

**МІНІСТЕРСТВО КУЛЬТУРИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ КЕРІВНИХ КАДРІВ КУЛЬТУРИ І МИСТЕЦТВ**

**ЕКОНОМІКА І МЕНЕДЖМЕНТ
КУЛЬТУРИ**

**Науковий журнал
№ 2**

Київ – 2016

ЕКОНОМІКА І МЕНЕДЖМЕНТ КУЛЬТУРИ

Засновник і видавець – Національна академія керівних кадрів культури і мистецтв

РЕДАКЦІЙНА КОЛЕГІЯ

Головний редактор –

Лариса Мармуль, д.е.н., професор

Заступники головного редактора:

В'ячеслав Бойко, к.філос.н., доцент

Відповідальний редактор –

Єлена Коваленко, к.е.н., доцент

Члени редакційної колегії:

Сісак Азізов, д.е.н., професор

Ольга Витвицька, д.е.н., професор

Маргарита Воронцова, д.е.н., професор (Росія)

Олена Драган, д.е.н., професор

Леся Забуранна, д.е.н., професор

Тетяна Кальна-Дубінюк, д.е.н., професор

Валентин Клочко, д.е.н., професор

Олена Коваленко, к.е.н., доцент

Артур Крістов, д. філос., професор (Португалія)

Євгеній Кирилюк, д.е.н., професор

Ольга Кудріна, д.е.н., професор

Галина Купалова, д.е.н., професор

Ярослав Мартинишин, д.е.н., професор,

академік Міжнародної кадрової академії

Юрій Мічуда, д.фіз.вих., професор

Маркіяна Осьмова, д.е.н., професор (Росія)

Дмитро Солоха, д.е.н., професор

Йосиф Стадницький, д.е.н., професор (Польща)

Володимир Станкевич, д.е.н., професор (Білорусь)

Олена Тимошенко, д.е.н., доцент

Олег Чечель, д.держ.упр.

Леонід Шморгун, д. філос., професор

Валерій Якубенко, д.е.н., професор

Редактор – Лариса Будаш

Комп'ютерне складання та верстка – Тетяна Кравченко

Науковий журнал «Економіка і менеджмент культури» входить до Переліку наукових фахових видань України у галузі економічних наук /наказ Міністерства освіти і науки України від 06.11.2014 р. № 1279 (додаток 6)/ та індексується в міжнародних каталогах і наукометричних базах

Рекомендовано до друку вченою радою НАКККіМ

Протокол №10 від 31.05.2016 року

Журнал адресований вченим, експертам, управлінцям-практикам – усім, в чию сферу наукових, корпоративних і професійних інтересів входять питання економіки та менеджменту культури

ISSN 2410-020X

©Національна академія керівних кадрів культури і мистецтв, 2016

ЗМІСТ

ЕКОНОМІКА КУЛЬТУРИ ТА СТРАТЕГІЯ ІЇ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ	5
<i>О. Білоущенко</i> Соціально-економічний механізм розвитку туристично-рекреаційного комплексу: сучасний стан та перспективи	5
МІКРО- ТА МАКРОЕКОНОМІЧНІ АСПЕКТИ МЕНЕДЖМЕНТУ В СФЕРІ КУЛЬТУРИ	15
<i>В.І. Бойко, І.В. Шкарлат</i> Державна культурна політика в системі соціально-економічних суперечностей українського суспільства.....	15
<i>Н.В. Рунчева, А.С. Бритвенко</i> Розвиток системи корпоративного управління.....	21
<i>І.А. Романюк</i> Формування корпоративної культури та ділової репутації туристичних підприємств	26
ПОТЕНЦІАЛ І ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНИЙ МЕХАНІЗМ ФУНКЦІОНУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВ СОЦІАЛЬНО-КУЛЬТУРНОГО СЕРВІСУ	32
<i>М.М. Ігнатенко, Л.О. Мармуль, О.А. Сараніна</i> Соціально-економічний потенціал сільських територій як основа розвитку підприємств сільського зеленого туризму на засадах інноваційності.....	32
<i>О.М. Коваленко, І.М. Вінчук, Н.М. Заєць</i> Інформаційні технології як системоутворюючий чинник розвитку інформаційного суспільства.....	38
<i>В.С. Пеньковський</i> Інструменти та механізми фінансово-інвестиційного забезпечення підприємств сільського зеленого туризму.....	47
РИНКОВІ ВІДНОСИНИ І ПІДПРИЄМНИЦТВО У ГАЛУЗЯХ МИСТЕЦТВА, СПОРТУ, РОЗВАГ ТА ВІДПОЧИНКУ	52
<i>А.А. Постол</i> Соціальні аспекти розвитку аграрних підприємств.....	52
<i>В.Ф. Яровий</i> Управління розвитком галузі туризму на основі злиття та поглинання підприємств і організацій	57
<i>С.В. Пеньковський, І.М. Яценко</i> Соціальні інститути удосконалення трудових ресурсів аграрних підприємств.....	62
<i>Б.С. Чорний</i> Моделі формування якості послуг підприємств та організацій у галузі туризму	68
ВИМОГИ ДО ОФОРМЛЕННЯ СТАТЕЙ	68

CONTENTS

ECONOMY OF CULTURE AND STRATEGY OF IT INNOVATIVE DEVELOPMENT5

O. Biloushchenko

The socio-economic mechanism of the tourist and recreational complex development: current condition and prospects5

MIKRO- AND MACROECONOMIC ASPECTS OF MANAGEMENT IN SPHERE OF CULTURE 15

V. Boyko, I. Schcarlat

The state cultural policy in socio-economic contradictions of Ukrainian society 15

N. Runcheva, A. Britvenko

The development of the system of the corporate management..... 21

I. Romanuk

The formation of the corporative culture and business reputation of the tourism enterprises..... 26

POTENTIAL AND ORGANIZATIONALLY ECONOMIC MECHANISM FUNCTIONING OF ENTERPRISES SOCIO-CULTURAL SERVICE 32

M. Ignatenko, L. Marmul, O. Sarapina

The social-economical potential of the country territories as a basis of the development of the country green tourism on the principles of the innovations..... 32

O. Kovalenko, I. Vinichuk, N. Zayets

Information technologies as a system factor of information society 38

V. Penkovsky

The tools and mechanisms of the financial-investment suppling o the enterprises of the country green tourism 47

MARKET RELATIONS AND ENTERPRISE ARE IN INDUSTRIES OF ART, SPORT, ENTERTAINMENTS AND REST 52

A. Postol

Social aspects of the development of the agrarian enterprises..... 52

V. Yarovyi

The management of the development in the sphere of tourism basing on the uniting of enterprises and organisations..... 57

V. Penkovsky, I. Yatscenko

The social institutions of the improvement of the labour resources of the agrarian organisations 62

Б.С. Чорний

ЕКОНОМІКА КУЛЬТУРИ ТА СТРАТЕГІЯ ІІ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ

ECONOMY OF CULTURE AND STRATEGY OF IT INNOVATIVE DEVELOPMENT

О. Білоущенко

Національна академія керівних кадрів культури і мистецтв, Київ, Україна
kvitka_yalta@ukr.net

СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ МЕХАНІЗМ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНО-РЕКРЕАЦІЙНОГО КОМПЛЕКСУ: СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ

У статті, на відміну від існуючих моделей управління туристично-рекреаційним комплексом, передбачається залучення до механізму розвитку цієї сфери соціальних чинників, зокрема таких, як: соціологічний інструментарний аналіз, участь громадськості у вирішенні стратегічних завдань туристичного комплексу, орієнтація бізнесу на соціальні стандарти і соціальну відповідальність. Використання запропонованого соціально-економічного механізму розвитку надасть можливість своєчасно виявляти негативні тенденції змін досліджуваних чинників і на цій основі здійснювати переорієнтацію цілей та засобів забезпечення розвитку туристично-рекреаційного комплексу. Практичне застосування результатів дослідження забезпечить сталий розвиток туристично-рекреаційного комплексу, оскільки він є невід'ємною складовою економіки України та кожного регіону.

Ключові слова: соціально-економічний механізм, туристично-рекреаційний комплекс, кластер, кластерна модель, комплекс кластерного типу, інноваційний процес розвитку, потенціал.

1. Актуальність проблеми

Трансформаційні процеси, які відбуваються останнім часом в соціально-економічній системі України в значній мірі торкнулися і однієї з провідних і найбільш динамічних галузей у розвитку світової, і в тому числі національної економіки – туризму, як такої галузі, що відіграє важливу роль у формуванні валового внутрішнього продукту, у створенні додаткових робочих місць та забезпеченні зайнятості населення у вирішенні багатьох проблем входження України у світове, і, зокрема, європейське співтовариство.

Тому актуальним як у науково-теоретичному, так і у практичному планах є завдання щодо розробки такої моделі функціонування туристичних комплексів, яка оптимізувала би організаційно-економічний механізм управління ним на певних територіях, враховувала рівень зростання туристичних потреб населення і дозволила формувати конкурентоспроможний інструментарій реагування на них. Саме розробка такого інструментарію є одним із найважливіших засобів підвищення ефективності управління територіальними туристичними комплексами в сучасних умовах і

необхідним чинником формування сприятливого інвестиційно-конкурентного середовища на ринку рекреаційних послуг в Україні.

Стан вивчення проблеми. Значний внесок у дослідження проблем розвитку і функціонування сфери туристично-рекреаційних послуг зробили такі відомі зарубіжні та вітчизняні вчені, як: Р. Аметов (Аметов, 2012), Л. Багрова (Багрова, 2009), В. Безносюк (Безносюк, 2010), І. Бережна (Бережна, 2011), А. Биков (Биков, 2010), М. Бондаренко (Бондаренко, 2011), І. Бухтоярова (Бухтоярова, 2007), Н. Вельгош (Вельгош, 2006), О. Вуйцик (Вуйцик, 2008), П. Гудзь (Гудзь, 2008), Ю. Гуменюк (Гуменюк, 2005), О. Драчова (Драчева, 2008), В. Кифяк (Кифяк, 2003), Т. Кукліна (Кукліна, 2011), М. Покоłodна (Покоłodна, 2009), О. Шаптала (Шаптала, 2011), В. Шмагіна (Шмагіна, 2012), О. Шпак (Шпак, 2014), М. Будрук (Budruk, 2013), Дж. Скотт і Т. Селвін (Scott & Selwyn, 2010) та ін. У працях цих вчених розглядається, як тематика розвитку туристичної галузі в цілому, так і аналізуються окремі аспекти функціонування таких інституційно-територіальних утворень, якими є туристично-рекреаційні комплекси.

Невирішені питання. Проте, аналіз змісту опублікованих робіт, матеріалів наукових конференцій і дискусій, які присвячені розгляду вище означеної тематики засвідчує про те, що є ще багато недосліджених або недостатньо досліджених її аспектів, зокрема, щодо формування засад соціально-економічного механізму розвитку туристично-рекреаційного комплексу, виявлення та аналізу тенденцій його розвитку, а також розробки практичних рекомендацій щодо сучасних механізмів управління туристично-рекреаційними комплексами.

2. Мета і методи дослідження

Метою статті є теоретичне обґрунтування і розробка науково-методичних рекомендацій щодо удосконалення соціально-економічного механізму розвитку туристично-рекреаційного комплексу регіону та його структурних складових.

Досягнення поставленої мети зумовило вирішення таких завдань:

- визначити місце та роль туристично-рекреаційного комплексу в умовах ринкового реформування регіональної економіки;
- виявити і проаналізувати тенденцію розвитку вітчизняного туристичного комплексу;
- розробити практичні рекомендації щодо розвитку соціального туризму й інноваційних механізмів управління туристичними комплексами.

Об'єкт дослідження – процес розвитку санаторно-курортних комплексів, управлінські технології взаємодії між виробниками санаторно-курортних послуг, споживачами, а також органами влади й місцевого самоврядування.

Предмет дослідження – соціально-економічний механізм взаємодії суб'єктів санаторно-курортного комплексу та фактори впливу на підвищення ефективності його функціонування та стійкого розвитку.

Методологічною основою дослідження послужили діалектичний принцип пізнання і системний підхід щодо вивчення економічних законів і категорій ринкової економіки, що визначають процес функціонування туристично-рекреаційного комплексу та його соціально-економічний механізм розвитку.

В ході дослідження використовувались такі методи емпіричного і теоретичного дослідження: порівняння й узагальнення (при виконанні аналізу соціально-економічної політики вітчизняних і зарубіжних курортних регіонів, дослідженні тен-

денцій розвитку санаторно-курортного комплексу), соціологічного опитування, експертних оцінок (для виявлення пріоритетів громадян у відпочинку, визначення причин, які знижують рівень задоволеності рекреантів якістю відпочинку та лікування на вітчизняних курортах).

Інформаційну базу дослідження склали офіційні статистичні дані Міністерства економічного розвитку і торгівлі України про стан розвитку санаторно-курортних комплексів України, нормативні документи, які регламентують господарську санаторно-курортну і туристську діяльність в Україні, дані наукових публікацій і соціологічного опитування.

3. Основні результати дослідження

Розвиток туристичного ринку має велике соціально-економічне значення для країни і регіону, оскільки стимулює динамічний розвиток всіх галузей господарства. Це обумовлено тим, що задовольняючи потреби і бажання рекреантів, туристично-рекреаційний комплекс повинен досягати відповідного рівня своєї матеріально-технічної бази (Аметов, 2012, с. 543). У свою чергу, розвинена матеріально-технічна база, стає умовою створення могутнього і економічно ефективного туристично-рекреаційного комплексу, який робить стимулюючий вплив на розвиток інших сфер економіки, пов'язаних з туристичною діяльністю безпосередньо або опосередковано. І в той же час наявність економічного ефекту від діяльності туристично-рекреаційного комплексу стає джерелом інвестицій для інших сфер діяльності. Таким чином, особливість дії туристично-рекреаційного комплексу на економіку регіону виявляється в гармонійному розвитку всіх галузей економіки і одночасному збільшенні економічної активності останніх (Багрова, 2009, с. 387).

Аналізуючи нові організаційні форми інтеграції сфери послуг і виробництва, доцільно розглядати туристично-рекреаційний комплекс як економіко-рекреаційний комплекс кластерного типу. Як нова кластерна структура туристично-рекреаційного комплексу формує нормативну базу внутрішніх відносин (ціни, квоти, системи постачання та ін.), налагоджує управлінський облік, створює резервні фонди, тобто освоює мобільну й оперативну технологію ефективної діяльності кластера.

В аспекті еволюційних трансформацій теоретично обґрунтовується новий підхід до залучення клієнтів, побудований на управлінні спектром послуг і на гнучких варіантах обслуговування (різні терміни тривалості, форми оплати, диференціація умов обслуговування).

У системі туристично-рекреаційного комплексу можна виділити чотири основоположні дії, які створюють єдиний і безперервний процес, або чотири підсистеми, оскільки кожна зі складових процесу надання туристично-рекреаційних послуг вимагає своїх форм, способів, матеріального забезпечення: виробництво, розподіл, обмін і споживання.

По-перше, це виробництво туристично-рекреаційних послуг: потреби у відпочинку та відновленні здоров'я формують інтереси рекреантів, які з погляду ринкових відносин лежать в основі споживчого попиту на туристично-рекреаційний продукт. Виробництво таких послуг генерує туристично-рекреаційний комплекс (Безносок, 2010, с. 152). Якісні і кількісні параметри виробництва у свою чергу формують пропозицію туристично-рекреаційних послуг.

По-друге, це розподіл, який для туристично-рекреаційного продукту виступає найчастіше у вигляді формування. Мається на увазі комплексність послуги, яка не іс-

нує окремо і поза її зв'язком з іншими, зв'язаними послугами. Тому ми маємо справу з пакетом послуг, процес формування якого і його подальша реалізація на ринку є складними і специфічними сферами діяльності.

По-третє, це фаза обміну (реалізації) туристично-рекреаційного продукту, тобто просування на роздрібний ринок з урахуванням його кон'юнктури, сегментації та інших параметрів.

І, нарешті, це споживання туристично-рекреаційного продукту, яке є завершальною ланкою економічної системи рекреації, володіє своєю специфікою через особливості його споживання (Бережна, 2011, с. 11).

Перша особливість туристично-рекреаційного споживання полягає в тому, що витрати рекреанта, як правило, кількісно перевищують звичайні витрати його мешкання в постійному місці проживання. Це пов'язано з підвищеними витратами на транспорт, житло, харчування, а також на культурні і ділові заходи. Частина підвищених витрат пов'язана з фактором престижності споживання. Ця особливість істотно загострює проблему доходів і витрат у сфері рекреації. У зв'язку з цим облік витрат і доходності в туристично-рекреаційному комплексі набуває важливого значення (Бондаренко, 2011, с. 112).

Друга особливість споживання полягає в тому, що гранична корисність продукту з погляду самого клієнта, країни (регіону) його постійного мешкання, країни (регіону), в яку він прибув, і з погляду ринку різна. Граничні корисності у всіх цих суб'єктів різні і якісно, і кількісно. Розрізняються також рівні корисності туристично-рекреаційних послуг з погляду суспільства, рекреанта і ринку при внутрішньому і в'їзному лікувально-оздоровчому туризмі. Ця особливість туристично-рекреаційного споживання витікає з того об'єктивного факту, що ринок даних послуг стикається з так званими зовнішніми ефектами, характерна межа яких полягає в тому, що виробництво, формування, реалізація і споживання туристично-рекреаційних послуг об'єктивно породжують і додаткові витрати, і додаткові вигоди.

Третя особливість споживання пов'язана з властивістю невіддільності місця виробництва послуг від їх реалізації. У звичайному матеріальному виробництві результат виробництва (товар) рухається від місця виробництва до місця споживання. У туристично-рекреаційному ситуація інша: для споживання продукту в цілому або окремих послуг споживач повинен бути доставлений в місце виробництва пакету або окремих його послуг. Ця особливість споживання, у свою чергу, викликає похідний мультиплікативний ефект: необхідність для рекреанта в місцях споживання транспортних послуг, житла, харчування, системи гостинності в цілому, створення необхідних умов для лікування, розваг, освіти, задоволення потреби в нових враженнях, а також наявність екологічно здорового середовища, безпеці і т.п. (Быков, 2010, с. 28).

Таким чином, в специфічності туристично-рекреаційних послуг, які виявляються у всіх фазах відтворювального процесу, закладений стимул розвитку самих різних сфер і видів діяльності структури регіонального господарства, а також тих сфер, що виходять за його рамки. Це дає підставу вважати туристично-рекреаційну сферу такою, що володіє в більшій мірі, ніж інші сфери діяльності, необхідним потенціалом для забезпечення збільшення регіонального внутрішнього продукту і високих темпів економічного зростання (Вельгош, 2006, с. 40).

У зв'язку з цим об'єкт «туристично-рекреаційний комплекс» як галузь економіки, як соціальна структура і регіональний комплекс, що знаходиться у складному процесі змін, потребує ґрунтового дослідження на новій методологічній базі. Нова

методологія повинна не стільки аналізувати окремі показники туристично-рекреаційного комплексу, скільки синтезувати цілісність таких протилежних тенденцій, як «консерватизм та інновації», «тіньові й відкриті механізми», «ніким не виконувани адміністративні програми й паралельно здійснювана інформаційно закрита діяльність приватних фірм». Економічна наука покликана оцінювати саме існуючу реальність, а не чисто концептуальні схеми й задуми, проявляючи креатив мислення і виводячи на ринок корисні розробки (стратегії, проекти, бізнес-плани та ін.) (Вуйцик, 2008, с. 112).

Як на наш погляд, необхідно всебічно й обґрунтовано оцінити об'єкт туристично-рекреаційного комплексу. Для ґрунтовнішого вивчення туристично-рекреаційного комплексу (як і будь-якого іншого складного об'єкта) потрібний не аналіз, а саме оцінка. При цьому, як ми вважаємо, акцент слід робити не стільки на причини і тенденції, що виявляються, скільки на оцінку наявного потенціалу, ресурсів, механізмів розвитку туристично-рекреаційного комплексу.

У зв'язку із зазначеним нами були виділені наступні шляхи реалізації і нарощування потенціалу. На наш погляд, ефективне функціонування туристично-рекреаційного комплексу приводить до зростання потенціалу, а не до його витрачання. Це можна пояснити тим, що складові його частини відіграють різну роль на етапах розвитку. На початку розвитку головним виступає речово-матеріальний блок ресурсів.

Механізм взаємодій закріплюється на другому місці, а на третьому – імідж і соціальна значущість. У процесі розвитку ситуація міняється: імідж і соціальна значущість виходять на перше місце, механізм укріплює свої позиції на другому місці, а речово-матеріальні ресурси переміщуються на третю рангову позицію. При цьому, витрачаючи матеріальну частину ресурсу, ми нарощуємо інші його складові, внаслідок чого загальний (інтегральний) показник потенціалу отримує тенденцію перманентного зростання. Природно, що це відбувається тільки за умови ефективного використання потенціалу, тобто якісного виконання оздоровчим кластером підприємств своєї місії і своїх соціально-економічних функцій (Гудзь, 2008, с. 256).

Розкриття потенціалу туристично-рекреаційного комплексу, тобто його ефективного використання, має свою логіку досягнення синергетичного ефекту за рахунок внутрішньоструктурних взаємодій елементів потенціалу, урахування специфіки об'єктів туристично-рекреаційного комплексу і виділення пріоритетних завдань забезпечення процесу розвитку (Гуменюк, 2005, с. 20).

Як правило, поліпшення результатів досягається шляхом удосконалення виробничих і управлінських технологій. Останні включають арсенал новітніх засобів: стратегічний менеджмент, бюджетування, контролінг, управління проектами (Драчева, 2008, с. 37).

Оновлення організаційно-інформаційної бази забезпечують структурні перебудови, комунікаційні моделі й схеми, програмні технології, економічні реформи та ін.

Підтримуючи значущість удосконалення соціально-економічного механізму в туристично-рекреаційній сфері, слід вказати основні напрями його розвитку: формування доступності, соціальних гарантій, поширення моделей соціального туризму на весь спектр рекреаційних послуг; приділення більшої уваги соціологічним дослідженням у цій сфері, оскільки одного економічного аналізу для вирішення завдань розвитку туристично-рекреаційного комплексу недостатньо (Гуменюк, 2005, с. 112).

Крім того, для удосконалення інформаційної системи розвитку туристичного комплексу необхідна структурна логіка зв'язків для вирішення двох завдань: структу-

рування єдиного інформаційного простору і формування корпоративної інформаційної системи з банком даних і рекламною базою обслуговування населення (Кифяк, 2003, с. 38). Рекомендовано за пріоритет обрати програму забезпечення доступності послуг туристичного комплексу. Для цього запропоновано адаптувати закордонну чекову систему, доповнивши її участю регіональних соціальних фондів, кредитних союзів, організацією центру аналітики чекового обігу і моніторингом руху чеків.

На сучасному етапі розвитку системи самоврядування в туристичній сфері актуальним залишається завдання централізованого управління тією частиною установ, які перебувають у власності державних і регіональних структур. Останні вимагають реорганізаційної перебудови. Запропоновано управлінську технологію виділення в ієрархічній структурі управління туристично-рекреаційною сферою (за розрахунковими нормативами рекреантів, яких було обслуговано) нових підрозділів і формування економічно обґрунтованого механізму державної дотаційної допомоги підприємствам туристично-рекреаційного комплексу Кримського регіону. У завдання нових підрозділів системи управління входять: управління інституціональними змінами, економічною та інвестиційною політикою, соціальною підтримкою туристично-рекреаційного комплексу (Бережна, 2011, с. 118).

Загалом запропоновані заходи посилюють вплив соціально-економічних механізмів на підвищення ефективності роботи установ туристично-рекреаційного комплексу, орієнтує їх на інноваційний процес розвитку і сприяє синергетичі взаємодії учасників рекреаційної діяльності.

Результати дослідження відносно фінансування туристично-рекреаційного комплексу з цільових програм розвитку, дозволяють зробити висновок про те, що доцільніше було б частину грошових коштів, запланованих на будівництво нових рекреаційних об'єктів, направляти у вигляді адресної цільової допомоги до вже функціонуючих відомчих туристично-рекреаційних установ з метою оновлення їх матеріально-технічної бази та підвищення ефективності функціонування (Кукліна, 2011, с. 235). З одного боку, це дозволить залучити більшу кількість рекреантів у підприємства туристично-рекреаційного комплексу, що діють, з іншого – дасть змогу знизити антропогенне навантаження у зв'язку з додатковим введенням в експлуатацію нових будівель у курортних зонах.

Внаслідок обмеженого фінансування програм розвитку туристичних регіонів і невиконання у зв'язку з цим більшості запланованих заходів, на наш погляд, було б доцільно продовжити їх дію з розробкою плану додаткових заходів щодо їх виконання, що було б альтернативою розробки подальших програм з дублюванням відповідних пунктів (Покоłodна, 2009, с. 233).

Як правило, поліпшення результатів досягається шляхом удосконалення виробничих і управлінських технологій. Останні включають арсенал новітніх засобів: стратегічний менеджмент, бюджетування, контролінг, управління проектами (Шаптала, 2012, с. 98).

Оновлення організаційно-інформаційної бази забезпечують структурні перебудови, комунікаційні моделі й схеми, програмні технології, економічні реформи та ін. (Шмагіна & Харичков, 2010, с. 111).

Багато що з вищезазначеного не є принципово новим, проте у сферу туристично-рекреаційної діяльності ці сучасні розробки просуваються поволі і з великими ускладненнями (Шпак, 2014, с.85).

4. Висновки та обговорення одержаних результатів

Таким чином, у статті представлено вирішення наукового завдання щодо висвітлення стану та перспектив соціально-економічного механізму розвитку туристично-рекреаційного комплексу. Результати проведеного дослідження дозволяють зробити такі висновки:

1. Визначено, що туристично-рекреаційний комплекс є соціально значущою структурою в соціально-економічному просторі України. У сфері рекреації і туризму розглянутий туристично-рекреаційний комплекс повинен займати одне з пріоритетних місць, як за значенням для здоров'я населення, так і за затребуваністю, що на практиці реально не виявлено.

