профессор Даниэль Рашер (Университет Сан-Франциско) на примере Национальной баскетбольной ассоциации, акцентировал внимание на выгодной географической расположенности команд в лиге как качественного инструмента ведения бизнеса, что позволяет максимально продуктивно функционировать ассоциации [7] совместно с Мэтью Брауном, профессорами Марком Нагелем (Университет Южной Каролины) и Чадом МакЭвой (Университет Северного Иллинойса) высказали фундаментальное убеждение в том, что в профессиональных спортивных лигах необходимо конкурентное равновесие для увеличения спроса и доходов,

исследование проводилось на примере Национальной футбольной лиге [6]. Люси Тибо (Университет Брока) и профессор Тревор Слак (Альбертский университет) разработали базу для изучения стратегии в некоммерческих спортивных организациях по двум направлениям: программа привлекательности и конкурентоспособности [8]. Профессор Дэниел Мейсон (Альбертский университет) рассматривал организацию функционирования профессиональных спортивных лиг картельного типа на примере североамериканской Национальной футбольной лиги, отметил положительные стороны такого управления клубов и производства спортивного продукта для потребителей [5].

Формирование целей статьи. Решить наиболее актуальные проблемы ПСК, можно с помощью построения эффективных экономико-математических моделей и использования современных технологий моделирования экономических процессов. Среди которых, первоочередное решение требует разработка методики максимизации прибыли ПСК.

Изложение основного материала исследования. Процесс планирования и организации коммерческой деятельности в профессиональном спорте, можно характеризовать как систему экономических отношений, с возможностью генерировать доход [1-3]. Для преобразования спортивного мероприятия из категории безвозмездного представления в полноценный бизнес-проект, который содержит в своей основе самоокупаемость и прирост доходов, функционерам, принимающим управленческие решения необходимо искать новые креативные и прагматичные подходы, опираясь на эвентуальные возможности и детерминанты производства в индустрии Shift + F3ПСК является первостепенной актуальной задачей.

При представлении алгоритма по операционной финансовой деятельности ПСК за отчетный период в математической плоскости, где искомой величиной является бюджет на конец j -го периода, выражение будет иметь следующий вид:

$$B_j^e = B_j^b + I_j^e - I_j^d - R_j - T_j \quad (1)$$

где B_j^b – бюджет ПСК на начало j -го периода;

I_j^e – доход от мероприятий, обеспечивающих приток денежных средств клубу за j -й период;

I_j^d – размер инвестиций в развитие команды на j -й период;

R_j – расходы на оплату труда команды за j -й период;

T_j – расходы по налогообложению за j -й период.

Более половины из бюджета ПСК затрачивается на оплату труда команды и налоги, оставшиеся средства расходуются на развитие команды. Размер инвестиций в развитие команды за отчетный период определяется той суммой, которую ПСК готов вложить на проводимую трансферную политику, а также на пиар-технологии. На последнее, ПСК тратят внушительную часть от инвестируемых средств.

Основным звеном стабильности экономической политики ПСК служит сбалансированность по статьям прибыли. Практический опыт показывает, чем больше процент в бюджете ПСК совокупных доходов в день матча, тем он устойчивее с экономической точки зрения.

Исходя из отмеченного, размер инвестиций в развитие команды на j -й период, определяется по формуле:

$$I_j^d = C_j^{pr} + C_j^{tp} \quad (2)$$

где C_j^{pr} – затраты на PR-технологии продвижения ПСК на j -й период;

C_j^{tp} – затраты на трансферную политику проводимую ПСК на j -й период.

Затраты на оплату труда спортсменов всегда оценивают, как наибольшую статью расходов ПСК за отчетный период. Следовательно, чем выше процент оплаты труда в обороте за отчетный период, тем ниже объективная возможность, что ПСК сможет добиться точки безубыточности. Большой процент оплаты труда не способен оплачиваться за счет средств ПСК в долгосрочной перспективе, вследствие этого в короткий срок появляется необходимость в заемных средствах. Невысокая доля оплаты труда за отчетный период свидетельствует о том, что затраты на заработную плату хорошо отлажены касательно оборота за отчетный период. Можно также отметить, что незначительный процент указывает на то, что экономические ресурсы ПСК в большей степени направлены на использования спортивных сооружений для продвижения клуба, трансферную политику, пиар-технологий и т.п. Сравнительный анализ динамики величины оплаты труда и достигнутых спортивных

результатов дает возможность объективно дать оценку оправданности увеличения или уменьшения величины заработной платы по эквивалентности к достижениям ПСК как в целом, так и персонально игроков.

Расходы на оплату труда команды за j -й период, определяются как:

$$R = \sum_{q=1}^n \sum_{i=1}^m C_{iqj}^s, \quad i = \overline{1, m}, \quad q = \overline{1, n}, \quad (3)$$

где C_{iqj}^s – затраты на оплату труда i -го спортсмена ПСК в q -й игре за j -й период;

n – количество игр;

m – количество игроков.

Рассмотрим возможности максимизации прибыли ПСК в контексте операционной деятельности при формировании доходных статей за j -й период.

Доход от мероприятий, обеспечивающих приток денежных средств клубу за j -й период, можно рассчитать по следующей формуле:

$$I_{ej} = \sum_{k=1}^p P_{kj}^a + \sum_{q=1}^n G_{qj} \quad (4)$$

где P_{kj}^a – прибыль от k -го мероприятия, приносимого ПСК доход, не относящегося к игре за j -й период;

G_{qj} – прибыль от q -й игры ПСК за j -й период;

n – количество игр;

p – количество мероприятий.

Прибыль от мероприятий, приносимых ПСК доход, не относящихся к игре отражает степень развития товарной, билетной и ценовой политики, а также эластичность решений руководства при трансформирующейся обстановке. Эти показатели дают возможность просчитывать прибыль ПСК от реализации билетных программ и клубных товаров в долгосрочной перспективе, эффективность затрат на домашние игры. Прибыль от каждой игры в расчете на одного потребителя служит главным показателем отдачи товарной политики.

Эффективная билетная политика, проводимая ПСК должна отвечать следующим основным критериям: стабильность, соответствие возможностям потребителей и гибкость в регулировании мониторинга предстоящих игр на основе достижений за прошедшие матчи.

Товарная и билетная политика предусматривает создание путей реализации билетных программ и клубной продукции, среди которых могут быть: интернет-сайты, фирменные магазины, специализированные заведения и инфраструктура на стадионе.

Прибыль от k -го мероприятия, приносимого ПСК доход, не относящегося к игре за j -й период, рассчитывается по следующей формуле:

$$P_{kj}^a = \sum_{i=1}^m P_{ij}^m + \sum_{q=1}^n P_{qj}^t \quad (5)$$

где P_{ij}^m – прибыль от продажи атрибутики и прочих товаров с именем i -го игрока за j -й период;

P_{qj}^t – прибыль от увеличения продажи билетов и сезонных абонементов на q -ю игру за j -й период;

n – количество игр;

m – количество игроков.

Результаты выступления команды прямым образом влияют на коммерческую деятельность ПСК. Премияльные от выступления в еврокубках и клубном чемпионате мира составляют значительную часть доходов ПСК. Стратегическое планирование спортивных достижений команды является основным компонентом при составлении бюджета ПСК на предстоящий период, а также при прогнозировании отчета о прибылях и убытках. Спортивные результаты оказывают непосредственное влияние на основные статьи прибыли ПСК. Важное значение для руководства ПСК имеет отношение спортивных достижений и размера инвестиций в развитие команды за отчетный период.

Прибыль от q -й игры ПСК за j -й период, можно рассчитать по следующей формуле:

$$G_j^q = I_j^g + I_{qj}^{pt} \quad (6)$$

где I_j^g – прибыль от игровой деятельности, направленной на приток денежных средств ПСК за j -й период;

I_{qj}^{pr} – прибыль, приносимый ПСК от пиар-мероприятий во время, до и после q-й игры за j-й период.

Потребительское поведение болельщиков можно интерпретировать как фундаментальную основу для продвижения ПСК. Основопологающим фактором в данном случае служит уровень достижений ПСК, при отсутствии положительной динамики выступлений очень затруднительно гарантировать выход на точку безубыточности и тем более высокую доходность.

При отсутствии значимых спортивных достижений команды, ПСК необходимо проводить эффективную маркетинговую политику и пытаться достичь повышения прибыли за счет внедрение систем взаимодействия с потребителями, с помощью которых ПСК трансформирует экономически пассивных болельщиков в инициативных потребителей как главного, выраженного в виде игры, так и сопровождающих продуктов, таких как командная атрибутика, сувенирная продукция и др.

Прибыль от увеличения продажи билетов и сезонных абонементов на q-ю игру за j-й период для ПСК можно рассчитать, как:

$$P_{qj}^t = P_q^s + P_q^e + P_q^v \quad (7)$$

где P_q^s – прибыль от продажи сезонных абонементов на q-ю игру ПСК;

P_q^e – прибыль от продажи билетов на q-й матч ПСК;

P_q^v – прибыль от продажи билетов в вип-ложи на q-ю игру.

Для топ-менеджеров и основных функционеров бизнес-процессов в индустрии профессионального спорта главная задача состоит в том, чтобы организовать любое мероприятие на высоком уровне, а также чтобы оно пользовалось спросом у потребителей как качественный продукт, включающий в себя определенные факторы: победа или выступление на высоком уровне своего ПСК, участие в международных турнирах, инфраструктура осуществляет услуги мерчандайзинга, а также хорошее информационное сопровождение.

Прибыль от игровой деятельности, направленной на приток денежных средств ПСК за j-й период, рассчитывается как:

$$I_j^s = P_j^b + P_j^e + P_j^i \quad (8)$$

где P_j^b – приток денежных средств вследствие повышения рейтинга телетрансляций, а также подписание новых медиа прав на реализацию продуктов ПСК за j-й период;

P_j^e – прибыль от выступления ПСК в еврокубках и клубном чемпионате мира за j -й период;

P_j^i – прибыль от роста акций ПСК вследствие успешного выступления команды (если ПСК является АО) за j -й период.

Прибыль от выступления ПСК в еврокубках и клубном чемпионате мира за j -й период, определяется по формуле:

$$P_j^e = P_j^f + B_j^e \quad (9)$$

где P_j^f – призовые от международных спортивных федераций по стадиям выступления в различных турнирах за j -й период;

B_j^e – доход от повышения значимости бренда ПСК при выступлении на международной арене за j -й период.

Показатели методики, связанные с возможностью получения прибылью от повышения значимости бренда, пиар-мероприятий, выступления на международной арене и трансферных операций будут рассмотрены во второй части исследования.

Выводы. Новизна авторского подхода состоит в максимизации использования инновационно-производственного и инвестиционного потенциалов всех основных сегментов бизнес-среды, что формирует новые источники для развития организации. В отличие от существующих подходов выстроена целостная система, которая учитывает управленческий, маркетинговый, экспортный, информационно-технологический, инновационный и инвестиционный потенциалы организации, и реализующая дополнительные возможности использования материальных и финансовых ресурсов. Система расчета дает возможность в общих экономических показателях учесть вклад каждого сегмента в совместные результаты операционной деятельности и, как следствие, способствует более тесной интеграции менее потенциальных из них, что приводит к синергетическому эффекту. Практическая значимость предложенной системы, заключается в ее возможности спрогнозировать условия, при которых максимизируется прибыль ПСК, за счет эффективного использования ресурсов отдельных сегментов организации.

Литература.

1. **Матвиенко А.И.** К вопросу о продукте производственной деятельности отрасли профессионального спорта / **А.И. Матвиенко** // Экономическая теория в XXI веке: поиск эффективных механизмов

хозяйствования: материалы второй международной научно-практической конференции (20-21 октября 2016 г.). – Ч. 1. – Новополоцк: УО «ПГУ», 2016. – С. 274-276.

2. **Матвиенко А.И.** Проблемы и направления развития возможностей максимизации прибыли профессиональных спортивных организаций / **А.И. Матвиенко, А.В. Емельянова** // Экономическая теория в XXI веке: поиск эффективных механизмов хозяйствования: материалы второй международной научно-практической конференции (20-21 октября 2016 г.). – Ч. 1. – Новополоцк: УО «ПГУ», 2016. – С. 277-280.

3. **Матвиенко А.И.** Профессиональные спортивные клубы как предприятия отрасли / **А.И. Матвиенко** // Экономика предприятия: современные проблемы теории и практики: материалы V юбилейной международной научно-практической конференции, посвященной 50-летию кафедры экономики предприятия ОНЭУ (15-16 сентября 2016 г.). – Одесса, 2016. – С. 232-233.

4. **Berdell J.** There's no place like home: home court advantage in North American sports leagues / **J. Berdell, J. Ciecka, A.C. Krautmann** // International Journal of Sport Management and Marketing. – 2013. – Vol. 14, No 1/2/3/4. – P. 133-145

5. **Mason D.S.** Revenue Sharing and Agency Problems in Professional Team Sport: The Case of the National Football League / **D.S. Mason** // Journal of Sport Management. – 1997. – Vol. 11, Issue 3. – P. 203-222.

6. **Rascher D.A.** Free Ride, Take It Easy: An Empirical Analysis of Adverse Incentives Caused by Revenue Sharing / **D.A. Rascher, M.S. Nagel, M.T. Brown, Ch.D. McEvoy** // Journal of Sport Management. – 2011. – Vol. 25, Issue 5. – P. 373-390.

7. **Rascher D.A.** NBA Expansion and Relocation: A Viability Study of Various Cities / **D.A. Rascher, H. Rascher** // Journal of Sport Management. – 2004. – Vol. 18, Issue. 3. – P. 274-295.

8. **Thibault L.A.** Framework for the Analysis of Strategy in Nonprofit Sport Organizations / **L.A. Thibault, T. Slack, B. Hinings** // Journal of Sport Management. – 1993. – Vol. 7, Issue 1. – P. 25-43.

References.

1. **Matvienko A.I.** (2016). K voprosu o produkte proizvodstvennoi dejatel'nosti otrasli professional'nogo sporta [The question of the product of the production activity of the industry of professional sports]. *Materialy vtoroi mezhdunarodnoi nauchno-prakticheskoi konferencii «Yekonomicheskaja teorija v XXI veke: poisk jeffektivnyh mehanizmov bozjaistvovanija» (20-21 oktjabrja 2016)* [Proceedings of the second international scientific-practical conference «Economic theory in the XXI century: the search for effective mechanisms of management» (October 20-21, 2016)], part. 1. Novopolock: UO «PGU», pp. 274-276 [in Russian].

2. **Matvienko A.I., and Emel'janova A.V.** (2016). Problemy i napravlenija razvitija vozmozhnostei maksimizacii pribyli professional'nyh sportivnyh organizacii [Problems and directions of development opportunities maximising profit professional sports organizations]. *Materialy vtoroi mezhdunarodnoi nauchno-*

prakticheskoi konferencii «Yekonomicheskaja teorija v XXI veke: poisk yeffektivnyh mehanizmov bozjaistvovanija» (20-21 oktyabrya 2016) [Proceedings of the second international scientific-practical conference «Economic theory in the XXI century: the search for effective mechanisms of management» (October 20-21, 2016)], part 1. Novopolock: UO «PGU», pp. 277-280 [in Russian].

3. **Matvienko A.I.** (2016). Professional'nye sportivnye kluby kak predpriyatija otrasli [Professional sports clubs as the industry]. *Materialy V yubileinoi mezhdunarodnoi nauchno-prakticheskoi konferencii «Yekonomika predpriyatija: sovremennye problemy teorii i praktiki», posvyasbennoi 50-letiyu kafedry yekonomiki predpriyatija ONYEU (15-16 sentyabrya 2016) [Materials of V anniversary international scientific and practical conference «Economics: modern problems of theory and practice», dedicated to the 50th anniversary of the Department of Economics of enterprise ONEU (15-16 September 2016)].* (pp. 232 – 233). Odessa, [in Russian].

4. **Berdell J., Ciecka J., and Krautmann A.C.** (2013). There's no place like home: home court advantage in North American sports leagues. *International Journal of Sport Management and Marketing*, Vol. 14, No 1/2/3/4, pp. 133-145 [in English].

5. **Mason D.S.** (1997). Revenue Sharing and Agency Problems in Professional Team Sport: The Case of the National Football League. *Journal of Sport Management*, Vol. 11, Iss. 3, pp. 203-222 [in English].

6. **Rascher D.A., Nagel M.S., Brown M.T., and McEvoy Ch.D.** (2011) Free Ride, Take It Easy: An Empirical Analysis of Adverse Incentives Caused by Revenue Sharing. *Journal of Sport Management*, Vol. 25, Issue. 5, pp. 373-390 [in English].

7. **Rascher D.A., and Rascher H.** (2004). NBA Expansion and Relocation: A Viability Study of Various Cities. *Journal of Sport Management*, Vol. 18, Issue. 3, pp. 274-295 [in English].

8. **Thibault L.A., Slack T., and Hinings B.** (1993). Framework for the Analysis of Strategy in Nonprofit Sport Organizations. *Journal of Sport Management*, Vol. 7, Issue. 1, pp. 25-43 [in English].

Аннотация.

Матвиенко А.И. Максимизация прибыли в профессиональном спорте: проблемы и пути решения I.

В исследовании сформирована целостная система, направленная на максимизацию прибыли профессиональных спортивных организаций, которая учитывает управленческий, маркетинговый, экспортный, информационно-технологический, инновационный и инвестиционный потенциалы организации, и реализующая дополнительные возможности использования материальных и финансовых ресурсов. Данная система позволяет спрогнозировать условия, при которых максимизируется прибыль, за счет эффективного использования ресурсов отдельных сегментов организации.

Ключевые слова: максимизация, прибыль, методика, профессиональный спорт.

Анотація.

Матвієнко А.І. Максимізація прибутку в професійному спорті: проблеми та шляхи вирішення I.

У дослідженні сформована цілісна система, спрямована на максимізацію прибутку професійних спортивних організацій, яка враховує управлінський, маркетинговий, експортний, інформаційно-технологічний, інноваційний та інвестиційний потенціали організації, і яка реалізує додаткові можливості використання матеріальних і фінансових ресурсів. Дана система дозволяє прогнозувати умови, при яких максимізується прибуток, за рахунок ефективного використання ресурсів окремих сегментів організації.

Ключові слова: максимізація, прибуток, методика, професійний спорт.

Abstract.

Matvienko A.I. Maximizing profits in professional sports: problems and solutions I.

The study formed an integral system aimed at maximizing profits, professional sports organizations, which takes into account the managerial, marketing, export, information technology, innovation and investment potentials of the organization, and implements the additional possibility of using material and financial resources. This system allows to predict the conditions under which profit is maximized due to efficient use of resources of certain segments of the organization.

Key words: maximizing, profits, technique, professional sports.

УДК 379.85

РЕКРЕАЦІЙНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ЯК ОСНОВА ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОГО ТУРИСТИЧНОГО ПРОДУКТУ

**ПОДОЛЬСЬКА О.В., К.Е.Н., СТ. ВИКЛАДАЧ,
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
СІЛЬСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА ІМЕНІ ПЕТРА ВАСИЛЕНКА**

Постановка проблеми у загальному вигляді. Відповідно до визначення, поняття рекреація включає в себе повномасштабне відновлення емоційних, інтелектуальних, розумових та фізичних сил людини [1-2]. У більш широкому розумінні, рекреація це один із засобів задоволення різноманітних потреб людини як особистих так і соціальних. Як відомо коло соціальних потреб людини досить різноманітне, сюди входить розвиток фізичних сил людини, потреба у спілкуванні та набутті нових позитивних якостей особистості, підвищенні духовного рівня, а також налагодження особистих

контактів як у власному колі спілкування так і за його межами. Як результат задоволення соціальних потреб кожного конкретного індивіда є запорукою підвищення соціально-культурного та трудового потенціалу суспільства в цілому [2]. Тому зрозуміло, що рекреація має значення на загальнодержавному рівні, а не лише на індивідуальному рівні, тому що сприяє широкому відтворенню продуктивних сил суспільства[6].

У рекреації розрізняють три форми використання часу, такі як туризм, лікування та відпочинок [8]. З усіх форм рекреаційної діяльності відновленням здоров'я займається санаторно-курортна індустрія, що базується на використанні природних лікувальних ресурсів: гідромінеральних і ландшафтно-кліматичних [3-4].

Окрім соціального аспекту рекреація та туризм, є один із найприбутковіших міжгалузевих комплексів, у багатьох розвинutih країнах і відіграють значну роль у формуванні валового внутрішнього продукту, створенні додаткових робочих місць, активізації зовнішньоторговельного балансу. У сфері рекреації та туризму зайнято близько чверті мільйону чоловік, тобто кожен десятий працюючий в світі. На неї припадає 7 % загального об'єму інвестицій, 11 % світових споживчих витрат, 5 % усіх податкових надходжень та третина світової торгівлі послугами [4]. У деяких країнах туризм забезпечує чверть і навіть більше усіх надходжень до державного бюджету. Франція, Іспанія, Швейцарія, Італія, а також Угорщина та Чехія отримують від 15 % до 35 % валового національного продукту від індустрії туризму [10].

Так як і будь яка сфера туризм та рекреація не позбавлені проблем у своєму становленні та розвитку, більшість з них виникає під впливом різноманітних регіональних внутрішніх та зовнішніх факторів [5]. Розвиток туризму в цілому зумовлений соціально-економічними процесами, які протікають на території різноманітних регіонів у взаємодії з природно-екологічними умовами. Саме тому в останні роки очевидна зростаюча роль розвитку економіки та менеджменту регіонального туризму.

Рекреація і туризм саме та галузь економіки де використання новітніх технологій та інновацій не впливає на скорочення робочих місць та рівня зайнятості населення у даній сфері, крім того туризм є одним із потужних джерел утворення додаткових робочих місць.. Ефективність розвитку туристично-рекреаційної сфери напряму залежить від рівня розвитку та якості послуг, що надаються в структурі рекреаційно-оздоровчих комплексів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженням проблематики формування рекреаційного потенціалу та забезпечення його ефективного розвитку займалися такі науковці: О.О. Любіцева [3], Ю.П. Мазур [4], О.Д. Чудновський, М.О. Жукова, Л.П. Воронкова, П.О. Штрек, Є.А. Котляров, Г.М. Малишев, В.В. Нелюбін, Т.А. Ірісова, В.А. Квартальнов, та ін.

Вагомий внесок в удосконалення та регулювання питань сучасного стану рекреаційних ресурсів України зробили З.М. Ривак, О.М. Андропов, О.Н. Куроїдов, П.Ф. Гонгало, М.В. Кулик, та ін.

Аналіз реалії сьогодення вказують на те, що Україна має потужний рекреаційний потенціал, проте його розвиток стимулюється низкою проблеми, таких як, підвищення пропускну здатності рекреаційного господарства, нерівномірність його використання, тобто сезонність, тощо. Нерозв'язаного залишається проблема територіального розміщення рекреаційного природокористування.

Формування цілей статті. Головною метою і завданням дослідження є розкриття економічної сутності рекреаційного потенціалу, аналіз регулювання його розвитку та вплив його якісних характеристик на формування кінцевого туристичного продукту.

Виклад основного матеріалу дослідження. До одного із найстаріших видів туризму відносять курортну справу. У стародавніх пам'ятках культури різних народів світу можна зустріти інформацію про використання мінеральної води та різних термальних джерел для оздоровчих та лікувальних цілей. З тих пір санаторно-курортне справа зазнало великі зміни і перетворилося на один з найпопулярніших видів відпочинку у більшості країн світу.

Особливість курортної практики полягає в тому, що вона поєднує в собі безліч функцій[3]:

- профілактичне оздоровлення населення;
- реабілітацію хворих;
- культурне забезпечення дозвілля під час лікування або відпочинку.

Профілактичне оздоровлення населення у санаторно-курортній практиці здійснюється з використанням двох основних форм [7-8]:

- компенсаторно-розширеного відновлення фізичних сил людини, що здійснюється при щоденному лікуванні;
- розширеного відновлення фізичних сил і здоров'я в процесі санаторного лікування у відпускний період.

На основі використання природних лікувальних ресурсів для профілактики захворювань шляхом впливу на фактори ризику

відбувається відновлення фізичного і психічного здоров'я людини на курортах. Курорти сприяють збереженню і зміцненню здоров'я, попередженню виникнення хвороб.

Україна має великі передумови для розвитку рекреаційних територій, які обумовлені наявністю природних ресурсів, мережею санаторно-курортних закладів і необхідної для їх функціонування інфраструктури.

Головною властивістю рекреаційних ресурсів є те, що їм властива здатність відновлювати і розвивати духовні та фізичні сили людини. Такі ресурси придатні як для прямого, так і для опосередкованого споживання, надання різноманітних послуг курортно-лікувального і рекреаційно-туристського характеру [5].