2. Встановлено, що визначальною тенденцією розвитку підприємств сучасного туристичного комплексу стає їх диверсифікованість, що сприяє розширенню функцій і механізмів організації діяльності. Впливовими стримуючими факторами розвитку туристично-рекреаційного комплексу є застаріла нормативно-правова база, нерозвиненість інформаційного забезпечення, відсутність соціальних механізмів впливу на туристично-рекреаційний комплекс.

3. Запропоновано рекомендації щодо розвитку соціального туризму й інноваційних механізмів управління туристичними комплексами, основу яких складають: оцінка економічного й інноваційного потенціалу підприємств комплексу, планування бізнес-реформ, упровадження нових методів управління (соціальні механізми, стратегічний менеджмент, бізнес-проекування), використання інформаційних технологій. Застосування яких дозволить управління туристично-рекреаційним комплексом на визначених територіях.

Наукова новизна одержаних результатів полягає у пріоритетному виділенні системи соціальних методів управління розвитком туристичним комплексом, у якій, на відміну від існуючих моделей управління, передбачається залучення до механізму розвитку соціальних чинників, зокрема таких, як: соціологічний інструментарій аналізу, участь громадськості до вирішення стратегічних завдань розвитку туристичного комплексу, орієнтація бізнесу на соціальні стандарти і соціальну відповідальність.

Практичне значення одержаних результатів полягає в тому, що використання запропонованого соціально-економічного механізму розвитку санаторно-курортних комплексів дає можливість своєчасно виявляти негативні тенденції змін досліджуваних чинників і на цій основі здійснювати переорієнтацію цілей і засобів забезпечення розвитку туристично-рекреаційного комплексу.

Перспективи подальших наукових розвідок полягають у ґрунтовному дослідженні цієї галузі ще і на предмет готовності до реформ і інновацій, тобто на наявність або відсутність реальних умов для реалізації потенційних можливостей. Для вирішення цього завдання потрібна окрема програма аналітики і прогнозування.

Література

1. Аметов, Р. (2012). Социально-экономический механизм развития рекреационной отрасли в регионе. *Підприємство, господарство і право*, 9, 116-119.
2. Багрова, Л. А. (2009). Концепция развития курортно-рекреационного и туристского комплекса Крыма. *Труды Крымской академии наук*, 2, 12-27.
3. Безносюк, В. Д. (2010). Організаційно-економічне та інформаційне забезпечення розвитку туристично-оздоровчого комплексу в регіонах України. *Кандидатська дисертація*. Львів: ІРД.
4. Бережна, І. В. (2011). *Національні пріоритети та регіональні детермінанти соціально-економічного зростання*. Київ: Наукова думка.
5. Бондаренко, М. П. (2011). Туристичний сектор економіки України: реалії та перспективи. *Економіка і прогнозування*, 4, 104-119.
6. Быков, А. Т. (2010). Совершенствование управления организациями и предприятиями курортно-туристского комплекса. *Труды Академии туризма*, 1, 43-45.
7. Вельгош, Н. З. (2006). Обоснование экономической эффективности деятельности курортных предприятий Крыма. *Экономика и управление*, 2, 110-115.
8. Вуйцик, О. (2008). Вплив рекреаційно-туристичного комплексу на розвиток економіки держави. *Вісник Львівського університету*, 1, 35-42.
9. Гудзь, П. В. (2008). Механізм розвитку курортно-рекреаційних територій у сучасних умовах. *Докторська дисертація*. Донецьк: ІЕПД.
10. Гуменюк, Ю. П. (2005). Організаційно-економічні механізми стимулювання розвитку рекреаційно-туристичного комплексу. *Кандидатська дисертація*. Львів: ІРД.
11. Драчева, Е. Л. (2008). *Специализированные виды туризма. Лечебный туризм*. Москва: КНОРУС.
12. Кифяк, В. Ф. (2003). *Організація туристичної діяльності в Україні*. Чернівці: Книга.
13. Кукліна, Т. С. (2011). Управління комплексом маркетингу в забезпеченні розвитку туристичних підприємств. *Кандидатська дисертація*. Дніпропетровськ: ДНУ.
14. Покоłodна, М. М. (2009). Поняття, особливості, класифікація та формування структури і якості туристських послуг на підприємствах туристського типу. Харків: ХНАМГ.
15. Шаптала, О. С. (2012). *Автономна республіка Крим: проблемні питання державного управління сферою рекреаційного обслуговування*. Одеса: НАДУ.
16. Шмагина, В. В., & Харичков, С. К. (2010). *Рекреация и туризм в системе современных приоритетов социально-экономического развития*. Одесса: ИПРЭЭИ.
17. Шпак, О. Л. (2014). *Регулювання економічного розвитку туристично-рекреаційних комплексів регіонів України: методологія формування, теорія та практика*. Черкаси: СУЕМ.
18. Budruk, M. (2013). *Place attachment and recreation experience preference: A further exploration of the relationship*. Phoenix: ASU.
19. Scott, J. & Selwyn, T. (2010). *Thinking through Tourism*. London: Berg.

Стаття надійшла до редакції 11.05.2016

O. Biloushenko, senior lecturer of the Public management and Humanitarian studies chair, the National Academy of Managerial Staff of Culture and Arts

The socio-economic mechanism of the tourist and recreational complex development: current condition and prospects

Abstract. *Analysed the level of growth of tourism needs of the population, it is important to develop such model of tourist complexes, which optimize to organizational and economic mechanism of management in the areas. The analysis of published papers demonstrates that there are the formation of the principles of the social and economic mechanism of development of the tourism sector among insufficiently studied aspects. The aim of the article is to develop a theoretical substantiation and methodological recommendations for the improvement of socio-economic mechanism of development of the tourism sector in the region. So the author has to do the following tasks: to determine the place and role of tourist and recreational complex in the conditions of market reform of the regional economy; to give practical recommendations for such development; to identify and analyse the trend of the domestic tourism sector. The object of the research is the development of spa complexes, administrative interaction among technology producers spa services, consumers, and governments and local authorities. The author uses comparison and synthesis; regression analysis methods; poll expert assessments.*

The author has determined that the tourist and recreational complex is a socially significant structure in the socio-economic area of Ukraine. In addition, the author has established that the defining trend of the modern tourist complex enterprises is their diversification that enhances the function and mechanisms of activity. The practical recommendations for the development of tourism and innovative management mechanisms tourist complexes are based on: assessment of innovative potential of the enterprises of the tourism sector, planning reforms with a focus on business, introduction of new management methods (social mechanisms, strategic management etc.), the using of modern information technologies. The practical significance of the results is the fact that the using of the proposed mechanism for socio-economic development of resort complex makes it possible to identify negative trends and factors.

Keywords: socio-economic mechanism, tourist and recreational complex, cluster, cluster model, complex cluster type, innovative process of development, potential.

JEL Classification: A 140.

References

1. Ametov, R. (2012). Socio-economic mechanism of development of recreation industry in the region. *Pidpriemstvo, gospodarstvo i pravo* [Enterprise, economy and law], vol. 9, pp. 116-119.
2. Bahrova, L. A. (2009). The concept of development of resort and recreational and tourist complex of the Crimea. *Trudy Krymskoj akademyy nauk* [Proceedings of the Crimean Academy of Sciences], vol. 2, pp. 12-27.
3. Beznosiuk, V. D. (2010). Organizational and informational support economic development of tourist and recreational complex in the regions of Ukraine. *Candidate's dissertation*. IRS, Lviv, Ukraine.
4. Berezhna, I. V. (2011). National priorities and regional socio-economic determinants of growth. *Naukova dumka*, Kyiv, Ukraine.
5. Bondarenko, M. P. (2011). Tourist sector Ukraine: reality and prospects. *Ekonomika i prohnouzuvannia* [Economics and Forecasting], vol. 4, pp. 104-119.
6. Bykov, A. T. (2010). Improving the management of organizations and enterprises of the resort and tourist complex. *Trudy Akademyy turyzma* [Proceedings of the Academy of Tourism], vol. 1, pp. 43-45.
7. Vel'hosh, N. Z. (2006). Substantiation of economic efficiency of activity of the Crimean resort. *Ekonomyka y upravlenye* [Economics and Management], vol. 2, pp. 110-115.

8. Vujtsyk, O. (2008). The impact of recreational and tourist complex on the economy of the state. *Visnyk L'vivs'koho universytetu* [Bulletin of Lviv University], vol. 1, pp. 35-42.
9. Hudz', P. V. (2008). The mechanism of resort and recreational areas in modern terms. *Doctoral dissertation*. IELR, Donetsk, Ukraine.
10. Humeniuk, Yu. P. (2005). Organizational and economic mechanisms to stimulate the development of recreational and tourist complex. *Candidate's dissertation*. IRD, Lviv, Ukraine.
11. Dracheva, E. L. (2008). *Specialized types of tourism*. [Medical tourism]. KNORUS, Moscow, Russia.
12. Kyfiak, V. F. (2003). The organization of tourism in Ukraine. Knyha, Chernivtsi, Ukraine.
13. Kuklina, T. S. (2011). Managing the marketing mix to ensure the development of tourism enterprises. *Candidate's dissertation*. DNU, Dnipropetrovsk, Ukraine.
14. Pokolodna, M. M. (2009). The concept, characteristics, classification and the structure and quality of tourist services in enterprises of tourism accommodation type. KhNAMH, Kharkiv, Ukraine.
15. Shaptala, O. S. (2012). *Autonomous Republic of Crimea: Challenges governance sphere of recreational services*. Odesa: NADU (in Ukr.).
16. Shmahyna, V. V., & Kharychkov, S. K. (2010). Recreation and tourism in the system of modern priorities of socio-economic development. IPREEI, Odessa, Ukraine.
17. Shpak, O. L. (2014). Regulation of economic development of tourist and recreational complex regions of Ukraine: formation methodology, theory and practice. SUEM, Cherkasy, Ukraine.
18. Budruk, M. (2013). Place attachment and recreation experience preference: A further exploration of the relationship. Phoenix: ASU.
19. Scott, J. & Selwyn, T. (2010). *Thinking through Tourism*. Berg, London, Britain.

**МІКРО- ТА МАКРОЕКОНОМІЧНІ АСПЕКТИ
МЕНЕДЖМЕНТУ В СФЕРІ КУЛЬТУРИ****MIKRO- AND MACROECONOMIC ASPECTS
OF MANAGEMENT IN SPHERE OF CULTURE**

УДК 304.4:323

*В.І. Бойко, канд. філос. наук, доцент,
Національна академія керівних кадрів культури і мистецтв
І.В. Шкарлат, директор
ДВНЗ «Київський механіко-технологічний коледж»*

**ДЕРЖАВНА КУЛЬТУРНА ПОЛІТИКА В СИСТЕМІ
СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИХ СУПЕРЕЧНОСТЕЙ
УКРАЇНСЬКОГО СУСПІЛЬСТВА**

У статті досліджено особливості державної політики стосовно суб'єктів соціально-культурної сфери. Особливу увагу приділено питанню підтримки суб'єктів сфери культури з боку органів державної влади та місцевого самоврядування. Розвиток культурного середовища розглядається як пріоритетна умова формування національної ефективної соціально-економічної системи.

Ключові слова: культура, держава, політика, економіка, соціальний розвиток, реформа.

Постановка проблеми. Вирішуючи багатогранне завдання розбудови розвинутого громадянського суспільства, Україна, як і все людство, стикається з глобальними проблемами сучасності. Реалії світу, що склалися нині, привели до необхідності змін у свідомості людини. Закономірною тенденцією стає усвідомлення себе в контексті історичного часу, в орієнтації на соціально-культурні ідеали та можливості їх реалізації через розширення міжнародних зв'язків. Одним з головних аспектів розбудови незалежної України стала проблема пошуку її нової культурної ідентичності, яку на початку незалежності у публіцистиці було прийнято іменувати культурним відродженням. Найважливішим інструментом вирішення цієї проблеми є культурна політика.

Як відомо, культурна політика розуміється як один із засобів збереження гуманістичного вектору розвитку сучасного людства, досягнення збалансованого науково-технічного, економічного і духовного поступу суспільства, збереження і розвитку його культурної ідентичності. У зв'язку з цим важливого значення набуває розробка поняття культурної політики, її принципів, суб'єктів, засобів регулювання. Розробка проблематики культурної політики також є актуальною з огляду на орієнтацію нашої держави на інтеграцію до європейських структур. Інтеграційні процеси зумовлюють необхідність імплементації міжнародно-правових стандартів у внутрішнє законодавство держави, приведення правових актів України з питань культури та прав людини у відповідність міжнародним вимогам.

Культура і держава – взаємопов'язані, взаємозалежні і взаємозобов'язуючі системи. І в ідеалі держава – це культурна система, що здатна до самоорганізації, самооновлення. За умови, що вона виробила такі механізми саморегулювання, які забезпечують

нерозривність національної традиції, органічне функціонування сфер культури, усього комплексу ціннісних орієнтацій, який консолідує націю та відкриває її перспективу самоздійснення. Формування, розвиток і виконання потенціалу культури спрямовані на задоволення духовних і культурних потреб народу, на вивчення міри їх задоволення і на формування нових потреб в продуктах культури та послугах урахуванням змін попиту і смаків споживачів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання державної політики в сфері культури відображені в роботах таких авторів як Т. Абанкіна, О. Батищева, І. Безгін, Ю. Богуцький, М. Бузмакова, Г. Волков, Г. Дутчак, М. Жулинський, О. Задохайло, Г. Задорожний, Н. Корнієнко, В. Кремень, В. Малімон, О. Немчук, В. Петренко, О. Семашко, В. Шейко, Л. Яковенко та інших. Актуальні питання державної політики в сфері в Україні досліджують В. Андрущенко, І. Бех, М. Бурда, Ю. Гава, В. Друзь, О. Комарова, Є. Красняков, В. Кремень, О. Куклін, М. Швайко, Л. Шевченко.

Метою статті є аналіз сучасних положень державної політики щодо розвитку соціально-культурного середовища в Україні та висвітлення її ролі і значення у розв'язанні стратегічних завдань політики української держави.

Викладення основного матеріалу. Новий етап розвитку української державності дав поштовх появі інноваційних суспільних відносин, орієнтації на принципи ринкової економіки. Ці зміни вплинули на розвиток економічної системи держави, зокрема і суб'єктів сфери культури та освіти. Провідна роль у забезпеченні соціально-економічного розвитку належить органам державної влади та місцевого самоврядування. Подібну роль не можна недооцінювати, бо занепад культурної сфери та освіти призводить до духовної деградації людини, що негативно впливає на розвиток трудового потенціалу держави.

Перебування сучасної соціально-культурної сфери у кризовому стані потребує розробки та формування такої моделі управління всіма задіяними ресурсами, яка б ґрунтувалася на взаємній співпраці між органами державної законодавчої та виконавчої влади, громадськістю та безпосередньо суб'єктами сфери культури та освіти. Подібна співпраця повинна базуватися на повній та безперервній взаємодії у вирішенні питань культурного розвитку, що відповідає специфіці культурної сфери і є важливою в умовах становлення громадського суспільства в Україні.

Ефективно побудовані організаційно-економічні відносини є важливою складовою ефективного функціонування закладів сфери культури. Кардинальні зміни в культурній сфері, які зумовлені ринковими, політичними, економічними та соціальними перетвореннями вплинули на розвиток старих та сприяли виникненню нових різноманітних суб'єктів культурної та освітньої діяльності, заснованих як на державній (комунальній) так і на приватній власності. Це призвело до кількісних та якісних змін у культурно-освітньому житті країни. Таким чином, виникла нагальна потреба в пошуку нових підходів до формування відповідних організаційно-економічних відносин в цій царині.

Розглянемо засади державної політики в сфері культури. Слід відзначити значну розбіжність у поглядах фахівців щодо напрямків державної політики у сфері культури. Дослідники виокремлюють такі підходи до її реалізації [2, с.9]:

– Гіперболізаційний (представник – Дж. Дональд, Р. Ашер, М. Едвардс). Його прихильники стверджують, що внаслідок поширення глобалізаційних процесів, виникнення нових форм глобальної культури, поняття «національна культура» вже не відповідає сучасним соціокультурним реаліям та потребам суспільства. Культури взаємозбагачуються у глобальному діалозі, а ті культурні форми та елементи, що стають

неспроможними виконувати свої функції, відживають та змінюються новими, більш придатними та корисними. Характерними є наголос на необхідність зменшення втручання держави в культурну сферу, наголошення на неефективності державного фінансування культурної діяльності.

– Скептичний (представники – А. Аппадурі, Е. Грін, С. Томпсон). Його прихильники стверджують, що в сучасних умовах роль держави у підтримці та стимулюванні розвитку культури не зменшується і не нівелюється, що необхідна протекціоністська політика держави у сфері культури і істотне збільшення державного фінансування сфери культури.

– Трансформаційний (представники Е. Гідденс, П. Джонс). Прихильники цього підходу відзначають падіння ролі держави та зростання ролі міжнародних внутрішньодержавних громадських організацій. На їх думку, лише міжнародні організації здатні підтримати та стимулювати розвиток національних культур.

Державна політика у сфері культури залежить від історичних, суспільно-політичних, економічних аспектів розвитку країни. Основні завдання цієї політики полягають у забезпеченні організаційно-економічних, фінансових та правових умов для створення, збереження та поширення культурних цінностей у суспільстві. Досягнення цих завдань не може проводитися без існування відповідного нормативно-правового поля і потребує залучення до сфери культури широкого фінансового та організаційного ресурсу.

Серед основних завдань управління сферою культури нині визнаються організація, створення, розповсюдження і популяризація творів літератури та мистецтва; забезпечення поширення інформації і пропаганди досягнень культури; збереження і використання культурних цінностей; охорона творів мистецтва і пам'ятників культури; підвищення культурного рівня населення України; керівництво підприємствами, організаціями, установами і закладами культури; формування інтелектуальних, моральних і духовних якостей індивіда [5, с. 41].

Основи законодавства України про культуру визначають правові, економічні, соціальні, організаційні засади розвитку культури, регулюють суспільні відносини у сфері створення, поширення, збереження та використання культурних цінностей. Держава намагається створювати умови для збереження, відтворення та охорони культурно-історичної спадщини; естетичного виховання дітей та юнацтва; проведення фундаментальних досліджень теорії та історії культури України; розширення культурної інфраструктури села; матеріального та фінансового забезпечення закладів, підприємств, установ, організацій сфери культури. Проте, необхідність залучення великих обсягів інвестиції, субсидій та надання розгалуженої системи пільгового оподаткування, що в сучасних умовах є доволі складним та майже невирішеним завданням, гальмує реформи в цій сфері та спричиняє поглиблення системної кризи в соціально-культурній сфері.

Основними напрямками державної політики в сфері театрального мистецтва, бібліотечної та музейної справи є: забезпечення соціально-економічних, правових і наукових умов для їх ефективної діяльності; підтримка і розвиток мережі театрів, музеїв, бібліотек, забезпечення їх сучасним технічним обладнанням; стимулювання розвитку театральної справи шляхом удосконалення її матеріально-технічної бази, надання пільг щодо оподаткування та кредитування; сприяння науковим дослідженням у галузі театрального мистецтва і театральної справи, музейної та бібліотечної справи; розробка та сприяння реалізації загальнодержавних, державних та регіональних програм їх розвитку; забезпечення підготовки відповідних фахівців у вищих на-

вчальних закладах; підтримка видатних діячів, молодих талановитих виконавців; сприяння міжнародному співробітництву в сфері культури.

Сучасна складна ситуація в сфері культури обумовлюється недосконалістю законодавчого механізму, фінансуванням переважно з місцевих та Державного бюджетів по так званому «залишковому принципу», зменшенням участі держави в підтримці культурної сфери в ринкових умовах господарювання, до яких класичним, академічним закладам, виходячи із специфіки їхньої діяльності, пристосуватися вкрай важко. Специфіка діяльності та правового поля з регулювання відносин в сфері культури безпосередньо пов'язана з неприбутковим характером їх виробничої діяльності.

Таким чином, в Україні спостерігається низька дієвість чинних законів, нерідке їх ігнорування, а проблеми сфери культури для органів державної влади та місцевого самоврядування часто не є пріоритетними. Ключовими причинами низької дієвості положень законодавчих актів стосовно сфери культури є відсутність дієвих механізмів відповідальності за порушення законодавства.

Важливим також є той аспект, що на розвиток культурної сфери, окрім «власних» законів та нормативно-правових документів, мають потужний вплив прямо не пов'язані зі сферою культури акти податкового, трудового, бюджетного законодавства, а також закони щодо місцевого самоврядування. Відсутність системної і стабільної законотворчої діяльності у сфері культури перешкоджають створенню розвиненої та дієвої законодавчої бази, робить неможливим впровадження таких засобів і механізмів реалізації державної політики, які б були оптимальними і змогли б забезпечити гідний розвиток сфери культури. Це в свою чергу призводить до ще більшого поглиблення кризових явищ, посилення негативних тенденцій в культурному розвитку суспільства. Тому, важливим є впровадження таких заходів державної політики на практиці, як контроль за дотриманням законів та прийнятих рішень, за виконанням держпрограм, за реалізацією профінансованих державою культурних проектів і заходів, забезпечення прозорості дій держави у сфері культури [4, с. 150-151].

Не можна лишати осторонь і приватні заклади сфери культури. Держава повинна піклуватися розвитком приватного сектору в сфері культури, наглядати та сприяти розвиткові соціально-орієнтованого ринку. Органи державної влади та місцевого самоврядування з метою розвитку творчої конкуренції та пожвавлення ділової активності в сфері культури та мистецтва мають можливість вдосконалювати процедуру реєстрації підприємств та громадських організацій, сприяти розвиткові відповідної інфраструктури, готувати кваліфіковані кадри, залучати до процедури підвищення кваліфікації працівників сфери культури [3, с.78].

Актуальною проблемою для країни є дефіцит висококваліфікованих працівників – фахівців високого рівня в різних сферах. Тому вирішення проблем обдарованості, творчості, інтелекту поступово переростає у послідовну державну політику, спрямовану на адекватне стимулювання творчої праці фахівців.

З розвитком комерційної діяльності організацій культури все більш помітну роль в їх фінансуванні став грати банківський кредит. В європейських країнах держава сприяє в отриманні банківських позик, надаючи організаціям культури гарантії по кредитах. У Франції, Італії, Німеччині створені державні структури, які надають гарантії за кредитами різним суб'єктам сфери культури. Слід зауважити, що такі гарантії розповсюджуються переважно на суб'єкти комерційної діяльності.

У Франції, зокрема, це завдання виконує Інститут фінансування кіно і сфери культури, утворений державними і приватними банками, у Великобританії – Національний фонд розвитку, кредитує виробництво фільмів [1, с. 140]. Доцільним вважаємо

переймання зарубіжного досвіду в цьому напрямі та надання пільгових кредитів державними банками на будівництво та реконструкцію приміщень закладів сфери культури, придбання ними нового обладнання, бібліотечних та музейних фондів, замовлення виготовлення декорацій, реквізиту, костюмів, реконструкцію фойє та глядацьких та читальних зал тощо.

Одним з пріоритетних напрямів соціально-економічного розвитку закладів сфери культури повинно стати перетворення традиційних культурно-дозвільних установ в спеціальні інноваційні організації: клуби-музеї, клуби-бібліотеки тощо, які будуть зосереджувати в собі декілька основних видів діяльності та пропонувати споживачеві широкий спектр послуг, бути в певних межах універсальними із збереженням специфіки свого напрямку функціонування. Разом з тим, технічне оснащення та устаткування культурно-дозвільних установ на сьогоднішній день безнадійно застаріло, що не дозволяє забезпечити якісний рівень заходів та потребує великих капіталовкладень.

Сучасний стан розвитку закладів цієї сфери характеризується: критичним станом сфери культури на фоні соціально-економічної кризи; слабкою матеріально-технічною базою установ культури; загостренням матеріальних проблем суб'єктів сфери культури; низьким рівнем економічної і юридичної компетентності; перевагою в умовах економічних перетворень «бюджетної свідомості»; складністю переорієнтації мислення в управлінні сферою культури; низьким рівнем соціальної захищеності працівників даної сфери.

Предметом адміністративно-правового і економічного регулювання в сфері культури, на нашу думку, повинні стати: підвищення соціально-культурної значущості створюваної подібними установами продукції; реорганізація структури фінансових ресурсів державних закладів культури; підвищення рівня кваліфікації управлінських кадрів; розвиток системи постійного підвищення кваліфікації адміністративного персоналу; створення нової системи фінансування, що повинна базуватись на принципі ефективного співвідношення у забезпеченні установ культури власними і бюджетними засобами.

Пріоритетними напрямками в області державного забезпечення та підтримки розвитку культурно-мистецьких закладів повинні бути: збереження вже існуючих об'єктів культури; підвищення рівня забезпечення відповідних установ технічними засобами та устаткуванням; здійснення структурної перебудови, становлення недержавного сектору в сфері культури; посилення державної підтримки творчих союзів; впровадження нових технологій в бібліотечну, архівну, театральну, музейну справу.

Кроками по реформуванню системи регулювання діяльності закладів соціально-культурної сфери повинні бути: перегляд законодавчих актів в сфері податкового, трудового, бюджетного права, розширення можливостей прямої фінансової підтримки сфери культури через впровадження більш прогресивних та дієвих методів розподілу коштів Державного бюджету. Маючи чіткі правила регулювання діяльності в сфері культури, можна буде отримати більш ефективний результат діяльності цих організацій.

Слід зазначити, що у більшості європейських країн в останні два десятиліття застосовуються різноманітні економічні інструменти підтримки культури: удосконалюються механізми податкової політики (у Франції встановлено 13 видів спеціальних податків у галузі культури та близько 40 пільг для різних видів культурної діяльності), розвиваються додаткові джерела фінансування (надходження від лоте-

рей та азартних ігор, прибуткових галузей культури, спеціальних податків і т.п.) [6, с. 141].