Значимість та цінність туризму з економічного боку пояснюється, перш за все тим, що туризм, як галузь що надає послуги, характеризується швидким терміном окупності капіталовкладень та надходженням доходів у стабільній іноземній валюті. І як було зазначено раніше, туризм у багатьох країнах входить у першу трійку провідних галузей держави, розвивається швидкими темпами і відіграє важливе соціальне та економічне значення, оскільки він [9]:

- створюються додаткові робочі місця;
- сприяє розвитку додаткових галузей пов'язаних з виробництвом кінцевого туристичного продукту;
- розвиває соціальну та виробничу інфраструктури у туристичних центрах, а особливо у сільській місцевості;
- сприяє активізації народних промислів та розвитку культури, відновленню культурної спадщини;
- підвищує рівень доходів місцевого населення;
- збільшує грошові надходження до місцевих бюджетів;
- сприяє надходженню іноземних інвестицій та іноземних валютних коштів.

Звісно розвиток туризму чинить позитивний вплив на економіку держави, але лише за умови гармонійного і всебічного розвитку інших галузей економіки країни, не перетворюючи при цьому економіку в економіку послуг. Тобто, економічна ефективність туризму передбачає, що він у державі повинен розвиватися паралельно і у взаємозв'язку з іншими галузями соціально-економічного комплексу.

Нагальними проблемами розвитку туризму в нашій країні, рекреації та рекреаційного потенціалу є [8]:

- негативний вплив на стан навколишнього середовища, через значно послаблений останніми роками, контроль з боку органів

місцевої влади за дотриманням екологічних і санітарних норм в рекреаційній сфері;

- виробнича та соціальна інфраструктура, особливо у сільській місцевості, що є осередком зеленого туризму, мають низький рівень розвитку;

- присутність фактора сезонності;

- нарощування рекреаційного потенціалу за останні роки характеризується не стабільністю;

- відсутність концепції рекреаційного маркетингу;

- низька якість менеджменту, та відсутність висококваліфікованих фахівців, брак обслуговуючого персоналу через низький рівень оплати праці.

Висновки. Узагальнюючи викладене, необхідно відмітити, що розвиток і відновлення рекреаційного потенціалу, упорядкування та оновлення мережі санаторно-курортних установ, що задовольняють потреби населення у лікуванні та відпочинку, сприяють підвищенню рівню працездатності та якості життя населення, а також має соціальний та економічний аспекти впливу.

Нова концепція маркетингу, та підвищення якості менеджменту відповідних установ дозволить розширити спектр послуг що надаються, зменшивши при цьому вплив фактора сезонності, та інший негативний вплив з боку факторів зовнішнього та внутрішнього середовища. Що, в свою чергу дозволить забезпечити максимальну кількість населення рекреаційними послугами, та матиме значний економічний ефект від реалізації кінцевого туристичного продукту.

Література.

1. Закон України про туризм: за станом на 11.02.2015 р. [Електронний ресурс] / Верховна Рада України № 324, ст. 6. Офіц. вид. – Режим доступу: www.rada.gov.ua.

2. Закон України про курорти: за станом на 26.04.2014 р. [Електронний ресурс] / Верховна Рада України № 2026, ст. 4. Офіц. вид. – Режим доступу: www.rada.gov.ua.

3. **Любіцева О.О.** Туризмознавство / **О.О. Любіцева, В.К. Бабарицька.** – К. : Київський ун-т., 2008. – 335 с.

4. **Мазур Ю.П.** Діяльність підприємств на ринку туристичних послуг / Ю.П. Мазур. – Умань : Економіка, 2011. – 228 с.

5. **Острроверх О.В.** Необхідність управління змінами в організації / **О.В. Острроверх, О.В. Родіонов** // Вісник Харківського національного

технічного університету сільського господарства імені Петра Василенка: Економічні науки. – 2016. – Вип. 172. – С. 62-68.

6. **Островерх О.В.** Регулювання соціально-економічного розвитку регіону, як важливий чинник державного управління / **О.В. Островерх, О.В. Корнієцький, А.Ф. Гацько** // Вісник Харківського національного технічного університету сільського господарства імені Петра Василенка: Економічні науки. – 2016. – Випуск 174. – С. 67-74.

7. Менеджмент туристичної індустрії / [Школа **І.М., Ореховська Т.М., Козьменко І.Д.** та ін.]; за ред. **І.М. Школи**. – Черкаси: Книги-XXI, 2005. – 596 с.

8. Туризм України: економічні та організаційні механізми розвитку / [Головинець **В., Горобець О., Гуцал С.** та ін.]; за ред. **О. Рожук**. – Тернопіль: Тернограф, 2008. – 976 с.

9. **Магійович Р.І.** Розвиток туристично-рекреаційного комплексу в західному регіоні [Електронний ресурс] / **Р.І. Магійович, О.В. Пилип'як, О.О. Шкрібинець** // Науковий вісник НЛТУ України. – 2008. – № 18.7. – С. 164-169. – Режим доступу: http://tourlib.net/statti_ukr/magiyovych.htm.

10. The Travel & Tourism Competitiveness Report 2008. Balancing Economic Development and Environmental Sustainability. – World Economic Forum, Geneva, Switzerland, 2016. – 474 pp. [Electronic resource]. – Mode of access <http://www.weforum.org>.

References.

1. Zakon Ukrainy pro turyzm: za stanom na 11.02.2015 r [The Law of Ukraine «On Tourism» from 11/02/2015]. (2015, 11 February). *Verkhovna Rada Ukrainy* No 324, art. 6. Ofits. vyd. Retrieved from: www.rada.gov.ua. [in Ukrainian].

2. Zakon Ukrainy pro kurorty: za stanom na 26.04.2014 r. [The Law of Ukraine «On resorts» from 26/04/2014]. (2014, 26 April). *Verkhovna Rada Ukrainy* No 2026, art. 4. Ofits. vyd. Retrieved from: www.rada.gov.ua. [in Ukrainian].

3. **Liubitseva O.O., Babarytska V.K.** (2008). *Turyzmoznavstvo [Tourism Studies]*. Kiev: Kyivskyi p. 335 [in Ukrainian].

4. **Mazur Yu.P.** (2011). *Dialnist pidpriemstv na rynku turystychnykh poslub [Activity of enterprises in the market of tourist services]*. Uman : Ekonomika, p. 228 [in Ukrainian].

5. **Ostroverkh O.V.** (2016). Neobkhidnist upravlinnia zminamy v orhanizatsii [The need for change management in organizations] *Visnyk KhNTUSH. Seriya : «Ekonomichni nauky» – Bulletin of the Kharkiv National Technical University of Agriculture named after Petr Vasilenko: Economics*, Issue 172, pp. 62-68 [in Ukrainian].

6. **Ostroverkh O.V.** (2016). Rehuliuвання sotsialno – ekonomichnoho rozvytku rehionu, yak va-zhlyvyi chynnyk derzhavnoho upravlinnia [Regulation socio – economic development of the region as an important factor in public administration] *Visnyk KhNTUSH. Seriya: «Ekonomichni nauky» – Bulletin of the*

Kharkiv National Technical University of Agriculture named after Petr Vasilenko: Economics, Issue 174, pp. 67-74 [in Ukrainian].

7. **Shkola I.M., Orekhovska T.M.** (Eds.). (2005). *Menedzhment turystychnoi industrii* [Management of tourism industry]. Cherkasy: Knyhy-XXI, p. 596 [in Ukrainian].

8. **Holovynets V., Horobets O.** (Eds.). (2008). *Turyzm Ukrainy: ekonomichni ta orhanizatsiini mekhanizmy rozvytku* [Tourism of Ukraine: economic and organizational mechanisms of development]. Ternopil: Ternohraf, p. 976 [in Ukrainian].

9. **Mahiiovych R.I., Pylypiak O.V., Shkribynets O.O.** (2008). Rozvytok turystychno-rekreatsiinoho kompleksu v zakhidnomu rehioni [Development of tourist-recreational complex in the western region]. *Naukovyi visnyk NLTU Ukrainy – Scientific herald of NLTU of Ukraine*, No 18.7, pp. 164-169. – Retrieved from: http://tourlib.net/statti_ukr/magiyovych.htm. [in Ukrainian].

10. The Travel & Tourism Competitiveness Report 2008. Balancing Economic Development and Environmental Sustainability. – World Economic Forum, Geneva, Switzerland, 2016, pp. 474. – Retrieved from <http://www.weforum.org>. [in English].

Анотація.

Подольська О.В. Рекреаційний потенціал як основа формування конкурентоспроможного туристичного продукту.

В статті йдеться про ринок туристських та рекреаційних послуг в Україні, який обумовлюється природно-кліматичними, рекреаційними, фінансово-економічними, інтелектуальними, технологічними, інформаційними та іншими ресурсами кожного конкретного регіону, а також станом та ефективністю функціонування рекреаційної інфраструктури. В свою чергу метою розвитку рекреаційного потенціалу є створення конкурентоспроможного туристичного продукту, що формується систематично та цілеспрямовано під впливом різних факторів внутрішнього і зовнішнього середовища.

Ключові слова: рекреаційний потенціал, туризм, конкурентоспроможність, інтеграція, туристичний продукт.

Аннотация.

Подольская О.В. Рекреационный потенциал как основа формирования конкурентоспособного туристического продукта.

В статье идет речь о рынке туристских и рекреационных услуг в Украине, который определяется природно-климатическими, рекреационными, финансово-экономическими, интеллектуальными, технологическими, информационными и другими ресурсами каждого конкретного региона, а также состоянием и эффективностью функционирования рекреационной инфраструктуры. В свою очередь целью развития рекреационного потенциала является создание конкурентоспособного туристического продукта формируемого систематически и целенаправленно под влиянием различных факторов внутренней и внешней среды.

Ключевые слова: рекреационный потенциал, туризм, конкурентоспособность, интеграция, туристический продукт.

Abstract.

Podolska O. Recreational potential as the basis for the formation of a competitive tourist product.

The article deals with the market of tourism and recreation services in Ukraine, which is conditioned by the natural, climatic, recreational, financial, economic, intellectual, technological, informational and other resources of each particular region, as well as the state and efficiency of recreational infrastructure. In turn, the purpose of development of recreational potential is the creation of a competitive tourist product, which is formed systematically and purposefully under the influence of various factors of the internal and external environment.

Key words: *recreational potential, tourism, competitiveness, integration, tourist product.*

УДК 334:338.432

СУЧАСНІ ПОГЛЯДИ НА ВИЗНАЧЕННЯ СУТІ КООПЕРАЦІЇ ТА ЇЇ ЗНАЧЕННЯ В СИСТЕМІ АГРАРНОГО ВИРОБНИЦТВА

***РАЙТЕР Н.І., К.Е.Н., ДОЦЕНТ,
ЛЬВІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ АГРАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ***

Постановка проблеми у загальному вигляді. Кооперація як суспільне явище пройшла довгий шлях розвитку і в сучасних соціально-економічних умовах є важливою складовою функціонування ринкового механізму особливо в системі аграрного виробництва. Ефективний розвиток кооперації суттєво впливає на формування сприятливого ринкового середовища в аграрній сфері, дозволяє виробникам сільськогосподарської продукції підвищити ефективність в сфері реалізації готової продукції та матеріально-технічного забезпечення, а також в сфері маркетингу, контролю якості продукції, впровадження нових науково-технічних розробок тощо.

Незважаючи на надважливу роль кооперації у сучасних динамічних умовах глобалізації економіки та особливу увагу дослідників до цієї ключової економічної категорії, наукова думка до сих пір не виробила універсального визначення кооперації, яке б повністю відповідало багатогранному характеру цього поняття та задовольняло б потреби як теорії, так і практики.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Основні постулати кооперації в аграрній сфері вивчались у працях вітчизняних науковців В.Г. Андрійчука, С.Д. Гелея, Ф.В. Горбоноса [2], В.В. Зіновчука [4],

П.К. Канінського, І.Г. Костирка [5], О.В. Крисального [6], М.Й. Маліка, Н.Ф. Павленчик, А.О. Пантелеймоненка О.О. Юрманової [10] та інших.

Сучасні погляди щодо теоретичного аналізу сутності кооперації, її особливостей та форм розглядали у своїх працях Н.С. Дешковська [3], О.М. Величко [1], О.В. Охріменко [9].

Проте, динамічна зміна умов господарювання в сільському господарстві та надзвичайна необхідність формування оптимальної структури сільськогосподарського виробництва вимагає більш глибокого і комплексного дослідження сучасних підходів до визначення суті кооперації в сільському господарстві з метою пошуку її нових форм та способів.

Формулювання цілей статті. Метою даного дослідження є узагальнення та уточнення сучасних теоретичних підходів щодо визначення сутності кооперації та її значення у процесі розвитку аграрного виробництва.

Виклад основного матеріалу дослідження. Вперше кооперативні ідеї розглядались в працях соціалістів утопістів Р. Оуена, Ш. Фур'є, А. де Сен-Симон, П.Ж. Прудона. Вони розглядали кооперацію з позиції соціального явища, яке характеризує об'єднання задля соціального захисту, усупільнення виробничого процесу та його результатів. Утопісти розглядали кооперацію як засіб усунення недоліків капіталістичного устрою та досягнення соціальної справедливості. В XIX столітті питанням кооперації цікавились не лише науковці економічної сфери а й відомі публіцисти. Прибічниками соціальної кооперативної течії були О.І. Герцен, М.Г. Чернишевський.

З позиції виробничої необхідності розглядали кооперацію А.Н. Анциферов, К. Маркс, М.І. Туган-Барановський, О.В. Чаянов, Ю. Павликовський, Є. Храпливий, І.Я. Франко, які характеризували її не як ідеал досягнення соціальної справедливості, а як реальний інструмент економічного зміцнення дрібного виробництва та зростання рівня життя селян. Вагомий внесок у розвиток кооперативної думки внесли представники німецької економічної школи Ф.В. Райффайзен та Г. Шульце-Деліч, які в своїх працях розглядали кооперацію з практичної точки зору, а також описали базові кооперативні принципи.

Як зазначає Н.С. Дешковская, сучасне розуміння кооперації виникло на стику теорії соціальної кооперації та реальних економічних потреб. При тому, спроба соціалізації суспільства за

допомогою кооперації зазнала невдачі, а теорія практичної необхідності кооперації для здійснення господарської діяльності в подальшому широко розповсюдилась, досліджувалась та розвивалась [3, с. 7].

Економічний термін «кооперація» походить від латинського слова «cooperatio», що дослівно означає співробітництво або співпрацю. [2, с. 90] З цієї позиції кооперація виступає як форма взаємовідносин між окремими індивідуумами, які вступають у партнерство для досягнення певної, заздалегідь поставленої, мети. Більшість науковців, які досліджують кооперацію в сільському господарстві суб'єктами цієї форми організації суспільного виробництва вбачають особисті господарства населення, опускаючи її важливість для ефективного функціонування сільськогосподарських підприємств.

Як зазначають класики економічної думки, будь які суб'єкти господарювання, незалежно від їх розміру, виду діяльності чи організаційної структури, є елементами відкритої економічної системи, яка характеризується незліченою кількістю причинно-наслідкових зв'язків. Ступінь та міра взаємовпливу елементів зовнішнього середовища на суб'єкти господарювання як і загалом система взаємозв'язків у економічній системі перебувають у постійному русі, тобто динамічно розвиваються і модифікуються. І.Г. Костирко та А.І. Бурак вказують, що взаємовідносини між суб'єктами господарської діяльності можуть набувати виду формального (оформленого юридично) та неформального партнерства. Кооперація сільськогосподарських підприємств – це юридично оформлені партнерські відносини для вирішення поставлених завдань з метою підвищення їх конкурентоспроможності та способу виживання на ринку [5, с. 26].

Розглядаючи кооперацію через призму теорії суспільного поділу праці, зазначимо що в результаті суспільного поділу праці відбувається виокремлення окремих виробництв. В сільському господарстві в результаті суспільного поділу праці відбувається спеціалізація сільськогосподарського виробництва та концентрація підприємств на виробництві обмеженої кількості видів продукції. Економічний ефект від спеціалізації та концентрації виробництва забезпечується постійним товарним обміном, який забезпечується за допомогою кооперації. При тому, кооперація як засіб досягнення найкращого варіанту обміну є передумовою суспільного поділу праці, однак за місцем у процесі суспільного поділу праці є похідною від

спеціалізації, оскільки як зазначає О.В. Крисальний, передбачає об'єднання чи співпрацю вже спеціалізованих сільськогосподарських підприємств [6, с. 5].

Кооперація є одним із проявів горизонтальної інтеграції сільськогосподарських підприємств в межах однієї галузі чи підгалузі. З цієї точки зору, актуальною є думка А.І. Бурака, що кооперація в сільському господарстві є концентрацією потужностей суб'єктів господарювання, які здійснюють процес на одному рівні технологічного ланцюга або виробляють однаковий вид продукції [5, с. 28].

При тому зазначимо, що кооперація виступає первинною формою інтеграції, а кооперативи – первинною формою інтеграційних утворень виробників переважно схожих видів товару. Такий підхід до сутності кооперації передбачає утворення так званих галузевих артілей.

В Законі України «Про кооперацію» зазначено, що кооперація – це система кооперативних організацій, створених з метою задоволення економічних, соціальних та інших потреб своїх членів. Розглядаючи кооперацію як сукупність кооперативних утворень, слід вказати що М.Туган-Барановський та О.Чаянов концентрують свою увагу на некомерційній, некапіталістичній та неприбутковій сутності кооперативів як форми прояву кооперації [4]. В той час ряд економістів, як і чинне законодавство України, розглядають кооперативи як повноцінні суб'єкти господарювання, самостійні юридичні особи, метою діяльності яких є і отримання прибутку [7, 8].

Сучасні концепції кооперації пов'язані з баченням кооперації як форми організації бізнесу. Незважаючи на віковий досвід економічної думки щодо кооперації лише в середині ХХ століття кооперативні форми діяльності та кооперація загалом стали об'єктами ґрунтовних наукових досліджень. Розглядаючи кооперацію як форму організації бізнесу американські вчені концентрували свою увагу на проблемах управління кооперативами, юридичного оформлення взаємовідносин щодо участі у кооперативі та розподілу одержаних у результаті цієї участі благ.

Як економічно активний суб'єкт ринкових відносин розглядав кооперативи А. Шапіро, в рамках концепції компенсаційної влади (Concept of countervailing power). Він розглядав кооперативи, як цілісну, ефективну велику організацію, створену з метою захисту та зміцнення позицій сільськогосподарських товаровиробників на ринку. Такі кооперативи повинні створюватись професійними асоціаціями

товаровиробників, управлятись професійним менеджментом на контрактній основі, діяти на принципах товарного картелю, активно обмежуючи обсяги виробництва з метою збільшення цін в окремих регіонах [3, с. 29].

На протипагу концепції А.Шпіро виникла концепція конкурентоспроможного критерію (Competitive yardstick approach) розроблена Е. Норсом. Концепція конкурентоспроможного критерію або «непрямої конкуренції» надавала кооперативам функцію забезпечення балансу сил на ринку та визначення ступеня його конкурентоспроможності. В розумінні Е. Норса, кооперативи не повинні відігравати активну роль у просуванні товару, а лише забезпечувати задоволення певних потреб сільськогосподарських товаровиробників та вирішення тимчасових проблем. Ідея не прямої конкуренції полягала у тому, що кооперативи не приймають активну участь на товарних ринках, а займаються питаннями обслуговування сільськогосподарського виробництва, наприклад постачання чи добрив [1, с. 54].

Кооперація як спосіб формування ефективної організації бізнесу, дозволяє членам кооперативних організацій досягнути суттєвих конкурентних переваг. А саме скоротити транзакційні витрати, отримати доступ до ресурсів, навичок та знань партнера, досягнути синергетичний ефект за рахунок акумуляції фінансових та майнових ресурсів і розширення масштабів виробництва.

Досліджуючи кооперацію як засіб досягнення конкурентних переваг, слід сказати, що зазвичай в кооперативні відносини вступають суб'єкти господарювання, які входять в одну стратегічну групу конкурентів. Кооперуючись між собою вони суттєво зменшують рівень конкуренції як на ринку ресурсів, так і на ринку готової продукції. Таким чином, кожне із підприємств посилює свій вплив у стосунках із постачальниками та покупцями, послаблюється конкуренція в середині галузі. Отже досягається стану ідеального конкурентного середовища, за умови, що на ринку немає серйозних конкурентів які не входять у кооператив.

Систему мотивації щодо кооперування в теорії ігор найкраще ілюструє матриця виграшів в «дилемі ув'язненого», яка запропонована Р.Аксельродом. Відповідно запропонованої теорії, найбільший ефект від кооперації досягається за умови чесного виконання учасниками поставлених умов. За умови, що один із учасників зраджує кооперативні принципи, баланс інтересів в кооперативі порушуються. Тому, для ефективної діяльності кооперативних структур важливе

значення має довіра між учасниками, прозорість управлінських рішень, чіткість розподілу вигод тощо [9, с. 19-20].

Щодо організаційної структури кооперативів як окремих суб'єктів господарювання, в яких би враховувались інтереси усіх учасників, то О.О. Юрманова вказує, що найбільш ефективними в цьому плані є кооперативні структури сформовані по типу кооперативів нової генерації (New Generation Cooperatives). Організаційна структура кооперативів нової генерації дозволяє краще виконувати основні управлінські функції, а саме аналізу, контролю і планування. Основними особливостями кооперативів нової генерації є: а) закрите членство учасників (учасник входить у кооператив на контрактній основі); б) вклад кожного учасника у власний капітал кооперативу, а також вигоди які він отримує (обсяг реалізованої через кооператив продукції, обсяг наданих кооперативом послуг тощо) обумовлюються завчасно до початку господарської діяльності кооперативу та прописуються в контракті; в) вклади учасників трансформуються в акції, реалізація чи купівля яких забезпечують принципи вільного входу та виходу з кооперативу. Основною особливістю кооперативів нової генерації є те, що їх функціонування направлене в першу чергу на створення додаткової вартості, а вже потім на задоволення потреб учасників [10, с. 20; 11]

Найчастіше в практиці господарської діяльності сільськогосподарські підприємства кооперуються з метою одержання високоякісного насіннєвого, садильного чи розсадного матеріалів, спільного розведення високопродуктивних порід молодяку тварин та птиці для подальшої відгодівлі, утримання биків - осіменителів, кнурів, свинюматок тощо, технічного оснащення виробничого процесу, особливо специфічною вузькогалузевою технікою (наприклад, технікою для обробки садів та ягідників, технікою для збирання окремих видів овочевих культур тощо), постачання засобів захисту рослин та тварин, ветеринарного обслуговування, агротехнічного обслуговування, обліково-аналітичного обслуговування, зберігання та реалізації готової продукції, забезпечення сертифікації якості продукції та її маркетингового просування, а також здійснення експортної діяльності.

Висновки. Досвід господарювання та світові тенденції свідчать, що суб'єкти господарювання не можуть функціонувати обмежуючи контакти із зовнішніми контрагентами. Перевагу в результатах діяльності мають ті підприємства, які активно кооперуються для вирішення тих чи інших проблем та задоволення виробничих потреб.

Кооперація, як елемент суспільного поділу праці, забезпечує поруч із спеціалізацією високу економічну ефективність виробництва сільськогосподарської продукції, вдосконалення матеріально-технічної бази, оптимальні канали реалізації, контроль якості продукції, підвищення її конкурентоспроможності тощо.

Сучасний рівень кооперації в системі аграрного виробництва не відповідає вимогам сьогодення та не може виступати передумовою підвищення ефективності господарювання та конкурентоспроможності виробників сільськогосподарської продукції. Серед причин слабого розвитку сільськогосподарської кооперації слід виділити нестабільне ринкове середовище, порівняно невисокий рівень спеціалізації сільськогосподарських підприємств, відсутність чіткої стратегії розвитку окремих сільськогосподарських підприємств, а саме головне криза довіри щодо ймовірних учасників кооперативу. Зазначимо, що усі ці негативні явища, які стримують кооперацію сільськогосподарських підприємств та ж кооперація може усунути.

Література.