Україна повинна використовувати цей досвід з врахуванням специфіки національного господарства.

Висновки. Державна культурна політика протягом усіх років незалежності залишалася концептуально застарілою, інерційною, а бюджетна підтримка культури і мистецтва недостатньою за обсягами та недосконалою за механізмами. Через те роль національної культури та культурно-історичної спадщини, сучасних культурних індустрій (кіно, театр, музика, нотне видання, мистецькі видання, книговидання) виявилася неефективною у формуванні національної ідентичності та цілісного національного культурно-інформаційного простору.

Державі необхідно категорично відмовитися від залишкового принципу фінансування культури та піднести її роль як важливого чинника стратегічної безпеки держави. Важливим кроком у модернізації державної культурної політики має стати завершення розроблення і прийняття концепції розвитку культури України. Ця концепція має передбачати забезпечення розвитку культури і духовності українського суспільства, формування цілісної культурно-національної ідентичності, перетворення України на повноправного члена європейської сім'ї народів і культур, співтворця світової культури – через посилення державної та недержавної підтримки.

Література

1. Абанкина Т. Многоканальное финансирование культуры и искусства: зарубежный опыт / Т. Абанкина // Журнал Новой экономической ассоциации. – М. : ОАО «Первая образцовая типография». – 2012. – №2(14). – С. 138-141.
2. Батіщева О. Державне управління розвитком національної культури в умовах глобалізації: автореф. дис. канд. держ. упр. спец. 25.00.01 – Теорія та історія державного управління / О. Батіщева. – Львів, 2007. – 22 с.
3. Безгин И. Д. Организационные проблемы театра ; Киев. консерватория им. П.И. Чайковского; Ред. В. Н. Клещикова. – К. : Компас, 1993. – 423 с.
4. Гриценко О. Пророки, пірати, політика і публіка. Культурні індустрії й державна політика в сучасній Україні / О. Гриценко, В. Солодовник. – К. : «К.І.С.», 2003. – 168 с.
5. Кучин С.П. Особливості державної політики в сфері культури та освіти (соціально-економічний аспект) / С.П.Кучин // Зовнішня торгівля: право, економіка, фінанси, 2013. – №2. – С.40-48.
6. Хаунина Е. «Процентная филантропия» – дополнительный финансовый ресурс для организаций социально-культурной сферы / Е. Хаунина // Журнал Новой экономической ассоциации. – М. : ОАО «Первая образцовая типография». – 2012. – №2(14). – С. 141-143.

*V. Boyko, PhD (Philosophy), associate professor,
National Academy of Managerial Staff of Culture and Arts*

I. Schcarlat, head of the SHEI «Kyiv College of Mechanics and Technology»

The state cultural policy in socio-economic contradictions of Ukrainian society

Abstract. *The article deals with the features of government policy in relations to the subjects of social and cultural sphere. Particular attention is paid to supporting of the areas of culture by the state and local governments. The development of cultural environment is seen as a priority condition for the formation of the national effective socio-economic system.*

Keywords: *culture, government, politics, economics, social development, reform.*

References

1. Abankyna, T. (2012). *Mnohokanalnoe fynansyrovanye kultury y yskusstva: zarubezhnyi opyt* [Multichannel financing of culture and art: experience]. *Zhurnal Novoi ekonomicheskoi assotsyatsyy*. OAO «Pervaia obraztsovaia typo-hrafyia», Moscow, vol. (14), pp. 138-141.
2. Batishcheva, O. (2007). *Derzhavne upravlinnia rozvytkom natsionalnoi kultury v umovakh hlobaliza-tsii* [Public management of the development of the national culture in the process of globalization]. Candidate's thesis. Lviv, Ukraine.
3. Bezghyn, Y. D. (1993). *Orhanyzatsyonnye problem teatra* [Organizational problems of a theatre]. Kompas, Kyiv, Ukraine.
4. Hrytsenko, O. & Solodovnyk, V. (2003). *Proroky, piraty, polityka i publika. Kulturni industrii i derzhavna poli-tyka v suchasni Ukraini* [Cultural industries and state policy in modern Ukraine]. «K.I.S.», Kyiv, Ukraine.
5. Kuchyn, S.P. (2013). *Osoblyvosti derzhavnoi polityky v sferi kultury ta osvity (sotsialno-ekonomichni aspekt)* [Peculiarities of the state policy in the sphere of culture and education (social economical aspects)]. *Zovnishnia torhivlia: pravo, ekonomika, finansy*, vol. 2, pp. 40-48.
6. Khaunyna, E. (2012). «*Protsentnaia fylantropyia*» – *dopolnytelnyi fynansovyi resurs dlia organizacii socio-kulturnoi sfery* [Percent philanthropy – additional financial resource for the organization of the social and cultural sphere]. *Jurnal Novoi Ekonomicheskoy asociacii*, vol. 2(14), pp. 141-143.

УДК 351:338.43

Н.В. Рунчева, к.е.н., доцент, докторант

А.С. Бритвенко, к.е.н., доцент

Бердянського університету менеджменту і бізнесу

РОЗВИТОК СИСТЕМИ КОРПОРАТИВНОГО УПРАВЛІННЯ

Анотація. У статті виявлені особливості формування та розвитку корпоративних відносин в агросфері України, їх функції та завдання. Обґрунтоване визначення змісту корпоративних відносин. Визначені ідентифікуючі ознаки та здійснено класифікацію з метою прийняття виважених управлінських рішень. Охарактеризовані етапи розвитку з метою удосконалення напрямів та засобів їх державного регулювання.

Ключові слова: корпоративне управління, сутність, етапи розвитку, державне регулювання, удосконалення, розвиток.

Постановка проблеми. Протягом останніх десятиріч в Україні сформувалися дві специфічні моделі організації та управління розвитком суб'єктів господарювання аграрної сфери економіки. Їх організаційно-майнова структура формується двома типами відносин: корпоративні (агрохолдинги, агрокорпорації, господарські товариства) та індивідуальні (фермери і господарства населення). Також необхідно вказати на різноспрямованість функціонування даних секторів. Так, корпоративні відносини спрямовані, значним чином, на високотоварні, економічно привабливі та експорторієнтовані види продукції. Індивідуальні виробництва направлені на менш прибуткові та трудомісткі (картопля, овочі, плоди, молоко) продовольчі виробництва й забезпечення потреб внутрішнього продовольчого ринку.

Це зумовлює зростання значення досліджень обох укладів, особливо корпоративного. Адже переважна більшість з них була направлена саме на обґрунтування роздержавлення та розукрупнення великих суб'єктів господарювання. Довгий час в аграрній економіці та у суспільстві утверджувалася концепція, що саме малі форми підприємницької діяльності стануть основою підйому сільського господарства, запорукою формування середнього класу та відродження сільських територій. У такому розумінні вагоме значення має оцінка взаємозв'язку вказаних типів відносин, їх функцій та завдань.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Обґрунтуванню соціально-економічних чинників, особливостей та механізмів розвитку агросфери, різних укладів та форм господарювання присвячені праці науковців – економістів-аграрників та фахівців з економіки національного господарства – О. Бородіної, В. Гейця, М. Маліка, Л. Мармуль, В. Месель-Веселяка та інших відомих авторів. У роботах М. Ігнатенка, О. Крисального, К. Шапошнікова досліджуються питання корпоративного управління, ефективність та значимість функціонування корпоративних агроформувань, його соціальні аспекти, соціальна відповідальність.

Визначення невирішених раніше частин загальної проблеми. З огляду на динамічні зрушення у розвитку аграрного виробництва в Україні та у світі поглиблених досліджень вимагають етапи та напрями розвитку корпоративного управління в агросфері, визначення їх змісту, тенденцій поширення, обґрунтування напрямів удосконалення.

Метою статті є уточнення змісту корпоративного управління в аграрній сфері економіки, визначення етапів його формування і розвитку з метою удосконалення та виваженого прийняття управлінських рішень на перспективу.

Виклад основного матеріалу. Важливим напрямом удосконалення управління розвитком агросфери є його корпоратизація. Вони пов'язані з умовами і порядком створення господарських товариств в результаті приватизації державних сільськогосподарських підприємств через створення відкритих акціонерних товариств, а також процесами перетворення колективних сільськогосподарських підприємств, спілок селян, сільськогосподарських виробничих кооперативів в акціонерні товариства або товариства з обмеженою відповідальністю.

Найбільш поширеною формою організації корпоративних підприємств та корпоративного управління, є, на нашу думку, інтеграція підприємств різного профілю в корпорації, які створюють кінцеві продовольчі товари [1, с. 50]. Узагальнення існуючих підходів до визначення корпорації дало підстави визначити найбільш оптимальне серед них та виокремити найбільш розповсюджену властивість практично кожного з них – об'єднання суб'єктів і об'єктів. В авторському трактуванні під корпоративним аграрним суб'єктом розуміється господарюючий суб'єкт у формі комерційної юридичної особи, організованої на принципах членства й інтегрування (об'єднання), відносно майна якої учасники несуть зобов'язальні права, а відносно прибутків мають права розподілу і отримання.

В сучасних умовах господарювання та розвитку аграрного ринку в Україні спостерігається активна корпоратизація управління аграрної сфери, яка має тенденцію до збереження. Це призводить до утворення потужних аграрних корпорацій, серед яких найбільш поширеною корпоративною організаційно-правовою формою є холдингова компанія або агрохолдинг. На сьогодні в аграрній сфері України саме агрохолдинги становлять ядро корпоративного укладу та управління.

При цьому агрохолдингові компанії не є законодавчо визначеною організаційною формою суб'єктів господарювання. Вони функціонують, в основному, як акціонерні товариства або товариства з обмеженою відповідальністю [2, с. 26]. Їх створення відбувається через об'єднання в єдиний процес усіх стадій аграрного виробництва: від наукових досліджень, підготовки, насадження, вирощування та розведення до збору, збереження, перероблення та виробництва й реалізації готової продукції.

Інтегровані форми організації корпоративних відносин в аграрній сфері економіки, упорядковуються таким чином на засадах корпоративного управління [3, с. 7]. Аналіз світового і вітчизняного досвіду дозволяє визначити, що посилення переваг та подолання негативних рис і наслідків розвитку корпоративних відносин найбільш доцільно здійснювати через систему державно-корпоративного управління. Організаційно-правовою формою в такому випадку слід використовувати державно-приватне партнерство, яке регламентується Законом України "Про державно-приватне партнерство".

Необхідно зазначити, що процес корпоратизації управління та організації аграрного виробництва в Україні розпочався разом із розвитком ринкового середовища в економіці. Всебічне дослідження його змісту та динаміки дозволило виявити його кілька етапів. Перший етап тривав з початку і до середини 90-х рр. – передумовний. Під час нього створювалося підґрунтя роздержавлення аграрного сектору і переходу до корпоративного укладу в сільському господарстві. Були закладені основи для роздержавлення й приватизації, формування різних укладів на селі. Упорядковано нормативно-правове забезпечення ринкових перетворень.

На другому етапі з початком з середини і до завершення наприкінці 90-х рр. ХХ ст.) відбувалася реалізація організаційно-економічного механізму роздержавлення і приватизації на основі законодавчо визначених принципів, форм і способів. Їх було упорядковано через інституційне забезпечення. На третьому етапі – інтеграційному (кінець 1990-х рр. – середина 2000 рр.) – корпоратизація сільського господарства відбувалася на підставі раніше затверджених нормативних актів, набуваючи згодом тенденцій все більшого розвитку. На цей час було створено низку корпорацій в аграрній сфері, процес перетворення яких класифіковано на три способи [4, с. 257].

Також було визначено форми інтеграційних перетворень, які знаходять застосування в процесі корпоратизації суб'єктів господарювання агросфери. Четвертий етап продовжується з 2006 р. і по теперішній час. Він визначається як етап холдингізації та означає пріоритетний розвиток корпоративних відносин через капіталізацію і концентрацію аграрного виробництва [5, с. 106]. Для нього характерне залучення соціально- та виробничо-економічних структур з інших галузей та видів економічної діяльності, насамперед, промисловості, фінансової та банківської сфери, страхування, транспорту, торгово-збутових мереж.

Для цього етапу найбільш поширеним явищем в корпоративному управлінні стала концентрація та надконцентрація земельних банків в інтегрованих агроформуваннях. Вони відбуваються наступними шляхами: збільшення обсягів орендованих земель; перетворення частини прибутку корпоративних підприємств у додатковий капітал; залучення коштів інвесторів через емісію акцій; розміщення акцій на фондових біржах. Розвиток корпоратизації передбачає суттєві зміни щодо відносин і форм власності, організаційно-правового статусу, в системі управління підприємствами, в діловій культурі та діловому спілкуванні.

Слід зазначити, що аграрне виробництво як об'єкт корпоративного управління має специфічні особливості як соціально-економічного, так і організаційно-технічного та технологічного характеру [6, с. 68]. Стратегія корпоративного управління розвитком сільського господарства повинна враховувати специфіку ринкових аграрних відносин, – залучення живої природи у виробництво, відношення до землі як його основи, відношення до приватної власності, сезонність робіт тощо. Його інструменти при цьому повинні спиратися на жорстке дотримання антимонопольного законодавства. Вони не мають перешкоджати розвитку кооперативного сектору, формуванню кооперативних асоціацій та об'єднань; державній підтримці фермерства та невеликих землевласників.

Найбільш оптимальною стратегією державного регулювання діяльності агрохолдингів обґрунтовується стратегія з елементами державно-приватного партнерства [7, с. 65]. На сьогодні стратегія взаємодія між малими, середніми та великими корпоративними суб'єктами господарювання в агросфері не набула належного поширення. У зв'язку з цим нами було запропоновано кілька варіантів їх взаємодії – на засадах товарного кредитування, фінансової допомоги, розширення маркетингових каналів збуту тощо.

Корпоративне управління розвитком сільського господарства складається з системи цілеспрямованих організаційно-економічних дій. Вони забезпечують органічне поєднання функціонування великих корпоративних структур з функціонуванням альтернативних малих та середніх підприємств. Цим досягається збалансоване регулювання двохрівневої моделі організації аграрного виробництва [8, с. 37]. В його основі лежить використання сучасних принципів корпоративного управління та його основних напрямів – контролінгу, антикризового, стратегічного. Вони направлені на оптимізацію збалансованості агропромислового виробництва й ринкової кон'юнктури у їх постійній динаміці.

Висновки і перспективи подальших розвідок. Зміст корпоративного управління розвитком сільського господарства, як і будь-яка система, включає наступні елементи: мету, завдання, принципи, об'єкт, предмет, методи, функції, інформацію, кадри, інструменти, техніку і технологію. Отже, концепцію побудови його системи необхідно розуміти як сукупність вказаних елементів. В свою чергу, вони знаходяться в кількісних і якісних взаємопов'язаних відносинах, створюють комплексну цілісність, методологію моніторингу та оцінки ефективності. У зв'язку з цим у подальших дослідженнях корпоративного управління доцільно встановити основні пріоритети розвитку агросфери та його макроекономічні показники; кількісні показники обсягів виробництва та експорту, які забезпечують агрохолдинги; показники функціонування сільських територій загалом.

Література

1. Бородіна О.М. Інституційний розвиток сільського господарства та села в Україні і Росії та його гармонізація з європейською політичною практикою / О.М. Бородіна // Економіка України. – № 3. – 2012. – С. 48-61.
2. Романюк І.А. Стратегічне управління розвитком галузі туризму на засадах формування корпоративної культури туристичних підприємств / І.А. Романюк // Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу. – 2016. – № 2 (34). – С. 24-27.
3. Геєць В.М. Українська кооперація: історичний досвід в аспекті сучасного її впровадження / В.М. Геєць, Л.П. Горкіна // Споживча кооперація України: історія, сучас-

- ність, перспективи розвитку: матер. Всеукр. наук.-практ. конф. (17-18 жовтня 2006р.). – К., 2006. – С. 5-9.
4. Ігнатенко М.М. Стратегії та механізми управління розвитком соціальної відповідальності суб'єктів господарювання аграрної сфери економіки: [монографія] / М.М. Ігнатенко. – Херсон: Айлант, 2015. – 470 с.
 5. Малік М.Й. Науково-методичне забезпечення розвитку кооперації в аграрній сфері економіки / М.Й. Малік // Економіка АПК. – 2010.– №12. – С.103-108.
 6. Мармуль Л.О. Системне управління економічною безпекою аграрних підприємств з урахуванням корпоративних чинників організації діяльності / Мармуль Л.О., Аранчій В.І., Аранчій Д.С. // Наукові праці Полтавської державної аграрної академії. – Вип. 1 (10). – Полтава: ПДАА, 2015. – С. 66-71.
 7. Месель-Веселяк В.Я. Реформування сільськогосподарського виробництва в Україні / В.Я. Месель-Веселяк // Вісник аграрної науки. – 1998. – № 9. – С. 62-67.
 8. Рунчева Н. В. Участь корпоративних агроформувань у вирішенні соціальних проблем села / Н. В. Рунчева // Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу. – 2015. – №1(29). – С.36-38.

N. Runcheva PhD (Economics), associate professor, doctoral student.

A. Britvenko PhD (Economics), associate professor, Berdyansk University of Management and Business.

The development of the system of the corporate management

Abstract. *The article reveals the peculiarities of formation and development of corporate relations in the agricultural sphere of Ukraine, their functions and tasks. a reasonable definition of the content of corporate relations. The author determined identifying characteristics and classification with the aim of making better managerial decisions. The stages of development with the aim of improving directions and methods of state regulation are described.*

Keywords: *corporate governance, essence, stages of development, government regulation, improvement and development.*

References

1. Borodina O.M. (2012). *Instytutsiinyi rozvytok silskoho hospodarstva ta sela v Ukraini i Rosii ta yoho harmonizatsiia z yevropeiskoiu politychnoiu praktykoiu* [Institutional development of the agrarian business and village in Ukraine]. *Ekonomika Ukrainy*, vol. 3, pp. 48-61.
2. Romaniuk, I.A. (2016). *Stratehichne upravlinnia rozvytkom haluzi turyzmu na zasadakh formuvannia korporatyvnoi kultury turystychnykh pidpriemstv* [Strategical management of the tourism development, based on the corporative culture]. *Visnyk Berdianskoho universytetu menedzhmentu i biznesu*, vol. 2 (34), pp. 24-27.
3. Heiets, V.M. (2006). *Ukrainska kooperatsiia: istorychnyi dosvid v aspekti suchasnoho yii vprovadzhennia* [Ukrainian cooperation: historical experience in the modern implementation]. *Spozhyvcha kooperatsiia Ukrainy: istoriia, suchasnist, perspektyvy rozvytku: mater. Vseukr. nauk.-prakt. konf. (17-18 zhovtnia 2006r.)*, Kyiv, Ukraine.
4. Ihnatenko, M.M. (2015). *Stratehii ta mekhanizmy upravlinnia rozvytkom sotsialnoi vidpovidalnosti sub'iektiv hospodariuvannia ahrarnoi sfery ekonomiky* [Strategies and management of the development of the subject responsibility in the agrarian sphere]. *Ailant, Kherson, Ukraine*.
5. Malik, M.I. (2010). *Naukovo-metodychne zabezpechennia rozvytku kooperatsii v ahrarnii sferi ekonomiky* [Scientific methodical supporting of the development of the cooperation in agrarian sphere of the economy]. *Ekonomika APK*, vol. 12, pp. 103-108.
6. Marmul, L.O. (2015). *Systemne upravlinnia ekonomichnoi bezpekoiu ahrarnykh pidpriemstv z urakhuvanniam korporatyvnykh chynnykiv orhanizatsii diialnosti* [System mana-

- gement of the economic security of the agrarian enterprises]. *Naukovi pratsi Poltavskoi derzhavnoi ahrarnoi akademii, PDAA, Poltava, Ukraine.*
7. Mesel-Veseliak, V.I. (1998). *Reformuvannia silskohospodarskoho vyrobnytstva v Ukraini* *Visnyk ahrarnoi nauky*, vol. 9, pp. 62-67.
 8. Runcheva, N. V. (2015). *Uchast korporatyvnykh ahroformuvan u vyrishenni sotsialnykh problem sela* [Participation of the corporative agro-forums and the solution of the social problems]. *Visnyk Berdianskoho universytetu menedzhmentu i biznesu*, vol. 1(29), pp. 36-38.

УДК 338.242.2

І.А. Романюк, к.е.н., асистент
Харківський національний технічний університет
сізьського господарства ім. П. Василенка

ФОРМУВАННЯ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ ТА ДІЛОВОЇ РЕПУТАЦІЇ ТУРИСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Анотація. У статті визначені можливості удосконалення розвитку галузі туризму на засадах формування корпоративної культури та ділової репутації. Обґрунтована сутність, основні категорії корпоративної культури, її складники. Визначені зовнішні та внутрішні сторони, чинники розвитку. Виявлені проблеми формування корпоративної культури й ділової репутації вітчизняних туристичних підприємств. розроблені перспективні напрями та можливості розвитку в умовах динаміки вітчизняного та міжнародних туристичних ринків.

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

Постановка проблеми. Обґрунтування категорій корпоративної культури, ділової репутації організацій та підприємств почалася на початку 1980-х рр. минулого століття у США. Це було спричинено, переважно, впливом інноваційних наукових досліджень та необхідністю забезпечення конкурентоспроможності й ефективності практичної діяльності. Їх вимагали завдання у галузі стратегічного управління; теорії й практики організацій; досліджень і здійснення організаційної поведінки. Корпоративна культура та ділова репутація об'єднує цінності і норми, властиві для організації, стиль та процедури управління, концепції технологічного і соціального розвитку.

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

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Проблеми управління розвитком туристичних підприємств і організацій, галузі туризму загалом, підвищення ефективності та конкурентоспроможності їх функціонування, фінансово-економічної безпеки знайшли відображення у дослідженнях Л.О. Мармуль, О.А. Сарапіної, О.А. Марченко та інших провідних науковців. Питання соціальної відповідальності та корпоратизації управління висвітлені у працях М.М. Ігнатенка, Н.В. Рунчевої та інших авторів.

Визначення невирішених раніше частин загальної проблеми. Разом з тим проблеми формування корпоративної культури, ділової репутації туристичних підприємств і організацій та управління ними на їх основі потребують подальших розробок.

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

Виклад основного матеріалу дослідження. Корпоративна культура та ділова репутація впливають на діяльність туристичних підприємств та організацій у таких формах: ототожнення працівниками власних цілей з цілями організації через прийняття її норм і цінностей; реалізація норм і прагнень для досягнення цілей; єдність процесу реалізації стратегії та еволюції корпоративної культури й репутації під впливом зовнішнього середовища [1, с. 165]. Вони мають дві сторони – зовнішню і внутрішню. Зовнішня сторона – здійснення зв'язку місії туристичного підприємства і соціальної відповідальності за неї, цілей і методів діяльності та бізнес-процесів. Вона складається з відносин туристичного підприємства з клієнтами, з партнерами по бізнесу.

Корпоративна культура та ділова репутація по відношенню до клієнтів (споживачів) охоплюють всі елементи, що характеризують особливості взаємодії туристичного підприємства з зовнішнім середовищем: уміння заявити про себе, привернути увагу, викликати симпатію. Звичайно, це рекламна діяльність, робота фахівців зі зв'язків з громадськістю і т.п. Велике значення для формування культури має наявність в організації власного туристичного бренду. Наприклад, бренди “Супутник”, “САМ”, “Поїхали з нами” давно відомі на міжнародному й вітчизняному туристичному ринку. Саме бренд допомагає їм бути ефективними у своїй діяльності.

Також до зовнішньої сторони корпоративної культури й ділової репутації, як зазначалося, належить уміння туристичної організації грамотно будувати взаємини з партнерами і конкурентами [2, с. 67]. Завдяки саме цій роботі формується авторитет та ділова репутація туристичного підприємства серед професіоналів. Крім того, туристична компанія повинна весь час перебувати у розвитку, в пошуку неординарних ідей і рішень як у бізнесі, так і у його супровідних рекламних, презентаційних та інших художньо-естетичних елементах і проявах.

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

Нами визначено, що важливим завданням розвитку галузі туризму на національному, регіональному та місцевому рівнях є удосконалення трудових ресурсного потенціалу туристичних організацій на основі формування інноваційної кадрової політики;

проектування посад і посадових інструкцій. Також необхідною є здійснення підбору, оцінки, атестації, навчання, перепідготовки та мотивації персоналу; формування сучасної корпоративної культури та репутації на засадах психології ділового спілкування в цілому.

Проте корпоративна культура у туристичній галузі країни визначається як не задовільна. 68% опитаних туристів та працівників охарактеризували її як низьку, ще 20% - як таку, що перебуває у стадії становлення, 7% респондентів не змогли відповісти і лише 5% опитаних відзначили задовільний стан. Отже, попит на прояви корпоративної культури у туристичних організаціях перевищує пропозицію [3, с. 205]. Це чітко визначає, що найближчим часом конкурентоспроможність туристичних підприємств на туристичному ринку буде визначатися не тільки ціною їх продукту та послуг, а й рівнем корпоративної культури та ділової репутації.

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

Разом з тим значна кількість підприємців і, тим більше, рядових працівників, не розуміє, що таке місія їх підприємств і навіть не задумується про це. В основі їх діяльності основним мотивом є отримання прибутків або заробітної плати. Проте приклади соціальної відповідальності, благодійності, поширення волонтерства, навчання й тренінги спонукають їх розширювати свій світогляд та підвищувати власну й корпоративну культуру [4, с. 184]. Кількість туристичних організацій, які усвідомлюють своє соціальне значення і необхідність формулювання місії, збільшується. Все більше керівників та менеджерів розуміє, що у структуру місії має органічно вписатися соціально-економічне позиціонування підприємства, тобто визначення його місця і спеціалізації не тільки у системі ринкових відносин, а й соціальних та екологічних.

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

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

Об'єднання працівників відбувається на основі спільних цінностей та норм, при цьому відсутні будь-які приписи згори, крім загальнолюдських норм і вимог. Створюються сприятливі умови для розвитку ініціативи й творчої активності, підприємливості працівників [5, с. 142]. Неприйнятними при цьому є розрахунок і вигода, що

свідчить про найважливіший командний принцип – поєднання особистих і корпоративних та суспільних інтересів.

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

Психологічний клімат у туристичних організаціях залежить від різних чинників, у тому числі і від стилю і методів керівництва, особистісних рис керівників. Різний рівень згуртованості колективу формується за сприятливої обстановки на роботі. У переважній більшості випадків керівник здатний вплинути на формування сприятливого психологічного клімату, створюючи такі базові установки, які визначають порядок взаємин у колективі, демонструючи власний приклад та ініціативу [6, с. 30]. У багатьох випадках у туристичних підприємствах сприятливу обстановку працівники оцінюють як єдиний і основний чинник мотивації перебування на роботі.

Психологічний клімат формується на взаєминах між керівництвом і підлеглими. Незважаючи на загальну переорієнтацію до демократичної концепції управління зі сторони рядових працівників, керівництво намагається використовувати колишні, переважно командно-адміністративні методи впливу на підлеглих, які сприяють виконанню більшого обсягу робіт, ніж при демократичному стилі управління. Однак відносно низька мотивація, менша оригінальність мислення, напружений психологічний клімат, агресивність працівників зумовлюють пошук інших типів управління та організації корпоративної культури й ділової репутації.

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

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

Демократична модель управління у туристичних підприємствах майже зберегла свої позиції, а рейтинг монархічної моделі навіть зріс, обігнавши інші стилі управління [7, с. 196]. Цей факт переконує, що, по-перше, посилена конкуренція на туристичному ринку змушує туристичні підприємства звертатися до інноваційних моделей стратегічного управління, а по-друге, що вони потребують упорядкування своєї діяльності, підпорядкування загальній ідеї та місії.

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

Висновки і перспективи подальших розвідок. Важливим чинником, що впливає на формування корпоративної культури і ділової репутації туристичних підприємств, є національні традиції та національна культура загалом. Переваги інтеграції, кооперації, слідування за місцем роботи в умовах її дефіциту, потреба в знаходженні компромісів у соціально-економічних відносинах, змушують взаємодіяти людей різних культур. Однак представники різних культур схожі своїм внутрішнім, моральним, етичним виміром і відрізняються, головним чином, зовнішніми проявами, звичаями, ритуалами, одягом і т.п. Тому в умовах глобалізації важливим напрямом розвитку корпоративної культури є всебічне забезпечення крос-культурної грамотності працівників підприємств туристичної галузі.

Література

1. Ігнатенко М.М. Становлення стратегічного управління соціальною відповідальністю суб'єктів господарювання аграрної сфери економіки / М.М. Ігнатенко // Вісник Сумського національного аграрного університету: наук. жур. – Серія “Економіка і менеджмент”. – Вип. 12 (66). – Суми: СНАУ. – 2015. – С. 163-168.
2. Мармуль Л.О. Організація та розвиток аграрного туризму в регіоні: [монографія] / Л.О. Мармуль, Т.А. Пінчук. – Херсон: Айлант, 2008. – 168 с.
3. Сарапіна О.А. Агротуризм Херсонської області у системі туристично-рекреаційних відносин / О.А. Сарапіна // Таврійський науковий вісник : зб. наук. пр. – Херсон: Айлант, 2006. – Вип. 47. – С. 202-209.
4. Марченко О.А. Роль корпоративної культури у поліпшенні якості туристичних послуг / О.А. Марченко // Бізнес-навігатор: наук.-вир. жур. – Херсон: МУБіП. – 2011. - №5 (26). – С. 182-186.
5. Мельник О.М. Асортиментна стратегія ефективності туристичних організацій / О.М. Мельник // Актуальні проблеми економіки. – 2010. – №8. – С. 140-144.
6. Романюк І.А. Системно-структурні дефініції категорій у галузі сільського зеленого туризму: узагальнення та використання / І.А. Романюк // Науковий вісник ХДУ. – Серія: Економічні науки. – Вип. 15. Ч. 3. – Херсон: Вид. дім «Гельветика», 2015. – С. 29-31.
7. Богданова Ж.А. Поняття та види туристичної діяльності в Україні / Ж.А. Богданова // Вісник Житомирського державного технологічного університету: Економічні науки: економіка, організація і управління підприємством. – 2009. – № 4 (50). – С. 194-197.

I. Romanuk, PhD (Economics), assistant,
Vasylenko Kharkiv National Technical University of Agrarian Craft

The formation of the corporative culture and business reputation of the tourism enterprises

Abstract. The article identifies the possibilities for improving the development of the tourism industry on the basis of formation of corporate culture and business reputation. The essence, basic categories of corporate culture, its components are highlighted. The author identified external and internal, factors of development. The problems of formation of corporate culture and business reputation of the domestic tourism enterprises are identified. The directions and opportunities for development in terms of the dynamics of domestic and international tourism markets are reviewed.

Keywords: corporate culture, business reputation, tourism industry, tourism market, tourism enterprises, mission, strategic management, improvement, cross-cultural management.

References

1. Ihnatenko, M.M. (2015). *Stanovlennia stratehichnoho upravlinnia sotsialnoiu vidpovidalnistiu sub'iektiv hospodariuvannia ahrarnoi sfery ekonomiky* [Forming of the strategic management of the social responsibility of the agrarian subjects]. *Visnyk Sumskoho natsionalnoho ahrarnoho universytetu: nauk. zhur.* – Seriiia “Ekonomika i menedzhment”, vol. 12 (66), pp. 163-168.
2. Marmul, L.O. (2008). *The organization and the development of the agrarian business in the region.* Ailant, Kherson, Ukraine.
3. Sarapina, O.A. (2006). *Ahroturyzm Khersonskoi oblasti u systemi turystychno-rekreatsiinykh vidnosyn* [Agrotourism and Kherson region in the system of the tourism-recreative relations]. – Ailant Kherson, vol. 47, pp. 202-209.
4. Marchenko, O.A. (2011). *Rol korporatyvnoi kultury u polipshenni yakosti turystychnykh posluh* [Role of the corporate culture and improvement of the labour services]. *Biznes-navihator: nauk.-vyr. Zhur*, vol. 5 (26), pp. 182-186.
5. Melnyk, O.M. (2010). *Asortymentna stratehiia efektyvnosti turystychnykh orhanizatsii* [Strategy of the efficiency of the organisation]. *Aktualni problemy ekonomiky*, vol. 8, pp. 140-144.
6. Romaniuk, I.A. (2015). *Systemno-strukturni definitsii katehorii u haluzi silskoho zelenoho turizmu: uzahalnennia ta vykorystannia* [System-structural definitions in the sphere of the country green tourism]. *Naukovyi visnyk KhDU.* – Seriiia: Ekonomichni nauky, vol. 15., p. 3, pp. 29-31.
7. Bohdanova, J.A. (2009). *Poniattia ta vydy turystychnoi diialnosti v Ukraini* [Concept and the types of the tourist activity in Ukraine]. *Visnyk Zhytomyrskoho derzhavnoho tekhnolohichnoho universytetu: Ekonomichni nauky: ekonomika, orhanizatsiia i upravlinnia pidpriemstvom*, vol. 4 (50), pp. 194-197.

ПОТЕНЦІАЛ І ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНИЙ МЕХАНІЗМ ФУНКЦІОНУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВ СОЦІАЛЬНО-КУЛЬТУРНОГО СЕРВІСУ

POTENTIAL AND ORGANIZATIONALLY ECONOMIC MECHANISM FUNCTIONING OF ENTERPRISES SOCIO-CULTURAL SERVICE

УДК 332.14:338.436

М.М. Ігнатенко, к.е.н., докторант

Уманського національного університету садівництва,

Л.О. Мармуль, д.е.н., професор

Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв,

О.А. Сарапіна, д.е.н., професор

Херсонського національного технічного університету

СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ ПОТЕНЦІАЛ СІЛЬСЬКИХ ТЕРИТОРІЙ ЯК ОСНОВА РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ СІЛЬСЬКОГО ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ НА ЗАСАДАХ ІННОВАЦІЙНОСТІ

Анотація. У статті виявлені особливості та проблеми сталого розвитку сільських регіонів країни. Обґрунтовані ресурси та резерви його забезпечення на засадах підвищення їх конкурентоспроможності та впровадження пріоритетних інноваційних проєктів. Визначені можливості прогнозування сталого розвитку з врахуванням вказаного інструментарію та методів.

Ключові слова: соціально-економічний потенціал, сільські території, підприємства, сільський зелений туризм, сталий розвиток, інновації, кластери, громадські організації, управління.

Постановка проблеми. Динамічний розвиток аграрних підприємств та сільських територій їх розміщення відіграє провідну роль у забезпеченні сталого розвитку сільської економіки загалом. При цьому він розуміється як гармонізація або збалансоване зростання економічної, соціальної та екологічної складових, забезпечення потреб життєдіяльності сільського населення за умови збереження й поетапного відтворення цілісності природного середовища, створення можливостей для рівноваги між його потенціалом й інтересами сучасного та майбутніх поколінь. Це означає й забезпечення розвитку альтернативних видів діяльності, насамперед, сільського зеленого туризму.

Формування потенціалу сталого розвитку підприємств сільського зеленого туризму пов'язане із сукупним впливом чинників внутрішнього і зовнішнього середовища на їх функціонування. Саме ними визначаються конкурентні переваги та конкурентоспроможність. При цьому важливе значення мають пропорції державного,

регіонального, місцевого управління та ринкового механізму регулювання соціально-економічних процесів на селі, впровадження інноваційних проектів та обґрунтування інвестиційної привабливості галузі.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вітчизняна та зарубіжна наукові школи зробили значний внесок у розробку сучасних підходів до вирішення проблем визначення та оцінки виробничо-ресурсного потенціалу сільських територій, підприємств сільського зеленого туризму зокрема. Значними є здобутки у методології економічного обґрунтування територіальної організації економіки, формування територіальних пропозицій розміщення продуктивних сил на селі. Відомі дослідження впливу регіональних чинників на соціально-економічну діяльність та виробництво, організаційно-економічного механізму їх функціонування, стратегій інноваційно-інвестиційної діяльності. Вказані результати знайшли відображення в працях провідних вітчизняних і зарубіжних учених: В. Бойка, О. Бородіної, О. Марченко, С. Писаренко, І. Прокопи, І. Романюк, В. Трегобчука та інших науковців.

Визначення невирішених раніше частин загальної проблеми. Питання теорії, методології та практики формування й використання соціально-економічного потенціалу сільських територій як основи розвитку підприємств сільського зеленого туризму все ще залишаються недостатньо вивченими та потребують поглиблених досліджень.

Метою статті є обґрунтування чинників та складників формування та відтворення соціально-економічного потенціалу сільських територій як основи організації та розвитку підприємств сільського зеленого туризму, визначення пріоритетів їх управління та регулювання на засадах впровадження інновацій.

Виклад основного матеріалу. Традиційно соціально-економічний потенціал сільських територій формують природно-ресурсна (природні умови та ресурси – земельні, водні, агрокліматичні, флористичні та фауністичні); виробнича (матеріально-технологічні засоби й технології, готова продукція та послуги) й соціальна складова (населення й поселенська мережа). Проте розвиток науково-технічного прогресу призвів до посилення інформаційної та інноваційної складових, появи нових видів діяльності на селі, зокрема, туристичної [1, с. 8].

В сучасних умовах саме інноваційна складова розглядається як пріоритетна через вичерпність природних ресурсів, обмеження виробництва та необхідність його удосконалення. З нею також пов'язане обґрунтування таких видів діяльності, які є прибутковими та швидкоокупними, несуть значне соціальне навантаження, тобто є суспільнозначимими, але здійснюють м'який вплив на довкілля. Під це визначення також підходить сільський зелений туризм як вид діяльності та його підприємства.

Разом з тим, протягом останніх десятиліть існуючі проблеми розвитку та ресурсокористування сільських територій в Україні вирішувались недостатньо, а отже, накопичувались. Це призвело до зниження якості життя сільського населення, згортання соціальної та виробничої інфраструктури села, посилення екстенсивного характеру ведення сільського господарства. І це при тому, що на сільських територіях проживає третина населення нашої країни, формується основа її продовольчої безпеки, відтворюється значна частина людського капіталу та соціально-культурного потенціалу нації, зберігаються народні традиції, ідентичність, ментальність.

Зважаючи на поглиблення депресивних явищ на сільських територіях країни та беручи до уваги стратегічні пріоритети їх подальшого розвитку, особливого значення набуває впровадження інноваційної моделі розвитку сільської економіки, в тому числі на основі модернізації суспільно-економічних відносин на селі [2, с. 72]. Дієвим

прикладом може слугувати досвід країн-членів ЄС. Найбільш показовими на сільських територіях країн ЄС є інновації у сфері прямого маркетингу, екологічних технологій, енергетики та надання послуг, у т.ч. зеленого туризму.

Основними видами інновацій є економічні, соціальні, організаційні і технічні. Порівняльний аналіз свідчить, що у сфері прямого маркетингу переважають інновації організаційного та економічного характеру (незважаючи на превалюючий соціальний характер ініціатив громадян); у сфері екологічних технологій – це, насамперед, технічні та організаційні інновації; у сфері надання сільських послуг – це, передусім, соціальні та організаційні інновації.

Одним з основних каталізаторів інноваційного процесу є економічна мотивація. У прямому маркетингу економічні інновації стосуються розбудови системи дистрибуції та ринків збуту, а також поліпшення комунікацій, логістики і маркетингу [3, с. 254]. У сфері екологічних технологій і в секторі сільських послуг економічні аспекти не є основним рушійним елементом інноваційних стратегій на цей час, хоча розвиток сільського зеленого туризму, біоенергетики дає сільським жителям можливість розширити спектр своїх традиційних джерел доходу.

Соціальні інновації означають формування нових мереж і відносин між виробниками, споживачами та іншими учасниками системи «виробництво-споживання» або надання територіально організованих послуг. Організаційні інновації означають впровадження нових способів управління (у сільському господарстві, у сфері продаж, туристичній галузі), створення нових партнерств та альянсів між учасниками. Технічні інновації пов'язані з розвитком нових продуктів, послуг, впровадженням нових, удосконаленням або модернізацією існуючих технологій у сфері виробництва, логістики та маркетингу.

Інститути інноваційної діяльності створюють сприятливі умови перерозподілу та ефективного використання матеріальних, фінансових, трудових та інших ресурсів, забезпечуючи якісно новий рівень розвитку суспільства й конкурентоспроможності економіки на селі. Саме інститути інноваційної діяльності формують мотиваційне поле розвитку господарюючих суб'єктів сільського зеленого туризму [4, с. 167]. При цьому інститути закріплюються формально у нормативних актах та угодах, а також неформально – в ментальних, поведінкових нормах.

Сільські території України протягом останніх двадцяти років зазнали суттєвих змін як у контексті пошуку адміністративних підходів до управління їх розвитком, так і щодо організації економічної діяльності. Тенденції їх розвитку є, переважно, негативними. Це створює перешкоди для використання соціально-економічного потенціалу, а також дає всі підстави для прогнозування подальшого занепаду сіл, якщо підходи до організації та управління ними та їх економікою не зміняться.

Інновації для сільських жителів залишаються категорією віддаленою та незрозумілою. Багаторічна незмінність ситуації та стереотипність сільського укладу життя сформували переважно байдуже їх ставлення до нових ініціатив та пропозицій. Вони утвердили безнадію відносно можливостей покращення ситуації, нав'яли пасивність у відношенні використання ресурсів сільських територій [5, с. 63]. У цьому контексті нинішній економічний світогляд сільського населення України, є доволі очевидним. Ведення сільського господарства розуміється як основний спосіб для існування, єдиний варіант забезпечення власної життєдіяльності.

В цьому разі такі індикатори, як інноваційна доцільність та ефективність, порівняльні конкурентні ресурсні переваги, схильність до інших видів діяльності, практично не розглядаються. Відтак, домінує монофункціональність сільської економіки та

безальтернативність джерел доходів для сільського населення. Це чинить негативний вплив як на розвиток власне сільського господарства, так і на формування диверсифікованої сільської економіки на інноваційній основі.

Отже, все більшої актуальності набуває потреба в розширенні напрямів використання соціально-економічного потенціалу сільських територій і на цій основі – видів господарської діяльності на селі. Вона забезпечила б значний імпульс становленню сучасної розгалуженої економічної мережі на сільських територіях України. Це дозволить сільським жителям мати альтернативні джерела доходів, а також сформувані доступні умови для задоволення широкого спектру споживчих потреб, пов'язаних з основними аспектами життєдіяльності.

Для вирішення поставлених завдань необхідними є нові підходи до організації сільської економіки на засадах розвитку, наприклад, сільського зеленого туризму. Важливо обґрунтувати його здійснення відповідними суб'єктами господарювання, віднайдення шляхів для стимулювання бажаних соціально-економічних змін, використання нових форм кооперації та організації праці [6, с. 248]. Такі підходи можуть базуватися як на нових теоретико-прикладних розробках, так і на основі зарубіжного досвіду, адаптованого до вітчизняних реалій. Для сільських територій, сільських громад згадані підходи у більшості випадків будуть інноваційними.

У цьому контексті значний потенціал має кластерний підхід до розвитку сільських територій. Безумовно, він не має прямого впливу на диверсифікацію їх господарських систем. Проте кластеризація призводить до активізації економічної діяльності на сільських територіях. Відтак, це стимулює активізацію інвестиційних процесів на інноваційній основі, забезпечує більші фінансові можливості для сільських мешканців. Так, туристичні кластери сприяють виникненню попиту на нові товари та послуги, надання яких може здійснюватися новими суб'єктами господарювання у галузі сільського зеленого туризму.

Світова практика свідчить, що формування кластерів може відбуватися на місцевому, регіональному та загальнонаціональному рівнях. Враховуючи значну диференціацію в рівнях розвитку, наявних ресурсах, для сільських територій країни найбільш актуальними можна вважати саме місцеві кластери, дещо меншою мірою – регіональні. Така точковість у сільському зеленому туризмі має небезпеку недостатнього фінансування, тому що зосереджується на незначній території, а відповідно – може залучити менші обсяги підтримки. Однак впроваджені заходи будуть більш конкретизованими та чіткіше відповідатимуть потребам учасників кластера. У випадку регіональних кластерів фінансування може бути більшим, але й сфера його охоплення значно ширша, отже, місцеві вигоди будуть меншими.

Окремо в контексті економічного розвитку вітчизняних сільських територій необхідно виділити транскордонний рівень співробітництва. Як і міжнародний, він має індикативний характер та забезпечує, передусім, функціонування транскордонного господарства, лібералізацію його умов для країн-учасників, а також інформаційний супровід. Сучасні європейські тенденції до створення євро регіонів та активізації транскордонної співпраці у сфері обігу товарів, послуг та робочої сили створюють для сільських територій України значні можливості використання їх соціально-економічного потенціалу і розвитку на цій основі.

Протягом останніх років активізація транскордонного співробітництва посилюється, особливо у західному регіоні країни. Для його сільського населення це значно збільшує можливості отримання додаткових доходів від розвитку торгівлі, соціально-культурної сфери, туризму, загалом міжнародної співпраці; інших навичок здійснення

інноваційних видів підприємницької діяльності, новаторських підходів до вирішення проблем своєї місцевості. Отже, управління використання соціально-економічного потенціалу сільських територій на місцевому рівні в контексті інноваційності має значні переваги. При цьому враховується безпосередня присутність суб'єктів управління на місці, обізнаність з проблемами і потенціалом місцевості проживання.

Суб'єктами управлінських рішень в такому розумінні є сільські та селищні ради, громадські організації. Якщо роль та функціонування органів місцевого самоврядування є зрозумілими, то потенціал громадських організацій в Україні досі не реалізований належним чином [7, с. 134]. В економічно-розвинутих країнах активність позитивних змін на сільських територіях часто залежить від діяльності саме таких суб'єктів. Вони здатні динамічно залучати позитивний досвід управління локальним розвитком, пропонувати нові підходи до вирішення проблем громади, надавати необхідне інформаційне забезпечення для управлінських рішень.

Низька активність громадських організацій в Україні спричинена як необізнаністю населення щодо їх ролі в регіональному соціально-економічному розвитку, так і проблемами з фінансуванням. У ЄС громадські організації є отримувачами грантів та цільового фінансування, якщо їх діяльність збігається з пріоритетами державної чи регіональної політики розвитку. В Україні таке фінансування є практично недоступним.

Разом з тим у контексті диверсифікації економічної діяльності на сільських територіях роль громадських організацій має бути значною як носіїв інформаційного потенціалу. Фактично, однією з основних перешкод диверсифікації сільської економіки є відсутність ініціатив та розуміння можливості особистісного зростання у місцевого населення, від активності якого залежить успішність цих процесів. Саме цю нішу мають заповнити громадські організації, або ж, як альтернатива, підприємницькі структури, націлені на консультування сільського населення щодо можливостей економічної діяльності, надання інформації про її альтернативні види та їх особливості.

Управлінські інновації на рівні суб'єктів господарювання, у т.ч. і в сільському зеленому туризмі, є найбільш перспективними у впровадженні, оскільки залежать переважно від власників підприємств або бізнесу, а не від зовнішніх умов. Однак успішність пошуку та адаптації таких управлінських інновацій залежить від рівня кваліфікації, креативності та цілеспрямованості власників або менеджменту, готовності підлеглих до виконання нововведень. Суттєвою перешкодою впровадження організаційно-управлінських інновацій на сільських територіях є низька активність місцевого населення. Фактично, планування розвитку сільських територій досі здійснюється за принципом «згори-донизу». Проте через дефіцит бюджетних коштів більшість заходів залишаються декларативними.

Висновки і перспективи подальших розвідок. Використання та відтворення соціально-економічного потенціалу сільських територій і на цій основі – формування та альтернативних видів діяльності, зокрема сільського зеленого туризму має значні перспективи. Його організація за принципом «знизу-догори» дозволяє подолати численні адміністративно-бюрократичні перешкоди. Використання інновацій, кластерів та інформаційних складників у ресурсокористуванні та функціонуванні економіки, її альтернативних видів, насамперед, зеленого туризму на селі сприятиме всебічному зростанню рівня та якості життєдіяльності сільського населення.

Література

1. Трегобчук В.М. Інноваційно-інвестиційний розвиток національного АПК: проблеми, напрями і механізми / В.М. Трегобчук // Економіка України. – 2009. – № 2. – С. 4-12.
2. Писаренко С.М. Особливості інноваційного розвитку регіонів України / С.М. Писаренко, О.М. Луцків // Вісник Львівської комерційної академії. Серія економічна: випуск 18. Ч. 1. – Львів: Видавництво Львівської комерційної академії, 2005. – С. 70-74.
3. Ігнатенко М.М. Проблеми та перспективи розвитку сільського туризму в Україні / М.М. Ігнатенко // Науковий вісник Львівського національного університету ветеринарної медицини та біотехнологій ім. С.З. Гжицького. – Серія «Економічні науки». – Т. 12, № 1 (43). – Львів, 2010. – С. 252 – 255.
4. Марченко О.А. Трансформації та удосконалення регіональної структури туристичної галузі: [монографія] / О.А. Марченко. – Херсон: Айлант, 2014. – 362 с.
5. Бородіна О. Сільський розвиток в Україні: проблеми становлення / О. Бородіна, І. Прокопа // Економіка України. – 2009. – № 5 (570). – С. 59-67.
6. Бойко В.І. Регіональний вимір і механізми підвищення соціально-економічної ефективності розвитку культурної сфери: проблеми теорії і практики: [монографія] / В.І. Бойко. – Херсон: Грінь Д.С., 2014. – 356 с.
7. Мармуль Л.О. Ринок праці та зайнятість населення сільських територій: теорія і практика регулювання / Л.О. Мармуль, І.А. Романюк. – Херсон: Айлант, 2015. – 266 с.

M. Ignatenko, PhD (Economics), associate professor, Uman national University of horticulture.

L. Marmul, D.Sc. (Economics), professor, National Academy of Managerial Staff of Culture and Arts.

O. Sarapina, D.Sc. (Economics), professor, Kherson National Technical University.

The social-economical potential of the country territories as a basis of the development of the country green tourism on the principles of the innovations

Abstract. *The article reveals the peculiarities and problems of sustainable development of rural regions of the country. Reasonable resources and reserves based on increase of their competitiveness and implementation of priority innovative projects reviewed. The possibilities of forecasting of sustainable development with the specified tools and techniques are analysed.*

Keywords: *socio-economic potential, rural areas, enterprises, rural tourism, sustainable development, innovation, clusters, public organization, management.*

References

1. Trehobchuk, V.M. (2009). *Innovatsiino-investytsiyni rozvytok natsionalnoho APK: problemy, napriamy i mekhanizmy* [Innovation-investments development of the national APK]. *Ekonomika Ukrainy*, vol. 2, pp. 4-12.
2. Pysarenko, S.M. (2005). *Osoblyvosti innovatsiinoho rozvytku rehioniv Ukrainy* [The peculiarities of the innovational development of the regions of Ukraine]. *Visnyk Lvivskoi komertsiiinoi akademii. Seriiia ekonomichna: vypusk*, vol. 18.p. 1, pp. 70- 74.
3. Ihnatenko, M.M. (2010). *Problemy ta perspektyvy rozvytku silskoho turyzmu v Ukraini* [Problems and the perspectives of the country tourism development]. *Naukovyi visnyk Lvivskoho natsionalnoho universytetu veterynarnoi medy-tsyny ta biotekhnolohii im. S.Z. Hzhyskoho. Seriiia «Ekonomichni nauky»*, p. 12, vol. 1 (43), pp. 252 – 255.