1. **Величко О.М.** Світові тенденції становлення та розвитку кооперативного руху в аграрному секторі / **О.М. Величко** // АгроСвіт. – 2014. – № 24. – С. 51-56
2. **Горбонос Ф.В.** Кооперація в агробізнесі: [підручник] / **Ф.В. Горбонос, А.А. Янковська, Н.Ф. Павленчик** та ін. – Львів : Львівський університет бізнесу та права, 2011. – 360 с.
3. **Дешковская Н.С.** Экономическая теория сельскохозяйственной кооперации: [учебное пособие] / **Н.С. Дешковская**. – Томск : Издательство Том. Ун-та, 2006. – 304 с.
4. **Зіновчук В. В.** Економічна сутність поняття «кооперація» [Електронний ресурс] / **В. В. Зіновчук, А. Д. Корягіна** // Українська кооперація. – 2010. – № 3. – Режим доступу : <http://www.ukrcoop-journal.com.ua>
5. **Костирко І.Г.** Кооперація та інтеграція малих підприємств аграрної сфери: теорія, методика, практика: [монографія] / **І.Г. Костирко, А.І. Бурак**. – Львів : Ліга-Прес, 2013. – 192 с.
6. **Крисальний О.В.** Теоретико-методологічні засади розвитку спеціалізації і сільськогосподарської кооперації в постреформованому аграрному виробництві / **О.В. Крисальний** // Економіка АПК. – 2007. – № 6. – С. 3-10.
7. Про кооперацію: Закон України № 1087-15 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/1087-15>.
8. Про сільськогосподарську кооперацію : Закон України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/469/97>

9. **Охріменко О.В.** Співвідношення конкуренції та кооперації при взаємодії ТНК за реалізації співпраці у рамках стратегічного альянсу / **О.В. Охріменко** // Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія: Економічні науки: наук. журнал. – Херсон, 2014. – Вип. 9. – Ч. 4 – С. 17-21.

10. **Юрманова Е.А.** Современные тенденции в развитии кооперативной теории и практики : кооперативные организационные модели / **Е.А. Юрманова** // Российское предпринимательство. – 2013. – № 15 (237). – С. 15-22

11. **Coltrain D.** Differences Between New Generation Cooperatives and Traditional Cooperatives [Electronic resource] / D.Coltrain, D. Barton, M. Boland – Arthur Capper Cooperative Center, Kansas State University, 2000 : Access mode: <https://www.agmanager.info/sites/default/files/DiffTrad3.pdf>

References.

1. **Velychko O.M.** (2014). Svitovi tendencii stanovlenia ta rozvytku kooperatyvnoho ruhu v agrarnomu sektori [Global trends and formation of cooperative movement in agricultural sector]. *Agro.Svit – Agrosvit*, Vol. 24, pp. 51-56 [in Ukrainian].

2. **Gorbonos F.V., Jankovska L.A., Pavlenchuk N.F.** (2011). *Kooperaciia v agrobiznesi* [Cooperation in agribusiness]. Lviv: University of Business and Law, p. 360 [in Ukrainian].

3. **Deshkovskaia N.S.** (2006). *Ekonomicheskaya teoriya sel'skoboziastvenoi kooperacii* [The economic theory of agricultural cooperation]. Tomsk: TSU, p. 304 [in Russian].

4. **Zinovchuk V.V.** (2010). Ekonomichna sut' poniattia «kooperaciia» [Economic essence of the concept of "cooperation"]. *Ukrains'ka kooperaciia – Ukrainian cooperation*, Vol.3. Retrieved from <http://www.ukrcoop-journal.com.ua> [in Ukrainian].

5. **Kostyrko I.G., Burak A.I.** (2013). *Kooperaciia ta integraciia малыh pidpriemstv agrarnoi sfery: teoriia, metodyka, praktyka* [Cooperation and integration of small enterprises in the agrarian sector: theory, methods, practice]. Lviv: Liga-Press, p. 192 [in Ukrainian].

6. **Krysal'nyi O.V.** (2007). Teoretyko-metodologichni zasady rozvytku specializacii i sil'skogospodars'koi kooperacii v postreformovanomu agrarnomu vyrobnytstvi [Theoretical and methodological principles of specialization and agricultural cooperation in the postreformed agricultural production]. *Ekonomika APK – Economy AIC*, Vol. 7, pp. 3-10 [in Ukrainian].

7. Zakon Ukraïni «Pro kooperaciju» № 1087-15 [Law of Ukraine «On Cooperation» No 1087-15]. zakon3.rada.gov.ua. Retrieved from: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/1087-15> [in Ukrainian].

8. Zakon Ukraïni «Pro sil'skogospodars'ku kooperaciju» [Law of Ukraine «On Agricultural Co-operation»]. zakon3.rada.gov.ua. Retrieved from: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/469/97> [in Ukrainian].

9. **Ohrimenko O.V.** (2014). Spivvidnoshennia konkurencii ta kooperacii pry vzaiemodii TNC za realizacii spivpraci u pamkah strategichnogo al'iansu [Correlation of competition and cooperation in the interaction of TNCs, when cooperation is implemented in the framework of a strategic alliance]. *Naukovij visnik Hersons'kogo derzhavnogo universitetu – Scientific Herald of Kherson State University*, Vol. 9, part 4, pp. 17-21 [in Ukrainian].

10. **Jurmanova E.A.** (2013). Sovremennyye tendencii v razvitiі kooperativnoi teorii i praktiki: kooperativnuie organizacionnyie modeli [Modern trends in the development of co-operative theory and practice: cooperative organizational models]. *Rossiyskoe predprinyimatel'stvo – Journal of Russian entrepreneurship*, Vol. 15 p. 15-22. [in Russian].

11. **Coltrain D., Barton D., Boland M.** (2000) «Differences Between New Generation Cooperatives and Traditional Cooperatives». Arthur Capper Cooperative Center, Kansas State University. available at: <https://www.agmanager.info/sites/default/files/DiffTrad3.pdf> [in English].

Анотація.

Райтер Н.І. Сучасні погляди на визначення суті кооперації та її значення в системі аграрного виробництва.

У статті розглянуто кооперацію як важливий фактор налагодження сучасних інтеграційно-економічних зв'язків між суб'єктами господарювання в системі аграрного виробництва. Досліджено розвиток сільськогосподарської кооперації від утопічного бачення її як засобу усунення соціальної нерівності до практичного використання як інструменту підвищення ефективності господарювання. Систематизовано і вивчено сучасні погляди до визначення сутності кооперації в сільському господарстві. Розглянуто кооперацію в системі аграрного виробництва, як форму суспільного поділу праці. З'ясовано важливість та необхідність кооперації сільськогосподарських підприємств як засобу досягнення конкурентних переваг. Встановлено причини слабого розвитку кооперації в системі аграрного виробництва України.

Ключові слова: кооперація, кооперативний рух, кооператив, суб'єкти кооперативних відносин, кооперативні теорії, сільське господарство, система аграрного виробництва, сільськогосподарська кооперація.

Аннотация.

Райтер Н.И. Современные взгляды на определение сущности кооперации и ее значения в системе аграрного производства.

В статье рассмотрена кооперация как важный фактор налаживания современных интеграционно-экономических связей между субъектами хозяйствования в системе аграрного производства. Исследовано развитие сельскохозяйственной кооперации от утопического видения ее как средства устранения социального неравенства к практическому использованию в качестве инструмента повышения эффективности деятельности. Систематизированы и изучены современные взгляды к определению сущности кооперации в сельском хозяйстве. Рассмотрено кооперацию в системе аграрного производства, как форма общественного разделения труда. Выяснено важность и необходимость кооперации сельскохозяйственных предприятий как средства достижения

конкурентных преимуществ. Установлены причины слабого развития кооперации в системе аграрного производства Украины.

Ключевые слова: кооперация, кооперативное движение, кооператив, субъекты кооперативных отношений, кооперативные теории, сельское хозяйство, система аграрного производства, сельскохозяйственная кооперация.

Abstract.

Raiter N.I. Modern opinions on definition of the cooperation essence and its importance in the agricultural production system.

In the article cooperation are considered, as an important factor in the establishment of modern integration-economic connections between economic entities in agricultural production system. The development of agricultural co-operation are explored, from the utopian vision of its as a means of eliminating social inequality to practical using as a tool for improving the efficiency of activities. The modern approaches to the definition of cooperation in agriculture are systematized and studied. Cooperation in the system of agrarian production are considered, as a form of social division of labour. The importance and necessity of cooperation of agricultural enterprises as a means of achieving competitive advantages are revealed. The reasons for the weak development of cooperation in the Ukrainian agrarian production system are established.

Key words: cooperation, cooperative movement, cooperative, the subjects of cooperative relations, cooperative theories, agriculture, system of agricultural production, agricultural cooperation.

УДК 657.37

ДО ПИТАНЬ ОБЛІКУ ФІНАНСОВИХ РЕЗУЛЬТАТІВ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ АПК

**РИЖИК І.О., К.Е.Н., МИЛАШЕНКО В.М. К.Е.Н., ДОЦЕНТ,
ПОЛТАВСЬКИЙ ІНСТИТУТ БІЗНЕСУ ПВНЗ «МНТУ»**

**НАКІСЬКО О.В. К.Е.Н., ДОЦЕНТ,
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
СІЛЬСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА ІМЕНІ ПЕТРА ВАСИЛЕНКА**

Постановка проблеми у загальному вигляді. Формування фінансового результату діяльності на сільськогосподарських підприємствах здійснюється за рахунок основної операційної діяльності. Це сільськогосподарська діяльність, яка націлена на отримання сільськогосподарської продукції та економічної вигоди (результату, ефекту). Через те найважливішими питаннями є облік та формування фінансових результатів сільськогосподарських підприємств, як для керівників агроформувань, так і для економіки

країни в цілому. Показники фінансових результатів безпосередньо впливають на стабільність, фінансову спроможність та створення умов розширеного відтворення в аграрних підприємствах. Та нажалі питання економічного змісту та обліку фінансових результатів залишаються не до кінця вивченими неоднозначними в своїх трактуваннях та мають низку дискусійних положень.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вивчення основних положень обліку фінансових результатів діяльності підприємств знайшли своє відображення у наукових працях відомих вчених-економістів: Бугинця Ф.Ф., Олійника О.В., Маренич Т.Г., яка в своїх наукових трактуваннях фінансової звітності робить акценти на якісних характеристиках фінансової звітності, основними показниками якої є фінансові результати діяльності.

Формування цілей статті. Метою проведення даного дослідження виступає необхідність обґрунтування та уточнення теоретичних аспектів економічного змісту та обліку фінансових результатів як основного джерела фінансування діяльності сільськогосподарських підприємств. В рамках досягнення поставленого завдання планується аналіз теоретичних аспектів обліку фінансових результатів в розрізі сучасної економічної теорії, а також здійснення порівняння розглянутих підходів до трактування економічного змісту та обліку фінансових результатів, встановлення основних відмінностей, переваг та недоліків їхнього використання.

Виклад основного матеріалу дослідження. Фінансовий результат діяльності як сільськогосподарського підприємства так і господарств іншої галузі характеризується показником прибутку або збитку. Основною метою господарської діяльності будь-якого підприємства є отримання прибутку. Від суми отриманого прибутку залежать формування власного капіталу, покриття зобов'язань перед бюджетом, фінансування інвестиційної діяльності, а також платоспроможність як сільськогосподарського підприємства так і господарства будь-якої галузевої приналежності. Прибуток як головний показник ефективності діяльності підприємства виступає і як критерій визначення рівня виплат дивідендів, як визначальний фактор при встановленні рівня заробітної плати і винагороди адміністрації.

Головним аспектом в теоретичному забезпеченні вирішення завдань бухгалтерського обліку фінансових результатів є визначення кількісних і якісних параметрів фінансового результату діяльності: прибуток чи збиток; формування даних щодо фінансових результатів для потреб складання фінансової звітності й податкових декларацій;

інформаційне забезпечення порядку розподілу прибутку та здійснення операцій щодо розрахунків за сумами належних до бюджету податків та обов'язкових платежів, з акціонерами та засновниками за нарахованими їм дивідендами, формування резервів власного капіталу тощо [1, с. 222].

Враховуючи складність визначення сутності прибутку, варто послатися на наукові позиції Пирець Н.М., яким запропоновано основні характеристики прибутку: - прибуток являє собою форму доходу підприємства, яке здійснює певний вид діяльності; - категорія прибутку нерозривно пов'язана з категорією капіталу, оскільки прибуток є формою доходу підприємства, яке здійснює капіталовкладення для досягнення комерційного успіху; - прибуток характеризує не весь дохід, отриманий в процесі підприємницької діяльності, а тільки ту частину доходу, яка залишається за вирахуванням витрат на здійснення даної діяльності; - прибуток є вартісним показником, що виражений в грошовій формі [2, с. 130].

Якість прийняття управлінських рішень щодо фінансових результатів залежить від інформації, що формується в системі бухгалтерського обліку.

Ефективна діяльність сільськогосподарських підприємств, залежить не тільки від вирішення організаційних питань, але і від наявності якісної своєчасної облікової інформації про формування фінансових результатів. Необхідність підтримки ефективного функціонування підприємства потребує володіння якісною інформацією щодо його фінансової діяльності [3, с. 202].

Згідно з Національним положенням (стандартом) бухгалтерського обліку 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності» облікова інформація повинна бути дохідлива і зрозуміла її користувачам за умови, що вони мають достатні знання та зацікавлені у сприйнятті цієї інформації [4].

Особливістю бухгалтерської інформації є те, що вимоги до неї мають відображення у принципах бухгалтерського обліку, які зафіксовані у Законі України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» від 16.07.1999 р. № 996-XIV [5].

Повністю погоджуємося з думкою Маренич Т.Г., яка вважає, що українські підприємства складають звітність за уніфікованими формами, які не відображають специфіки діяльності підприємств різних галузей економіки, не забезпечують доречною інформацією різнопланових користувачів. Показники, які наведено у фінансових звітах, не завжди об'єктивно відображають реальний стан і процеси

виробничо-фінансової діяльності підприємств. Через неоднозначне трактування змісту інформації, яка повинна в них відображатися, та бази для розрахунку показників, передбачених регламентом, їх часто розраховують неправильно, деякі взагалі не знаходять свого відображення. Суттєва для розуміння й оцінки діяльності підприємства інформація не розкривається в текстовій частині приміток до річної фінансової звітності. У цілому форму фінансових звітів спрощено, їхню інформаційність та аналітичність значно зменшено. Показники фінансової звітності не взаємопов'язані з показниками податкового обліку [6, с. 45].

Інформаційна система обліку фінансових результатів є необхідною та важливою частиною функціонування підприємства. Так, як господарська діяльність будь-якого підприємства характеризується його фінансовим результатом. Тому, дуже важливим для підприємства є досягнення позитивного фінансового результату, який є основою фінансово-економічного розвитку, стабільності та збереження фінансової незалежності підприємства.

Суттєвою вважається та інформація, відсутність якої може вплинути на прийняття рішень сторонніми користувачами звітності [7, с. 337]. Від того, яке значення цього порогу буде обрано, залежить фінансовий результат, адже придбані активи, які не перевищують суттєве значення, зразу ж будуть списані на витрати підприємства і, як наслідок, зменшується прибутковість підприємства.

Отже, інформація сама по собі є значною цінністю, незалежно від фактів, які вона фіксує. Ця цінність зумовлена можливостями, котрі вона надає для прийняття рішень [8, с. 73].

Такої ж позиції в своїх дослідженнях дотримується і Жук В.М., зниження контролю за достовірністю фінансової звітності, послаблення дисципліни й оперативності негативно впливають на достовірність фінансової звітності, але і на інші звітні системи, які мають узгоджуватися або базуватися на даних бухгалтерського обліку особливо в частині формування фінансових результатів діяльності. існуюча система обробки фінансової та статистичної звітності сільськогосподарських підприємств України є мало прийнятною для ефективного забезпечення інформацією потреб управління [9, с. 57].

Як показує міжнародна практика бухгалтерського обліку в основному розділяється на три головні підходи до трактування змісту фінансових результатів діяльності підприємства згідно яких по-перше – різниця між вартістю чистих активів підприємства протягом звітного періоду становить фінансовий результат. При цьому чисті активи

підприємства дорівнюють різниці між загальною вартістю майна підприємства та загальною сумою його заборгованостей і додаткових внесків власників; по-друге – фінансовий результат діяльності підприємства дорівнює різниці між величинами його доходів і витрат діяльності протягом звітного періоду; по-третє – показник фінансового результату визначається шляхом порівняння величини власного капіталу на початок звітного періоду та на кінець звітного періоду.

Найбільш вживаним в міжнародній практиці бухгалтерського обліку фінансових результатів діяльності підприємств, набув другий підхід, відповідно до якого фінансовий результат трактується як різниця між доходами та витратами діяльності підприємства, із врахуванням коригувань на суму зміни залишків запасів та незавершеного виробництва за звітний період. Такий аспект є характерним і для української системи бухгалтерського обліку [10, с. 205].

Висновки. Дослідження та висвітлення економічної сутності та методики визначення фінансових результатів діяльності в українській системі бухгалтерського обліку має певні відмінності від обліку результатів в міжнародній практиці. Для аграрних підприємств визначення фінансових результатів сільськогосподарської діяльності найбільш доцільно здійснювати за методом порівняння доходів і витрат від вищевказаної діяльності у звітному періоді, що забезпечує найбільший рівень достовірності облікових даних по конкретному показнику діяльності, який може бути актуальним для будь-якого користувача обліковою інформацією, та прямо впливати на результати діяльності підприємства.

Література.

1. **Макода С.А.** Економічний зміст та протиріччя в обліку фінансових результатів діяльності сільськогосподарських підприємств / **С.А. Макода** // Вісник Харківського національного технічного університету сільського господарства імені Петра Василенка. – 2015. – Вип. 161. – С. 220-226. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vkhdtusg_2015_161_28.
2. **Пирець Н.М.** Особливості обліку фінансових результатів згідно з національними та міжнародними стандартами / **Н.М. Пирець, Я.Б. Панфілова** // Економічний простір. – 2012. – № 62. – С. 228-234.
3. **Шигун М.М.** Фінансова звітність підприємства: ознаки якості / **М.М. Шигун** // Вісник ЖДТУ. – 2011. – № 3 (45). – С. 201-209.
4. Загальні вимоги до фінансової звітності: національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку 1: від 7 лютого 2013 р., № 73 / Міністерство фінансів України. – Офіц. вид. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua>.

5. Закон України «Про бухгалтерський облік і фінансову звітність в Україні» від 16 липня 1999 р., № 966-XIV / Верховна Рада України. – Офіц. вид. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua>

6. **Маренич Т.Г.** Якісні характеристики фінансової звітності / **Т.Г. Маренич** // Економіка АПК. – 2011. – № 12. – С. 44-49.

7. **Щирба М.Т.** Суттєвість в обліковій політиці підприємства / **М.Т. Щирба** // Економічний аналіз. – 2008. – Вип. 3 (19). – С. 337-341.

8. **Яворов В.В.** Роль облікової інформації в управлінні підприємством / **В.В. Яворов** // Облік і фінанси АПК. – 2009. – № 2. – С. 73-76.

9. **Жук В.М.** Обліково-інформаційне забезпечення моніторингу аграрного ринку України / **В.М. Жук** // Економіка АПК. – 2011. – № 8. – С. 53-60.

10. **Макода С.А.** Теоретичні аспекти питань обліку фінансових результатів діяльності сільськогосподарських підприємств/ **С.А. Макода** // Науковий вісник Херсонського державного університету. – 2014. – Вип. 9-1. Част. 4. – С. 202-205.

11. Постановление Министерства финансов Республики Беларусь от 7 марта 2007 г. № 41 «Об утверждении форм бухгалтерской отчетности, инструкции по заполнению и представлению форм бухгалтерской отчетности и признании утратившими силу некоторых нормативных правовых актов Министерства финансов Республики Беларусь» [Електронний ресурс]. – Режим доступа: <http://www.levonevski.net/pravo/razdelb/text738/index.html>.

References.

1. **Makoda S.L.** (2015). Ekonomichnij zmist ta protirichchja v obliku finansovih rezul'tativ dijal'nosti sil's'kogospodars'kih pidpriemstv [Economic content and contradictions in the accounting of financial results of agricultural enterprises]. *Visnik Harkiv's'kogo nacional'nogo tehnichnogo universitetu sil's'kogo gospodarstva imeni Petra Vasilenka - Bulletin of Kharkiv National Technical University of Agriculture named after Petr Vasilenko*, issue 161, pp. 220-226 Retrieved from http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vkhdtusg_2015_161_28 [in Ukrainian].

2. **Pirec' N.M., Panfilova Ja.B.** (2012). Osoblivosti obliku finansovih rezul'tativ zgidno z nacional'nimi ta mizhnarodnimi standartami [Features of accounting for financial results in accordance with national and international standards]. *Ekonomichnij prostir – Economic space*, No 62, pp. 228-234 [in Ukrainian].

3. **Shigun M.M.** Finansova zvitnist' pidpriemstva: oznaki jakosti [Financial statements of the enterprise: signs of quality]. *Visnik ZhDTU – Bulletin of ZHDTU*, No 3 (45), pp. 201-209 [in Ukrainian].

4. Zagal'ni vimogi do finansovoï zvitnosti: nacional'ne polozhennja (standart) buhgalters'kogo obliku 1: vid 7 ljutogo 2013, No 73 [General Requirements for Financial Statements: National Accounting Standard (Standard) 1: February 7, 2013, No 73]. (2013, 07 February). *Ministerstvo finansiv Ukraïni – Ministry of Finance of Ukraine*. Retrieved from <http://zakon.rada.gov.ua> [in Ukrainian].

5. Zakon Ukraïni «Pro buhgalters'kij oblik i finansovu zvitnist' v Ukraïni» vid 16 lipnja 1999, № 966-XIV [Law of Ukraine «On Accounting and Financial Reporting in Ukraine» dated July 16, 1999, No. 966-XIV]. *Verhovna Rada Ukraïni – Verkhovna Rada of Ukraine*. Retrieved from <http://zakon.rada.gov.ua> [in Ukrainian].

6. **Marenich T.G.** (2011). Jakisni charakteristiki finansovoï zvitnosti [Qualitative characteristics of financial reporting]. *Ekonomika APK – Economy AIC*, No 12, pp. 44-49 [in Ukrainian].

7. **Shhirba M.T.** (2008). Suttevist' v oblikovij politici pidpriemstva [Significance in the accounting policies of the enterprise]. *Ekonomichnij analiz – Economic analysis*, Issue 3 (19), pp. 337-341 [in Ukrainian].

8. **Javorov V.V.** (2009). Rol' oblikovoï informacii v upravlinni pidpriemstvom [The role of accounting information in the management of the enterprise]. *Oblik i finansi APK – Accounting and finance AIC*, No 2, pp. 73-76 [in Ukrainian].

9. **Zhuk V.M.** (2011). Oblikovo-informacijne zabezpechennja monitoringu agrarnogo rinku Ukraïni [Accounting and information support of monitoring of the agrarian market of Ukraine]. *Ekonomika APK – Economy AIC*, No 8, pp. 53-60 [in Ukrainian].

10. **Makoda S.L.** (2014). Teoretichni aspekti pitan' obliku finansovih rezultativ dijal'nosti sil'skogospodars'kih pidpriemstv [Theoretical aspects of accounting of financial results of agricultural enterprises]. *Naukovij visnik Hersons'kogo derzhavnogo universitetu Scientific Herald of Kherson State University*, Issue 9-1, Part. 4, pp. 202-205 [in Ukrainian].

11. Postanovlenie Ministerstva finansov Respubliki Belarus' ot 7 marta 2007 № 41 «Ob utverzhdenii form buhgalterskoj otchetnosti, instrukcii po zapolneniju i predstavleniju form buhgalterskoj otchetnosti i priznanii utrativshimi silu nekotoryh normativnyh pravovyh aktov Ministerstva finansov Respubliki Belarus'» [The Resolution of the Ministry of Finance of the Republic of Belarus dated March 7, 2007 No. 41 «On Approving the Forms of Accounting Reporting, Instructions for Filling and Presenting Forms of Accounting Reports and the Recognition of Some Normative Legal Acts of the Ministry of Finance of the Republic of Belarus»]. (2007, 7 March). www.levonevski.net. Retrieved from <http://www.levonevski.net/pravo/razdelb/text738/index.html> [in Russian].

Анотація.

Рижик І.О., Милашенко В.М., Накісько О.В. До питань обліку фінансових результатів діяльності підприємств АПК.

Стаття присвячена економічному змісту та протиріччям в обліку фінансових результатів діяльності сільськогосподарських підприємств. Теоретичною і методологічною основою статті є положення наукових думок вітчизняних та зарубіжних вчених. Були застосовані методи: аналізу і синтезу – для вивчення об'єкта і предмета дослідження; абстрактно-логічний (теоретичні узагальнення та формулювання висновків). В ній обґрунтовано та уточнено теоретичні положення щодо обліку фінансових результатів як основного джерела фінансування діяльності сільськогосподарських підприємств. Також, в статті, висвітлені теоретико-методологічні основи формування та складання фінансової звітності.

Ключові слова: фінансові результати, доходи, витрати, фінансовий облік, сільськогосподарські підприємства.

Аннотация.