4. Marchenko, O.A. (2014). *Transformatsii ta udoskonalennia rehionalnoi struktury turystychnoi haluzi* [Transformation and improvement of the regional structure of the tourism field]. Ailant, Kherson, Ukraine.
5. Borodina, O. (2009). *Silskyi rozvytok v Ukraini: problemy stanovlennia* [Country development in Ukraine: problems of the forming]. *Ekonomika Ukrainy*, vol. 5 (570), pp. 59-67.
6. Boyko, V. I. (2014). *Rehionalnyi vymir i mekhanizmy pidvyshchennia sotsialno-ekonomichnoi efekty-vnosti rozvytku kulturnoi sfery: problemy teorii i praktyky*: [Regional mode and mechanism of the enhancement to efficiency of the cultural sphere development: problems of theory and practice]. Hrin D.S., Kherson, Ukraine.
7. Marmul, L.O. & Romaniuk, I.A. (2015). *Rynok pratsi ta zainiatist naseleння silskykh terytorii: teoriia i prak-tyka rehuliuвання* [Development of the labour and business of the population of the country sides]. Ailant, Kherson, Ukraine.

УДК 334.78

*О.М. Коваленко, канд. економ. наук, доцент,
Національна академія керівних кадрів культури і мистецтв
І.М. Вінічук, старший викладач,
Національна академія керівних кадрів культури і мистецтв
Н.М. Заєць, викладач
ДВНЗ «Київський механіко-технологічний коледж»*

ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ ЯК СИСТЕМОУТВОРЮЮЧИЙ ЧИННИК РОЗВИТКУ ІНФОРМАЦІЙНОГО СУСПІЛЬСТВА

У статті розглянуто сутнісні характеристики поняття «інформаційне суспільство», показана роль та значення інформаційних технологій у становленні та розвитку інформаційного суспільства. Розглянуто діяльність інформаційних компаній у сучасній економічній системі.

Ключові слова: інформаційне суспільство, інформаційні технології, постіндустріальний тип економіки, інформаційні компанії.

Постановка проблеми. На сучасному етапі розвитку людської цивілізації відбувається черговий вибух технологічної і мирної соціальної революції - становлення інформаційного суспільства. Сучасні інформаційні і телекомунікаційні технології істотно змінюють не лише спосіб виробництва продуктів і послуг, але й способи проведення дозвілля, реалізацію цивільних прав, і навіть методи виховання дітей. Вони мають вирішальний вплив на зміни, які відбуваються в соціальній структурі суспільства, економіці, розвитку інститутів демократії.

Становлення постіндустріального, інформаційного типу економіки та суспільства викликає якісні зміни не лише у всіх структурних елементах економічної системи, але й у всій системі важелів та факторів, що забезпечують її функціонування та розвиток. Такі зміни проявляються, передусім, у збагаченні цілей економічного розвитку, соціалізації всіх інституціональних форм економічного життя, що в свою чергу зумовлює сутнісні зміни на рівні соціально-економічних відносин, обумовле-

них сучасним розвитком продуктивних сил, де системоутворюючим началом є розвиток особистості.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблема розвитку процесу становлення інформаційного суспільства, його об'єктивних основ розвитку та взаємодії з сучасними інформаційними і телекомунікаційними технологіями. присвячено чимало праць відомих дослідників, зокрема, Д.Белла, Т.Стоун'єра, А.Турена, М.Кастельса, Й.Масуда, З.Бжезінського, О.Тоффлера, А.І.Ракитов, А.А.Чухна. В даній статті розглянемо роль та значення інформаційних технологій у сучасному інформаційному суспільстві, а також функції інституту держави як координатора процесу становлення інформаційного суспільства,

Викладення основного матеріалу. Тематика інформаційного суспільства, розвитку світового ринку телекомунікацій, Інтернету посідає чільне місце на сторінках провідних ділових вітчизняних і зарубіжних журналів. Особливо це стосується висвітлення діяльності міжнародних і національних організацій з розробки і реалізації стратегій інформаційного розвитку. До найбільш цікавих джерел можна віднести Європейську Комісію Ради Європи, Організацію економічної співпраці розвитку, Всесвітній союз зв'язку, адміністративні органи, відповідальні за побудову «інформаційної магістралі» в США, Канаді, Великобританії, Німеччині, Франції, Австралії, Японії та інших країнах [2].

Актуальність входження України в інформаційне суспільство поступово усвідомлюється вітчизняним науковим і політичним співтовариством, про що свідчить велика кількість законодавчих актів у сфері інформації. Створені державними органами документи покликані визначити напрями інформатизації суспільства: Концепція формування і розвитку єдиного інформаційного простору України і відповідних інформаційних ресурсів, Концепція розвитку зв'язку, Доктрина інформаційної безпеки, Концепція інформатизації України, ухвалені Закони «Про інформацію», «Про друковані ЗМІ», «Про телебачення і радіомовлення», «Про інформаційні агентства», «Про рекламу», «Про авторське право і суміжні права», «Про науково-технічну інформацію», «Про захист інформації в автоматизованих системах», «Про участь України в міжнародному інформаційному обміні». Однак цілісного розгляду процесу становлення інформаційного суспільства в поєднанні технологічних, економічних, соціальних, правових і політичних чинників у вітчизняній літературі не достатньо, що пояснюється новизною самого об'єкта дослідження, контури якого зримо визначилися лише в останні роки.

Становлення інформаційного суспільства в різних країнах є передумовою для еволюційного переходу до наступної стадії розвитку людства, технологічною основою якої є індустрія створення, обробки і передачі інформації. Державі належить провідна роль у формуванні інформаційного суспільства, що координує діяльність різних суб'єктів суспільства в процесі його становлення, сприяє інтеграції людей в нове інформаційно-технологічне оточення, розвитку галузей інформаційної індустрії, забезпеченню прогресу демократії і дотримання прав особистості в умовах інформаційного суспільства.

Інформаційна взаємодія держави, суспільства і особистості найбільш оптимальна при використанні інформаційних і телекомунікаційних технологій з метою підвищення загальної ефективності діяльності державного механізму, створення інформаційно відкритого суспільства, розвитку інститутів демократії.

Вплив інформаційного суспільства на культуру виявляється в масштабних змінах культури виробництва, бізнесу, організації роботи, дозвілля, споживання. Ці зміни зумовлені швидким процесом об'єктивізації інформації і знань, можливостями їх пере-

дачі у вигляді технологій через телекомунікації широким верствам населення, а також виникненням нових видів діяльності, заснованих на використанні знань.

Діалектичний взаємозв'язок і взаємообумовленість економічних, правових, соціальних, культурних і технологічних чинників у становленні інформаційного суспільства виявляється в соціальній сфері, у лібералізації правил регулювання інформаційного і телекомунікаційного ринків, у технологічній і організаційній конвергенції, формуванні нових вимог до працівників і організації ділового процесу, у змінах в інформаційному законодавстві, підвищенні ролі державного регулювання і міжнародної співпраці.

Економічними основами інформаційного суспільства є галузі інформаційної індустрії (телекомунікаційна, комп'ютерна, електронна, аудіовізуальна), які переживають процес технологічної конвергенції і корпоративного злиття, розвиваються найбільш швидкими темпами, мають вплив на всі галузі економіки і конкурентноспроможність країн на світовій арені. Відбувається інтенсивний процес формування світової «інформаційної економіки», що укладається в умовах глобалізації інформаційних, інформаційно-технологічних і телекомунікаційних ринків, виникненні світових лідерів інформаційної індустрії, перетворенні «електронної торгівлі» по телекомунікаціях у засіб ведення бізнесу [9].

Правовими основами інформаційного суспільства є закони і нормативні акти, що регламентують права людини на доступ до інформаційних ресурсів, технологій, телекомунікацій, захист інтелектуальної власності, недоторканність особистого життя, свободу слова, інформаційну безпеку. Інформаційна безпека суспільства і особистості набуває нового статусу, із суто технологічної проблеми перетворюючись в соціальну, від вирішення якої залежить стійке функціонування сучасних товариств.

Технологічними основами інформаційного суспільства є телекомунікаційні й інформаційні технології, які стали лідерами технологічного поступу, невід'ємним елементом будь-яких сучасних технологій, сприяють економічному зростанню, створюють умови для вільного обігу в суспільстві великих масивів інформації і знань, спричиняють істотні соціально-економічні перетворення і, зрештою, становлення інформаційного суспільства.

Термін «інформаційне суспільство» вперше був використаний в Японії у 1966 році в доповіді групи з наукових, технічних і економічних досліджень. В ній стверджувалося, що інформаційне суспільство представляє собою суспільство, в якому в достатній кількості інформації, а також є всі необхідні кошти для її розподілу [1]. У той період на Заході вважалося, що основою формування інформаційного суспільства є розвиток обчислювальної та інформаційної техніки; інформація набуває глобального характеру; на рух інформаційних потоків вже істотно не впливають державні кордони і різні бар'єри, зрештою, спроби обмежити вільне поширення інформації шкодить тій стороні, яка прагне внести такого роду обмеження; значно виросли можливості збору, обробки, зберігання, передачі інформації, доступу до неї; зростає вплив інформації на розвиток різних сфер людської діяльності; заглиблюється процес децентралізації суспільства; відбувається перехід до нових форм зайнятості; йде процес формування нових трудових ресурсів за рахунок збільшення кількості зайнятих в інформаційній індустрії.

Зважаючи на це, Т.Стоунер стверджував, що інформацію, так само як капітал, можна нагромаджувати і зберігати для майбутнього використання [7]. У постіндустріальному суспільстві національні інформаційні ресурси є найбільшим потенційним джерелом багатства. У зв'язку з цим необхідно розвивати нову галузь економіки - інформаційну економіку. Постіндустріальна економіка - це економіка, в якій промисло-

вість за показниками зайнятості і своєї частки в національному продукті поступається місцем сфері послуг, а сфера послуг є переважно обробкою інформації [7].

Три аспекти постіндустріального суспільства особливо важливі для розуміння телекомунікаційної революції: перехід від індустріального до сервісного суспільства; вирішальне значення кодифікованого теоретичного знання для здійснення технологічних інновацій; перетворення нової «інтелектуальної технології» у ключовий інструмент системного аналізу і теорії прийняття рішень [10, с.124].

Ще наприкінці 80-х рр. дослідник А.І.Ракітов писав, що перехід до інформаційного суспільства означає, що найважливішим продуктом соціальної діяльності стає виробництво, експлуатація і використання послуг і знань, причому питома вага знань у цій бінарній формулі зростає [4]. Справжнє інформаційне суспільство повинне забезпечити правові і соціальні гарантії того, що кожен громадянин суспільства, що знаходиться в будь-якому місці й у будь-який час, зможе отримати всю необхідну для його життєдіяльності та вирішення поставлених перед ним проблем інформацію. Інформаційне суспільство є суспільством, де всі засоби інформаційної технології, тобто комп'ютери, інтегровані системи, кабельний, супутниковий та інший зв'язок, відеопристрій, програмне забезпечення, наукові дослідження, націлені на те, аби зробити інформацію загальнодоступною, що активно впроваджується у виробництво і життя.

На думку А.І.Ракітова, основними критеріями інформаційного суспільства є кількість і якість інформації, що є в обігу, її ефективна передача і переробка. Додатковим критерієм є доступність інформації для кожного завдяки її відносній дешевизні [4].

Н.Ф.Ржевська описує інформаційне суспільство як суспільство, в якому персональний комп'ютер, підключений до транскордонних інформаційних мереж, входить в кожний будинок; кожний член суспільства має можливість своєчасно отримувати за допомогою транскордонних інформаційних мереж повну і достовірну інформацію будь-якого вигляду і призначення з будь-якої держави, знаходячись при цьому практично в будь-якій точці географічного простору; надається можливість оперативної комунікації як кожного члена суспільства з будь-ким, так і державними і суспільними структурами незалежно від місцезнаходження на земній кулі; зникають географічні та геополітичні кордони держав у рамках інформаційних мереж, відбувається «зіткнення» інформаційного законодавства країн, виникає необхідність гармонізації законодавства; з'являються нові форми діяльності з використанням інформаційних мереж: робота, творчість, виховання, і освіта, медицина [5].

Г.Л.Смолян та Д.С.Черешкин до основних ознак інформаційного суспільства зараховують формування єдиного світового інформаційного простору і поглиблення процесів інформаційної і економічної інтеграції країн і народів; створення ринку інформації і знань як чинників виробництва на додаток до ринків природних ресурсів праці й капіталу та перехід інформаційних ресурсів суспільства в реальні ресурси соціально-економічного розвитку за рахунок розширення доступу до них; підвищення значущості проблем забезпечення інформаційної безпеки особистості, суспільства і держави та створення ефективної системи забезпечення прав громадян і соціальних інститутів на вільне отримання, поширення і використання інформації [6].

Цікавою є позиція, що заперечує прогресивність і бажаність переходу до інформаційного суспільства і ґрунтується на недовір'ї до того, що технології можуть поліпшити життя людини і функціонування соціальних структур. У зв'язку з цим варто зазначити, що технологія сама по собі лише частково визначає характер її використання, який переважно залежить від розвитку суспільства, його економіки,

демократичності соціального механізму, рівня освіти та інших соціальних чинників. Водночас відставання законодавчого забезпечення прав людини на інформацію, недоторканність особистого життя, збереження персональних даних, обмеження на концентрацію засобів масової інформації і комунікації може реально призвести і в ряді випадків призводить до маніпуляції масовою свідомістю, контролю за особистістю з боку або державних, або кримінальних структур. Особливе занепокоєння викликає уразливість інформаційних і телекомунікаційних систем, що забезпечують функціонування енергетики, авіатранспорту, міського господарства та інших життєво важливих об'єктів [10, с.132].

У 90-х роках у Франції науковцями була розглянута проблема впливу нових інформаційних технологій на французьке суспільство. Передбачалося, враховуючи соціально-економічні, політичні, культурні аспекти процесів впровадження нових інформаційних технологій, запропонувати єдине бачення інформатизації для подальшого визначення місця і ролі держави в цьому процесі. Особливість державного устрою Франції полягає у тому, що («societe bloquee») суспільство має дуже сильні бюрократичні державні політичні інститути, внаслідок чого реалізація будь-яких технологічних новин повинна супроводжуватися соціально-політичними змінами. Дослідження повинно було показати, як нова технологія може змінити промислове виробництво, соціальну структуру, культуру, сферу освіти, і чому політична система повинна змінитися, аби вписатися в нові масштаби економіки і нові форми соціального життя [1, с.216].

Комп'ютерні технології розглядалася науковцями як засіб виходу Франції з економічної і соціальної кризи, збереження її економічного суверенітету, досягнення соціального консенсусу. Нові комп'ютерні технології спричиняють переворот в обробці і передачі даних, а отже, змінюють структуру соціальної організації. Вони також полегшують децентралізацію, забезпечуючи споживачів на периферії, а отже, дозволяють спростити адміністративну структуру, підвищити ефективність її діяльності, поліпшити відносини з тими, хто знаходиться під її юрисдикцією, також місцевій владі надається більше свободи, відбувається посилення конкурентних можливостей малого і середнього бізнесу. Нові технології впливають на певні професії, змінюючи їх соціальний статус, збільшують контакт між соціальними групами і спричиняють більшу вразливість великих організацій.

Інформаційне суспільство в американській національній інформаційній інфраструктурі визначається як суспільство, в якому кращі школи, вчителі та курси стають доступними всім студентам незалежно від географічних умов, відстані, ресурсів і працездатності; величезний потенціал мистецтва, літератури і науки стає доступним не тільки у великих організаціях, бібліотеках, музеях; послуги охорони здоров'я і соціальні послуги стають доступними в інтерактивному режимі кожному своєчасно і в необхідному місці; у кожного є шанс жити в різних місцях без втрати можливості повноцінно працювати в офісі через електронні магістралі; невеликі фірми можуть отримувати замовлення з усього світу електронним шляхом; кожний може дивитися останні фільми, звертатися в банк, магазин зі свого будинку; кожний може отримувати державну інформацію прямо або через місцеві бібліотеки, легко вступати в контакти з державними службовцями; державні, ділові структури можуть обмінюватися інформацією електронним шляхом, знижуючи обсяг паперової роботи і поліпшуючи якість послуг [1, с.218].

Глобальне інформаційне суспільство формується локально, у різних країнах цей процес йде з різною інтенсивністю і особливостями.

Інформаційні товариства мають три головних характеристики:

- інформація використовується як економічний ресурс, організації використовують інформацію у все більших масштабах з метою підвищити ефективність, стимулювати інновації, укріпити конкурентоспроможність;
- інформація стає предметом масового споживання у населення;
- відбувається інтенсивне формування інформаційного сектору економіки, який зростає більш швидкими темпами, ніж інші галузі.

Зазначимо, що рух до інформаційного суспільства є загальною тенденцією для розвинених держав і країн, що розвиваються.

Становлення інформаційних товариств зумовлене двома взаємопов'язаними причинами: довгостроковими тенденціями економічного розвитку і технологічним поступом. Економічна структура суспільства змінюється. Сфера послуг переважає над промисловістю і сільським господарством. Створення ж інформаційних продуктів і послуг можна віднести до сфери послуг. Сучасні інформаційні технології в багато разів збільшили нашу здатність обробляти інформацію і тим самим сприяли зростанню інформаційно насиченого сектору економіки.

Формування та розвиток постіндустріальної економіки, зростання ролі інформації та знань у виробничих процесах ставить у пряму залежність економічний прогрес і суспільний розвиток від суцільної інтелектуалізації життя населення. Інтелектуальна діяльність стає головною умовою економічного поступу.

На перше місце виходять галузі, основою функціонування яких є використання досягнень фундаментальної науки, інформації та знань. Про цей процес говорить, у першу чергу, колосальний розвиток та пріоритет в економіці розвинених країн таких галузей як біотехнологія, програмне забезпечення, генетика, біохімія і різноманітних інформаційних підгалузей.

Особливий інтерес викликає зростання інформаційних компаній. Крім того, що це зростання вражає, з економічної точки зору, своїми темпами, воно до того ж нічим не підкріплюється з точки зору індустріальної системи. Ці компанії не володіють практично жодними основними засобами, однак їхні досягнення є дуже значними.

Порівняння компаній індустріального та постіндустріального характеру наочно демонструє, що, спираючись на сучасні інформаційні технології та унікальні здібності робітників, останні, при мінімальній кількості зайнятих, незрівнянні з індустріальними гігантами, не лише зрівнюються з ними по сумі капіталізації, але часто їх ринкова капіталізація є вищою. Ці сучасні тенденції ілюструють деякі дані, наведені в табл. 1

Сьогодні в розвинутих країнах ринкова капіталізація компаній постіндустріального характеру перевищує аналогічний показник компаній традиційних галузей індустріальної економіки більш ніж у три рази, при тому, що співвідношення чисельності зайнятих складає 1:40,7 [8, с.128].

Порівняння показників компаній, що представляють індустріальну та постіндустріальну економіку

Компанія	Ринкова капіталізація, млрд.дол.	Чисельність зайнятих, тис.чол.	Компанія	Ринкова капіталізація, млрд.дол.	Чисельність зайнятих, тис.чол.
General Motors	52,7	594,0	Yahoo	92,9	0,803
Ford	62,5	345,2	America Online	141,0	12,1
Daimler-Chrysler	76,9	441,5	Cisco	368,0	21,0
Всього	192,1	1380,7	Всього	601,9	33,9

В постіндустріальній економіці домінантною є творча праця, яка конституює творчу особистість. Творча, новаторська, інноваційна продуктивна діяльність людини, індивіда розриває коло традиційних потреб та інтересів, а також традиційних технологій їх забезпечення через розробку та впровадження технологій новітніх (у тому числі управлінського характеру, зокрема у сфері прийняття рішень), шляхом створення високотехнологічної продукції, тобто через розвиток творчого характеру праці, що безпосередньо збільшує можливості виробництва і споживання.

Серед економістів поширена теорія про довгострокові цикли економічного розвитку, кожний з яких породжується технологічними новинами типу електрики або двигуна внутрішнього згорання. Цикл, що переживається, пов'язаний з інформаційними і телекомунікаційними технологіями.

Їх вплив на суспільство пов'язаний з такими особливостями:

- це допоміжні технології, які застосовуються практично скрізь і сприяють підвищенню продуктивності;
- технічні можливості інформаційних і телекомунікаційних технологій зростають експонентно і поки не спостерігається уповільнення темпів зростання;
- вартість інформаційних і телекомунікаційних технологій постійно і швидкими темпами знижується.

При поєднанні цих трьох чинників інформаційні і телекомунікаційні технології породжують новий тривалий цикл економічного розвитку, що приводить в соціальному плані до інформаційного суспільства.

Інформація, як відомо, включає в себе аудіовізуальну, видовищну інформацію, а також бази даних зі спеціалізованими відомостями. Нематеріальна природа інформації породжує ряд проблем, пов'язаних з розумінням природи власності на інформацію, визначенням її вартості і цінності.

Вартість створення нової інформації, наприклад, довідника або художнього фільму, може бути дуже високою, а копіювання здобутих результатів - надзвичайно низькою. Тому інформацію важко оцінити для подання в економічних балансах. Глобалізація інформаційного сектору економіки породжує і проблеми із законодавчим регулюванням виробництва і споживання інформації.

Вивчення інформаційного суспільства вимагає використання такого терміна, як інформаційна індустрія. До неї належать приватні та державні організації, які створюють інформацію різних видів, інтелектуальну власність, забезпечують функціонування пристроїв для поширення інформації споживачам, здійснюють обладнання і програмне забезпечення, покликане обробляти інформацію.

Інформаційну індустрію у свою чергу можна подати у вигляді трьох її галузей, які створюють зміст, поширюють його і обробляють. До індустрії змісту належать організації, які створюють інтелектуальну власність. Інформацію створюють письменники, композитори, художники, фотографи, вчені, інженери. У цьому їм допомагають видавці, продюсери та організації, які додають первинному змісту «товарного вигляду». Сюди ж входять організації, які самі не створюють нової інформації, але компілюють її, виробляючи довідники, бази даних, статистичні збірники і т. п. Постачальники такої інформації мають значну частину прибутків, що отримуються в індустрії змісту.

Індустрія поширення інформації пов'язана зі створенням і управлінням телекомунікаціями і мережами поширення інформації. Вона включає телекомунікаційні компанії, мережі кабельного телебачення, системи супутникової трансляції, радіо і телевізійні станції, компанії супутникового зв'язку.

Індустрія обробки змісту охоплює виробників комп'ютерів, телекомунікаційного обладнання і споживчої електроніки.

На загальну думку, яку складно підтвердити цифрами через відсутність прийнятої статистики, в інформаційній індустрії лідирує індустрія змісту. Саме в ній проводиться велика частина доданої вартості, що привело в середині 90-х років до інтенсивного процесу злиття і поглинання компаній інформаційного сектору економіки, метою яких є прагнення підвищити прибутковість свого бізнесу [1].

Висновки. Сучасні інформаційні та телекомунікаційні технології стали настільки важливою частиною інфраструктури суспільства, що від них залежить не тільки технологічний, але й соціальний поступ, економічна конкурентоспроможність країни в цілому, її місце у світовій економіці, роль у міжнародному розподілі праці, здатність розвивати демократичні інститути, зростання нових робочих місць.

Тобто інформаційні та телекомунікаційні технології з технологічного чинника розвитку перетворилися у важливий елемент функціонування сучасного суспільства. Однак при такій трансформації їх подальше втілення вже залежить не тільки від прогресу науково-технічної думки, але й від соціально-економічних і правових умов, в яких вони існують.

Література

1. Гриценко О.М. Природа інформаційного суспільства та розвиток світового ринку мас-медіа / О.М. Гриценко // Вісник Львівського університету. Серія журн. 2009. – Вип.32. – С.214-222.
2. Іовчева А.М. Інформаційне суспільство в умовах глобалізаційного розвитку / А.М. Іовчева. – Режим доступу до ресурсу www.politics.chdu.edu.ua/article/download/27749/24849
3. Коваленко О.М. Трансформація соціально-економічних відносин у постіндустріальній економіці / О.М. Коваленко // Україна: аспекти праці: науково-економічний та суспільно-політичний журнал. – К., НДІ праці та соц.політики, 2014. – №.3 – С.42-46.

4. Ракитов А.И. Философия компьютерной революции или Цивилизация, культура, технология и рынок / А.И. Ракитов. - Режим доступа к ресурсу www.tekstus.livejournal.com/62348.html
5. Ржевська Н.Ф. Політична влада та інформація, місце інформаційної влади у інформаційному суспільстві / Н.Ф. Ржевська. - Режим доступа до ресурсу www.jrnl.nau.edu.ua/index.php/IMV/article/viewFile/2950/2911
6. Смолян Г.Л. О формировании информационного общества в России / Г.Л. Смолян, Д.С. Черешкин. - Режим доступа к ресурсу <http://emag.iis.ru/arc/infosoc/emag.nsf/BPA/6dc6986113f8d887c32569660043cded>
7. Стоуньер Т. Информационное богатство. Профиль постиндустриальной экономики / Т. Стоуньер. - Режим доступа к ресурсу www.philosophy.spbu.ru/userfiles/kathedras/scitech/phil_tech_bibl/stoun.doc
8. Супрун В.А. Интеллектуальный капитал: Главный фактор конкурентоспособности экономики в XX веке / В.А. Супрун. - М. : КомКнига, 2006. - 192 с.
9. Токаренко Н.М. Становлення інформаційного суспільства: проблеми, суперечності та перспективи. - <http://www.info-library.com.ua/books-text-12012.html>
10. Чухно А.А. Твори: У 3 т. / А.А. Чухно. Т.2: Інформаційна постіндустріальна економіка: теорія і практика. - К. : НАН України, Київ. нац. ун-т ім. Т. Шевченка, Наук.-дослід. фін. ін-т при М-ві фін. України. - 2006. - 512 с.

O. Kovalenko, PhD (Economics), associate professor,
National Academy of Managerial Staff of Culture and Arts

I. Vinichuk, senior lecturer,
National Academy of Managerial Staff of Culture and Arts

N. Zayets, lecturer SHEI «Kyiv College of Mechanics and Technologies»

Information technologies as a system factor of information society

Abstract. The article deals with the essential characteristics of the concept of "information society", the role and importance of information technologies in the development of the information society is given. Activities of information companies in the modern economic system are observed.

Keywords: information society, information technologies, post-industrial type of economy, information company.

References

1. Hrytsenko, O.M. (2009). *Pryroda informatsiinoho suspilstva ta rozvytok svitovoho rynku mas-media* [The nature of the informational society and development of the world mass media market]. *Visnyk Lvivskoho universytetu. Seriya zhurn*, vol. 32, pp. 214-222.
2. Iovcheva, A.M. (2014). *Informatsiine suspilstvo v umovakh hlobalizatsiinoho rozvytku* [Informational society in the globalization process]. Retrieved from www.politics.chdu.edu.ua/article/download/27749/24849.
3. Kovalenko, O.M. (2014). *Transformatsiia sotsialno-ekonomichnykh vidnosyn u postindustrialnii ekonomitsi* [Transformation of the social-economic relations and postindustrial economics]. *Ukraina: aspekty pratsi: nauково-ekonomichnyi ta suspilno-politychnyi zhurnal. NDI pratsi ta sots.polityky*, Kyiv, vol. 3, pp. 42-46.
4. Rakytov, A.Y. *Fylosofyia kompiuternoi revoliutsyy yly Tsyvylyzatsyia, kultura, tekhnolohyia y rynek* [Philosophy of revolutions or civilization, culture, technologies and market]. Retrieved from www.tekstus.livejournal.com/62348.html.
5. Rzhievskaya, N.F. *Politychna vlada ta informatsiia, mistse informatsiinoi vlady u informatsiinomu suspilstvi* [Political authority and information, role of the informational power in the informational society]. Retrieved from www.jrnl.nau.edu.ua/index.php/IMV/article/viewFile/2950/2911

6. Smolian, H.L. *O formyrovanny ynformatsyonnoho obshchestva v Rossyy* [About formation of the informational society in Russia]. Retrieved from <http://emag.iis.ru/arc/infosoc/emag.nsf/BPA/6dc6986113f8d887c32569660043cde4>.
7. Stouner, T. *Ynformatsyonnoe bahatstvo. Profyl postyndustrialnoi yekonomyky* [Informational richness. Profile of postindustrial economy]. Retrieved from www.philosophy.spbu.ru/userfiles/kathedras/scitech/phil_tech_bibl/stoun.doc
8. Suprun, V.A. (2006). *Yntellektualnyi kapytal: Hlavnyi faktor konkurentosposobnosti ekonomyky v XX veke* [Intellectual capital: the main factor of the competitiveness of the economy in XX century]. KomKnyha, Moscow, Russia.
9. Tokarenko, N.M. *Stanovlennia informatsiinoho suspilstva: problemy, superechnosti ta perspektyvy* [Forming of the informational society: problems, conflicts and perspectives]. Retrieved from <http://www.info-library.com.ua/books-text-12012.html>
10. Chukhno, A.A. (2006). Works: in 3 vol. Vol.2: *Informatsiina postyndustrialna ekonomika: teoriia i praktyka*. Kyiv, Ukraine.

УДК 338.48:332

В.С. Пеньковський, аспірант
Полтавської державної аграрної академії

ІНСТРУМЕНТИ ТА МЕХАНІЗМИ ФІНАНСОВО-ІНВЕСТИЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПІДПРИЄМСТВ СІЛЬСЬКОГО ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ

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

Ключові слова: підприємства, сільський зелений туризм, фінансово-інвестиційне забезпечення, інструменти, механізми, джерела, управління, розвиток.

Постановка проблеми. Підґрунтям ефективного розвитку підприємств сільського зеленого туризму є забезпечення фінансово-інвестиційними ресурсами, засобами та джерелами, а також всебічне підвищення ефективності їх використання в сучасних умовах та на перспективу. Інвестиційна та фінансова складові і науковцями, і практиками визначаються як основні у ресурсних стратегіях функціонування економіки вітчизняної туристичної галузі. За умови реалізації наявних конкурентних переваг ресурсного потенціалу підприємств сільського зеленого туризму (мальовнича природа, різноманітні атракції, якісні послуги) інструмент інвестування набуває нового змісту.

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

Аналіз останніх досліджень та публікацій. В Україні на сьогоднішній день вагомий внесок у розвиток теорії і практики організації та функціонування підприємств сільського зеленого туризму зробили провідні українські вчені О.О. Любіцева, Л.О. Мармуль, В.В. Смаль, Л.Ю. Матвійчук, І.А. Романюк, Т.І. Ткаченко та ін. Комплексним науково-теоретичним дослідженням процесу інвестиційного забезпечення розвитку сільського зеленого туризму присвятили свої праці вітчизняні та зарубіжні вчені: Г. Цегелик, І. Петлін та ін.

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

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

Виклад основного матеріалу дослідження. Сільський зелений туризм, сприяючи розвитку малого бізнесу та підприємництва на сільських територіях, дає можливість міським мешканцям активно та повноцінно відпочивати в приватних сільських господарствах за доступними цінами [1, с. 167]. Натомість сільські жителі мають можливість збільшити та диверсифікувати зайнятість, поліпшити своє фінансово-економічне становище, доходи та рівень життєдіяльності. Він також забезпечує зменшення техногенного навантаження на довкілля та сприяє відтворенню природного навколишнього середовища.

Інвестування суб'єктів господарювання сільського зеленого туризму, отже, є однією з опорних точок, на яких будується фундамент ринкової економіки сільських територій країни. Адже саме інвестиції, зокрема, власні та іноземні, є важливими для розвитку економіки тих регіонів, які є слабо розвинутими або дотаційними. У процесі формування економічних відносин у напрямі сприяння організації та розвитку підприємств сільського зеленого туризму інвестиційна стратегія їх підтримки повинна передбачати використання програмно-цільового та системно-структурного підходів [2, с. 143]. Вона має диференційовано визначати форми фінансування підгалузей сільського зеленого туризму, враховуючи специфіку кожної з них та їх роль у процесах раціонального використання туристично-рекреаційних ресурсів сільських територій.

Зокрема, програмно-цільовий підхід у сфері фінансово-інвестиційного забезпечення використання сільських туристично-рекреаційних ресурсів дозволить виявити найбільш перспективні регіони, сільські території й туристичні об'єкти, вирішити питання про доцільність фінансово-інвестиційних вкладень при розгляді

регіональних проблем регулювання розвитку підприємств сільського зеленого туризму. Системний підхід сприятиме формуванню відповідного інвестиційного середовища у сфері саме раціонального використання сільських туристичних ресурсів в контексті структурних перетворень та конкурентних відносин в економіці країни загалом.

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

Вони не дають змоги розробити системну й послідовну стратегію й тактику щодо активізації діяльності підприємств сільського зеленого туризму на перспективу [3, с. 30]. Аналіз існуючого нормативно-правового забезпечення в контексті інвестування використання туристично-рекреаційних ресурсів, отримання дозвільних документів засвідчує, що нормативно-правова база у цій сфері є мінливою. Це стосується й вибору інвестора та ризиків, пов'язаних з цим процесом.

Інвестування розвитку підприємств сільського зеленого туризму залежить, насамперед, від обсягів надходжень до місцевого бюджету. Однак, існуюча система доходів більшості туристичних регіонів країни, як показує практика, характеризується значною їх залежністю від дотацій національного бюджету через дефіцит власних ресурсів інвестицій. Тому важливим є виявлення основних чинників невизначеності та ризиків існуючої системи формування і розподілу дохідної бази регіональних та місцевих бюджетів, бюджетів сільських громад.

Серед них визначено недостатню децентралізацію бюджетування та підтримку громадських організацій місцевими ресурсами; часті зміни видів податків, які зараховуються до бюджетів та нормативів відрахувань від загальнодержавних податків і зборів до бюджетів нижчих рівнів управління; невчасність отримання сум трансферів, належних регіонам, їх недоотримання або отримання не в грошовому виразі [4, с. 188]. Йдеться про відсутність чіткого взаємозв'язку між обсягом податків, які збираються, і регіональними доходами, що позбавляє регіональні органи управління стимулів до збільшення державних доходів тощо.

Також відзначається недостатньо розвинута мережа громадських організацій та ендаумент-фондів для підтримки сільського зеленого туризму. Мова йде про дефіцит соціальних інновацій та ініціатив для зацікавлення можливих інвесторів. Викликом є пасивність сільських громад значної кількості сільських поселень у напрямі модернізувати свою діяльність, організувати та облаштувати сільські території на засадах екологічного менеджменту та соціальної відповідальності.

Вважаємо, що джерелами формування дохідної частини місцевих бюджетів для сільського зеленого туризму мають бути: вдосконалення її обсягів та структури у напрямі перегляду ставок оподаткування; збільшення надходжень від місцевих податків і зборів; державно-приватне партнерство з метою вирішення пріоритетних програм сталого розвитку [5, с. 67]. Досить не типовим, але важливим джерелом інвестування розвитку сільського туризму є кооперування та інтеграція.

Таким чином, переваги використання інтеграції та кооперації, державно-приватного партнерства створюють можливості розвитку туристичної інфраструктури, впровадження нових видів туристичної діяльності та створення відповідної фінан-

сово-інвестиційної бази. Адже саме за допомогою модифікацій умов угод кооперації та інших форм співробітництва можна використати різноманітні варіанти залучення інвестиційних ресурсів.

Важливою умовою інвестування розвитку підприємств сільського зеленого туризму є застосування інструментів, тобто сукупність дій та важелів, за допомогою яких здійснюється вплив суб'єкта управління на об'єкт управління з метою досягнення поставленої мети. До основних економічних інструментів забезпечення інвестиційного розвитку, фінансової стійкості підприємств сільського зеленого туризму відносяться податкові важелі, штрафні санкції за порушення екологічного законодавства, стимули за соціально орієнтовану діяльність.

На нашу думку, при плануванні інвестиційного забезпечення розвитку підприємств сільського зеленого туризму варто враховувати, з одного боку, систему санкцій у випадку понадлімітного впливу на туристичні об'єкти, а з іншого, – прийоми податкового захисту, зокрема, шляхом виключення зі складу оподатковуваної бази суми коштів, спрямованих на інвестування розвитку туризму та інших соціальних програм на селі [6, с. 387]. Необхідно також ширше використовувати засоби інтернет-ресурсів для залучення іноземних туристів для відпочинку у структурі сільського зеленого туризму. Це сприятиме збільшенню власних коштів його господарюючих суб'єктів як надійного джерела інвестицій у розширення власної справи.

Пріоритетними інструментами інвестування розвитку підприємств сільського зеленого туризму, на нашу думку, виступають пільгове кредитування та оподаткування вказаних суб'єктів господарювання [7, с. 268]. Адже вони в своїй діяльності використовують сільські природні туристично-рекреаційні ресурси та сприяють збереженню навколишнього середовища; забезпечують зайнятість населення, розвиток підприємництва, формування середнього класу й відродження сільських територій загалом.

Висновки і перспективи подальших розвідок. Сучасне фінансово-інвестиційне забезпечення розвитку підприємств сільського зеленого туризму знаходиться у нестійкому стані та супроводжується ризиками конкуренції, відсутності попиту, належної державної та громадської підтримки. Спостерігається невідповідність рівня інвестиційного забезпечення та потреб підприємств галузі. Додатково це супроводжується мінімальним рівнем фінансування туристичних підприємств на місцевому та регіональному рівні з будь-яких джерел.

Тому важливе значення має послідовне розроблення та впровадження його нових інструментів, у першу чергу, інтеграції, кооперування, державно-приватного партнерства. Це має відбуватися з урахуванням особливостей поселенської мережі сільських територій, їх туристично-рекреаційних ресурсів, інвестиційної привабливості.

Література

1. Смаль В.В. Туризм і сталий розвиток / В.В. Смаль, І.В. Смаль // Вісник ЛНУ, Серія Географічна. – 2005. – Вип. 32. – С. 163-173.
2. Любіцева О.О. Туризмознавство: вступ до фаху: підручник / О.О. Любіцева, В.К. Бабарицька. – К. : Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет", 2008. – 335 с.
3. Романюк І.А. Системно-структурні дефініції категорій у галузі сільського зеленого туризму: узагальнення та використання / І.А. Романюк // Науковий вісник ХДУ. –

- Серія: Економічні науки. – Вип. 15. Ч. 3. – Херсон : Вид. дім «Гельветика», 2015. – С. 29-31.
4. Матвійчук Л.Ю. Основні напрями інвестиційного забезпечення розвитку сільського туризму в Україні / Л.Ю. Матвійчук // Наук. праці Півд. філ. нац. ун-ту біоресурсів і природокористування України «Крим. агротехнол. ун-т». – 2012. – Вип. 143. – С. 186-191.
 5. Мармуль Л.О. Удосконалення управління діяльністю туристичних підприємств / Л.О. Мармуль, Л.М. Усаченко, М.П. Недюха, Т.С. Незвищук-Когут. – Кабінет Міністрів України, Нац.ун-т біоресурсів і природокористування України, Навч.-наук. ін-т післядиплом. освіти. – Херсон : Грінь Д. С., 2014. – 190 с.
 6. Цегелик Г. Г. Використання економіко-математичних моделей для підтримки прийняття рішень у сфері сільського зеленого туризму [Електронний ресурс] / Г. Г. Цегелик, І. В. Петлін // Науковий вісник. Економічні науки. – 2013. – Вип. 1. – С. 384-389.
 7. Ігнатенко М.М. Стратегії та механізми управління розвитком соціальної відповідальності суб'єктів господарювання аграрної сфери економіки: [монографія] / М.М. Ігнатенко. – Херсон : Айлант, 2015. – 470 с.

V. Penkovsky, postgraduate of Poltava State Agrarian Academy.

The tools and mechanisms of the financial-investment suppling of the enterprises of the country green tourism

Abstract. The article defines the value of the enterprises of rural tourism for development of rural territories of Ukraine. The author identifies the problems and offers them a solution based on the financial and economic support. The author justifies sources, forms, instruments and mechanisms of attracting investment and financial resources in rural tourism enterprises and identifies the priority areas for funding and investment.

Keywords: enterprise, rural green tourism, financial and investment support, tools, mechanisms, sources, management, development.

References

1. Smal, V.V. (2005). *Turyzm i stalyy rozvytok* [Tourism and stable development]. Visnyk LNU, Seriya Neohrafichna, vol. 32, pp. 163-173.
2. Liubitseva, O.O. (2008). *Turyzmoznavstvo: vstup do fakhu* [Tourism: introduction to the profession]. Vydavnycho-polihrafichnyi tsentr "Kyivskyy universytet", Kyiv, Ukraine.
3. Romaniuk, I.A. (2015). *Systemno-strukturni defynitsii katehorii u haluzi silskoho zelenoho turyzmu: uzahalnennia ta vykorystannia* [System and structural definitions and the sphere of the country green tourism]. Naukovyy visnyk KhDU. Seriya: Ekonomichni nauky. iss. 15, vol. 3, pp. 29-31.
4. Matviichuk, L.I. *Osnovni napriamy investytsiinoho zabezpechennia rozvytku silskoho turyzmu v Ukraini* [The main trends of the investment supplying of the development of the country green tourism in Ukraine]. Nauk. pratsi Pivd. fil. nats. un-tu bioresursiv i pryrodokorystuvannia Ukrainy «Krym. ahrotekhnol. un-t», vol. 143, pp. 186-191.
5. Marmul, L.O. (2014). *Udoskonalennia upravlinnia diialnistiu turystychnykh pidpriemstv* [The improvement of the management of the tourism enterprises]. Kabinet Ministriv Ukrainy, Nats. un-t bioresursiv i pryrodokoryst, Kyiv, Ukraine.
6. Tsehelyk, H. H. (2013). *Vykorystannia ekonomiko-matematychnykh modelei dlia pidtrymky pryiniattia rishen u sferi silskoho zelenoho turyzmu* [Using of the economic-mathematical models of the making decisions in the sphere of the green tourism sphere]. Naukovyy visnyk. Ekonomichni nauky, vol. 1, pp. 384-389.
7. Ihnatenko, M. M. (2015). *Stratehii ta mekhanizmy upravlinnia rozvytkom sotsialnoi vidpovidalnosti sub'ektiv hospodariuvannia ahrarnoi sfery ekonomiky* [Strategies and mechanisms of the management of the development of the social responsibility of the agrarian subjects]. Ailant, Kherson, Ukraine.

РИНКОВІ ВІДНОСИНИ І ПІДПРИЄМНИЦТВО У ГАЛУЗЯХ МИСТЕЦТВА, СПОРТУ, РОЗВАГ ТА ВІДПОЧИНКУ

MARKET RELATIONS AND ENTERPRISE ARE IN INDUSTRIES OF ART, SPORT, ENTERTAINMENTS AND REST

УДК 336.11:369.223.23

А.А. Постол, к.е.н., докторант
Херсонського державного аграрного університету

СОЦІАЛЬНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Анотація. Визначено зміст механізмів фінансування соціального розвитку сільських територій у взаємозв'язку з підвищенням ефективності функціонування аграрних підприємств. Обґрунтовані його переваги у забезпеченні розвитку інфраструктури агросфери та сільських територій. Виявлені особливості його нормативного забезпечення, проблеми й тенденції впровадження. Охарактеризовані ефекти від впровадження форм державно-приватного партнерства на фінансово-інвестиційному рівні. Розроблені пропозиції щодо його розвитку.

Ключові слова: аграрні підприємства, розвиток, соціальна інфраструктура, агросфера, сільські території, сільське населення, соціальний захист, удосконалення, управління.

Постановка проблеми. В сучасних умовах загострення соціально-економічних протиріч на селі досягнення стратегічних цілей агросфери, відродження та розвитку сільських територій неможливо без партнерства державних органів влади з представниками приватного бізнесу. Дефіцит бюджету, скорочення його доходів та видатків не дозволяють здійснювати масштабні стратегічні проекти, що лежать в основі високої конкурентоспроможності аграрної економіки України. Це потребує пошуку додаткового позабюджетного фінансування.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Велику увагу проблемам і перспективам становлення державно-приватного партнерства у сфері розвитку соціальної інфраструктури агросфери та сільських територій приділяли вітчизняні вчені-економісти О.І. Амоша, О.М. Вінник, В.М. Геєць, М.М. Ігнатенко, Л.О. Мармуль, К.В. Павлюк, І.А. Романюк та інші науковці.

Визначення невирішених раніше частин загальної проблеми. За таких умов набуває актуальності питання дослідження сутності державно-приватного партнерства (ДПП) як інструменту фінансування та інвестування об'єктів соціальної інфраструктури сільських територій та агросфери зокрема, визначення форм і способів реалізації ДПП відповідно до сучасних умов. Це дозволить покращити рівень її фінансування та функціонування, сприятиме забезпеченню зайнятості сільського населення та підвищення рівня його життя.

Метою статті є виявлення сучасних проблем соціального розвитку села та агросфери загалом і розробка основних заходів їх вирішення на засадах інституційного забезпечення, приватно-державного партнерства, інших механізмів з метою підви-

щення ефективності функціонування аграрних підприємств та підвищення рівня життя сільського населення.

Виклад основного матеріалу дослідження. Однією з передумов ефективного розвитку аграрних підприємств є відродження соціальної інфраструктури села, формування її оптимальної територіальної організації, висока якість надання соціальних послуг. Запорукою цього виступає виважене інституційне забезпечення, що полягає, як мінімум, в синхронізації дій та узгодженості рішень на кожному рівні управління [1, с. 246]. Неefективна система інституційного забезпечення призводить до нездатності об'єктів соціальної інфраструктури в повній мірі задовольнити соціальні потреби сільського населення, формує їх нераціональну територіальну організацію, що призводить до порушення соціальної стабільності.

Формування виваженої системи управління розвитком соціальної інфраструктури агросфери повинно здійснюватися шляхом реалізації таких завдань, виконання яких забезпечить ефективну функціональну організацію виконавчої влади на центральному і регіональному та місцевому рівнях, де владна ієрархічна вертикаль зобов'язана підпорядковуватися оптимальному алгоритму управління розвитком соціальної інфраструктури між центральними і регіональними органами влади. В зв'язку із цим побудова системи ДПП в сфері розвитку соціальної інфраструктури на селі має певні особливості.

Держава повинна залишити за собою ключову роль зі збереження державної форми власності об'єктів соціальної інфраструктури та контролю за станом соціального захисту сільського населення, соціальної безпеки, цілісності майнового комплексу та стратегічної значимості соціальних об'єктів сільських територій (установ охорони здоров'я, освітніх закладів, у т.ч. професійно-технічних, об'єктів соціальної інфраструктури, ін.). В умовах обмеження державних фінансових ресурсів розвиток соціальної інфраструктури може бути забезпечений на основі ДПП.

Як доведено світовою практикою, ДПП є найбільш передовим з усіх сучасних методів регулювання в галузях соціальної сфери в умовах формування громадянського суспільства, оскільки в його основу покладено базовий принцип узгодження інтересів різних сторін [2, с. 75]. Воно дозволяє поєднувати інтереси і технології бізнесу і держави. Це проявляється не тільки в організації компаній такого типу, але і при реалізації бізнесом соціально відповідальної діяльності. Крім того, ДПП – ефективний механізм для розвитку соціальної сфери, тому що воно пов'язано з розробкою проєктів громадського значення.

За функціями забезпечення життєдіяльності у системі інфраструктури виділяють дві групи підприємств і установ. Перша задовольняє духовні та фізичні потреби населення й охоплює освіту, культуру, охорону здоров'я та фізичну культуру, туризм і відпочинок. До другої групи підприємств і установ відносять житлово-комунальне господарство, побутове обслуговування, пасажирський транспорт, зв'язок, торгівлю і громадське харчування, управління, кредитування та страхування, які покликані забезпечувати матеріальні умови життя населення.

До основних функцій галузевого складу елементів соціальної інфраструктури належать [3]: розподіл та обмін (мережа підприємств оптової та роздрібною торгівлі, підприємств громадського харчування, заклади кредитування та страхування); надання споживчих послуг (житлово-комунальне господарство, підприємства побутового обслуговування, пасажирський транспорт, зв'язок, громадське харчування); охорона здоров'я (заклади медичного, санаторно-курортного обслуговування, фізкультури і спорту, соціального забезпечення населення); формування громадської свідомості та наукового світо-

гляду (мережа культурно-освітніх закладів, мистецтва і релігії); управління та охорона громадського порядку (органи державного управління, громадські організації, сільські громади).

Система ДПП повинна передбачати наявність та дотримання філософії та етики бізнесу, ставлення держави до підприємництва в сфері розвитку соціальної інфраструктури, в економічних та політичних умовах, які держава створює для бізнесу та громадськості, ступінь довіри громадськості до держави, суспільства в цілому. Партнерство держави та бізнесу повинне охоплювати інфраструктурні проекти щодо будівництва доріг, залізниць, житлово-комунального господарства, охорони здоров'я, освіти, культурних заходів тощо.

Водночас, держава повинна визначити перелік тих соціальних послуг, які вона надаватиме особисто та їх контролюватиме, а також буде координувати ті соціальні послуги, які будуть у розпорядженні приватного бізнесу [4, с. 247]. Держава фінансуватиме лише ті соціальні послуги та соціальні програми, які визначені на законодавчому рівні і закріплені у відповідних нормативно-правових актах. Регіональні та місцеві органи влади, сільські громади повинні забезпечити та створити максимально сприятливі умови для розвитку соціальної інфраструктури агросфери.

Таким чином, основні напрями партнерства між державою, бізнесом та громадськістю спрямовані на підтримку розвитку соціальної інфраструктури сільських територій з боку держави; спільні конкурси соціальних проектів; реструктуризацію об'єктів соціальної інфраструктури (приведення в порядок об'єктів соціальної інфраструктури, комерціалізацію соціальних об'єктів); реалізацію корпоративних соціальних програм (навчання кадрів, допомога в розв'язанні житлових проблем, оздоровлення тощо).

В основі ДПП лежить також ефективний розподіл фінансово-інвестиційних ризиків між сторонами. Так, держава зацікавлена передати приватному сектору ті ризики, якими він більш ефективно зможе управляти. За собою держава має залишити ризики, якими вона зможе управляти сама. Таким чином, держава мінімізує власні ризики перекладаючи їх на бізнесові структури. Отже, під спільною діяльністю держави та бізнесу розуміється часткова передача об'єкта соціальної інфраструктури у приватну власність.

Така модель забезпечення соціального розвитку передбачає спільну діяльність щодо його проектів. В цих проектах обидві сторони мають здійснювати інвестиції, але повний контроль щодо управління залишається за приватною стороною [5, с. 67]. Участь держави у таких проектах може мати різні форми, наприклад, надання пільгових кредитів, субсидій, передача активів тощо. Головні вимоги до спільної діяльності наступні: приватна сторона має бути обрана на конкурсних засадах; контроль залишається за приватною стороною; частка держави має бути чітко визначена; витрати повинні компенсуватися безпосередньо через стягнення плати зі споживачів послуг; розподіл ризиків та прибутків має бути чітко визначений та узгоджений.

Також необхідно обрати інструменти інституційного забезпечення розвитку соціальної інфраструктури агросфери та сільських територій. Під інструментами інституційного забезпечення розвитку соціальної інфраструктури будемо розуміти сукупність засобів впливу на об'єкти соціальної інфраструктури, ефективність яких визначає якість наданих соціальних послуг населенню. Інституційні інструменти, в залежності від поставленої мети (трансформація чи корекція інститутів, ліквідація інститутів, введення нових інститутів), забезпечують впровадження інституційного ме-

ханізму діяльності засобами адміністративних, економічних, інформаційних та громадських важелів управління.