Рыжик И.А., Михайленко В.М., Накиско А.В. К вопросам учета финансовых результатов деятельности предприятий АПК.

Статья посвящена экономическому содержанию и противоречиям в учете финансовых результатов деятельности сельскохозяйственных предприятий. Теоретической и методологической основой статьи является положение научных мыслей отечественных и зарубежных ученых. Были применены методы: анализа и синтеза - для изучения объекта и предмета исследования; абстрактно-логический (теоретические обобщения и формулирования выводов). В ней обосновано и уточнены теоретические положения по учету финансовых результатов как основного источника финансирования деятельности сельскохозяйственных предприятий. Также, в статье, освещены теоретико-методологические основы формирования и составления финансовой отчетности.

Ключевые слова: финансовые результаты, доходы, расходы, финансовый учет, сельскохозяйственные предприятия.

Abstract.

Ryzhik I.O., Mikhailenko V.M., Nakiski O.V. To questionnaire of accounting financial results of activity of agricultural complex.

The article is devoted to economic content and contradiction in accounting of financial results of activity of agricultural enterprises. The theoretical and methodological basis of the article is the position of scientific opinions of domestic and foreign scientists. Were used methods: analysis and synthesis – to study the object and subject of research; Abstract-logical (theoretical generalizations and formulation of conclusions). It substantiates and clarifies the theoretical provisions regarding the accounting of financial results as the main source of funding for agricultural enterprises. Also, in the article, the theoretical and methodological bases of financial reporting formulation and compilation are highlighted.

Key words: financial results, revenues, expenses, financial accounting, agricultural enterprises.

ПЕРЕДУМОВИ ФОРМУВАННЯ ЕФЕКТИВНОЇ МОДЕЛІ РОЗВИТКУ РИНКУ ІНВЕСТИЦІЙНИХ РЕСУРСІВ УКРАЇНИ

***РИЖИКОВА Н.І., К.Е.Н., ДОЦЕНТ,
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
СІЛЬСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА ІМЕНІ ПЕТРА ВАСИЛЕНКА***

Постановка проблеми у загальному вигляді. Інвестиційно-інноваційна система України переживає не найкращі часи свого становлення та розвитку, що пов'язано, перш за все з політичними подіями та економічною кризою. Постійний перерозподіл сфер впливу як міністерствами, відомствами, так і їх керівними особами не дозволяє створити дану систему як систему організаційно-економічного та інформаційного забезпечення розвитку інноваційних процесів на рівні держави, а тим паче – дати змогу даній системі розвиватися, поширюватися і ефективно працювати в ринку і на ринок України. Ринок інновацій, дякуючи тому, що він «риноку», дозволяє собі формувати свої власні тенденції розвитку, не сподіваючись на державну підтримку, а ще й допомагаючи державним органам забезпечувати виконання ними своїх, не зрозумілих з точки зору стратегічного менеджменту, місій, виписаних у законодавчих та виконавчих документах при їх створенні. Саме відсутність тісної ефективної кооперації державних органів з наукою, бізнес-освітою та ринковими структурами, що сприяє породженню нових проблем у розвитку інвестиційно-інноваційних процесів, спонукає до розробки ефективної інноваційної моделі розвитку ринку інвестиційних ресурсів України.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблеми розробки та запровадження ефективної інвестиційної моделі розвитку підприємств досліджували у своїх працях зарубіжні та вітчизняні вчені: П. Друкер, Р. Нельсон, Р. Солоу, Й. А. Шумпетер, В.М. Гесць, О.І. Дацій, О.В. Крисальний, П.Т. Саблук, О.Г. Шпикуляк та ін. Проте політична нестабільність та відсутність економічних реформ, в тому числі і в інноваційно-інвестиційній сфері, породжують необхідність перегляду та розробки теоретичних і методологічних підходів щодо формування інноваційної моделі розвитку ринку інвестиційних ресурсів України.

Формулювання цілей статті. Ціллю статті є обґрунтування закономірностей та тенденцій функціонування основних елементів інвестиційного ринку, які при ефективній взаємодії створюють передумови формування ефективної моделі розвитку ринку інвестиційних ресурсів України.

Виклад основного матеріалу дослідження. Вживання терміну «ринок» передбачає наявність певного товару (будь-то фізичний товар, послуги, і робоча сила), навколо якого концентруються: по-перше інтереси носіїв попиту і пропозиції (без цих носіїв ринок не існує); по-друге, інтереси попиту і пропозиції завжди повинні перетинатися, а їх носії взаємодіяти, інакше ринку теж не існує; і по-третє, результатом перетинання інтересів обов'язково є факт встановлення ціни на товар.

Відправним моментом у дослідженні проблеми є розгляд ринку інвестицій, як економічної категорії з притаманною їй інформаційною, ціноутворюючою, регулюючою та іншими функціями, а також як складної системи взаємодії покупців, власників капіталу, суб'єктів інфраструктури та держави в особі центральних, регіональних і місцевих органів управління.

Основним системоутворюючим елементом інвестиційного ринку виступає платоспроможний попит. Перша підсистема, яка взаємодіє безпосередньо з операторами ринку як з боку попиту, так і з боку пропозиції, – ринкова інфраструктура, її завдання – генерування ринкових сигналів стосовно попиту, опосередкування прямих зв'язків між інвесторами, що шукають можливості вкладення капіталу, і підприємцями, що потребують його чи проводять трансформації грошових заощаджень в інвестиційний капітал.

Інвестиційна діяльність являє собою сукупність практичних дій юридичних осіб, держави та громадян щодо реалізації інвестицій. Нинішня правова система України складається з більше ніж 100 законів інших нормативних актів, що регулюють інвестиційну діяльність. Серед них слід насамперед визначити Закон України «Про інвестиційну діяльність» [1], Закон України «Про режим іноземного інвестування» [2], Закон України «Про цінні папери та фондовий ринок» [3], Закон України «Про державне регулювання ринку цінних паперів в Україні» [4], Закон України «Про інститути спільного інвестування» [5] та інші. Законодавство визначає, що всі суб'єкти інвестиційної діяльності незалежно від форми власності та господарювання мають рівні права в частині здійснення цієї діяльності, самостійно визначають ціну, напрямки, види та обсяги

інвестицій, залучають для їх реалізації на договірній основі будь-яких учасників інвестиційної діяльності, у тому числі шляхом організації конкурсів та торгів; умови і порядок випуску цінних паперів, а також регулює посередницьку діяльність в організації обігу цінних паперів на території України.

Нормативні акти, які регулюють фінансові інвестиції в Україні, забезпечують державне регулювання ринку цінних паперів, контролюють випуск і обіг цінних паперів, визначають основи обігу цінних паперів у Національній депозитарній системі, характеризують права інвесторів, їх захист від монополізму на ринку цінних паперів, та представляють іншу інформацію, яка необхідна для ефективного розвитку інвестиційної діяльності і фінансового ринку в Україні.

В ході дослідження був здійснений огляд найістотніших характеристик інвестицій підприємства, який показав наскільки багатоаспектною і складною з теоретичних і прикладних позицій є ця економічна категорія. При цьому всі розглянуті характеристики, що відображають особливості інвестицій підприємства, тісно взаємопов'язані і вимагають комплексного віддзеркалення при визначенні їх економічної суті. З урахуванням розглянутих основних характеристик економічної суті інвестицій підприємства в самому узагальненому вигляді сформульовано наступне: інвестиції підприємства є вкладенням капіталу у всіх його формах в різні об'єкти (інструменти) його господарської діяльності з метою отримання прибутку, а також досягнення іншого економічного або неекономічного ефекту, здійснення якого базується на ринкових принципах і пов'язане з чинниками часу, ризику і ліквідності.

Для формування ефективної моделі розвитку ринку інвестиційних ресурсів в економічній практиці пропонується застосовувати такі методологічні положення: інвестиційний клімат країни має забезпечувати баланс інтересів всіх учасників інвестиційної діяльності та бути стабільним і досить гнучким; для різних інвестицій необхідний відповідний режим їх стимулювання; інвестиції покликані забезпечувати впровадження у виробництво інноваційних факторів розвитку; інвестиції повинні бути чітко збалансовані з процесами відтворення робочої сили шляхом створення необхідної кількості ефективно функціонуючих робочих місць; інвестиційна діяльність не повинна порушувати комплексні властивості економічної стійкості та безпеки господарських систем, а також екологічних умов регіонів та економіки в цілому.

Нами виділено основні чинники ефективного функціонування інвестиційного середовища:

а) інституціональні: внутрішня і зовнішня політична стабільність, національне законодавство в цілому і політика держави щодо іноземних інвестицій, господарське і фінансове право, міцність державних інститутів, український менталітет, ступінь державного втручання в економіку, культура;

б) економічні: загальна характеристика економіки, ємність фондового ринку, характеристика банківської сфери, стабільність національної валюти, ринкова та інвестиційна інфраструктура, інформаційна відкритість і традиційність, податки і тарифи, вартість робочої сили, доступ до факторів виробництва;

в) соціально-психологічні: соціальний рівень розвитку суспільства, рівень кваліфікаційної підготовки робочої сили, доступ до факторів виробництва.

Закон України «Про інститути спільного інвестування» [5] (далі – ІСІ) започаткував утворення абсолютно нових для перехідної економіки України інститутів фінансового ринку. Він дозволив поєднати можливість управління класичними взаємними (в Україні – корпоративними) фондами та юніт-трастами (у нас – пайовими фондами) з управлінням венчурним фондами. Поняття венчурного фонду в Україні відрізняється від загальноприйнятого: у нас це специфічний ІСІ, правила формування, існування та закриття якого вмонтовані у загальні правила діяльності ІСІ та компаній з управління.

Основні засади функціонування та обмеження діяльності інститутів спільного інвестування в Україні були узгоджені з Директивою Європейського Союзу № 85/611 від 20 грудня 1985 р. «Про узгодження законів, підзаконних та адміністративних положень, що стосуються інститутів спільного (колективного) інвестування в цінні папери, що підлягають обігу (ІСІ)» [6]. Так, норма для диверсифікованого ІСІ про те, що кількість цінних паперів одного емітента в активах ІСІ не може перевищувати 10 відсотків загального обсягу їх емісії, та сумарна вартість цінних паперів, що становлять активи ІСІ в кількості, більшій, ніж 5 відсотків загального обсягу їх емісії, на момент їх придбання не може перевищувати 40 відсотків вартості чистих активів ІСІ запозичена з статті 22 Директиви ЄС № 85/611 [6]. Але у Директиві не ведеться мова про венчурні фонди, отож в Україні були створені окремі умови розміщення коштів інвесторів венчурних фондів [7].

Венчурні фонди одержали ще деякі послаблення порівняно з іншими ІСІ: вартість чистих активів венчурного фонду визначається тільки на кінець року та при його ліквідації; оплата у розстрочку допускається виключно для цінних паперів венчурного фонду; активи ІСІ у формі цінних паперів мають не обов'язково зберігати у зберігача [8].

Хоча в процесі регулювання інвестиційного ринку державою реалізуються різні підходи до регламентації діяльності професійних та інших учасників ринку, державне регулювання має забезпечувати однакові права й однаковий доступ до ринку всіх його суб'єктів, максимальну прозорість ринку, конкурентне середовище, не допускати монополізації ринку. На сьогодні для всіх країн основними формами державного регулювання інвестиційного ринку є [9]:

- прийняття актів законодавства з питань діяльності учасників ринку;
- регулювання випуску та обігу фінансових активів;
- реєстрація випусків (емісій) фінансових активів та інформації про їх випуск, контроль за дотриманням емітентами порядку реєстрації випуску та продажу фінансових активів;
- регулювання прав і обов'язків учасників ринку;
- надання спеціальних дозволів (ліцензій) на здійснення професійної діяльності на ринку та забезпечення контролю за такою діяльністю;
- створення системи захисту прав інвесторів і контролю за дотриманням цих прав емітентами фінансових активів і особами, які здійснюють професійну діяльність на інвестиційному ринку;
- контроль за дотриманням антимонопольного законодавства на ринку тощо.

Наголошуючи на збалансованій взаємодії всіх суб'єктів господарювання, варто було б наголосити ще й на консолідації для забезпечення цієї взаємодії зусиль виконавчих державних інституцій з метою становлення системи нормативно-правового, організаційного, інформаційно-аналітичного та фінансового забезпечення інноваційних процесів в Україні.

Основними консолідованими завданнями, які сприятимуть формуванню інвестиційно-інноваційної моделі розвитку ринку України на рівні держави є:

- формування інноваційно-орієнтованої структури національної економіки;

– покращення організаційно-фінансової інфраструктури інноваційної діяльності;

– цілеспрямована підготовка кадрів високої кваліфікації для високотехнологічних галузей, а також менеджерів інноваційної діяльності;

– створення ринку інноваційної продукції, на якому буде забезпечений належний рівень захисту інтелектуальної власності;

– широке застосування в усіх галузях економіки і сферах суспільного життя інформаційно-комунікаційних технологій;

– вдосконалення системи державної підтримки інноваційної діяльності та її регулювання;

– підвищення інноваційної культури суспільства.

Висновки. Головними завданнями стратегії вибору інноваційної моделі розвитку ринку інвестиційних ресурсів України є забезпечення збалансованої взаємодії наукового, технічного, виробничого та підприємницького потенціалів, розробка та впровадження механізму активізації інноваційної діяльності суб'єктів підприємництва, поширення інновацій в усіх сферах національної економіки. Національна стратегія, орієнтована на формування інноваційної моделі розвитку, повинна поєднувати:

– безпосередні заходи національного та регіонального рівнів, здійснювані за прямого бюджетного фінансування, які сприятимуть поліпшенню якісних характеристик вітчизняного науково-технологічного потенціалу, інтенсифікації опановування науковими знаннями та новими технологіями, всебічному розвитку людського капіталу;

– здійснення суб'єктами національної економіки інноваційної діяльності та інвестицій інноваційного спрямування в конкурентному середовищі, збільшення пропозиції інноваційних продуктів, технологій та знань.

Література.

1. Закон України «Про інвестиційну діяльність» від 18.09.1991 № 1560-ХІІ [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/go/1560-12>

2. Закон України «Про режим іноземного інвестування» 19.03.1996 № 93/96-ВР [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/93/96-вр>

3. Закон України «Про цінні папери та фондовий ринок» від 23.02.2006 № 3480-ІV [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/go/3480-15>

4. Закон України «Про державне регулювання ринку цінних паперів в Україні» 30.10.1996 № 448/96-ВР [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/448/96-%D0%B2%D1%80>

5. Закон України «Про інститути спільного інвестування» № 5080-VI від 05.07.2001 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/5080-17>

6. Директива Європейського Союзу «Про узгодження законів, підзаконних та адміністративних положень, що стосуються інститутів спільного (колективного) інвестування в цінні папери, що підлягають обігу (ICI)» № 85/611 від 20 грудня 1985 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/994_293

7. Положення про склад та структуру активів інституту спільного інвестування : Затверджено рішенням НКЦПФР від 10.09.2013 р. № 1753. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z1689-13>

8. Нью-Йоркська фондова біржа заманює українські компанії до себе на IPO [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://ndiiv.org.ua/uk/venchurne-investuvannya-v-ukrayini-stan>

9. **Ромашко О.Ю.** Регулювання міжнародних фондових ринків [Електронний ресурс] / **О.Ю. Ромашко.** – К. : КНЕУ, 2000. – 240 с. – Режим доступу: <http://www.ssmc.gov.ua/4/2003/2.1.6.shtml>

References.

1. Zakon Ukrayiny «Pro investiciynu dijal'nist'» vid 18.09.1991 № 1560-XII [Of Ukraine «On Investment Activity» of 18.09.1991 No. 1560-XII]. (1991, 18 October). *zakon.rada.gov.ua*. Retrieved from <http://zakon.rada.gov.ua/go/1560-12> [in Ukrainian].

2. Zakon Ukrayiny «Pro rezhim inozemnogo investuvannja» vid 19.03.1996 № 93/96-VR [The law of Ukraine «About the regime of foreign investment» of 19.03.1996 № 93/96-VR]. (1996, 19 Mart). *zakon.rada.gov.ua*. Retrieved from <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/93/96-vr> [in Ukrainian].

3. Zakon Ukrayiny «Pro cinni paperi ta fondovij rinok» vid 23.02.2006 № 3480-IV [The law of Ukraine «On Securities and the Stock Market» of 23.02.2006 № 3480-IV]. (2006,23 February). *zakon.rada.gov.ua*. Retrieved from <http://zakon.rada.gov.ua/go/3480-15> [in Ukrainian].

4. Zakon Ukrayiny «Pro derzhavne reguljuvannja rinku cinnih paperiv v Ukraïni» vid 30.10.1996 № 448/96-VR [The law of Ukraine «On State Regulation of the Securities Market in Ukraine» of 30.10.1996]. (1996, 30 October). *zakon2.rada.gov.ua*. Retrieved from <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/448/96-%D0%B2%D1%80> [in Ukrainian].

5. Zakon Ukrayiny «Pro instituti spil'nogo investuvannja» vid 05.07.2001 № 5080-VI [The law of Ukraine «On Collective Investment Institutions» of

05.07.2001 № 5080-VI]. (2001, 05 July). *zakon2.rada.gov.ua*. Retrieved from <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/5080-17> [in Ukrainian].

6. Direktiva Evropejs'kogo Sojuzu «Pro uzgodzhennja zakoniv, pidzakonnih ta administrativnih polozhen', shho stosujut'sja institutiv spil'nogo (kolektivnogo) investuvannja v cinni paperi, shho pidljagajut' obigu» vid 20 grudnja 1985 № 85/611 [On the coordination of laws, regulations and administrative provisions concerning institutes of joint (collective) investment in negotiable securities of 20 December 1985 № 85/611]. (1985, 20 December). *zakon3.rada.gov.ua*. Retrieved from http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/994_293 [in Ukrainian].

7. Polozhennja pro sklad ta strukturu aktiviv institutu spil'nogo investuvannja. Zatverdzheno rishennjam NKCPFR vid 10.09.2013 r. № 1753 [Regulations on the composition and structure of assets of the joint investment institution]. (2013, 10 October). *zakon2.rada.gov.ua*. Retrieved from <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z1689-13> [in Ukrainian].

8. N'ju-jorks'ka fondova birzha zamanjuc ukraïns'ki kompanii do sebe na IRO [The New York Stock Exchange lures Ukrainian companies to IPO]. (n.d.). *ndiiv.org.ua*. Retrieved from <http://ndiiv.org.ua/uk/venchurne-investuvannya-v-ukrayini-stant> [in Ukrainian].

9. **Romashko O.Y.** (2000) Reguljuvannja mizhnarodnih fondovih rinkiv [Regulation of international stock markets]. Kiev: KNEU, p. 240. *ssmsc.gov.ua*. Retrieved from <http://www.ssmsc.gov.ua/4/2003/2.1.6.shtml> [in Ukrainian].

Анотація.

Рижикова Н.І. Передумови формування ефективної моделі розвитку ринку інвестиційних ресурсів України.

Метою статті є обґрунтування закономірностей та тенденцій функціонування основних елементів інвестиційного ринку, які при ефективній взаємодії створюють передумови формування ефективної моделі розвитку ринку інвестиційних ресурсів України. Розглянуто основні положення законодавчих та нормативних актів, що регулюють інвестиційну діяльність в Україні. Наведено основні методологічні положення для формування ефективної моделі розвитку ринку інвестиційних ресурсів. Виділено основні чинники ефективного функціонування інвестиційного середовища. Розглянуто загальноприйняті основні форми державного регулювання інвестиційного ринку. Зроблено висновки щодо стратегії вибору інноваційної моделі розвитку ринку інвестиційних ресурсів України, головними завданнями якої є забезпечення збалансованої взаємодії наукового, технічного, виробничого та підприємницького потенціалів, розробка та впровадження механізму активізації інноваційної діяльності суб'єктів підприємництва, поширення інновацій в усіх сферах національної економіки.

Ключові слова: інвестиційний ринок, інноваційна модель, венчурні фонди, державне регулювання, інститути спільного інвестування.

Аннотация.

Рыжикова Н.И. Предпосылки формирования эффективной модели развития рынка инвестиционных ресурсов Украины.

Целью статьи является обоснование закономерностей и тенденций функционирования основных элементов инвестиционного рынка, которые при эффективном взаимодействии создают предпосылки формирования эффективной модели развития рынка инвестиционных ресурсов Украины. Рассмотрены основные положения законодательных и нормативных актов, которые регулируют инвестиционную деятельность в Украине. Приведены основные методологические положения для формирования эффективной модели развития рынка инвестиционных ресурсов. Выделены основные факторы эффективного функционирования инвестиционной среды. Рассмотрены общепринятые основные формы государственного регулирования инвестиционного рынка. Сделаны выводы относительно стратегии выбора инновационной модели развития рынка инвестиционных ресурсов Украины, главными заданиями которой являются обеспечение сбалансированного взаимодействия научного, технического, производственного и предпринимательского потенциалов, разработка и внедрение механизма активизации инновационной деятельности субъектов предпринимательства, распространения инноваций во всех сферах национальной экономики.

Ключевые слова: *инвестиционный рынок, инновационная модель, венчурные фонды, государственное регулирование, институты общего инвестирования.*

Abstract.

Ryzhikova N.I. Preconditions of forming of effective model of market of investment resources of Ukraine development.

The aim of the article is a ground of conformities to law and tendencies of functioning of basic elements of investment market, that at effective co-operation create pre-conditions of forming of effective model of market of investment resources of Ukraine development. The substantive provisions of legislative and normative acts that regulate investment activity in Ukraine are considered. Substantive methodological provisions over are brought for forming of effective model of market of investment resources development. The basic factors of the effective functioning of investment environment are distinguished. The generally accepted basic forms of government control of investment market are considered. Drawn conclusion in relation to strategy of choice of innovative model of market of investment resources of Ukraine, the main tasks of that are providing of the balanced co-operation scientific, technical, productive and enterprise potentials, development and introduction of mechanism of activation of innovative activity of business entities, distributions of innovations in all spheres of national economy, development.

Keywords: *investment market, innovative model, venture funds, state regulation, general investment institutions.*

СТРАТЕГІЇ УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ В СУЧАСНИХ ІНТЕГРАЦІЙНИХ УМОВАХ

***СИДОРЧЕНКО В.О., ЗДОБУВАЧ,
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
СІЛЬСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА ІМЕНІ ПЕТРА ВАСИЛЕНКА***

Постановка проблеми у загальному вигляді. Ключовою проблемою вітчизняних аграрних підприємств є підвищення конкурентоспроможності в сучасних інтеграційних умовах.

Конкурентоспроможність аграрного підприємства є основним інтегральним показником, який відображає майже всі сторони його діяльності, характеризує потенціал розвитку, фінансову і виробничу стійкість, визначає позицію та потенціал підприємства на ринку.

Приєднання України до СОТ та зони вільної торгівлі з Європейським Союзом в умовах недостатньої матеріально-технічної забезпеченості аграрних підприємств, невисокої кваліфікації трудових ресурсів, використання застарілих витратних технологій, недосконалого ринку кредитування агросектору та низької покувної спроможності населення на внутрішньому ринку може підірвати продовольчу і економічну безпеку держави.

Саме тому надзвичайно актуальною проблемою перед вітчизняними агровиробниками постає вироблення відповідної стратегії управління конкурентоспроможністю своєї продукції.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблемами підвищення конкурентоспроможності аграрних підприємств вивчають такі вітчизняні вчені як Саблук П.Т., Тарнавська Н.П., Красноручий О.О., Мазур Н.А., Гринько Т.В., Алимов О.М., Романишин С.Б., Маренич Т.Г., Онегіна В.М., Амбросов В.Я., Гайдуцький П.І. та інші. В працях зазначених вчених висвітлюється широке коло питань побудови конкурентних взаємовідносин аграрних підприємств, напрямків і шляхів підвищення конкурентоспроможності аграрних підприємств, різних аспектів управління конкурентоспроможності.

Формулювання цілей статті. Метою роботи є дослідження основних стратегій управління конкурентоспроможністю аграрних підприємств в сучасних інтеграційних умовах, враховуючи світовий і вітчизняний досвід ефективного ведення сільського господарства.

Виклад основного матеріалу дослідження. Економічний словник вказує: економічна стратегія – це «довготерміновий курс економічної політики, який передбачає вирішення великомасштабних економічних і соціальних завдань» [1]. В теорії менеджменту термін стратегія трактується як модель дій, набір правил і прийомів, за допомогою яких досягають довгострокових цілей розвитку організації [2].

В сучасній економічній думці багато різноманітних тлумачень цього поняття. Так, наприклад, А. Мескон визначає стратегію як детальний всебічний комплексний план, призначений для того, щоб забезпечити здійснення місії організації і досягнення її цілей [3, с. 257]. Інше тлумачення поняттю стратегія надає А. Чанднер: «визначення базових довготермінових цілей та орієнтирів підприємства, вибір основних дій та забезпечення необхідних для досягнення таких цілей ресурсів». Основним процесом у виборі та розробці стратегії він визначав раціональне планування [4].

Незважаючи на деяку різноманітність в економічній літературі тлумачень поняття стратегії, її можна трактувати як засіб реалізації місії підприємства, що являє собою сукупність методів, заходів, важелів та алгоритмів для встановлення довгострокових цілей, які комплексно охоплюють всі сфери діяльності підприємства, враховують можливі майбутні зміни зовнішнього середовища, циклічність розвитку національної та світової економік, а також інтереси кожного з членів трудового колективу, з метою укріплення конкурентних позицій підприємства в довгостроковій перспективі виходячи з оптимального використання ресурсів, якими воно володіє.

З огляду на це стратегія управління конкурентоспроможністю підприємства визначається як програма дій, спрямованих на досягнення довгострокових конкурентних переваг підприємства. Вона ґрунтується на принципах гнучкості й адаптивності до змін зовнішнього середовища, інноваційності, системності та ситуаційності.

Враховуючи особливості сільського господарства, можна дати визначення стратегії управління конкурентоспроможністю аграрних підприємств: це комплексна довгострокова програма розвитку підприємств, що здійснюють виробництво, переробку та реалізацію аграрної продукції, заснована на поглибленні взаємозв'язків між господарюючими суб'єктами та спрямована на формування конкурентних переваг окремого підприємства та аграрних підприємств в цілому.

Кожна система управління починається з місії. За її відсутності ставиться під сумнів необхідність існування такого підприємства. Місія декларує систему цінностей і принципів, якими керується підприємство в своїй діяльності, формулює найбільш загальні пріоритетні цілі діяльності.

Наступним після визначення місії підприємства є вивчення того зовнішнього середовища, в якому здійснюватиметься підприємницька діяльність. На цьому етапі слід визначити ринок або окремий сегмент ринку, на який планується вихід, і в межах встановленого ринкового простору виділити ту його частку, де здійснюватиметься маркетингова діяльність. В першу чергу треба надати оцінку перспектив розвитку з точки зору масштабів зростання, стабільності, місткості ринку та норм прибутку.

Дуже важливим при розробці маркетингових стратегій досягнення конкурентних переваг є аналіз конкурентів. Конкурентна маркетингова стратегія для сільськогосподарських підприємств націлена на вивчення досвіду конкурентів в плані залучення новітніх механізмів, технологій та методів, спрямованих на удосконалення ведення господарської діяльності, як то зниження витрат виробництва, збільшення об'ємів виробленої продукції, удосконалення системи збуту та розподілу та ін.

Визначальним кроком у розробці маркетингових стратегій є формування цілей. Фундаментальна ціль функціонування всіх товаровиробників на ринку однакова – одержання прибутку. Але єдиної маркетингової стратегії щодо її досягнення, яка була б придатна для всіх фірм, не існує.

Маркетингові стратегії мають наступні класифікаційні ознаки [5]. Залежно від терміну їх реалізації вони поділяються на довгострокові, середньострокові та короткострокові.

Залежно від стратегії життєвого циклу товарів фірми:

- маркетингові стратегії на стадії впровадження товару на ринок;
- маркетингові стратегії на стадії росту;
- маркетингові стратегії на стадії насичення ринку;
- маркетингові стратегії на стадії спаду.

За станом ринкового попиту бувають стратегії конверсійного, креативного, стимулюючого, підтримуючого маркетингу, синхромаркетингу, ремаркетингу та демаркетингу.

Залежно від загальноекономічного стану підприємства та її маркетингових спрямувань існує три види базових маркетингових стратегій фірми: стратегія виживання, стратегія стабілізації та стратегія росту.

Як відомо, природа ринкового середовища характеризується високим ступенем невизначеності. Тому потрібно постійно проводити аналіз впливу непередбачуваних ситуацій. На думку більшості науковців і представників бізнесу найбільш ефективно управляти ризиками можна при використанні диверсифікації виробництва аграрних підприємств. Це гарантує постійність функціонування виробництва за рахунок додаткових надходжень фінансових ресурсів з джерел, що формуються за межами основного виробництва.

Кожному з етапів розробки та реалізації маркетингової стратегії фірми відповідають свої завдання. Узагальнюючи викладені в економічній літературі етапи, можна привести наступні. Так, на першому постає задача побудови відповідної до обраної стратегії організаційної структури. На другому слід вирішити завдання управління бюджетом і проектами. На третьому етапі розробляють механізм реалізації стратегії, після чого приступають до вирішення задачі підвищення мотивації співробітників та створення на підприємстві сприятливого клімату й організаційної культури.

Завершальним етапом розроблення маркетингової стратегії вважається її оцінювання та коригування. Існує безліч способів оцінки розробленої стратегії. Як правило вони поєднані з аналізом намічених планів та існуючими ресурсами, порівнянням очікуваних результатів з витратами та строками досягнення поставлених цілей. Головним критерієм якості обраної стратегії вважають економічні результати розвитку організації.

В сучасних умовах вітчизняне сільськогосподарське підприємство повинне управляти обсягами виробництва та реалізації продукції, регулюючи пропорції залучення економічних ресурсів. При цьому кожен з визначених типів стратегії має обиратися з урахуванням виробничо-комерційних можливостей підприємства та конкретної ситуації на ринку.

За критерієм впливу на економічну ефективність діяльності вітчизняного аграрного підприємства та розвиток його економічного потенціалу виділяють три основні типи маркетингових стратегій: стратегію розширення, стратегію стабілізації та стратегію виживання.

Стратегія виживання є захисною стратегією і використовується при кризовому стані економічної діяльності підприємства. Стратегія стабілізації діяльності підприємства використовується з урахуванням нестабільності (коливання) обсягу продажу своєї продукції і отримуваної величини доходів. Стратегія зростання здійснюється при найприйнятнішим умовам стабільного зростання обсягів продажу, прибутку, капіталу.

Вибір конкретної етапної стратегії фірми має здійснюватись на основі аналітичних оцінок господарських можливостей і ризиків, що є найбільш вірогідними для кожної з можливих стратегій з урахуванням сучасної економічної ситуації.

Слід зазначити, що внаслідок суттєвих особливостей сільськогосподарського виробництва рівень технологічної культури виробничих процесів аграрних підприємств не може постійно змінюватись. Це зумовлено інертністю суб'єктів та постійною потребою в залученні значних інвестиційних коштів в оновлення матеріально-технічної бази. Внаслідок цього застосування стратегій створення унікальних товарів та відповідних комерційних пропозицій значно обмежуються. Тому одним з пріоритетних напрямів створення конкурентних переваг вважається налагодження комерційної взаємодії з іншими учасниками ринку більш високих рівнів.

Розглянемо стратегії, які були розроблені в світовій економічній науці саме для досягнення успіху аграрними підприємствами на цільових ринках в умовах сьогодення.

По-перше, слід розглянути стратегію вертикальної інтеграції. Принципового значення в цій стратегії набуває поділ на два основні види інтеграції – горизонтальної (об'єднання сільськогосподарських підприємств як суб'єктів однієї галузі) та вертикальної (налагодження зв'язків між підприємствами суміжних галузей).

Горизонтальна інтеграція спрямована, насамперед, на отримання аграрними підприємствами конкурентних переваг у їх протистоянні з акторами із суміжних галузей. Вертикальна інтеграція, навпаки, передбачає уникнення цього протистояння, заміну механізмів взаємодії, разом із взаємопроникненням, яке може діяти до поглинання. В сучасних українських умовах інтеграція відбувається, як правило, навколо власників елеваторів, зернотрейдерів, переробних заводів.

По-друге, на сьогоднішній день актуальною для нашої країни є стратегія спеціалізації, тобто скорочення кількості культур до одночасного вирощування. Саме цієї стратегії притримуються в Україні найбільші агрохолдинги. В умовах жорсткої цінової конкуренції вирощування великої кількості сільгоспкультур є занадто дорогим задоволенням. Тому як правило вирощують на своїх площах експортні культури та ті, що користуються великим попитом на внутрішньому ринку. Це стратегія вертикально інтегрованої компанії. Для конкретного виробника дуже важливо при цій стратегії зберегти баланс між спеціалізацією та диверсифікацією виробництва.

По-третє, традиційною та досить дієвою є так звана стратегія зменшення витрат. Характерною її ознакою є політика фірми, що забезпечує конкурентоспроможність завдяки дешевшому виробництву та збуту продукції. Основними методами реалізації стратегії вважаються зниження витрат за рахунок збільшення обсягів виробництва та економія витрат за рахунок створення більш дешевої продукції.

Логічним продовженням стратегії зменшення витрат є стратегія збільшення обсягу виробництва. Тут уже за рахунок масштабу виробництва та концентрації на найбільш прибутковому напрямі виникає можливість зекономити кошти.

Також широко використовується агресивна стратегія поглинання, яка передбачає купівлю господарств-конкурентів. Вона є логічним продовженням стратегії збільшення об'єму виробництва. Політика фірми при цьому напрямі як правило супроводжується нарощуванням земельного банку, переманюванням власників земельних паїв конкуруючої фірми та скупкою активів. При використанні даної стратегії слід враховувати, що надбання корпоративних прав передбачає витрати значних коштів, які мобілізуються за рахунок зменшення фінансування реального виробництва.

Серед запропонованих стратегій досить актуальною вважається стратегія виходу на міжнародні ринки безпосередньо аграрними виробниками. Самостійний експорт зернових дає можливість отримувати додаткові валютні кошти. Тому вона набуває широкого розповсюдження серед великих агрохолдингів. При цьому треба враховувати, що одночасно з прибутками зростають і ризики. Так, система квотування при торгівлі з країнами ЄС може призвести до неможливості виконання міжнародних контрактів.

Але найпривабливішою вважається стратегія удосконалення чи створення нових конкурентних можливостей аграрних господарств. Вона передбачає вихід на якісно нові ринки. Для цього потрібно постійно вводити нові потужності, використовувати передові технології, розширювати сферу виробництва та переробки. Наприклад, із наявних зернових ресурсів розпочинати виробництво борошна, комбікормів, крупів. Тобто виходити на ринки, де рівень конкуренції нижчий, ніж у сільському господарстві, або вищі темпи зростання ринку, його об'єм. Так, ринок комбікормів стабільно ріс на 10-15% у рік протягом останніх 5 років. При цьому слід враховувати,

що рівень конкуренції не є константою і конкурентний тиск з часом буде зростати і в цих нішах.

Висновки. Роблячи висновки з викладеного матеріалу можна дати збірний образ успішного сільськогосподарського господарюючого суб'єкта, який позиціонується як спеціалізований, вертикально інтегрований, з раціональними технологіями виробництва та менеджменту, має великий земельний банк, розвиває нові напрями бізнесу. В цілому, аналізуючи дані Департаменту статистики сільського господарства та навколишнього середовища, найкращих результатів досягають сільськогосподарські підприємства розміром 2-3 тис. га. Цей розмір цілком достатній для успішного господарювання. Але навіть найефективніші дії будуть втрачати сенс за відсутності визначеної стратегії управління конкурентоспроможністю.

Література.

1. **Алимов О.М.** Балансування стратегій в стратегічному наборі підприємства / **О.М. Алимов, І.А. Ігнатієва** // Актуальні проблеми економіки. – 2005. – № 7. – С. 109-115.
2. **Стігліц Дж.** Економіка державного сектора / **Дж. Стігліц**. – К. : Основи, 1998. – 854 с.
3. Управление конкурентоспособностью продукции [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://chtivo.biz/ekonomika/307-upravlenie_konkurentosposobnostju_produkcii.html?showall=1
4. **Олійник С.** Фермери просять підтримки / **С. Олійник** // Газета Експрес 16-17 вересня 2014 р. – С. 2-3.
5. **Романишин С.Б.** Система управління конкурентоспроможністю підприємства / **С.Б. Романишин** // Науковий вісник НАТУ України. – 2010. – Вип. 20.12.
6. **Піддубний І.О.** Управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства: [навчальний посібник] / За ред. **І.О. Піддубного**. – Х. : «ІНЖЕК», 2004. – 264 с.
7. **Тарнавська Н.П.** Управління конкурентоспроможністю підприємств: теорія, методологія, практика: [монографія] / **Н.П. Тарнавська**. – Тернопіль : Економічна думка, 2008. – 570 с.
8. Интеграция классических и современных методик разработки конкурентной стратегии организации с целью повышения конкурентоспособности предприятий [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.moluch.ru/archive/61/9063/>.
9. **Мескон А.** Основы менеджмента / **А. Мескон, Дж. Хедоури**; [пер. с англ.]. – М. : Дело, 1992. – 762 с.

References.

1. **Alymov O.M., Ihnatiieva I.A.** (2005). Balansuvannia stratehii v stratehichnomu nabori pidpriemstva [Balancing strategies in the strategic set of the enterprise]. *Aktualni problemy ekonomiky – Actual problems of Economics*, No 7, pp. 109-115 [in Ukrainian].
2. **Stihlits Dzh.** (1998). *Ekonomika derzhavnogo sektora [Economics of the public sector]*. Kyiv: Osnovy, p. 854 [in Ukrainian].
3. Upravlenie konkurentosposobnosti produktcii [Management of competitiveness of products]. (n.d.). *chtivo.biz*. Retrieved from http://chtivo.biz/ekonomika/307-upravlenie_konkurentosposobnostju_produkcii.html?showall=1 [in Russian].
4. **Oliinyk S.** (2014). Fermery prosiat pidtrymky [Farmers ask for support]. *Hazeta Ekspres (16-17 veresnia 2014) – The Express Newspaper (September 16-17)*, pp. 2-3 [in Ukrainian].
5. **Romanyshyn S.B.** (2010). Systema upravlinnia konkurentospromozhnistiu pidpriemstva [System of competitiveness management of the enterprise]. *Naukovyi visnyk NLTU Ukrainy – Scientific Herald NLTU Ukraine*, Issue 20.12 [in Ukrainian].
6. **Piddubnyi I.O.** (Ed.). (2004). *Upravlinnia mizhnarodnoi konkurentospromozhnistiu pidpriemstva [Management international competitiveness of the enterprise]*. Kharkov: «INZhEK», p. 264 [in Ukrainian].
7. **Tarnavska N.P.** (2008). *Upravlinnia konkurentospromozhnistiu pidpriemstv: teoriia, metodolohiia, praktyka [he management competitiveness of enterprises: theory, methodology, practice]*. Ternopol: Ekonomichna dumka, p. 570 [in Ukrainian].
8. Integratsiia klassicheskikh i sovremennykh metodik razrabotki konkurentnoi strategii organizatsii s tseliu povysheniia konkurentosposobnosti predpriatii [Integration of classical and modern methodologies for the development of the competitive strategy of the organization with the aim of improving the competitiveness of enterprises]. (n.d.). *www.moluch.ru*. Retrieved from <http://www.moluch.ru/archive/61/9063/> [in Russian].
9. **Meskon A., Khedouri Dzh.** (1992). *Osnovy menedzhmenta [Fundamentals of management]*. (Trans). Moscow: Delo, p. 762 [in Russian].

Анотація.

Сидорченко В.О. Стратегії управління конкурентоспроможністю аграрних підприємств в сучасних інтеграційних умовах.

В статті здійснене дослідження основних стратегій управління конкурентоспроможністю аграрних підприємств в сучасних інтеграційних умовах, враховуючи світовий і вітчизняний досвід ефективного ведення сільського господарства.

Визначене узагальнене трактування стратегії як засобу реалізації місії підприємства, що являє собою сукупність методів, заходів, важелів та алгоритмів для

встановлення довгострокових цілей, які комплексно охоплюють всі сфери діяльності підприємства, враховують можливі майбутні зміни зовнішнього середовища, циклічність розвитку національної та світової економік, а також інтереси кожного з членів трудового колективу, з метою укріплення конкурентних позицій підприємства в довгостроковій перспективі виходячи з оптимального використання ресурсів, якими воно володіє.

Запропоновано стратегію управління конкурентоспроможністю підприємства визначати як програму дій, спрямованих на досягнення довгострокових конкурентних переваг підприємства, заснованої на принципах гнучкості й адаптивності до змін зовнішнього середовища, інноваційності, системності та ситуаційності.

Стратегія управління конкурентоспроможністю аграрних підприємств визначена як комплексна довгострокова програма розвитку підприємств, що здійснюють виробництво, переробку та реалізацію аграрної продукції, заснована на поглибленні взаємозв'язків між господарюючими суб'єктами та спрямована на формування конкурентних переваг окремого підприємства та аграрних підприємств в цілому.

Встановлено, що в сучасних умовах вітчизняне сільськогосподарське підприємство повинне управляти обсягами виробництва та реалізації продукції, регулюючи пропорції залучення економічних ресурсів. При цьому тип стратегії має обиратися з урахуванням виробничо-комерційних можливостей підприємства та конкретної ситуації на ринку.

Ключові слова: стратегії управління, конкурентоспроможність, інтеграція, маркетинг, ринок.

Аннотация.

Сидорченко В.А. Стратегии управления конкурентоспособностью аграрных предприятий в современных интеграционных условиях.

В статье осуществлено исследование основных стратегий управления конкурентоспособностью аграрных предприятий в современных интеграционных условиях, учитывая мировой и отечественный опыт эффективного ведения сельского хозяйства.

Обобщена трактовка стратегии как средства реализации миссии предприятия, представляющей собой совокупность методов, мер, рычагов и алгоритмов для установления долгосрочных целей, которые комплексно охватывают все сферы деятельности предприятия, учитывают возможные будущие изменения внешней среды, цикличность развития национальной и мировой экономик, а также интересы каждого из членов трудового коллектива, с целью укреплению конкурентных позиций предприятия в долгосрочной перспективе исходя из оптимального использования ресурсов, которыми оно обладает.

Предложено определять стратегию управления конкурентоспособностью предприятия как программу действий, направленных на достижение долгосрочных конкурентных преимуществ, основанную на принципах гибкости и адаптивности к изменениям внешней среды, инновационности, системности и ситуационности.

Стратегия управления конкурентоспособностью аграрных предприятий определена как комплексная долгосрочная программа развития предприятий, осуществляющая производство, переработку и реализацию аграрной продукции, основанная на углублении взаимосвязей между хозяйствующими субъектами и направленная на формирование конкурентных преимуществ отдельного предприятия и аграрных предприятий в целом.

Установлено, что в современных условиях отечественное сельскохозяйственное предприятие должно управлять объемами производства и реализации продукции, регулируя пропорции привлечения экономических ресурсов. При этом тип стратегии должен выбираться с учетом производственно-коммерческих возможностей предприятия и конкретной ситуации на рынке.

Ключевые слова: стратегии управления, конкурентоспособность, интеграция, маркетинг, рынок.

Abstract.

Sidorchenko V.A. Strategy of agricultural enterprises competitiveness management in modern conditions of integration.

The article presents the results of study of major strategies of management competitiveness of agricultural enterprises in modern conditions of integration, given on the world and national experience of effective agriculture.

A certain generalized treatment strategies as means of achieving the mission of the enterprise, is a set of methods, measures, tools and algorithms for establishing long-term goals, which comprehensively cover all areas of activity of the enterprise, take into account possible future changes in the external environment, the cyclical development of the national and world economies, as well as the interests of each member of the staff, with the aim of strengthening competitive positions of the enterprise in the long term, based on optimal use of the resources that it has.

The proposed strategy of competitiveness management of the enterprise determines a program of action aimed at achieving long-term competitive advantages of enterprises based on the principles of flexibility and adaptability to changes in the external environment, innovation, consistency and situational.

Strategy of management of competitiveness of agricultural enterprises is defined as a complex long-term program of development of enterprises engaged in the production, processing and realization of agricultural products based on the deepening of the relationship between business entities and is directed on formation of competitive advantages of individual businesses and agricultural enterprises in General.

It is established that in modern conditions of domestic agricultural enterprise must manage the volumes of production and sales of products by varying the proportions of attracting economic resources. In this type of strategy should be chosen taking into account the production and commercial capabilities of the enterprise and the specific situation on the market.

Key words: management strategy, competitiveness, integration, marketing, market.

АКТУАЛЬНІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ ОРГАНІЗАЦІЄЮ В КРИЗОВИХ СИТУАЦІЯХ

***СТАРОДУБЦЕВ С.О., К.ВІЙСЬК.Н., ДОЦЕНТ,
РОМАНЮК В.А., К.Т.Н., ДОЦЕНТ,
НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ НАЦІОНАЛЬНОЇ ГВАРДІЇ УКРАЇНИ,
ЧЕРЕПНЬОВ І.А., К.Т.Н., ДОЦЕНТ,
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
СІЛЬСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА ІМЕНІ ПЕТРА ВАСИЛЕНКА***

Постановка проблеми у загальному вигляді. Від сукупності чинників, які впливають на результати операційної діяльності залежить діяльність будь яких організацій, в тому числі і військових. Врахування наслідків від таких чинників на стадіях створення нових видів продукції, технологій, реалізації інноваційно-інвестиційних програм і проектів забезпечує стабільне функціонування організації. Однак, ігнорування деякими чинниками, не виправданий оптимізм при прийнятті управлінських рішень, зайве ризикування ресурсами, низький рівень менеджменту при обмежених ресурсах може призвести до порушення нормальної життєдіяльності організації. Такий стан організації характеризують як кризовий, тобто стан при якому планомірний розвиток організації стає неможливим. Комплекс порушень нормального режиму функціонування господарської діяльності пояснюється проявом «кризи». Ефективність діяльності організації в умовах кризового стану в значній мірі залежить від дієвості антикризового управління організації.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Кризові явища проявляються на різних етапах життєвого циклу організації. Відносно визначення кількості етапів життєвого циклу в сучасних умовах не має єдиного підходу. Поняття «кризи» визначають як «крайнє загострення протиріч у соціально-економічній системі (організації), що загрожує її життєстійкості в навколишньому середовищі» [5]. В залежності від джерела інформації кількість етапів життєвого циклу організації коливається від п'яти до восьми. Так Попов Р.А. [7] виділяє п'ять етапів життєвого циклу: ріст, стабілізація, стагнація, перебудова, а Василенко В.О. [5] – вісім етапів: поріг нечутливості (виникнення

організації) – (Е1), становлення (впровадження), розвиток (ріст), зрілість, насичення, спад, крах (банкрутство), ліквідація чи утилізація.

На даний час не існує однозначності в визначенні терміну життєвого циклу організації. По окремим публікаціям тривалість циклів визначається від 3-5 років до 60 років [4]. Кризи здебільшого проявляються на стадіях переходу операційної системи до наступного життєвого циклу організації. Причинами криз можуть бути: природні, техногенні, зовнішні і внутрішні, об'єктивні і суб'єктивні. Наслідки кризи підрозділяють на позитивні і негативні. За видами кризи підрозділяють на економічні, соціальні, організаційні, психологічні, технологічні, суспільні, природні та екологічні, легкі та глибокі, передбачувані та несподівані [2, 7].

В організаціях розробляється антикризова стратегія для попередження криз.

До однієї з постійних функцій антикризової стратегії організації відноситься оцінка та прогнозування входження її в кризовий стан. Для виявлення криз першорядне значення має оцінка стану зовнішнього середовища і прогнозування його змін в ближній і дальній перспективах. Прогнозування виникнення кризи являє собою багатогранний процес, що включає [7]:

- з'ясування усіх причин, що спонукують виникнення в організації кризового стану;
- визначення факторів, що перешкоджають виникненню кризи;
- ранжирування побудників і утримувачів кризи по силі і термінам впливу;
- розробка засобів нейтралізації побудників кризи і стимуляторів антикризових процесів.

Формується антикризове управління організації на основі антикризових стратегій. До факторів, що визначають ефективність антикризового управління відносять [1]:

- професіоналізм менеджерів в сфері антикризового управління, який досягається в процесі звичайної і спеціальної освіти, а також при набутті фахового досвіду;
- формування складу менеджерів здатних чуйно реагувати на симптоми наближення кризи та ефективно управляти організацією в екстремальних умовах;
- здібність менеджерів при прийнятті рішень враховувати рівень їх ризикованості і заходи щодо страхування небажаних наслідків, які

можуть виникнути під впливом змін в зовнішньому та внутрішньому середовищі організації;

- корпоративність, тобто розуміння і прийняття персоналом організації місії і цілей організації, готовність самовіддано працювати для їх реалізації;

- наявність лідерів в організації, які користуються довірою керівництва, мають високий авторитет серед персоналу і впевненість в досягненні поставлених цілей;

- оперативність і гнучкість управління, які необхідні в умовах кризового стану організації;

- наявність стратегії розвитку та спеціальних антикризових програм.