В якості таких інструментів виступатимуть ціноутворення, бюджетна підтримка, кредитування, реструктуризація, персоніфікація відповідальних осіб за розвиток соціальної інфраструктури на селі [6, с. 15]. Важливим є укладення договорів співпраці на різних етапах ДПП у сфері розвитку соціальної інфраструктури, створення венчурних фондів, податкові «канікули» в перші роки функціонування інфраструктурних об'єктів, громадський моніторинг, експертиза виконання програм її розвитку тощо.

Мотивацію бізнесу до участі у ДПП у розвитку соціальної інфраструктури села слід розглядати в кількох аспектах. Серед них: економічна мотивація – частковість використання бізнес-структурами переданих державою для виконання соціальних функцій ресурсів у підприємницьких цілях; опосередковано-економічна мотивація – підвищення прибутку аграрних підприємств через досягнення більшої популярності, використання ДПП в цілях public relations, позитивний вплив на імідж, можливо, на бренд, можливість підбирати кадри тощо [7, с. 134].

Також йдеться про соціальну мотивацію як підвищення соціального статусу власників і топ-менеджерів шляхом "наближення до влади", вирішення державно значущих завдань соціального захисту сільського населення; ідеологічну – впливає з усвідомлення боргу бізнесу перед суспільством та усвідомлення ним соціальної відповідальності. Потенціал підприємств агробізнесу може бути задіяний як для розширення ресурсної бази, створюваної державою для вирішення соціальних завдань агросфери, так і для ефективного використання цієї ресурсної бази.

Таким чином, соціальна мета держави при організації ДПП полягає в поліпшенні умов для підвищення якості життя сільського населення. Ця соціальна мета узгоджена з економічною метою – досягненням максимально ефективного поєднання капіталу, праці та природних ресурсів для отримання продукту, що має корисність для споживача. Якщо ця корисність проявляється в одному з аспектів якості життя сільських жителів, то агробізнес стає партнером держави у вирішенні соціальних завдань.

З позицій аграрних підприємств цілі їх вступу в партнерство з державою для реалізації соціальних завдань полягають у збільшенні ресурсної бази бізнесу – залучення державних ресурсів для збільшення прибутку шляхом їх часткового використання у підприємницькій діяльності; у підвищенні ефективності використання у підприємницькій діяльності власних ресурсів на основі синергічного ефекту від поєднання їх з державними ресурсами [8, с. 8]. Отже, доцільно говорити про соціальну відповідальність підприємств агробізнесу. Вона дозволяє досягти консенсусу, вигідного для обох сторін, в результаті поєднання ресурсів на користь розвитку агросфери, соціального забезпечення сільського населення, відродження сільських територій.

Висновки і перспективи подальших розвідок. Державно-приватне партнерство є ефективною формою взаємодії держави й приватних аграрних підприємств у забезпеченні необхідного рівня розвитку соціальної інфраструктури агросфери та сільських територій загалом. В основу його функціонування покладено принцип збалансованості інтересів, прав і зобов'язань сторін у процесі її реалізації. Виконання проектів соціального розвитку села із застосуванням механізмів державно-приватного партнерства сприятиме економічному зростанню країни в цілому, підвищенню інвестиційної привабливості агросфери, створенню нових місць працевлаштування для сільських жителів. Це також потребує подальших розробок щодо створення нових

форм співпраці влади та підприємств агробізнесу; вдосконалення існуючої нормативної бази вирішення проблем соціального розвитку.

Література

1. Управління людським та соціальним розвитком у регіонах України: монографія / О. Ф. Новікова, О. І. Амоша, Л. В. Шаульська та ін. – Донецьк: Ін-т економіки пром-сті НАН України, 2010. – 488 с.
2. Ігнатенко М.М. Здійснення соціальної відповідальності суб'єктів господарювання аграрної сфери економіки на основі державно-приватного партнерства / М.М. Ігнатенко // Економіка та держава: наук. жур. – № 9. – 2015. – С. 74-76.
3. Про державно-приватне партнерство : Закон України від 01.07.2010 № 2404-VI [Електронний ресурс] / Верховна Рада України. – Режим доступу : zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi
4. Державні цільові програми та упорядкування програмного процесу в бюджетній сфері / В.М. Геєць, О.І. Амоша, Т.І. Приходько; Ін-т економіки та прогнозування НАН України. – К. : Наукова думка, 2008. – 384 с.
5. Мармуль Л.О. Ринок праці та зайнятість населення сільських територій: теорія і практика регулювання: монографія / Л.О. Мармуль, І.А. Романюк. – Херсон : Айлант, 2015. – 266 с.
6. Павлюк К.В. Сутність і роль державно-приватного партнерства в соціально-економічному розвитку держави / К.В. Павлюк, С.М. Павлюк // Наукові праці КНТУ. Економічні науки. – 2010. – Вип. 17. – С. 13-17.
7. Вінник О. М. Корпоративна форма державно-приватного партнерства: проблеми правового забезпечення на тлі зарубіжного досвіду: монографія / О. М. Вінник. – Суми : МакДен, 2012. – 203 с.
8. Мельник А. Державно-приватне партнерство в системі інституційного забезпечення економічних процесів / А. Мельник, С. Підгаєць // Вісник ТНЕУ. – 2011. – Вип. 1. – С. 7-9.

A. Postol, PhD (Economics), associate professor, Kherson State Agrarian University.

Social aspects of the development of the agrarian enterprises

Abstract. Defines the contents of the financing mechanisms for social development of rural areas in relation to increase of efficiency of functioning of agricultural enterprises. Proved its advantages in development of agricultural infrastructure and rural areas. Peculiarities of the legal framework, issues and trends introduction. Characterized the effects of the introduction of public-private partnerships in the financial and investment level. Developed proposals for its development.

Keywords: agricultural enterprises, development, social infrastructure, agricultural sector, rural areas, rural population, social protection, improvement, management.

References

1. *Upravlinnia liudskym ta sotsialnym rozvytkom u rehionakh Ukrainy* [Management of the people and social development in regions of Ukraine]. (2010). In-t ekonomiky prom-sti NAN Ukrainy Donetsk, Ukraine.
2. Ihnatenko, M.M. (2015). *Zdiisnennia sotsialnoi vidpovidalnosti sub'iektiv hospodariuvannia ahrarnoi sfery ekonomiky na osnovi derzhavno-pryvatnoho partnerstva* [Implementation of the social responsibility of the agrarian subjects on the basis of the state and private partnership]. *Ekonomika ta derzhava: nauk. Zhur vol. 9*, pp. 74-76.
3. *Pro derzhavno-pryvatne partnerstvo : Zakon Ukrainy vid 01.07.2010 № 2404-VI*. *Verkhovna Rada Ukrainy*. Retrieved from zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi

4. *Derzhavni tsilovi prohramy ta uporiadkuvannia prohramnoho protsesu v biudzhethnii* [State programs and the systematization of the program processes in the budget]. (2008). In: *ekonomiky ta prohnozuvannia NAN Ukrainy*, Kyiv, Ukraine.
5. Marmul, L. O. (2015). *Rynok pratsi ta zainiatist naseleння silskykh terytorii: teoriia i prak-tyka rehuliuvannia* [The market of the labour nad business of the population in the country side]. Ailant, Kherson, Ukraine.
6. Pavliuk, K.V. (2010). *Sutnist i rol derzhavno-pryvatnoho partnerstva v sotsialno-ekonomichnomu rozvytku derzhavy* [The nature and role of the state-private partnership in the social economic life of the state]. *Naukovi pratsi KNTU. Ekonomichni nauky*, vol. 17, pp. 13-17.
7. Vinnyk, O. M. (2012). *Korporatyvna forma derzhavno-pryvatnoho partnerstva: problemy pravovoho zabezpechennia na tli zarubizhnoho dosvidu* [Corporative form of the state and private partnership]. MakDen, Sumy, Ukraine.
8. Melnyk, A. (2011). *Derzhavno-pryvatne partnerstvo v systemi instytutsiinoho zabezpechennia ekonomichnykh protsesiv* [The state and private partnership in the system of the institutional suppling of the economic processes]. *Visnyk TNEU*, vol. 1, pp. 7-9.

УДК 338.242.2

В.Ф. Яровий, к.е.н., доцент, докторант
Херсонського державного університету

УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ГАЛУЗІ ТУРИЗМУ НА ОСНОВІ ЗЛИТТЯ ТА ПОГЛИНАННЯ ПІДПРИЄМСТВ І ОРГАНІЗАЦІЙ

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

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

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

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

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Проблеми розвитку галузі туризму та управління нею знаходяться у полі зору вітчизняних та зарубіжних науковців. Їх вирішенню присвятили свої праці Мармуль Л.О., Марченко О.А., Романюк І.А., Сарапіна О.А., Стеченко Д.М., Ансофф І. та ін. відомі науковці. Зокрема, у цих роботах йдеться про ресурсне забезпечення галузі та управління ним, розвиток та управління туристичних підприємств і організацій, функціонування зеленого екологічного туризму, державну підтримку галузі.

Визначення невирішених раніше частин загальної проблеми. Проте стратегія організації й розвитку туристичної галузі та управління ними на основі обґрунтування механізмів злиття та/або об'єднання туристичних організацій (синергізму) вимагає подальших розробок.

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

Виклад основного матеріалу дослідження. В умовах обмеженості ресурсів та загострення конкурентної боротьби в управлінні підприємствами та галуззю туризму все більшого значення набуває використання механізмів інтеграції, об'єднання або поглинання. Стратегія синергізму – це стратегія створення конкурентних переваг через об'єднання двох або кількох організацій в єдине ціле [1, с. 142]. Вона припускає наявність в організації або на підприємстві конкурентної переваги за рахунок спільного використання ресурсів (стратегія технологій і витрат), ринкової інфраструктури (спільний збут) або сфер діяльності (синергія планування, прогнозування й управління). Отже, пропонується стратегія допомагає отримати більш високу рентабельність виробництва або послуг при взаємозв'язку організацій, ніж при їх окремому функціонуванні.

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

Отже, чинник глобалізації дозволяє підприємствам галузі туризму здійснювати економію на масштабі ресурсів та витрат за рахунок стандартизації товарів та послуг, використовувати переваги світового маркетингу [2, с. 30]. Глобальний туристичний ринок – це міжнаціональний та міждержавний ринок, попит на якому можна задовольнити інструментами реклами, продажу і маркетингу туристичних продуктів та послуг. Основна ідея глобалізації полягає у визначенні загальних характеристик ринків, їх сегментів і відповідних цільових груп споживачів, що не залежать від особливостей окремих країн.

Необхідно враховувати, що для процесу глобалізації туристичного бізнесу характерне зменшення національних і регіональних переваг в організації та наданні туристичних послуг, поступове вирівнювання потреб і запитів споживачів. Спостерігається економія на масштабі виробництва за рахунок стандартизації й уніфікації туристичних продуктів або послуг. Нарешті, йдеться про використання переваг світового маркетингу, тому що майже в кожній країні функціонують одні й ті ж компанії-конкуренти.

У сучасних умовах господарювання у туристичній галузі утворюються нові форми господарювання та види туристичної діяльності. Так, на регіональних туристичних ринках все більшою мірою представлені глобальні організації або об'єднання (ГО). Мова йде про всесвітньо відомі готельні мережі, а також глобальні туристичні групи [3, с. 68]. Разом з тим спостерігається тенденція утворення інтегрованих багатопрофільних структур, які також відзначені на туристичних ринках багатьох країн світу.

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

Так, транспортна корпорація “УкрАвто” ще у 2004 р. стала засновником туристичної фірми “Гермес тревел груп”. У галузі туризму працюють відома авіаційна компанія МАУ, фінансово-страхова група ТАС, транспортно-туристична мережа “Анекс тур”, “Джуніор-ап” та ін. На засадах синергізму ефективно функціонують відомі туристичні компанії “САМ”, “Поїхали з нами”, “Туї”, “Вояж-експрес”, туристичні готельні мережі “Ібіс”, “365” та ін.

Наприклад, компанія “Preussag” є безперечним лідером у сфері туризму як у Німеччині, так і в Європі [5, с. 248]. Її дочірнє туристичне підприємство “TUI Group” приносить більше половини річного обігу групи. Загальний обіг діяльності “Preussag” в 2014 р. склав 21,8 млрд. євро (з них 10,6 млрд. євро припадає на туризм). “Preussag” придбав у 2000 р. у власність за 2,8 млн. євро одну з найбільших британських туристичних компаній – “Thomson Travel Group”. Інша німецька велика компанія – “С & N Touristic” – головний конкурент “TUI”, утворена в 1999 р. після злиття чартерної авіакомпанії “Condor” і групи “Neckermann Reisen”, є європейським туроператором № 2 з річним обігом 15,1 млрд. євро. “С & N Touristic” купила французьку фірму “Navas Voyages”. “Preussag” придбала також пакет акцій найбільшої французької мережі “Nouvelles Frontieres”. А компанія “С & N Touristic”, для того, щоб мати вплив на англійському ринку, придбала найбільшу у Великобританії компанію “Thomas Cook”.

Синергетична стратегія організації та управління розвитком туристичної галузі в Україні направлена також на залучення закордонних інвестицій у діяльність її підприємств [6, с. 134]. При цьому туристичні організації та можливі інвестори повинні враховувати конкурентні переваги і рівень конкурентоспроможності пропонувані туристичні послуг, наявність управлінського досвіду, ефективність бізнесу, розмір фірм і рівень концентрації власного капіталу. Важливе значення має інвести-

ційний клімат приймаючої країни (політична й соціально-економічна стабільність, стан і перспективи розвитку економіки в цілому і суміжних галузях, ставлення до іноземних інвестицій, господарське та податкове законодавство і т.д.).

При застосуванні механізму створення глобальних об'єднань у синергетичній стратегії особлива увага приділяється вибору організаційних форм туристичних підприємств або партнерств. Це може бути створення нової туристичної організації у межах вітчизняного ринку або за кордоном; придбання діючої вітчизняної або іноземної туристичної організації; придбання частки участі в капіталі іноземної туристичної організації, яка дає право контролю [7, с. 196]. Це може бути й придбання цінних паперів туристичних організацій, що не дають права контролю. Надання позик і кредитів туристичним філіям або фірмам на розширення та диверсифікацію діяльності має особливе значення при розширенні підприємств у регіони.

Висновки і перспективи подальших розвідок. Механізми організації та управління розвитком галузі туризму на основі стратегії синергізму в умовах глобальних впливів мають значний економічний ефект. Вони характеризуються певними формами, інструментами та методами здійснення. Придбання туристичної організації дає можливість інвестору відразу увійти в бізнес, використовувати зв'язки, бренд та авторитет придбаної організації.

Переваги цього механізму проявляються і в інвестуванні туристичного бізнесу. Вони полягають у тому, що дозволяють значно прискорити функціонування поглиненої організації, відпадає необхідність у здійсненні заходів для організації нового підприємства. Однак операції з придбання як усього капіталу, так і частки участі в капіталі супроводжуються певними проблемами. Це можуть бути як “дружні” приєднання, так і “агресивні захоплення” або рейдерство. Тому для операцій з купівлі акцій туристичних підприємств, інших форм приєднання повинні діяти чіткі процедури і правила, гарантії інституційного забезпечення.

Література

1. Ансофф И. Стратегическое управление / И. Ансофф. – Экономика. – 1999. – 519 с.
2. Романюк І.А. Системно-структурні дефініції категорій у галузі сільського зеленого туризму: узагальнення та використання / І.А. Романюк // Науковий вісник ХДУ. – Серія: Економічні науки. – Вип. 15. Ч. 3. – Херсон: Вид. дім «Гельветика», 2015. – С. 29-31.
3. Мармуль Л.О. Організаційно-економічний механізм функціонування туристично-рекреаційних підприємств: [монографія] / Л.О. Мармуль, О.А. Сарапіна. – К. : ННЦ «Ін-т аграр. екон.», 2006. – 180 с.
4. Стеченко Д.М. Передумови і напрямки формування туристичного ринку України / Д.М. Стеченко // Туризм: теорія і практика. – 2009. – № 1. – С. 5-11.
5. Ткаченко Т.І. Сталий розвиток туризму: теорія, методологія, реалії бізнесу: [монографія] / Т.І. Ткаченко. – К. : КНТЕУ, 2006. – 537 с.
6. Марченко О.А. Вплив глобальних та регіональних чинників суспільно-економічного розвитку на структуру туристичного ринку / О.А. Марченко // Україна-Польща: діалог культур в контексті євроінтеграції: матер. міжнар. наук.-практ. конф. (м. Запоріжжя, 25-27 вересня 2014 р.). Т. 1. Запоріжжя: ЗДІА, 2014. – С. 133-135.
7. Богданова Ж.А. Поняття та види туристичної діяльності в Україні / Ж.А. Богданова // Вісник Житомирського державного технологічного університету: Економічні науки: економіка, організація і управління підприємством. – 2009. – № 4 (50). – С. 194-197.

V. Yarovy, PhD (Economics), associate professor, doctoral student of Kherson State University.

The management of the development in the sphere of tourism basing on the uniting of enterprises and organisations

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

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

References

1. Ansoff, Y. (1999). *Stratehicheskoe upravlenye* [Strategic management]. Ekonomyka, Russia.
2. Romaniuk, I.A. (2015). *Systemno-strukturni definitsii katehorii u haluzi silskoho zelenoho turyzmu: uzahalnennia ta vykorystannia* [System-structural definitions in the sphere of the country green tourism]. *Naukovyi visnyk KhDU. – Serii: Ekonomichni nauky*, vol. 15., p. 3, pp. 29-31.
3. Marmul, L.O. (2006). The organization and the development of the agrarian business in the region. Ailant, Kherson, Ukraine.
4. Stechenko, D.M. (2009). *Peredumovy i napriamky formuvannia turystychnoho rynku Ukrainy* [Con-conditions and trends of the modern Ukrainian market forming]. *Turyzm: teoriia i praktyka*, vol. 1, pp. 5-11.
5. Tkachenko, T.I. (2006). *Stalyi rozvytok turyzmu: teoriia, metodolohiia, realii biznesu* [Permanent development of tourism: theory, methodology and business]. KNTEU, Kyiv, Ukraine.
6. Marchenko, O.A. (2014). *Vplyv hlobalnykh ta rehionalnykh chynnykiv suspilno-ekonomichnoho rozvytku na strukturu turystychnoho rynku* [The influence of the global and regional factors on the social-economic development]. *Ukraina-Polshcha: dialoh kultur v konteksti yevrointehratsii: mater. mizhnar. nauk.-prakt. konf. (m. Zaporizhzhia, 25-27 veresnia 2014 r.)*, Zaporizhzhia, Ukraine.
7. Bohdanova, J.A. (2009). *Poniattia ta vydy turystychnoi diialnosti v Ukraini* [Concept and the types of the tourist activity in Ukraine]. *Visnyk Zhytomyrskoho derzhavnogo tekhnolohichnoho universytetu: Ekonomichni nauky: ekonomika, orhanizatsiia i upravlinnia pidpriemstvom*, vol. 4 (50), pp. 194-197.

УДК 331.104: 330.316.42

С.В. Пеньковський, аспірант
Полтавської державної аграрної академії
І.М. Яценко, аспірант
Полтавської державної аграрної академії

СОЦІАЛЬНІ ІНСТИТУТИ УДОСКОНАЛЕННЯ ТРУДОВИХ РЕСУРСІВ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ

***Анотація.** У статті виявлені проблеми формування та удосконалення трудових ресурсів аграрних підприємств. Визначена важлива роль соціального партнерства як інституту у їх забезпеченні. Обґрунтована сутність та структура соціального партнерства. Виявлені чинники та визначені умови впровадження. Розроблені перспективи удосконалення трудових ресурсів в агросфері на основі соціального партнерства.*

Ключові слова: аграрні підприємства, інститути, трудові ресурси, соціально-трудові відносини, державне регулювання, соціальне партнерство, соціальна відповідальність, удосконалення.

Постановка проблеми. В умовах динамічного розвитку ринкової економіки, відкритості кордонів та мобільності населення особливої актуальності набувають проблеми, що виникають у соціально-трудовій сфері сільських територій, використанні трудових ресурсів, розподілі матеріальних благ, соціальній справедливості. Йдеться про забезпечення повної (продуктивної) зайнятості; збереження та розвиток трудового потенціалу; підвищення життєвого рівня сільського населення; оптимізацію відносин між працею і капіталом на принципах соціального паритету та відповідальності (соціального партнерства). Обґрунтування шляхів вирішення означених проблем є особливо актуальним для підприємств як основних суб'єктів господарювання агросфери країни. Це пов'язано з тим, що вітчизняна теорія формування і розвитку системи соціально-трудових відносин в ринкових умовах господарювання, глобальних впливів, знаходиться на етапі становлення та удосконалення.

Оцінка сучасних трудових ресурсів та відносин соціально-трудової сфери аграрних підприємств демонструє відсутність погодженості інтересів між великими роботодавцями та найманими працівниками, орендодавцями й орендарями земельних ділянок, агроформуваннями і сільськими громадами. Він вказує на невизначеність та недостатність ролі держави і недосконалість механізму дій названих суб'єктів й інших інститутів щодо вирішення вище вказаних проблем. Це може призвести, на тлі зниження рівня зайнятості та життєдіяльності сільських жителів, до соціальної нестабільності населення сільських територій.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Вирішенням проблем використання трудових ресурсів аграрних підприємств, формування соціально-трудових відносин в агросфері, соціального партнерства та соціальної відповідальності займалися такі зарубіжні та вітчизняні науковці, як О. Грішнова, М. Ігнатенко, А. Колот, Е. Лібанова, І. Романюк, О. Шкільов та інші науковці.

Визначення невирішених раніше частин загальної проблеми. Проте удосконалення трудових ресурсів, організація соціально-трудова відносин на засадах соціального партнерства потребує подальших досліджень та розробок.

Метою статті є виявлення проблем та визначення тенденцій формування та розвитку трудових ресурсів і соціально-трудова відносин в аграрних підприємствах, розробка перспектив їх удосконалення на основі інститутів соціального партнерства та соціальної відповідальності.

Виклад основного матеріалу дослідження. Глибока і довготриваюча економічна криза спричинила загострення не тільки трудових ресурсних проблем та проблем безпеки в Україні. Спостерігається загострення й соціальних суперечностей на селі, маргіналізація значної частини сільського населення, деградація розвитку або депресивний стан сільських територій. При цьому національна модель соціального діалогу через те, що зростання соціальної нерівності та напруги в суспільстві породжує велику кількість проблем у соціально-трудова сфері, виявилася недостатньо ефективною [1, с. 227]. На це вказує високий рівень безробіття на селі, самозайнятість значних мас населення, еміграція у пошуках роботи при одночасному зростанні агрохолдингів та інших великих аграрних корпоративних структур з надприбутками та високим рівнем концентрації виробництва і капіталів, значні ризики ведення фермерських господарств та ін.

На нашу думку, дієвим засобом вирішення протиріч, що виникають у агросфері з приводу трудових ресурсів та соціально-трудова відносин, є соціальне партнерство. Воно визначається як сукупність тристоронніх взаємовідносин у системі “наймані працівники й профспілки – роботодавці та їх об’єднання – державні та місцеві інститути” з метою задоволення інтересів кожного з них не на шкоду іншим на основі переговорів, примирних процедур, угод тощо. Соціальне партнерство, таким чином, демонструє можливість забезпечення балансу інтересів найманих працівників, підприємців і держави на користь усього суспільства.

Функціональними завданнями соціального партнерства у національному регуляторному масштабі визначені забезпечення реалізації соціально орієнтованої економічної стратегії та аграрної політики; створення ефективного механізму, методів, моделей та інструментів регулювання соціально-трудова і пов’язаних з ними економічних відносин [2, с. 85]. У прагматичній площині – це проведення колективних переговорів, взаємних консультацій, укладення колективних договорів та угод з метою досягнення принципів соціальної справедливості у розподілі матеріальних благ; запобігання колективних трудових спорів (конфліктів), страйків, демонстрацій і сприяння вирішенню соціально-трудова конфліктів. У законотворчому відношенні – це удосконалення чинного законодавства про працю, пенсійне забезпечення, в сфері соціально-трудова і пов’язаних із ними економічних відносин.

Інституційними засадами соціального партнерства в Україні є національні законодавчі та нормативні акти, які регулюють соціально-трудова відносини. Це законодавство розроблялося на основі ратифікованих Україною конвенцій і рекомендацій Міжнародної організації праці (МОП). Соціальне партнерство у вузькому розумінні, у межах окремих підприємств і організацій – це механізм цивілізованого вирішення соціально-трудова конфліктів та усунення суперечностей між інтересами працівників і власників; суспільний договір між найманими працівниками і роботодавцями на основі реалізації прав та інтересів названих сторін. Укладання колективних договорів і угод є важливим елементом соціального партнерства на рівні аграрних підприємств.

У широкому розумінні предметом соціального партнерства може бути будь-яке питання соціально-економічного змісту в суспільному житті, щодо якого соціальні партнери вважають за потрібне досягти згоди [3, с. 147]. До сфери соціального партнерства входять: досягнення консенсусу з питань забезпечення зайнятості, створення додаткових робочих місць; застосування найманої праці з дотриманням техніки безпеки, вимог з охорони здоров'я працівників у процесі праці, оплати праці й забезпечення відтворюючої і стимулюючої функцій заробітної плати.

Йдеться також про забезпечення нормального режиму праці й відпочинку; забезпечення права працівників на участь в управлінні працею на підприємстві, в розподілі прибутку для здійснення соціальної діяльності підприємства, у вирішенні колективних трудових спорів тощо. В сучасних умовах його реалізація значно ускладнилася через наявність значної кількості біженців, переміщених осіб із Донбасу. Необхідно враховувати також необхідність працевлаштування переселенців, учасників АТО, інвалідів та ін.