Особлива увага в антикризовому управлінні приділяється системі моніторингу кризових ситуацій [2]. В результаті моніторингу визначається ймовірність і реальність появи кризових явищ, що дає можливість своєчасно розробити та здійснити ланку антикризових заходів.

В кризовій ситуації рекомендується для правління ситуаційний підхід, який розглядається як процес [1] згідно якому:

- по-перше, менеджмент повинен вміти здійснювати постійний аналіз ситуації в якій знаходиться організація;

- по-друге, система управління повинна відповідати вимогам поточної ситуації;

- по-третє, управління повинно створювати потенціал організації і необхідну для того, щоб перейти до нового управлінського стилю, що відповідає ситуації;

- по-четверте, управління організацією повинно змінюватись з врахуванням потреб, які виникають в кризовій ситуації.

Для збільшення масштабів небезпеки рекомендується складати спеціальні плани, а для їх реалізації і здійснення антикризового управління створювати антикризові команди (групи) з фахівців, які мають досвід антикризового управління [5].

Формування цілей статті. Метою даної публікації є висвітлення проблеми антикризового управління в сучасних умовах.

Виклад основного матеріалу дослідження. На наш погляд визначення поняття « криза організації» потребує конкретизації, тому що визначення кризи як «крайнє загострення протиріч у соціально-економічній системі (організації), що загрожує її життєстійкості в

навколишньому середовищі» в більшій мірі характеризує кризовий стан макроекономічних систем ніж мікроекономічних до яких відносяться організації, тому під кризою організації доцільно розуміти втрату організацією можливостей досягати поставлених цілей і виконувати поточні зобов'язання. Під поставленими цілями слід розуміти для комерційних організацій – одержання прибутку, для неприбуткових організацій – досягнення соціальних, екологічних та інших цілей, для військових організацій – підтримання військової готовності. Під виконанням зобов'язань слід розуміти розрахунки по:

- довгостроковим і короткостроковим кредити банків;
- довгостроковим фінансовим зобов'язанням;
- відстроченим податковим зобов'язанням;
- по кредиторській заборгованості за товари, роботи, послуги;
- одержаним авансам, бюджетом, з позабюджетним платежам, з оплати праці, зі страхуванням, з учасниками та по іншим поточним зобов'язанням.

Аналіз показує, що кризи неоднакові не тільки зі своїх причин і наслідків, але і за самою своєю суттю (таблиця 1). Необхідність у розгалуженій класифікації криз пов'язана з диференціацією засобів і способів управління ними. Слід зазначити, що в реальній дійсності в організаціях виникнення одної кризи сприяє виникненню декількох видів криз, наприклад, за технологічною кризою, як правило, може виникнути економічна і соціальні кризи.

Таким чином при виникненні криз організація знаходиться в кризовому стані. Будь яка криза має три стадії розвитку: зародження, наростання та ліквідації.

Для менеджменту організації важливо виявити кризу на стадії зародження. В такому випадку після усунення причин криза ліквідується без небажаних наслідків.

Причини криз можуть бути різноманітними і обумовлені факторами як в зовнішньому так і внутрішньому середовищі. Чинники зовнішнього середовища визначають характер взаємовідносин організації з постачальниками, бюджетом, державними органами і органами місцевого самоврядування, споживачами та конкурентами, в системі зовнішньоекономічної діяльності. До чинників зовнішнього середовища відносяться також наявність доступних природних ресурсів і вплив кліматичних умов.

Класифікація криз

<i>Види криз</i>	<i>Характеристика криз</i>
Загальна криза	Охоплює соціально-економічну систему.
Макрокриза	Охоплює велику частину соціально-економічної системи.
Міккриза	Характерна для окремих галузей, сфер діяльності, проблем.
Економічна криза	Відбиває гострі протиріччя в економіці країни чи економічному стані окремого підприємства, фірми. Це кризи виробництва і реалізації товару, взаємин економічних агентів, кризи неплатежів, втрати конкурентних переваг.
Соціальні криза	Виникає при загостренні протиріччя чи зіткненні інтересів різних соціальних груп чи утворень працівників і роботодавців, профспілок і підприємців працівників різних професій, персоналу і менеджерів та ін.
Фінансова криза	Характеризує протиріччя в стані фінансової системи чи фінансових можливостей фірми.
Організаційна криза	Криза поділу й інтеграції діяльності, розподілу функцій, регламентації діяльності окремих підрозділів, як відділення адміністративних одиниць, регіонів, філій чи дочірніх фірм.
Психологічна криза	Кризи психологічного стану людини. Вони виявляються у вигляді стресу, що набуває масовий характер, у виникненні почуття непевності, паніки, страху за майбутнє, незадоволеності роботою, правовою захищеністю і соціальним станом. Це кризи в соціально-психологічному кліматі суспільства, колективу чи окремої групи.
Технологічна криза	Криза обумовлена відсутністю в організації нових технологій.
Природна криза	Обумовлена змінами в природному середовищі.
Екологічна криза	Обумовлена техногенними і антропогенними факторами.
Передбачувана криза	Передбачувані кризи настають як етап розвитку, вони можуть прогнозуватися і викликаються об'єктивними причинами, при реструктуризації виробництва, змінами структури інтересів під впливом науково-технічного прогресу.
Несподівана криза	Несподівані кризи часто бувають результатом грубих помилок в управлінні або яких-небудь природних явищ.

В більшості випадків виникнення криз, під впливом зовнішнього середовища, можна передбачити та здійснити комплекс заходів по їх попередженню або зменшенню впливу негативних наслідків на господарську діяльність організації. Кризи можуть виникнути також і під впливом чинників внутрішнього середовища таких як: низький рівень організації маркетингових досліджень, недоліки в операційному менеджменті, конфліктні ситуації між персоналом, адміністрацією і засновниками, окремими підрозділами, низький рівень інноваційно-інвестиційної діяльності та інше.

До проблем функціонування організації в кризовому стані відносяться:

- збільшення кредиторської заборгованості з постачальниками, бюджетом, фондами соціального страхування, по розрахункам з персоналом, учасниками і т.п.;

- наростання дебіторської заборгованості, що може бути обумовлено укладанням контрактів з організаціями, які знаходяться в незадовільному фінансовому стані;

- зменшення дебіторської заборгованості в результаті падіння попиту на продукції і як результат виникнення нестачі обігових коштів, що приводить до необхідності збільшення кредиторської заборгованості перед банками;

- виникнення плінності кадрів високої кваліфікації;

- втрата іміджу організації і зниження номінальної вартості цінних паперів організації;

- збільшення позапланових перевірок господарської діяльності;

- розгляд справ судах за позовами кредиторів організації.

Діяльність організації по попередженню криз, зменшенню їх впливу на господарську діяльність та ліквідації наслідків криз забезпечується системою антикризового управління. В системі антикризового управління центральне місце займає система розпізнавання криз на ранніх етапах їх розвитку. До перших ознак криз (таблиця 2) відносяться такі як наростання кредиторської заборгованості по розрахункам з персоналом, з постачальниками ресурсів, з підрядними організаціями, з бюджетом, сплата штрафних санкцій за несвочасне виконання зобов'язань, судові позови, проблеми з формування портфелю замовлень, зниження курсу акцій і як наслідок збільшення плінності кадрів, позапланові перевірки діяльності податковою інспекцією а для державних організацій перевірки контрольно-ревізійним управлінням.

Таблиця 2

Ознаки кризового стану організації

<i>Ознаки кризового стану</i>	<i>Причини</i>	<i>Наслідки</i>
1. Поточна кредиторська заборгованість по заробітній платі	1. Низький рівень операційних доходів. 2. Наростання дебіторської заборгованості.	1. Зниження рівня мотивації в результатах праці. 2. Ріст плінності кадрів. 3. Зниження кваліфікаційного рівня персоналу
2. Ріст запасів готової продукції	1. Якість продукції не задовольняє вимоги споживачів. 2. Зниження попиту на продукцію організації.	1. Зниження рівня операційних доходів.
3. Зниження курсу акцій	1. Низькі фінансові результати діяльності.	1. Збільшення бажаних продати акції організації
4. Ріст поточної дебіторської заборгованості	1. Низький рівень підготовки контрактів. 2. Незадовільний рівень маркетингових досліджень	1. Зниження рівня операційних доходів. 2. Наростання кредиторської заборгованості.
5. Зниження виробничих запасів	1. Обмеженість фінансових можливостей для придбання ресурсів	1. Зниження об'ємів виробництва із-за недостатності обігових коштів
6. Зростання поточної кредиторської заборгованості	1. Ріст дебіторської заборгованості. 2. Ріст запасів готової продукції	1. Виплати пені за прострочені платежі.
7. Поява довгострокової дебіторської заборгованості	1. Неплатоспроможність споживачів продукції (робіт, послуг). 2. Незадовільний рівень маркетингових досліджень	1. Наростання кредиторської заборгованості. 2. Погіршення фінансового стану організації.
8. Збільшення довгострокової кредиторської заборгованості	1. Зростання дебіторської заборгованості 2. Ріст запасів готової продукції	1. Штрафні санкції за несвочасні розрахунки. 2. Оформлення податкового інспекцією застави на майно підприємства за невиконання податкових зобов'язань. 3. Непланові перевірки . 4. Судові позови кредиторів.
9. Збитковість операційної діяльності	1. Випуск продукції, яка не відповідає вимогам споживачів. 2. Низький рівень інноваційно-інвестиційної діяльності	1. Наростання кредиторської заборгованості. 2. Висока ймовірність банкрутства.

Для виходу підприємства з кризового стану рекомендується комплекс оперативних і стратегічних заходів.

До оперативних заходів відносяться такі, як ліквідація «вузьких місць» в операційній системі, зниження витрат на виробництво продукції, реструктуризація заборгованості, залучення кредитів для поповнення оборотних засобів, виявлення внутрішніх резервів, удосконалення системи управління.

До стратегічних заходів включають перегляд існуючих стратегій в виробничій сфері, системі інноваційно-інвестиційної діяльності, диверсифікація виробництва, удосконалення кредитної політики та інше.

Ефективність антикризового управління збільшується при створенні на підприємстві спеціальної групи з вищого менеджменту організації яка в межах наданих їй повноважень може оперативно розпоряджатись ресурсами при здійсненні конкретних дій, пов'язаних з ліквідацією кризових явищ в організації. Така група може бути виділена в окрему структурну одиницю або мати консультативний статус. Велике значення в системі антикризового управління має розробка антикризової політики яка містить комплекс стратегічних і поточних заходів спрямованих на усунення причин виникнення кризового стану, нормалізації режиму функціонування операційної системи організації, ліквідації наслідків кризового стану, корекцію стратегії розвитку організації.

Висновки. Невиправданий оптимізм при прийнятті управлінських рішень, ігнорування деякими чинниками зовнішнього і внутрішнього середовища, зайве ризикування ресурсами, низький рівень менеджменту при обмежених ресурсах може призвести до порушенню нормальної життєдіяльності організації. Такий стан організації характеризують як кризовий, тобто стан при якому планомірний розвиток організації стає неможливим. Під кризою організації доцільно розуміти втрату організацією можливостей досягати поставлених цілей і виконувати поточні зобов'язання. Під поставленими цілями слід розуміти для комерційних організацій – одержання прибутку, для військових організацій – підтримання бойової готовності, для неприбуткових організацій – досягнення соціальних, екологічних та інших цілей.

В системі антикризового управління центральне місце займає система розпізнавання криз на ранніх етапах їх розвитку.

В результаті проведених досліджень встановлено, що до перших ознак криз відносяться такі як: наростання кредиторської заборгованості по розрахункам з персоналом, з постачальниками ресурсів, з підрядними організаціями, з бюджетом, сплата штрафних

санкцій за несвочасне виконання зобов'язань, судові позиви, проблеми з формування портфелю замовлень, зниження курсу акцій і як наслідок збільшення плинності кадрів, позапланові перевірки діяльності податковою інспекцією а для державних організацій перевірки контрольно-ревізійним управлінням.

Розвиток подальших досліджень по даній проблемі спрямовується на удосконалення методів діагностики кризових явищ на окремих етапах життєвого циклу і розробку комплексу антикризових заходів в організації.

Література.

1. **Абросимов И.Д.** Менеджмент как система управления хозяйственной деятельностью: [учебное пособие] / **И.Д. Абросимов, В.П. Медведев.** – М. : Знание, 1992. – 421 с.
2. Антикризисное управление: [учебник] / Под редакцией **Э.М. Короткова.** – М. : ИНФРА, 2001. – 432 с.
3. **Осовська Г.В.** Менеджмент організацій: [навчальний посібник] / **Г.В. Осовська, О.А. Осовський.** – К. : Кондор, 2005. – 860 с.
4. **Баумен К.** Основы стратегического менеджмента / **К. Баумен.** – М. : Банки и биржи, ЮНИТИ, 1997. – 136 с.
5. **Василенко В.О.** Антикризове управління підприємством: [навчальний посібник] / **В.О. Василенко.** – ЦУА, 2005. – 208 с.
6. **Новіков Б.В.** Основы административного менеджмента: [навчальний посібник] / **Б.В. Новіков., Г.Ф. Сініок., П.В. Круш.** – К.: «Центр навчальної літератури», 2004. – 504 с.
7. **Попов Р.А.** Антикризисное управление: [учебник] / **Р.А. Попов.** – М. : Высш. школа, 2004. – 429 с.

References.

1. **Abrosimov I.D., Medvedev V.P.** (1992). *Menedzhment kak sistema upravleniya hozhaystvennoy deyatel'nostyu* [Management as an economic management system]. Moscow: Znanie, p. 421 [in Russian].
2. **Korotkova E.M.** (Eds.). (2001). *Antikrizisnoe upravlenie* [Crisis management]. Moscow: INFRA, p. 432 [in Russian].
3. **Osovskaya G.V., Osovskiy O.A.** (2005). *Menedzhment organizatsiy* [Organizational management]. Kiev: Kondor, p. 860 [in Ukrainian].
4. **Baumen K.** (1997). *Osnovy strategicheskogo menedzhmenta* [The basis of strategic management]. Moscow: Banki i birzhi, YUNITI, p. 136 [in Russian].
5. **Vasilenko V.O.** (2005). *Antikrizove upravlinnya pidpriemstvom* [Anticrisis management of property]. TsUL, p. 208 [in Ukrainian].
6. **Novikov B.V., Sinok G.F., Krush P.V.** (2004). *Osnovy administrativnogo menedzhmentu* [Basis of administrative management]. Kiev: «Tsentr navchalnoyi literatury», p. 504 [in Ukrainian].
7. **Popov R.A.** (2004). *Antikrizisnoe upravlenie* [Crisis management]. Moscow: Vyssh.shkola, p. 429 [in Russian].

Анотація.

Стародубцев С.О., Романюк В.А., Черепньов І.А. Актуальні аспекти управління організацією в кризових ситуаціях.

Ефективність та функціонування роботи будь-яких організацій базується на сукупності прийняття управлінських рішень, особливо, у період виникнення кризових явищ, які залежать від факторів зовнішнього і внутрішнього середовища. Особлива увага, при цьому, приділяється системі моніторингу кризових ситуацій. В результаті моніторингу визначається ймовірність і реальність появи кризових явищ, що дає можливість своєчасно розробити та здійснити ланку антикризових заходів. В роботі розглянуті проблеми антикризового управління організацією у період кризи, надано класифікацію криз та визначені ознаки кризового стану організації. Для виходу підприємства з цього стану рекомендується комплекс оперативних і стратегічних заходів.

Ключові слова: кризи, антикризове управління, класифікація криз, ознаки кризового стану, антикризові заходи.

Аннотация.

Стародубцев С.А., Романюк В.А., Черепнев И.А. Актуальные аспекты управления организацией в кризисных ситуациях.

Эффективность та функционирование работы разных организаций базируется на совокупности принятия управленческих решений, особенно, в период возникновения кризисных ситуаций, которые зависят от факторов внешней и внутренней среды. Особенное внимание, при этом, уделяется системе мониторингу кризисных ситуаций. В результате мониторингу обозначается вероятность и реальность появления кризисных явлений, что дает возможность своевременно разработать и осуществить шаги антикризисных мероприятий. В работе рассмотрены проблемы антикризисного управления организацией в период кризиса, дана классификация кризисов и обозначены приметы кризисного состояния организации. Для выхода предприятия из этого состояния рекомендуется комплекс оперативных и стратегических мероприятий.

Ключевые слова: кризис, антикризисное управление, классификация кризисов, признаки кризисного состояния, антикризисные мероприятия.

Abstract.

Starodybcev S.O., Romanyuk V.A., Cherepnev I.A. Actual aspects of managing an organization in crisis situations.

The effectiveness of the functioning of robots of different organizations is based on the totality of management decision making, especially during the emergence of crisis situations that depend on the factors of the external and internal environment. Particular attention is paid to the monitoring of crisis situations. As a result, monitoring indicates the probability and reality of the emergence of crisis phenomena, which makes it possible to develop and implement anti-crisis measures in a timely manner. The robot considers the problems of crisis management of the organization during the crisis, the classification of crises is given and signs of the crisis state of the organization are indicated. To exit the enterprise from this state, a complex of operational and strategic measures is recommended.

Keywords: crisis, crisis management, classification of crises, signs of crisis, anti-crisis measures.

ФОРМУВАННЯ ТА РЕАЛІЗАЦІЯ ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНОГО МЕХАНІЗМУ РЕГУЛЯТОРНОЇ ПОЛІТИКИ В АГРАРНІЙ СФЕРІ

***ШИБАЄВА Н.В., К.Е.Н., ДОЦЕНТ,
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
СІЛЬСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА ІМЕНІ ПЕТРА ВАСИЛЕНКА***

Постановка проблеми у загальному вигляді. Розвиток аграрної сфери, як і будь-якої складної системи, може здійснюватися за кількома векторами, що в свою чергу, актуалізує необхідність її державного регулювання з метою обрання системою найкращої з наявних альтернатив в контексті досягнення стратегічної мети економічного розвитку максимізації суспільного добробуту. Застосування організаційно-економічного механізму регуляторної політики дозволяє підвищити ефективність державного регулювання економіки та зокрема аграрної сфери, але, як зазначає Г. Хакен, процесам у відкритих нелінійних системах властива самоорганізація, тому більш важливою є не стільки величина регулюючого впливу, скільки його правильна просторова організація, яку і забезпечує організаційно-економічний механізм регуляторної політики [1]. В свою чергу, ефективність означеного механізму в цілому залежить від таких складових як формування та безпосередньо реалізація, що обумовлює необхідність проведення їх наукового аналізу.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Категорія організаційно-економічного механізму досліджується економістами на макрорівні в аспекті державного регулювання національної економіки, на мезорівні в аспекті функціонування окремих сфер та регіонів національної економіки та на мікрорівні як складова діяльності підприємств з урахуванням конкретного виду та напрямку економічної діяльності. Серед досліджень, предметом яких є функціонування організаційно-економічного механізму, як складової державної форми координації економічної діяльності в аграрній сфері, необхідно відзначити праці М. Ібатулліна, О. Красноручького [2], Л. Малюги [3],

В. Месель-Веселяка [4], А. Музиченка [3], О. Скидана [5], В. Худавердісвої [6], В. Цибок [7] та ін.

У вітчизняній економічній науці є окремий напрям досліджень, присвячений формуванню організаційно-економічних механізмів на різних рівнях та за конкретними напрямками здійснення економічної діяльності. Але питання узгодженості та теоретичного обґрунтування формування та реалізації організаційного-економічного механізму на макrorівні та мезорівні не дістали належного висвітлення.

Формулювання цілей статті. Метою статті є виокремлення, теоретичний аналіз та систематизація процесів, пов'язаних з формуванням організаційно-економічного механізму регуляторної політики та його реалізації в аграрній сфері з точки зору їх узгодженості та ефективності впливу на перебіг економічних процесів.

Виклад основного матеріалу дослідження. В сучасних економічних дослідженнях, присвячених аналізу аграрної сфери, існує значна кількість підходів до визначення «організаційно-економічний механізм», але як зазначає О. Красноручський відсутня єдність думок вчених щодо трактування даної категорії [2].

На думку В. Худавердісвої: «Організаційно-економічний механізм являє собою сукупність економічних важелів, стимулів і заходів, спрямованих на забезпечення динамічного й сталого розвитку аграрних підприємств, який ґрунтується на поєднанні чинників мікро- та макроекономічного середовища з урахуванням елементів державного управління» [6].

В. Месель-Веселяк стверджує: «Аграрне виробництво має дві складові розвитку: перша – організаційна, друга – економічна. Саме від їх вирішення залежить розвиток будь-якого виробництва і, зокрема, сільськогосподарського» [4].

О. Скидан розглядає організаційно-економічний механізм формування аграрної політики як сукупність правових законів, принципів, методів, регуляторів та інституціональних детермінант, за допомогою яких формується аграрна політика держави та її регіонів [5].

Вдалим, на наш погляд, є визначення організаційно-економічного механізму, яке запропонував О. Красноручський у процесі мікроекономічного дослідження формування систем

розподілу продукції аграрних підприємств – це: «система взаємодії сукупностей факторів економічного та організаційного характеру, суб'єктів опосередкування їх дії та засобів впливу з урахуванням ознак приналежності до внутрішнього або зовнішнього середовища, що безпосередньо впливають або беруть участь в процесі формування системи розподілу продукції» [2]. Таке визначення дозволяє використовувати синтетичний підхід, який відображає тенденцію подолання однобічності економічної теорії, та імпліцитною ознакою якого є методологічний плюралізм. Неоднозначність трактування категорії «організаційно-економічний механізм» можна пояснити неусталеністю та відсутністю ієрархічної побудови декількох економічних категорій, які зазвичай науковці відносять до складових механізму: інструментів, важелів, форм, методів. Чітке розуміння та визначення співпорядкованості згаданих складових дозволить зробити крок у напрямі створення інтегральної концепції організаційно-економічного механізму.

Виходячи із загальнонаукових визначень та з урахуванням сфери застосування, пропонуємо наступні уточнення понять, що входять до складу категорії «організаційно-економічний механізм».

Інструмент – знаряддя, які в процесі регуляторної політики безпосередньо стикаються з об'єктом регуляторного впливу з метою зміни, збереження, модифікації, контролю його форми, стану, властивостей. За критерієм сумісності (несумісності) інструменти поділяються на такі що: 1) сумісні як з метою регуляторної політики так із з принципами змішаної економіки ринкового типу; 2) несумісні з метою, але сумісні з принципами змішаної економіки ринкового типу; 3) сумісні з метою, але несумісні з системою; 4) несумісні ні з метою, ні з системою. Інструменти організаційно-економічного механізму регуляторної політики в аграрній сфері розрізняються також в залежності від етапу (формування або реалізація), на якому вони можуть бути задіяні.

Важіль – простий механізм, що може обертатися навколо певної точки опори (стосовно сфери економіки – це існуюча статична рівновага у симбіозі форм координації економічної діяльності) та який застосовується для стимулювання, стримування, збереження темпів економічного зростання. За аналогією із природничими сферами в

економічній сфері існують декілька типів важелів. До першого типу належать важелі, у яких точки прикладення зусиль знаходяться з різних боків від точки опори, наприклад система державних видатків і податків. Для того, щоб отримати стимулюючий ефект потрібно, щоб плече, до якого прикладена сила, було довшим за плече навантаження: так ефект від зниження податків алгебраїчно перевищує ефект від зниження податків. Другий тип об'єднує важелі, у яких обидві точки прикладання сил лежать по один бік від точки опори, прикладами є спрощення умов надання кредитів з одночасним зменшенням рівня оподаткування. Застосування важелів передбачає наявність не тільки відповідних інструментів, але й методів.

Метод – систематизована сукупність дій, які націлені на досягнення мети. В залежності від характеру впливу методи поділяються на адміністративні та економічні, останні в свою чергу, на прямі та непрямі. Методи передбачають наявність інструментів та реалізуються через застосування визначених важелів.

Форма – категорія, що визначається по відношенню до змісту як певна його упорядкованість, а по відношенню до об'єктів, процесів, явищ мікро-, макро- і мезорівня як їх сутність, спосіб їх існування. Форми узагальнюють, впорядковують, надають змісту інструментам, важелям, методам як складовим конкретного механізму. По відношенню до організаційно-економічного механізму регуляторної політики формами виступають правила взаємодії для суб'єктів аграрної сфери (стейкхолдерів), програми підтримки та розвитку національної економіки та аграрної сфери, державний та місцеві бюджети.

Розвиваючи теоретичні напрацювання вітчизняних науковців, вважаємо, що організаційно-економічний механізм, так само як і система категорій і законів політекономії, є абстракцією конкретної системи економічних відносин, але абстракцією, що має відмінний від системи категорій і законів політекономії зміст, який визначається функціональною спрямованістю регуляторної політики. Сферою застосування організаційно-економічного механізму регуляторної політики є відносини з приводу реалізації регулюючого впливу держави як між державою та суб'єктами господарювання, так і безпосередньо державними органами. Тому пропонуємо визначати

організаційно-економічний механізм регуляторної політики як сукупність принципів, методів, важелів, інструментів, що втілюються у формах проведення та реалізуються через систему зв'язків між регуляторами, об'єктами і суб'єктами регулювання із приводу вибору цілей регуляторної політики та засобів їх досягнення, які ґрунтуються на певній економічній концепції та забезпечують структурно визначену послідовність комплексу дій, що сприяють досягненню цілі. Таке визначення враховує сутнісні характеристики, функціональне призначення цієї категорії. Складові організаційно-економічного механізму відрізняються по змістовній наповненості в залежності від рівня та конкретного виду економічної діяльності (рис. 1).

Найчастіше організаційно-економічний механізм розглядається як монолітна структура, але економічна теорія та практика переконують у наявності змістовних відмінностей в елементах зазначеного механізму на етапах його формування та реалізації. Тому пропонуємо розмежовувати відповідно механізм формування та реалізації.

Організаційно-економічний механізм формування регуляторної політики, включає способи визначення проблеми, що підлягає врегулюванню, суб'єктів та об'єкти регулювання, вибору теоретичної концепції, обґрунтування мети, принципів, засобів вираження та узгодження інтересів окремих груп, у тому числі й на політичному ринку, розроблення та прийняття відповідних офіційних документів.

Організаційно-економічний механізм формування регуляторної політики включає певні інструменти використання яких дозволяє суб'єктам, що беруть участь у цьому процесі, приймати процедурні рішення, послідовна реалізація яких, визначає правила взаємодії в аграрній сфері (рис. 2).

Організаційно-економічний механізм формування регуляторної політики у теоретико-методологічній площині пов'язаний із процесом колективного вибору та є складовою вирішення проблеми досягнення соціального оптимуму на основі індивідуальних переваг, врахування яких існує в умовах демократії, як форми організації політичного устрою, та ринкової економіки, як форми організації економічної діяльності [8].

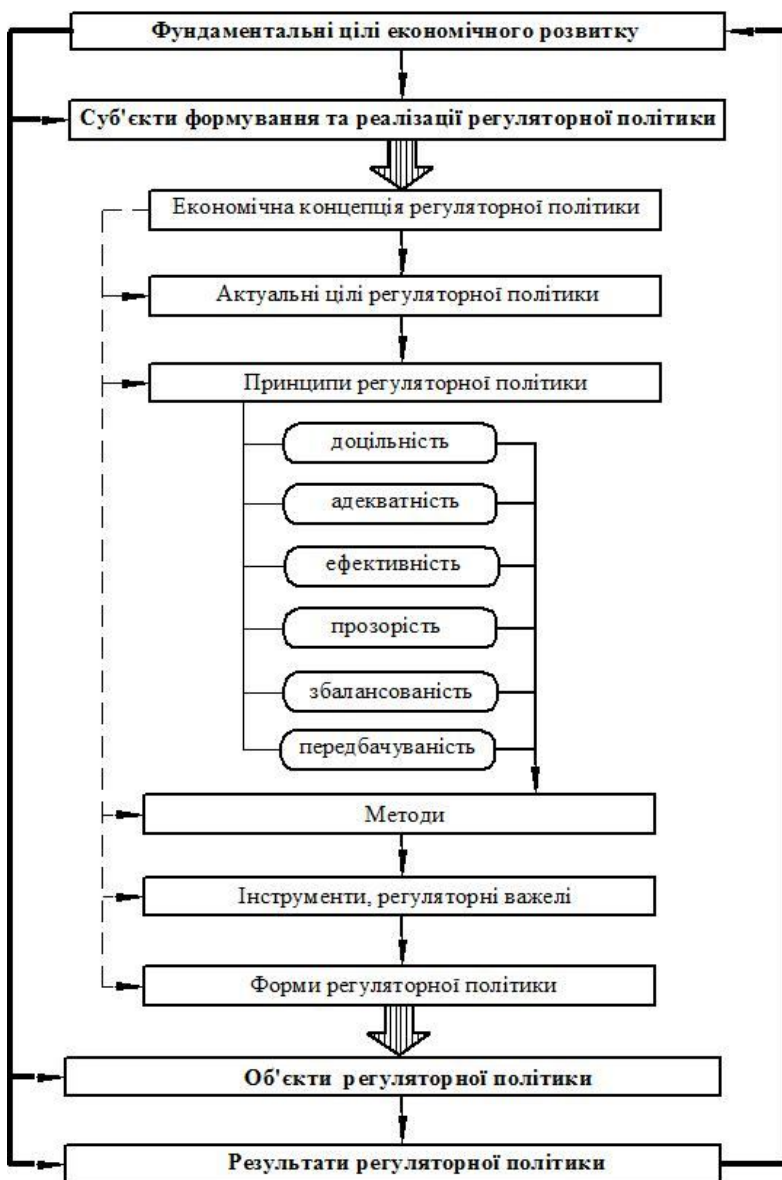


Рис. 1. Організаційно-економічний механізм регуляторної політики*

**розроблено автором*

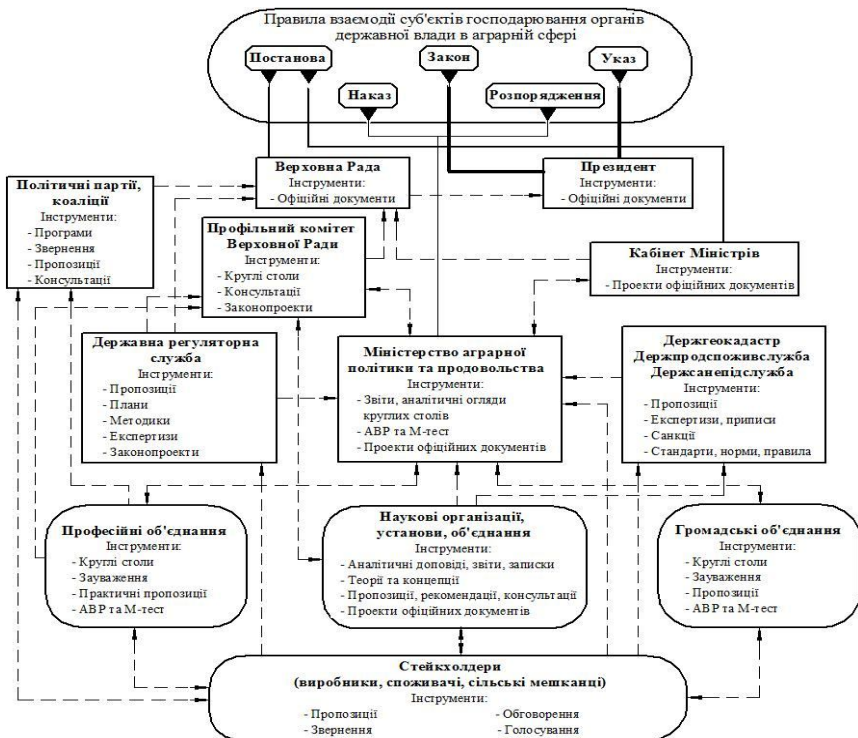


Рис. 2. Організаційно-економічний механізм формування регуляторної політики в аграрній сфері*

**розроблено автором*

Положення теорії колективного вибору, теорії суспільного вибору дозволяють уточнювати складові механізму формування політики та сприяють розумінню причинно-наслідкових зв'язків між особливостями формування та можливою неефективністю механізму реалізації заходів регуляторної політики внаслідок наявності протиріч між результатами колективного вибору та індивідуальними оцінками, на підставі яких він був зроблений. Тому аналіз організаційно-економічного механізму регуляторної політики в аграрній сфері буде здійснюватися з урахуванням методологічних принципів означених теорій.

Відповідно елементами формування регуляторної політики можна вважати не тільки безпосередньо рішення щодо системи оподаткування або обсягів надання субсидій, але й обрану процедуру прийняття даних рішень. До складових формування означеного механізму належать й безпосередньо типи рішень, класифікація яких ґрунтується на критерії збереження/зміни status quo: 1) позитивне рішення, яке санкціонує дію для соціальної групи; 2) негативне рішення, яке ефективно блокує дію, запропоновану іншою групою. Важливим є врахування результатів аналізу рішень та наявність незадовільних рішень, що обумовлені нетранзитивністю механізму колективного вибору.

Процедурні особливості можуть призвести до вибору рішення, проти якого більшість, а також до соціально небажаної бездіяльності («демократичний параліч»), тобто неможливості діяти не через небажання діяти, а через нездатність дійти згоди щодо відповідних дій. Даний фактор знижує ефективність організаційно-економічного механізму формування регуляторної політики, а отже й ефективність механізму регуляторної політики в цілому.

Аналіз практики проведення регуляторної політики в аграрній сфері України свідчить про зміни в організаційно-економічному механізмі формування регуляторної політики, які полягають у розширенні кола суб'єктів шляхом долучення у процес громадських об'єднань та збільшення інструментів (зокрема обов'язкове проведення АРВ, М-тесту, аграрні розписки), законодавчо визначеній зміні питомої ваги прямої та непрямої підтримки та збереженні нерегульованих питань, вирішення яких належить до класичних функцій держави у змішаній економіці ринкового типу.

З урахуванням змін, що відбулися, пропонуємо наступну концептуальну модель організаційно-економічного механізму реалізації регуляторної політики в аграрній сфері, яка включає: правила на основі яких здійснюється взаємодія регуляторів і суб'єктів аграрної сфери та визначається ієрархічна структура повноважень регуляторних органів з приводу використання певних інструментів, методів, важелів, форм а також безпосередньо інструменти, форми, методи впливу на поведінку і результати діяльності суб'єктів в аграрній сфері (рис. 3).

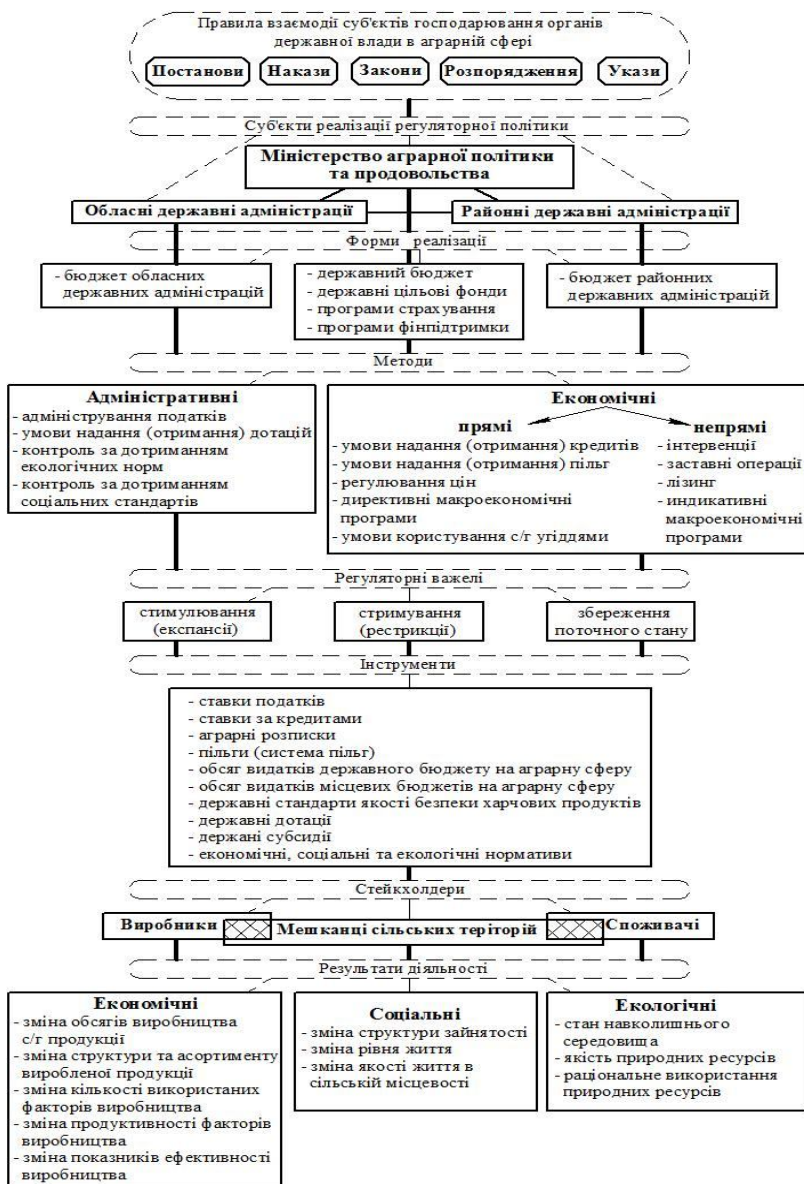


Рис. 3. Організаційно-економічний механізм реалізації регуляторної політики в аграрній сфері*

**розроблено автором*

Висновки. Розмежування механізмів формування та реалізації регуляторної політики в аграрній сфері дозволяє проаналізувати як об'єктно-суб'єктну структуру процесу підготовки, так і об'єктно-суб'єктну структуру процесу її реалізації з метою з'ясування їх узгодженості, встановлення причинно-наслідкових зв'язків між ними та виявлення того впливу, який спричиняє регуляторна політика на функціонування та розвиток аграрної сфери. Проведене розмежування дозволяє також визначити логічну послідовність основних етапів реалізації організаційно-економічного механізму регуляторної політики в аграрній сфері:

- зміна нормативно-правової складової регуляторної політики шляхом прийняття нових офіційних актів, втрати чинності існуючих або внесення змін до чинних, що відбувається внаслідок модифікації соціально-економічної та політичної кон'юнктури відповідних ринків та проявляється через удосконалення середньо- та довгострокових (стратегій) програм;

- зміна принципів, форм, інструментів, кількості та обсягів фінансування державних та бюджетних програм, умов сплати податків, отримання кредитів, страхування, екологічних та технічних нормативів, правил землекористування відповідно до змін нормативно-правової складової регуляторної політики;

- формування економічних очікувань та, з урахуванням цього, економічних стратегій сільгоспвиробників в умовах, що змінилися як реакція на заходи держави;

- зміна обсягів виробництва с/г продукції, структури виробництва, показників економічної, соціальної, екологічної ефективності аграрної сфери.

Вважаємо, що зроблені уточнення щодо змісту та етапів організаційно-економічного механізму регуляторної політики в аграрній сфері, сприятимуть досягненню фундаментальної цілі – досягненню соціального оптимуму та її актуальним проявам щодо аграрної сфери.

Література.

1. **Хакен Г.** Синергетика / **Г. Хакен**, переклад з англ. В.І. Емельянова; под ред. Ю. А. Климонтовича, С. М. Осовца. – М. : Мир, 1980 – 404 с.

2. **Красноручький О.О.** Управління збутом продукції аграрних підприємств: теорія, методологія, практика: автореф. дис. д-ра екон. наук : 08.00.04 / **О.О. Красноручький**; Міжнар. ун-т бізнесу і права. – Херсон, 2013. – 36 с.

3. **Малюга А.М.** Організаційно-економічний механізм стимулювання інноваційної діяльності в АПК / **А.М. Малюга, А.С. Музиченко** // Економіка АПК. – № 11. – 2009. – С. 39-43.

4. **Мессель-Веселяк В.Я.** Організаційно-економічні умови розвитку аграрного виробництва в Україні / **В.Я. Мессель-Веселяк** // Економіка АПК. – № 9. – 2010. – С. 3-12.

5. **Скидан О.В.** Аграрна політика України в період ринкової трансформації: монографія / **О.В. Скидан.** – Житомир: Вид-во «Житомирський національний агроєкологічний університет», 2008. – 376 с.

6. **Худавердієва В.А.** Організаційно-економічний механізм підвищення ефективності сільськогосподарських підприємств / **В.А. Худавердієва.** – Житомир: Вид-во Житомирський національний агроєкологічний університет, 2008. – 374 с.

7. **Цибок В.О.** Організаційно-економічний механізм державного регулювання АПК в умовах фінансової кризи / **В.О. Цибок** // Економіка АПК. – № 10. – 2009. – С. 22-25.

8. **Эрроу К. Дж.** Коллективный выбор и индивидуальные ценности / **К.Дж. Эрроу.** – М. : ГУ ВШЭ, 2004 – 204 с.

9. **Шибасва Н.В.** Теоретичні підходи до визначення категорії організаційно-економічний механізм / **Н.В. Шибасва** // Вісник ХНТУСГ: Економічні науки. – 2015. – Вип. 161. – С. 296-306.

References.

1. **Haken G.** (1980). *Sinergetika [Synergetics]*. (V.I. Emelyanova, Trans). Moscow: Mir, p. 404 [in Russian].

3. **Krasnoruts'kyi O.O.** (2013). *Upravlinnya zbutom produktsiyi ahrarnykh pidpryyemstv: teoriya, metodolohiya, praktyka [Management of sales of agrarian enterprises: theory, methodology, practice]*. Abstract of dissertation of doctor of economic Sciences. Kherson, p. 36 [in Ukrainian].

4. **Malyuha L.M., Muzychenko A.S.** (2009). Orhanizatsiyno-ekonomichnyy mekhanizm stymulyuvannya innovatsiynoyi diyal'nosti v APK [Organizational and economic mechanism of stimulation of innovation activity in agroindustrial complex]. *Ekonomika APK – Economy AIC*, No 11, pp. 39-43 [in Ukrainian].

5. **Messel'-Veselyak V.Ya.** (2010). Orhanizatsiyno-ekonomichni umovy rozvytku ahrarnoho vyrobnytstva v Ukraini [Organizational and economic conditions for the development of agrarian production in Ukraine]. *Ekonomika APK – Economy AIC*, No 9, pp. 3-12 [in Ukrainian].

6. **Skydan O.V.** (2008). Ahrarna polityka Ukrainy v period rynkovoyi transformatsiyi: monohrafiya [Agrarian Policy of Ukraine in the Period of Market Transformation]. Zhytomyr: Vyd-vo «Zhytomyrs'kyi natsional'nyy ahroekolohichnyy universytet», p. 376 [in Ukrainian].

7. **Khudaverdiyeva V.A.** (2009). Orhanizatsiyno-ekonomichnyy mekhanizm pidvyshchennya efektyvnosti sil'skohospodars'kykh pidpryyemstv

[Organizational and economic mechanism for increasing the efficiency of agricultural enterprises]. *Ekonomika APK – Economy AIC*, No 11, pp. 23-25 [in Ukrainian].

8. **Tsybok V.O.** (2009). Orhanizatsiyno-ekonomichnyy mekhanizm derzhavnoho rehulyuvannya APK v umovakh finansovoyi kryzy [Organizational and economic mechanism of state regulation of agroindustrial complex in the conditions of financial crisis]. *Ekonomika APK – Economy AIC*, No 10, pp. 22-25 [in Ukrainian].

9. **Arrow K.Dg.** (2004). *Kollektivnyy vybor i individualnyye tsennosti [Collective choice and individual values]*. (F. Aleskerov, Trans). Moscow: State University Higher School of Economics, p. 204 [in Russian].

10. **Shybayeva N.V.** (2015). Teoretychni pidkhody do vyznachennya katehoriyi orhanizatsiyno-ekonomichnyy mekhanizm [Theoretical approaches to the definition of the category of organizational and economic mechanism]. *Visnyk Kharkivs'koho natsional'noho tekhnichnogo universytetu sil's'koho hospodarstva im. Petra Vasylenka. Ekonomichni nauky - Bulletin of Kharkiv Petro Vasylenko National Technical University of Agriculture. Economic science*, Issue 161, pp. 296-306 [in Ukrainian].

Анотація.

Шибасва Н.В. Формування та реалізація організаційно-економічного механізму регуляторної політики в аграрній сфері.

В статті уточнено зміст основних понять, що є складовими організаційно-економічного механізму регуляторної політики в аграрній сфері: інструментів, важелів, форм, методів. Проаналізовано структуру організаційно-економічного механізму регуляторної політики в цілому, запропоновано розмежування механізмів формування та реалізації регуляторної політики в аграрній сфері, яке сприяє розумінню та вдосконаленню як об'єктно-суб'єктної структури процесу підготовки, так і об'єктно-суб'єктного процесу її реалізації. Визначено логічна послідовність основних етапів реалізації організаційно-економічного механізму регуляторної політики в аграрній сфері.

Ключові слова: аграрна сфера, організаційно-економічний механізм формування регуляторної політики, організаційно-економічний механізм реалізації регуляторної політики.

Аннотация.

Шибасва Н.В. Формирование и реализация организационно-экономического механизма регуляторной политики в аграрной сфере.

В статье уточнены основные понятия, входящие в категорию организационно-экономический механизм регуляторной политики в аграрной сфере: инструментов, рычагов, форм, методов. Проанализирована структура организационно-экономического механизма регуляторной политики в целом, предложено разграничение механизмов формирования и реализации регуляторной политики в аграрной сфере, содействующее пониманию и усовершенствованию как объектно-субъектной структуры процесса подготовки, так и объектно-субъектного процесса ее реализации. Определена логическая последовательность основных этапов реализации организационно-экономического механизма регуляторной политики в аграрной сфере.

Ключевые слова: аграрная сфера, организационно-экономический механизм формирования регуляторной политики, организационно-экономический механизм реализации регуляторной политики.

Abstract.

Shibaeva N.V. Formation and realization of the organizational and economic mechanism of the regulatory policy in the agrarian sector.

The article clarifies the content of the organizational and economic mechanism of regulatory policy components in the agrarian sector of the: tools, levers, forms, methods. The structure of the organizational and economic mechanism of regulatory policy in general is analyzed, the dividing mechanisms of regulatory policy in the agrarian sector into the formation and implementation is proposed, it promotes understanding and improvement of both the object-subjective structure of the process of preparation and the object-subjective process of its implementation. The logical sequence of the main stages of implementation of the organizational and economic mechanism of regulatory policy in the agrarian sector is determined.

Key words: agrarian sphere, organizational and economic mechanism of regulatory policy formation, organizational and economic mechanism of regulatory policy implementation.

УДК 379.85

РОЗВИТОК СПЕЦІАЛЬНИХ ВИДІВ ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

**БОБЛОВСЬКИЙ О.Ю., К.Ф.Н., ДОЦЕНТ,
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
СІЛЬСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА ІМЕНІ ПЕТРА ВАСИЛЕНКА**

Постановка проблеми у загальному вигляді. В теперішній час багато людей працює та проживає в густо населених урбанізованих районах. Кожна людина на Землі працює напружено і тому потребує повноцінного відпочинку. Це значною мірою формує потребу в спеціальних видах туризму: короточасного відпочинку, відпочинку поза високого сезону, активних видів туризму, короточасних поїздок в інші міста з пізнавальними цілями, вибору турів з проживанням не в готелях, а в апартаментах із самообслуговуванням, зеленого туризму тощо. У перспективі очікується, що світ стане більш вивченим, і буде з'являтися все менше нових туристичних центрів, посилиться тенденція до подорожей в більш віддалені, менш відомі та малодоступні місця [1]. Головною особливістю розвитку сучасного туризму є потреба у створенні індивідуалізованого туристського продукту, який би відповідав постійно мінливому комплексному характеру потреб туристів і міг би

бути гнучко і швидко трансформований з урахуванням впливу політичних, економічних та інших факторів розвитку світу. Поглиблюється та розширюється диверсифікація видів туристської діяльності, що задовольняє всі більш складні потреби сучасної людини в розмаїтті відпочинку та дозвілля [2], освоєнні нових напрямків і ринків міжнародного туризму.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Окремі питання розвитку спеціальних видів туризму розглядалися у працях Ю. Алексєєва, О. Бабкіна, М. Лендєла, В. Міклової, М. Пітюлича та інших дослідників.

Формулювання цілей статті. Мета статті – показати роль спеціалізованих видів туризму в розвитку національної туристичної галузі України.

Виклад основного матеріалу дослідження. У наш час туризм є потужною світовою індустрією. За швидкі темпи зростання він визнаний економічним феноменом сторіччя. У багатьох країнах туризм відіграє значну роль у формуванні ВВП, створенні додаткових робочих місць, забезпеченні зайнятості. Туризм має великий вплив на такі ключові галузі економіки як транспорт, зв'язок, будівництво, сільське господарство, тобто виступає своєрідним каталізатором соціально-економічного розвитку країни. Значення туризму, як джерела валютних надходжень і розширення міжнародних контактів, стає дедалі більше. За даними СОТ, внесок туризму у світову економіку становить близько 11 % світового ВВП [3]. До обслуговування такої кількості людей, які переміщуються по всьому світу, залучається ще більша кількість фахівців багатьох суміжних з туризмом галузей. У туризмі зайнято 130 млн. осіб (кожен 15-й). Існує прямий зв'язок між тенденціями розвитку індустрії туризму та загальними економічними, технічними та соціальними досягненнями. Зростаючий рівень життя в розвинених індустріальних країнах світу веде до зростання тривалості відпусток і досить високому рівню пенсійного забезпечення, що також значно впливає на розвиток туризму.

Стрімкий розвиток туризму, організація масового відпочинку людей, забезпечення необхідного при цьому комфорту привели до створення в багатьох розвинених країнах цілої індустрії відпочинку, що отримала назву «туризм» та зайняла провідні позиції в національних економіках.

В розвитку туризму виділяють чотири етапи [4]:

1. До початку XIX ст. – елітарний туризм, зародження спеціалізованих підприємств з виробництва туристичних послуг;

2. XIX ст. – Перша світова війна – революційні зміни в розвитку транспорту, створення перших бюро подорожей;

3. Період між двома світовими війнами – початок становлення масового туризму;

4. Після Другої світової війни – сучасний етап – масовий туризм, формування туристичної індустрії як міжгалузевого комплексу по виробництву товарів і послуг для туризму.

Перший етап визначається як передісторія туризму. Так, в античні часи основними мотивами подорожей були торгівля, освіта, паломництво, лікування. У Стародавній Греції зародилися спортивні поїздки, коли на Олімпійські ігри збиралися жителі з усієї країни. Ранні фінікійці плавали Середземним морем до берегів сьогоднішніх Сирії та Лівану, розміщуючи там свої колонії і розвиваючи торгівлю. У середньовіччі посилюється релігійний характер подорожей. Релігійні переконання спонукали мільйони віруючих здійснювати паломництва до святинь: мусульман – до Мекки, християн – до Єрусалима і Риму. Середньовічні церкви стали пануючими інстанціями та єдиною визнаною владою в різних країнах. Монастирі брали мандрівників. Епоха Ренесансу і Просвітництва послаблює релігійні мотиви і підсилює індивідуальний характер та освітню спрямованість поїздок. Молоді дворяни нерідко відправлялися в своєрідні «гран-тури» по Європі, перш ніж вступити на терені професійної або політичної діяльності. До середини XIX ст. подорожі були не самоцілью, а необхідною умовою і засобом для досягнення власне мети (торгівля, паломництво, розширення кругозору), а також відрізнялися примітивними засобами пересування. Другий етап в історії туризму характеризується революційними змінами у розвитку транспорту. Винаходи пароплава, паровоза, що супроводжувалися розширенням мережі доріг, зумовили більшу надійність і швидкість пересування при одночасному зниженні витрат на подорожі. Підвищення якості та надійності транспортних перевезень в сукупності з їх здешевленням, а також поступове скорочення робочого часу викликали істотне збільшення потоків подорожуючих. У зв'язку з цим виникли перші підприємства, що спеціалізувалися на обслуговуванні тимчасових відвідувачів. На зміну скромним «кімнатам для гостей» у будинках священнослужителів, монастирях і релігійних місцях прийшли перші готелі. До середини XIX ст. індустрія відпочинку розширює сферу діяльності. З'являються перші бюро подорожей, в завдання яких входили організація туристських поїздок і реалізація їх споживачеві. Класичним прикладом є груповий тур на

відпочинок, організований англійцем Т. Куком в 1841 р. Він створив (спочатку в Лестері, потім в Лондоні) перші бюро подорожей. У 1854 р за їх зразком К. Різель відкрив перше німецьке бюро подорожей в Берліні. У другій половині XIX ст. туристські бюро були створені в багатьох країнах світу. Починаючи з 1862 р з'являються перші каталоги туристичних поїздок, що відобразили процес розширення туристичного попиту. Перша світова війна, Велика депресія 30-х рр. і Друга світова війна зробили негативний вплив на розвиток туризму. Разом з тим саме в період між цими війнами зароджується масовий туризм (третій етап), розквіт якого припадає на післявоєнні десятиліття. Після Другої світової війни туризм набуває дійсно масового характеру (четвертий етап). З предмета розкоші він стає потребою для більшості населення високорозвинених країн. Формується індустрія туризму зі своїми інститутами, продуктом, виробничим циклом, методами організації та управління. Даний етап характеризується швидким зростанням кількості подорожуючих, збільшенням числа туристських підприємств та обсягів їх виробництва, масовим будівництвом засобів розміщення, об'єктів туристичної інфраструктури. Особливістю сучасного туризму є широкий міжнародний обмін. При цьому в попиті та пропозиції на ринку відбулися істотні зміни. Даний факт дає підставу стверджувати, що масовий конвеєрний туризм трансформувався в масовий диференційований. Якщо перший передбачає знеособленість послуг в розрахунок на однорідність потреб і мотивацій туристів, то другий характеризується різноманітністю пропонованих послуг і досить чітко вираженою спеціалізацією туристського пропозиції. Такими послугами стають послуги спеціалізованого туризму.

Найбільш поширеними є рекреаційний та пізнавальний туризм [5].

Рекреаційний туризм відрізняється великою різноманітністю і може включати видовищно-розважальні програми, полювання, риболовлю, музичну та художню творчість, відвідування спортивних заходів в якості глядача тощо.

Лікувально-оздоровчий туризм обумовлений потребою в лікуванні різного роду захворювань та оздоровленні організму після перенесених хвороб. Тут можна говорити про тури з виключно лікувальною метою, для лікування будь-яких важких захворювань, реабілітації після травм, аварій, операцій і турах лікувально-оздоровчих, з метою підтримки молодості, краси та здоров'я, зняття стресу і втоми.

Пізнавальний (екскурсійний) туризм включає в себе поїздки з метою ознайомлення з природними та історико-культурними пам'ятками, музеями, театрами, традиціями народів в країні, яка відвідується. Поїздка може включати в себе пізнавальні та рекреаційні цілі одночасно.

Спортивний туризм передбачає виїзд для відвідування спортивних заходів в тих чи інших країнах і регіонах [6].

Етнічний туризм має на меті відвідування місця народження або походження сім'ї, а також місця проживання родичів і / або близьких. Цей вид туризму носить назву ностальгічного. Пріоритетне значення цей вид туризму має для країн, де проживають великі діаспори людей родом з інших країн.

Релігійний туризм ґрунтується на релігійних потребах людей різних конфесій. Релігійний туризм можна назвати найдавнішим, його коріння сягає в незапам'ятні часи. Він має дві основні різновиди: паломницький туризм (окремо слід виділити духовно-паломницький напрямок) і релігійний туризм екскурсійно-пізнавальної спрямованості. Релігійний туризм в окремих конфесіях має свої особливості.

Також велике поширення отримав освітній туризм, який передбачає тури тривалістю від 15 днів до 3 місяців або більше з метою підвищення кваліфікації або поглиблення знань з тих чи інших дисциплін. Найбільш популярними в даний час є освітні тури з метою вивчення іноземних мов або поглиблення знань іноземної мови. Також широкого розповсюдження набуває отримання освіти за кордоном. В Польщі навчається близько 50 тис. українських студентів, в Чехії – понад 30 тис.

Останнім часом з'явилися і користуються попитом нові види туризму: екотуризм, агротуризм, екзотико-пригодницький та екстремальний туризм.

Поява на ринку цих нових видів послуг обумовлено багатьма факторами: науково-технічним прогресом, який надає все нові можливості в організації поїздок, урбанізацією, в зв'язку з якою виникає бажання зняти стрес і абстрагуватися від життєвої рутини, а при певному стабільному рівні доходу, який дозволяє подорожувати, виникає пересиченість від стандартних туристичних програм.

Екологічний туризм - подорожі до відносно неспотворених або незабруднених областей з унікальними природними об'єктами. Екотуризм – це природний туризм, який включає вивчення навколишнього природного середовища і служить для поліпшення

становища в цьому середовищі. В основі екотуризму лежить турбота про навколишнє середовище. На перший план виходить організація поїздки з обмеженим числом учасників в природні зони з можливими відвідин місць, що представляють культурний інтерес, з метою реалізації різних проектів охорони та раціонального використання природних ресурсів. Цим видом туризму займаються відомі особи, наприклад король Норвегії Олаф разом з родиною бере участь у багатьох екологічних заходах.

В даний час виділяють чотири види екологічного туризму:

1. **Науковий туризм.** Як правило, туристськими об'єктами в таких турах виступають особливо природні території, які охороняються, заповідники, заказники, національні парки. В ході наукових екологічних турів туристи беруть участь в різних дослідницьких експедиціях, ведуть польові спостереження. Широко відомі екотури в Латинській Америці: круїзи по Галапагоським островам.

2. **Тури історії природи.** Це сукупність навчальних, науково-культурних і туристських екскурсій, що пролягають по спеціально створеним екологічним маршрутам. Найбільш часто такі екологічні тури організують по територіях заповідників, національних парків, по туристським територіям та акваторіям. Цей вид туризму особливо популярний в Німеччині, тому його часто називають німецькою моделлю розвитку екологічного туризму.

3. **Пригодницький туризм.** У нього можна включити наступні тури:

- discovery amp; adventure holidays (віддалені регіони);
- short destinations (короткострокові тури на велосипедах);
- walking amp; trekking (пішохідні маршрути по складній місцевості);
- multi activity holidays (подорожі зі значними фізичними навантаженнями);
- overland tours (подорожі на спеціально переобладнаних для житла автомобілях).

Даний вид екотуризму об'єднує всі подорожі, пов'язані з активними способами пересування і відпочинку на природі. До даного виду екологічного туризму також належать такі: альпінізм, скелелазіння, льодолазіння, спелеотуризм, гірський і пішохідний туризм, водний, лижний, гірськолижний туризм, кінний туризм, дайвінг, парапланеризм. Багато з цих видів туризму з'явилися недавно і відносяться до спеціального виду туризму - екстремального.

4. Подорожі в природні заповідники та резервації. Висока атрактивність унікальних й екзотичних природних об'єктів та явищ, що знаходяться в заповідниках, приваблює безліч туристів. Наприклад, 60 % туристів, що прибувають до країн Латинської Америки, мають на меті відвідування національних парків, природних заповідників і резервацій. Цей вид екологічного туризму найбільш розвинений в Австралії, тому його часто називають австралійською моделлю розвитку екологічного туризму.

Ще одним видом спеціального туризму є екстремальний туризм [7]. Захоплення людей екстремальним туризмом зростає з кожним роком. За деякими оцінками, на частку цього сегмента припадає понад 10 % туристського ринку в світі, а темпи зростання екстремальних поїздок перевищують середні темпи зростання туризму в цілому. До екстремального туризму долучаються люди різного віку і професій, що мають різне сімейне та суспільне становище, істотно відрізняються рівнем культури й фізичного розвитку. Феномен екстремального туризму пояснюється зміною моралі та смаків. Сучасна людина, що звикла до стабільного способу життя та технічного прогресу, відчуває потреби в адреналіновому сплеску. Екстремальний туризм є одним із способів легального задоволення цієї потреби, чим завойовує все більшу популярність серед жителів сучасного світу. Вони стають своєрідним товаром на «ярмарку марнослава»: зараз, коли поїздки в найдаальні краї доступні для багатьох, «вершки суспільства» прагнуть виділитися, піднятися над масою будь-яким шляхом.

Сплави по бурхливих річках, лижні подорожі, занурення в глибини океанів і «паріння» в хмарах - так тепер виглядає відпочинок, який замінив собою розповсюджений «пляжно-готельний» туризм.

Останнім часом активно розвивається пригодницький туризм – вид туризму, який об'єднує всі подорожі, пов'язані з активними способами пересування та відпочинку на природі, що мають на меті отримання нових відчуттів, вражень, поліпшення туристом фізичної форми та досягнення спортивних результатів. Екстремальний туризм відноситься до найбільш небезпечних видів туризму, його мета і полягає в тому, щоб відчути небезпеку. Розвиток екстремального туризму тісно пов'язаний з історією розвитку екстремальних видів спорту, серед яких скайсерфінг, трекінг, хелі-скі, фрі-райд, рафтинг тощо.

Активні види відпочинку завойовують все більшу популярність і в Україні серед простих туристів. Екстремальний туризм ділитися на

ряд видів: повітряний, наземний, водний, гірський та екзотичний.

Стрибки з парашутом – один з видів авіаційного спорту. Підрозділяється на підвиди: класика, групова акробатика, купольна акробатика, фріфлай, скайсерфінг, фрістайл, свуп, парашутно-атлетичне багатоборство, пара-скі та ін.

Наземний вид екстремального туризму включає в себе широкий спектр розваг таких як мото-, авто- та піші подорожі, відвідування печерних комплексів, велопогулянки.

До водних видів відносяться: дайвінг – це підводне плавання зі спеціальним спорядженням; вейкбордінг є комбінацією водних лиж, сноуборду, скейта та серфінгу; водні лижі є гідною заміною гірських і бігових зимових лиж; віндсерфінг – різновид парусного спорту, гонки на спеціальній овальної дошці; каякінг в якому розвиваються три основні напрямки – гребний слалом, родео і сплав. Слаломний каякінг – це вміння маневрувати на каяку, відчуваючи човен і воду. Родео, на відміну від слалому – це не тільки віртуозна техніка, але і елемент гри. Фрістайл на каяку – це виконання різних трюків на човні за рахунок особливостей рельєфу річки. Рафтинг – це спуск по гірській річці на каное або спеціальних плотах.

Гірські види туризму: альпінізм – вид спорту і активного відпочинку, який має на меті сходження на вершини гір з подальшим спуском шляхом підйому або іншим шляхом; гірськолижний туризм – спуск з гір природними сніжними схилами або спеціально підготовленими трасами на лижах; сноубординг – спуск по снігу з гірських схилів на спеціально обладнаній дошці; фріскінг – спуск крутими непідготовленими схилами зі складним рельєфом; скітур – гірський туризм з використанням лиж і спеціальних кріплень для підйому в гору; лижний альпінізм – сходження на гору з метою спуститися на лижах чи сноуборді.

Також існує й багато інших видів спеціального туризму і з кожним роком знаходиться все більше їх прихильників.

Висновки. Розвиток туризму в зарубіжних країнах досяг значних успіхів як галузь економіки і як засіб відпочинку, який пропонує різноманітні послуги. Досвід провідних країн світу дозволяє використати його на теренах України, тому що на її території знаходиться багато місць в яких можна організувати надання туристичних послуг з приведених видів.

Література.

1. **Сокол Т.Г.** Основи туризмознавства: [навчальний посібник] / **Т.Г. Сокол.** – К., 2006. – 76 с.
2. **Федорченко В.К.** Філософія туризму: [навчальний посібник] / За ред. **В.К. Федорченка, В.С. Пазенка.** – К., 2004.
3. Статистичний бюлетень: Туризм в Україні – 2014. – К.: Держтурадміністрація, 2015. – 49 с.
4. **Гуляев В.Г.** Организация туристской деятельности: [учебное пособие] / **В.Г. Гуляев.** – М.: Нолидж, 1996. – 311 с.
5. **Смаль І.В.** Туристичні ресурси світу / І.В. Смаль. – Ніжин: Видавництво Ніжинського державного університету імені Миколи Гоголя, 2010. – 336 с.
6. **Бабкін О.В.** Спеціальні види туризму / **О.В. Бабкін.** – Ростов-на-Дону: Фенікс, 2008. – 252 с.
7. **Щербаков В.В.** Современные формы экстремального туризма / **В.В. Щербаков** // Бизнес-план. – 2009. – № 10. – 63 с.

References.

1. **Sokol T.H.** (2006). *Osnovy turyzmoznavstva [Fundamentals of tourism]*. Kyiv: (n.p.), p. 76 [in Ukrainian].
2. **Fedorchenko V.K., Pazenko V.S.** (Eds.). (2004). *Filosofia turizmu [The philosophy of tourism]*. Kyiv: (n.p.) [in Ukrainian].
3. *Statystychnyi biuleten: Turyzm v Ukraini – 2014 [Statistical Bulletin: Tourism in Ukraine – 2014]* (2015). Kyiv: Derzhturadministratsiia, p. 49 [in Ukrainian].
4. **Gul'iaev V.G.** (1996). *Organizatsiia turistskoi deiatelnosti [Organization of tourist activities]*. Moscow: Holidzh, p. 311 [in Russian].
5. **Smal I.V.** (2010). *Turystychni resursy svitu [Tourist resources of the world]*. Nizhyn: Vydavnytstvo Nizhynskoho derzhavnoho universytetu imeni Mykoly Hoholia, p. 336 [in Ukrainian].
6. **Babkin O.V.** (2008). *Spetsialni vydy turizmu [Special types of tourism]*. Rostov-na-Donu: Feniks, p. 252 [in Ukrainian].
7. Shcherbakov V.V. (2009). *Sovremennye formy ekstremalnogo turizma [Contemporary forms of extreme tourism]*. *Biznes-plan – Business plan*, No 10, p. 63 [in Russian].

Показана роль туризму в економіці світу. В статті приведено історію розвитку туризму в світі. Приведено основні види спеціального туризму. Показано причини захоплення такими видами туризму.

Ключові слова: туризм, спеціальні види туризму, рекреаційний туризм, пізнавальний туризм, екстремальний туризм.

Анотація.

Бобловський О.Ю. Розвиток спеціальних видів туризму в Україні.

У статті показана роль спеціалізованих видів туризму в розвитку національної туристичної галузі України. Встановлено, що туризм має великий вплив на такі ключові галузі економіки як транспорт, зв'язок, будівництво, сільське господарство, оскільки виступає своєрідним каталізатором соціально-економічного розвитку країни. На теперішній час найбільш поширеними у світі є рекреаційний та пізнавальний туризм. При цьому останнім часом з'явилися і користуються попитом нові види туризму: екотуризм, агротуризм, екзотико-пригодницький та екстремальний. Україна, з метою покращення ситуації в туристичній галузі, без сумніву має більш активно використовувати багатий досвід зарубіжних країн у розвитку цієї сфери на власних теренах.

Ключові слова: туризм, спеціальні види туризму, рекреаційний туризм, пізнавальний туризм, екстремальний туризм.

Аннотация.

Бобловский А.Ю. Развитие специальных видов туризма в Украине.

В статье показана роль специализированных видов туризма в развитии национальной туристической отрасли Украины. Установлено, что туризм оказывает огромное влияние на такие ключевые отрасли экономики как транспорт, связь, строительство, сельское хозяйство, поскольку выступает своеобразным катализатором социально-экономического развития страны. В настоящее время наиболее распространенными в мире являются рекреационный и познавательный туризм. При этом в последнее время появились и пользуются спросом новые виды туризма: экотуризм, агротуризм, экзотико-приключенческий и экстремальный. Украина, с целью улучшения ситуации в туристической отрасли, без сомнения должна более активно использовать богатый опыт зарубежных стран в развитии этой сферы на собственных просторах.

Ключевые слова: туризм, специальные виды туризма, рекреационный туризм, познавательный туризм, экстремальный туризм.

Abstract.

Boblovsky O.Yu. The Development of special types of tourism in Ukraine.

The article shows the role of the specialized types of tourism in the development of national tourism industry of Ukraine. Found that tourism has a huge impact on such key industries as transport, communications, construction, agriculture, acts as a catalyst for socio-economic development of the country. Currently, the most common in the world are recreational and educational tourism. In recent years, and there was demand for new types of tourism: ecotourism, agro tourism, Exotic adventure and extreme. Ukraine, with the aim of improving the situation in the tourism industry, without a doubt has more actively use the experience of foreign countries in the development of this sector on their own territory.

Key words: tourism, special tourism, recreational tourism, educational tourism, adventure tourism.

ЗМІСТ

КРАСНОРУЦЬКИЙ О.О. Інвестування в сферу вищої освіти в системі формування кадрового потенціалу економічного розвитку суб'єктів аграрної сфери	3
SKUDLARSKI JACEK, ZAIKA S.O., GRIDIN O.V. Innovations features in tourism.....	13
МАРЕНИЧ Т.Г. Порівняльна інформація в системі МСФЗ та П(С)БО	23
ОНЕГІНА В.М. Сучасні трансформації в агробізнесі та сталий розвиток аграрного сектору	36
ШАБІНСЬКИЙ О.В., ЄВДОКИМОВА М.О., ФУРДАК М.М. Економічна суть та науково-методологічні засади управління економічною безпекою підприємств аграрного сектору	47
ДРЕВАЛЬ Ю.Д., ЛІНЕЦЬКИЙ Л.М. Проблематика організаційних конфліктів.....	59
АМАНОВ БАТИР ЯЗМУРАДОВИЧ. Ідентифікація цільових ринків виробників продукції тваринництва та конкуренції на них	69
АНТОЩЕНКОВА В.В. Сучасна маркетингова політика розподілу продукції підприємства: актуальність та перспективи	77
АРТЕМЕНКО О.О., ЦЮПАК М.А. Менеджмент підприємств туристичної галузі.....	84
БАБАН Т.О. Торгівля як одна з провідних форм міжнародних економічних відносин України	97
БАТЫРЬ Ю.Г., ЧУЙКО Н.В. Парадигма розвитку різних форм господарювання в аграрному секторі України	104
ШАБІНСЬКИЙ О.В., БОГОМОЛОВА К.С. Фактори впливу на ринок санаторно-курортних послуг	112

ГАЦЬКО А.Ф., ВЛАСЕНКО Т.В. Встановлення меж росту та відповідальності у сфері туризму.....	122
ГРАБАР Н.Г. Комунікативна соціалізація студентської молоді	131
ПОТИШНЯК О.М., ДУДНИК О.В., КРАЛЯ В.Г. Рекреаційні ресурси та природно-рекреаційний потенціал як необхідна умова розвитку рекреації.....	140
ЖЕЛЄЗНЯК А.М. Трансформаційні процеси розвитку молочного скотарства в сільськогосподарських підприємствах львівської області.....	147
КВЯТКО Т.М. Генезис наукових основ теорії конкуренції.....	154
КОРНІЄЦЬКИЙ О.В., ОРЕЛ В.М., КОЛПАЧЕНКО Н.М. Організація туристичного бізнесу.....	162
КРИВЕНКО С.В., ПОНОМАРЕНКО Т.В., НАКІСЬКО О.В. Організаційні аспекти обліку фермерських господарств	168
КРУТЬКО М.А. Сутність фінансового аудиту та його розвиток в Україні за умов інтеграції.....	177
КУХАРЕНКО А.А. Аксіологічна домінанта професійної підготовки менеджерів індустрії дозвілля.....	184
ДУДНИК О.В., МАЙБОРОДА М.М. Шляхи стимулювання туристичної привабливості України	195
МАТВИЕНКО А.И. Максимізація прибутку в професіональному спорті: проблеми и пути решения I.....	204
ПОДОЛЬСЬКА О.В. Рекреаційний потенціал як основа формування конкурентоспроможного туристичного продукту	213
РАЙТЕР Н.І. Сучасні погляди на визначення суті кооперації та її значення в системі аграрного виробництва	220
РИЖИК І.О., МИЛАШЕНКО В.М., НАКІСЬКО О.В. До питань обліку фінансових результатів діяльності підприємств АПК.....	229

<i>РИЖИКОВА Н.І.</i> Передумови формування ефективної моделі розвитку ринку інвестиційних ресурсів України	237
<i>СИДОРЧЕНКО В.О.</i> Стратегії управління конкурентоспроможністю аграрних підприємств в сучасних інтеграційних умовах	246
<i>СТАРОДУБЦЕВ С.О., РОМАНЮК В.А., ЧЕРЕПНЬОВ І.А.</i> Актуальні аспекти управління організацією в кризових ситуаціях	256
<i>ШИБАЄВА Н.В.</i> Формування та реалізація організаційно-економічного механізму регуляторної політики в аграрній сфері	266
<i>БОБЛОВСЬКИЙ О.Ю.</i> Розвиток спеціальних видів туризму в Україні	278

НАУКОВЕ ВИДАННЯ

*Вісник
Харківського національного
технічного університету
сільського господарства
імені Петра Василенка*

ВИПУСК 182

Економічні науки

*Відповідальний за випуск Г.Є. Мазнев
Редактори: О.О. Красноручький, В.М. Онегіна*

Підписано до друку 31.03.2017 р.
Формат 60×84 ¹/₁₆. Папір офсетний.
Гарнітура Garamond. Офсетний друк.
Умовн. друк. арк. – 18,25. Наклад – 300 прим.

Видавництво ТОВ «Смугаста типографія»
61002, м. Харків, вул. Чернишевська, 28 А
Тел.: (057) 754-49-42
e-mail: zebra-zakaz@mail.ru
Свідоцтво суб'єкта видавничої справи:
серія ДК № 4863 від 12.03.2015 р.