В цих умовах вирішальне значення має дотримання принципів або правил здійснення соціального партнерства, соціальної відповідальності агробізнесу. До основних принципів соціального партнерства, отже, відносяться: дотримання норм законодавства; повноважність представників сторін; рівноправність сторін у свободі вибору й обговорення питань, які складають зміст колективних договорів, угод і відносин; добровільність сторін у прийнятті на себе зобов'язань оплати та умов праці, досягненні її продуктивності тощо; систематичність контролю і відповідальність за виконання зобов'язань, їх моніторинг, санкції за порушення та мотивацію дотримання.

З метою недопущення кризи соціально-трудова відносин на підприємствах агросфери доцільно постійно здійснювати моніторинг чинників, що визначають загальний стан досить рухомої та нестійкої системи соціального партнерства [4, с. 247]. Для цього доцільно використовувати низку кількісних та якісних індикаторів, рейтингів, критеріїв. Важливо мати відповідальних фахівців як на рівні окремих агропідприємств та агроформувань, так і на рівні місцевих та регіональних і національних владних структур; профспілок, громадських неурядових організацій тощо.

До кількісних показників, які можна визначити, об'єктивно відносяться: коефіцієнт сталості складу працівників, їх представництво у Раді соціального партнерства; ступінь уніфікації робіт на підприємстві; відсоток виконання індивідуальних планових завдань; середній стаж роботи та плинність кадрів, частка сезонних працівників; рівень середньої заробітної плати; якість роботи (якість продукції, відсоток незавершеного виробництва); кількість неформальних зібрань, протестів, проявів незадоволення працівників протягом звітного періоду; відсоток працівників, охоплених профспілковими організаціями; кількість конфліктних ситуацій між працівниками та роботодавцями тощо.

Якісні показники дозволяють з'ясувати існування та дотримання корпоративної культури, традицій агропідприємств, рівень самоуправління колективу, дотримання статуту підприємства та умов колективного договору, корпоративних відносин. Уся сукупність перерахованих показників дозволяє об'єктивно оцінити існуючий стан соціально-трудова відносин і перспективи розвитку соціального партнерства в умовах конкретного аграрного підприємства [5]. Це досить важливо для стратегії його подальшого розвитку, своєчасного прийняття коригуючих управлінських рішень, а також здійснення державного контролю за діяльністю.

Формування дієвого механізму соціального партнерства, його майбутнє у вітчизняних агроформуваннях багато в чому залежить від того, як відбудеться разме-

жування й становлення інтересів усіх його учасників. Для повноцінного соціального партнерства необхідно, щоб потенційні партнери мали достатньо чітко розмежовані інтереси і усвідомлювали їхню відмінність, визнавали потребу один в одному й були готовими до конструктивної співпраці та розвитку.

Державна політика й стратегія соціального партнерства в агросфері реалізується державними інститутами, профспілками та організаціями роботодавців переважно із використанням парламентських механізмів. Вони дозволяють діяти через окремі парламентські групи або фракції для лобіювання необхідних законів і внесення на розгляд парламенту законопроектів соціального значення в межах права законодавчої ініціативи [6, с. 107]. Не можна сказати, в Україні у профспілок та організацій роботодавців абсолютно відсутнє право законодавчої ініціативи щодо врегулювання соціально-трудових відносин. Вони можуть і мають бути ініціаторами здійснення соціально відповідального агробізнесу.

Головним чинником реформ та інших засобів регулювання як великий власник і роботодавець стосовно працівників бюджетної сфери села виступає держава. Від її імені якої діють органи виконавчої влади на місцях та органи місцевого самоврядування. З точки зору реалізації завдань соціального партнерства, цей діалог не може бути визнаний достатньо ефективним. Це пояснюється відсутністю, насамперед, фінансових умов для найбільш повного задоволення інтересів рядових працівників. Необхідне винесення за його рамки конфлікту “роботодавець – працівник” і посилення відповідальності й зацікавленості роботодавців у виконанні соціальних зобов’язань [7, с. 97].

На сьогодні українська держава продовжує залишатися значним власником і роботодавцем. З іншої сторони, вона неефективно використовує свої регуляторні інструменти, особливо фінансові. Це спричиняє неефективне та не послідовне виконання й фінансове забезпечення нею функцій арбітра між працівниками і роботодавцями в агросфері. У зрілих суспільних системах, де діють досить потужні профспілки й об’єднання роботодавців, де існує демократична політична культура, держава може відігравати роль спостерігача.

За останні роки в Україні, в основному, сформовано політико-правові засади діяльності органів виконавчої влади у сфері трудоресурсного забезпечення та соціально-трудових відносин підприємств агросфери. Визначено їх компетенції, механізми та напрями діяльності, створено законодавчу базу функціонування профспілок та організацій роботодавців. Однак усе це не видається достатнім, особливо в контексті комплексного розвитку аграрної сфери економіки та вирішення соціальних проблем населення сільських територій. Адже 2/3 трудових ресурсів села не зайняті у суспільному виробництві. Вони характеризуються як самозайняті, потенційно або приховані безробітні [8]. Тому актуальним є створення профспілками, сільськими громадами насамперед та об’єднаннями роботодавців додаткових механізмів, норм і правил, які б дозволяли забезпечувати необхідну компетенцію своїх представників у системі органів соціального партнерства.

Висновки і перспективи подальших розвідок. Важливі інститути використання та удосконалення трудових ресурсів, соціально-трудових відносин в сучасних вітчизняних аграрних підприємствах втілюються у вигляді соціального партнерства. Воно передбачає взаємоузгодження специфічних інтересів працівників, роботодавців і держави та досягнення консенсусу в процесі результативного соціального діалогу з приводу забезпечення належних умов для здійснення ефективної праці, її оплати,

утримання соціальної інфраструктури на селі, підтримки сільських громад, розвитку громадянського суспільства загалом.

За умови соціального партнерства підприємці можуть забезпечити стабільне отримання прибутків, фінансово-економічну стійкість та конкурентні переваги агробізнесу, а наймані працівники – належну та своєчасну оплату праці, якісні в соціально-екологічному сенсі умови життєдіяльності. Це запорука забезпечення економічного розвитку аграрних підприємств і соціальної стабільності серед населення сільських територій та регіонів. Подальші напрацювання й розробки у цій сфері мають бути спрямовані на розвиток теоретичних засад і обґрунтування дієвих форм і методів практичного регулювання трудових ресурсів та відносин в агроформуваннях.

Література

1. Ястремська О. М. Здійснення соціально-трудова відносин на засадах соціального партнерства / О.М. Ястремська, А.А. Попова // Бізнес-інформ. – 2013. – № 6. – С. 225-229.
2. Ситник Ю.О. Соціальне партнерство в Україні: особливості становлення і перспективи розвитку / Ю.О. Ситник // Наукові записки Кіровоградського національного технічного університету. – 2009. – №5. – С. 81-89.
3. Мармуль Л.О. Ринок праці та зайнятість населення сільських територій: теорія і практика регулювання / Л.О. Мармуль, І.А. Романюк. – Херсон: Айлант, 2015. – 266 с.
4. Грішнова О.А. Економіка праці та соціально-трудова відносини: підручник / О. А. Грішнова. – 4-те вид., оновлене. – К. : Знання, 2009. – 390 с.
5. Ігнатенко М.М. Проблеми та перспективи підвищення зайнятості сільського населення на засадах соціальної відповідальності агробізнесу / М.М. Ігнатенко // Ефективна економіка: [електронне видання]. – № 12. – 2015. – Режим доступу до журналу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?n=12&y=2015>.
6. Романюк І.А. Державна соціальна політика в забезпеченні продуктивної зайнятості сільського населення / І.А. Романюк // Економіка АПК. – 2014. – № 10. – С. 105-109.
7. Ткаченко В.Г. Мотивація трудових ресурсів сільських територій: [монографія] / В.Г. Ткаченко. – Луганськ : Етон-2, 2009. – 228с.
8. Івашина О.Ю. Вплив держави на становлення соціального партнерства у сфері регулювання оплати праці у країнах світу та в Україні / О.Ю. Івашина // Актуальні проблеми державного управління. – 2010. – № 1(37) [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://archive.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/Apdu/2010_1/doc/5/03.pdf

V. Penkovsky, I. Yatscenko, postgraduates of Poltava State Agrarian Academy.

The social institutions of the improvement of the labour resources of the agrarian organisations

Abstract. In the article, the problems of formation and improvement of labor resources in agricultural enterprises are analysed. The authors determined the important role of social partnership as an institution in their provision. They substantiate the essence and structure of social partnership. The factors and the conditions of implementation are reviewed. The authors developed prospects for improvement of labor resources in the agricultural domain based on social partnership.

Keywords: agricultural enterprises, institutions, human resources, labor relations, state regulation, social partnership, social responsibility, improvement.

References

1. Iastremska, O. M. (2013). *Zdiisnennia sotsialno-trudovykh vidnosyn na zasadakh sotsialnoho partnerstva* [Implementations of the social-labour relations, based on the social partnership]. *Biznes-inform*, vol. 6, pp. 225-229.
2. Sytnyk, I.O. (2009). *Sotsialne partnerstvo v Ukraini: osoblyvosti stanovlennia i perspektyvy rozvytku* [Social partnership in Ukraine]. *Naukovi zapysky Kirovohradskoho natsionalnoho tekhnichnoho univer-sytetu*, vol. 5, pp. 81-89.
3. Marmul, L. O. (2015). *Rynok pratsi ta zainiatist naseleння silskykh terytorii: teoriia i prak-tyka rehuliuвання* [The market of the labour nad business of the population in the country side]. Ailant, Kherson, Ukraine.
4. Hrishnova, O.A. (2009). *Ekonomika pratsi ta sotsialno-trudovi vidnosyny* [Economics of the labour and social-labour relations]. *Znannia*, Kyiv, Ukraine.
5. Ihnatenko, M.M. (2015). *Problemy ta perspektyvy pidvyshchennia zainiatosti silskoho naseleння na zasadakh sotsialnoi vidpovidalnosti ahrobiznesu* [Problems and perspectives of the country population on the basis of the social responsibility of the agrarian business]. *Efektivna ekonomika*. Retrieved from <http://www.economy.nayka.com.ua/?n=12&y=2015>.
6. Romaniuk, I.A. (2014). *Derzhavna sotsialna polityka v zabezpechenni produktyvnoi zainiatosti silskoho naseleння* [State social policy in the supporting of the business of the country people]. *Ekonomika APK*, vol. 10, pp. 105-109.
7. Tkachenko, V.H. (2009). *Motyvatsiia trudovykh resursiv silskykh terytorii* [Motivation of the staff in the countryside]. *Eton-2*, Luhansk, Ukraine.
8. Ivashyna, O.I. (2010). *Vplyv derzhavy na stanovlennia sotsialnoho partnerstva u sferi rehuliuвання opłaty pratsi u krainakh svitu ta v Ukraini* [State influence on the forming of the social partnership in the sphere of the regulation of the payment]. Retrieved from: http://archive.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/Аpdu/2010_1/doc/5/03.pdf

УДК 658.56:338

Б.С. Чорний, аспірант

Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв

МОДЕЛІ ФОРМУВАННЯ ЯКОСТІ ПОСЛУГ ПІДПРИЄМСТВ ТА ОРГАНІЗАЦІЙ У ГАЛУЗІ ТУРИЗМУ

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

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

Постановка проблеми. Якість туристичних послуг є тим індикатором, який визначає конкурентоспроможність туристичних підприємств та галузі туризму загалом. Проте далеко не кожний працівник туристичної сфери може володіти ситуацією настільки, щоб за короткий час спілкування з клієнтом створити у нього

сприятливе враження від туристичної організації в цілому. Менеджери повинні впевнитися, що працівники компетентні, з ентузіазмом ставляться до своєї компанії і до послуг, які вони реалізують. В іншому випадку неможливо зацікавити клієнтів і перетворити їх з тимчасових споживачів на постійних.

Загальноприйняте уявлення про кількість зірок у готелях – це ще не гарантія, а всього лише претензія на високу якість обслуговування. Стандартизація готельних послуг сама по собі також не в змозі забезпечити задоволення потреб гостей. Якість забезпечують фахівці галузі, їх бажання і вміння зрозуміти гостя. Також важливе значення має організація їх діяльності, встановлення відповідності та управління якістю. Останнє починається з вибору стратегії забезпечення якості і продовжується постійним моніторингом та контролем на основі оцінки відповідних індикаторів та показників.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Проблеми зайнятості персоналу, ефективності розвитку та розміщення підприємств галузі туризму загалом досліджували М. Ігнатенко, Л. Мармуль, О. Марченко, І. Романюк. Питання стратегічного управління на засадах корпоративізації висвітлені у працях О. Сарапіної, В. Герасимчук та ін. Проблеми управління якістю туристичного обслуговування розроблялися у працях переважно зарубіжних авторів, серед яких є І. Сидоренко, І. Смирнов, Н. Чорненька, О. Шаповалова, І. Швець.

Визначення невіршених раніше частин загальної проблеми. Питання моделювання якості туристичних послуг належить до важливих завдань економіки та управління розвитком підприємств у галузі туризму. Тому їх обґрунтування з урахуванням вітчизняних особливостей надання та зарубіжного досвіду має теоретичне й практичне значення, є актуальним.

Метою статті є розробка та впровадження моделей і стратегій забезпечення якості надання послуг підприємств галузі туризму з врахуванням їх стану в Україні та зарубіжного досвіду.

Виклад основного матеріалу дослідження. Управління якістю послуг у галузі туризму відноситься до надзвичайно складних проблем стратегічного й тактичного управління та менеджменту. Його вирішення вимагає постійного моніторингу та врахування сукупності чинників і ризиків невизначеності попиту та зовнішнього середовища бізнесу загалом. У наш час на і в передових країнах світу, і в Україні активно пропагуються та впроваджуються принаймні дві моделі забезпечення та управління якістю – TQM і Six sigma. Ці моделі є продуктами двох різних (японської та американсько-європейської) стратегій забезпечення якості [1, с. 167]. Вони цілком прийнятні і для використання у підприємствами галузі туризму.

Порівняння двох моделей управління якістю переконує, що основна їх відмінність полягає в концепції та стратегії втілення. Філософське кредо TQM – думай про споживача, дбай про якість, – прибуток прийде сам. Така модель розуміється як задекларовані принципи, гранично алгоритмізована і доведена до ритуалу система управління. Вона перетворює властивий японським фірмам діловий менталітет і корпоративну культуру на якість продукції. Стандарти TQM дисциплінують персонал за допомогою систематизації та алгоритмізації його діяльності в галузі якості. При цьому вони не додають до вказаної діяльності нового змісту. Успіх у досягненні якості забезпечує сформована в організації корпоративна культура, японські традиції ввічливості, ділового спілкування та особистої поваги.

Сутність підходу Six sigma сформульована як прибуток – це основний критерій успіху та місія підприємства. Продавець повинен знайти можливості, щоб змусити споживача витратити якомога більше грошей, передбачаючи його бажання і дивуючи його своїми знахідками [2]. Така модель являє собою швидке вирішення економічних проблем великих туристичних компаній. Адже саме вони прагнуть до успіху і вдаються до великих витрат, але не здатні перебудувати свій діловий менталітет і корпоративну культуру під принципи TQM. Якість при цьому – фактично побічний продукт, без якого просто неможливо вирішити проблему подолання кризи сучасних туристичних підприємств та досягти їх фінансово-економічної стійкості й конкурентоспроможності. Використання такого методу можливе тільки за умови підготовки високопрофесійних спеціалістів-експертів, вартість якої є досить значною.

Необхідно зазначити, що ці моделі ефективні лише завдяки дії людського ресурсу або чинника персоналу. Якщо в TQM – це діловий менталітет і корпоративна культура, то при підході Six sigma успіх визначають фахівці “чорних і зелених поясів”. Проте більшість організацій у галузі туризму не приділяють багато уваги управлінню персоналом, його мотивації та стимулюванню, вважаючи персонал допоміжним компонентом. Однак це хибний підхід, оскільки люди в туристичній сфері є щонайменше частиною компаній. Більшою мірою вони – це частина власне туристичного продукту або послуг, за який туристичні організації отримують свій основний дохід.

Тому навіть на рівні найбільш передових вітчизняних та міжнародних туристичних організацій вже зараз визнається: щоб бути конкурентоспроможними на туристичному ринку, необхідно мати професійно підготовлених співробітників і науково займатися питаннями управління персоналом та підвищенням якості пропонованих послуг [3, с. 97]. Головне завдання кадрової роботи – пошук і залучення працівників, створення умов для повного розкриття їх інтелектуального потенціалу, використання інноваційних технологій обслуговування туристів з метою забезпечення його високої якості та конкурентоспроможності. Для виконання цього стратегічного завдання визначаються та удосконалюються функції кадрової служби туристичних підприємств.

В якості таких функцій визначено формування кадрової політики туристичного підприємства та створення системи стандартів, що відображають цю кадрову політику й окремі її складові. Важливим є проектування посад, визначення структури, службових обов'язків персоналу і вимог до працівників; забезпечення об'єктивності та неупередженості у підборі персоналу. Разом з тим це й оцінка та атестація, виведення і переміщення, навчання та професійний розвиток працівників [4, с. 67]. Керівництво має прагнути до удосконалення системи оплати і стимулювання праці; формування корпоративної культури, управління психологічним кліматом і нематеріальною мотивацією працівників. При цьому обов'язковим є дотримання у роботі з кадрами вимог чинного трудового законодавства та здійснення кадрового діловодства.

Управління персоналом з метою підвищення якості туристичних послуг – діяльність набагато ширша, ніж звичайне вирішення кадрових проблем. Воно орієнтується на визначення майбутніх потреб туристичного ринку, стратегію туристичних підприємств і забезпечення розвитку потенціалу та відповідних навичок і умінь працівників. З іншої сторони, необхідне усвідомлення кожним працівником своїх завдань, створення сприятливого трудового й психологічного клімату,

забезпечення ділового спілкування та комунікацій для досягнення персоналом поставлених перед ним цілей і загальної місії туристичних підприємств [5, с. 107].

Формування якості послуг підприємств у галузі туризму полягає в тому, щоб мотивувати працівників на якісне обслуговування клієнтів. А це неможливо без відповідної координації дій персоналу, мотивації і формування корпоративної культури, стандарти якої підвищують лояльність споживачів до туристичного підприємства. Чинниками підвищення його конкурентоспроможності, а також ефективності виробництва туристичного продукту й надання туристичних послуг та управління ними є, як уже зазначалося, корпоративна культура та ділова репутація.

Проте якщо великі туристичні компанії, готельні мережі суворо дотримуються стандартів якості обслуговування, туристичного продукту, мають високу корпоративну культуру та всіляко її розвивають, то малі та середні підприємства не досить уважні до цих проблем. Йдеться про такі елементарні речі, як стандарти чистоти, вигляд та обладнання робочого місця, інтер'єр закладів, культуру та освіту працівників, їх зовнішній вигляд, стиль спілкування тощо [6, с. 268]. Тому серед таких підприємств є досить характерними приклади банкрутства або збитковості. Особливо це стосується підприємств сільського зеленого туризму.

Разом з тим за кордоном сімейний туристичний бізнес, зелений туризм є досить популярним та прибутковим. Його послуги позиціонуються як найбільш якісні, ексклюзивні, отже, більш вартісні. Справа полягає, насамперед, у великій мотивації власників та працівників. Не менш важливою є висока культура життєдіяльності, порядність, відповідальність, уважне ставлення до власної репутації сільських жителів [7, с. 108]. Як правило, вони мають велику соціальну відповідальність перед споживачами туристичних благ, місцевою громадою, суспільством та державою.

Висновки. Розвиток підприємств галузі туризму в умовах активізації туристичних ринків ґрунтується на основі формування якості туристичних послуг. Саме категорія якості розглядається як критерій конкурентоспроможності та індикатор успішності туристичних підприємств. Як свідчить зарубіжний та вітчизняний досвід, в основі управління нею покладені, переважно, дві моделі – американсько-європейська та японська. Маючи значні спільні риси та принципові відмінності, вони довели свою перспективність, відповідно, для великих і малих підприємств галузі.

Управління якістю туристичних послуг передбачають також відповідну підготовку персоналу туристичних підприємств. Йдеться й про високі вимоги до нього, впровадження корпоративної культури на засадах ділового спілкування, етики, психології управління. Важливим є врахування специфіки бізнес-процесів у туризмі, вимог фінансово-економічної стійкості, сталого розвитку та конкурентоспроможності. Отже, формування якості туристичних послуг має комплексний характер та вимагає системного управління.

Література

1. Марченко О.А. Трансформації та удосконалення регіональної структури туристичної галузі: [монографія] / О.А. Марченко. – Херсон: Айлант, 2014. – 362 с.
2. Ігнатенко М.М. Проблеми та перспективи підвищення зайнятості сільського населення на засадах соціальної відповідальності агробізнесу / М.М. Ігнатенко // Ефективна економіка: [електронне видання]. – № 12. – 2015. – Режим доступу до журналу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?n=12&y=2015>.

3. Чорненька Н. Організація туристичної індустрії / Н. Чорненька. – К.: Атіка, 2006. – 256 с.
4. Мармуль Л.О. Ринок праці та зайнятість населення сільських територій: теорія і практика регулювання: [монографія] / Л.О. Мармуль, І.А. Романюк. – Херсон: Айлант, 2015. – 266 с.
5. Транченко Л.В. Сільський туризм як перспективний напрям зайнятості на селі / Л.В. Транченко // Науковий журнал «Економічний форум». – 2014. – № 3. – С. 104-110.
6. Ткаченко Т.І. Сталий розвиток туризму: теорія, методологія, реалії бізнесу: [монографія] / Т.І. Ткаченко. – К.: Київський національний торговельно-економічний університет, 2006. – 537 с.
7. Романюк І.А. Державна соціальна політика в забезпеченні продуктивної зайнятості сільського населення / І.А. Романюк // Економіка АПК. – 2014. – № 10. – С. 105-109.

B.S. Chorny, post graduate National Academy of Managerial Staff of Culture and Arts
The models of the forming of the quatity of an enterprise and an organization in tourism

Abstract. *In the article the problems of formation and ensure the quality of services of enterprises and organizations in the field of tourism. Noted that it is possible to use two models for achieving quality that are common in advanced countries of the world – the us-European and Japanese. Reasonably their similarities and differences. Indicated on the possibilities and limitations of implementation. The role of the personnel of tourism enterprises in ensuring the quality of services and the requirements for it. Justified the leading role of corporate culture tourism enterprises in the strategy of quality management of tourist services on their level and in the industry as a whole.*

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

References:

1. Marchenko, O. A. (2014). *Transformation and Improvement of the Regional Structure of the Tourism Industry*. Kherson: Ailant (in Ukr.).
2. Ignatenko, M.M. (2015). Problems and Prospects of Increase of the Employment of Rural Population on the Basis of Social Responsibility of Agribusiness. *Effective economy*: electronic edition, 12 (in Ukr.). Retrieved from <http://www.economy.nayka.com.ua/?n=12&y=2015>.
3. Chernenko, N. (2006). *Organization of Tourist Industry*. Kyiv: Atika (in Ukr.).
4. Marmul, L.O. & Romanyuk, I.A. (2015). *Labour Market and Rural Population Employment: Theory and Practice of Regulation*. Kherson: Ailant (in Ukr.).
5. Transchenko, L. V. (2014). Rural Tourism as a Promising Area of Employment in the Countryside. *Scientific Journal "Economic Forum"*, 3, 104-110 (in Ukr.).
6. Tkachenko, T. I. (2006). *Sustainable Development of Tourism: Theory, Methodology, Business Realities*. Kyiv: Kyiv National University of Trade and Economics (in Ukr.).
7. Romanyuk, I. A. (2014). State Social Policy in Providing Productive Employment of Rural Population. *Economy of AIC*, 10, 105-109 (in Ukr.).

ВИМОГИ ДО ОФОРМЛЕННЯ СТАТЕЙ

Науковий журнал «Економіка і менеджмент культури» входить до **Переліку наукових фахових видань України у галузі економічних наук** (наказ МОН України від 06.11.2014 № 1279) та індексується в міжнародних каталогах і науко-метричних базах.

Для участі у формуванні наукового журналу необхідно подати (**biguss@meta.ua**):

1. Електронний варіант статті, оформлений відповідно до наведених нижче вимог (див. на сайті взірець оформлення статті), виконаний у редакторі **MS Word 2003**. Стаття має містити результати досліджень, які є новими, обґрунтованими, достовірними та практично значущими.

2. Файл із відомостями про автора (прізвище, ім'я та по батькові, поштова адреса, контактні телефони, адреса електронної скриньки).

3. Після подачі матеріалів автор повинен співпрацювати із редакцією для усунення висунутих зауважень (контактна інформація наведена наприкінці).

Структура статті

1. УДК (див. <http://teacode.com/online/udc/>).

Частина статті українською мовою:

2. Автор (вказується повне ім'я та прізвище автора).

3. Відомості про автора (у називному відмінку: науковий ступінь, вчене звання, посада; організація, місто, країна; особистий e-mail).

4. Назва статті (до 8 слів).

5. Анотація – дуже коротко, конкретно й достатньо для розуміння описуються результати дослідження, методика їх одержання, новизна та сфера практичного застосування (обсяг 10 рядків).

6. Ключові слова – 5-7 слів, які відображають зміст статті.

7. Основний текст статті (у структурованому вигляді із виділенням таких елементів):

7.1. Актуальність проблеми, що включає: 1) постановку проблеми; 2) аналіз останніх публікацій (найбільш значимих, визнаних у світі), на які спирається автор (обов'язковим є посилання на зарубіжні праці); 3) визначення невирішених питань у цій проблемі;

7.2. Мета і методи дослідження. У цьому підрозділі вказуються: 1) мета дослідження та виокремлюються, як мінімум, три завдання, спрямовані на досягнення цієї мети; 2) об'єкт і предмет дослідження; 3) загальні методологічні засади дослідження; 4) перелік конкретних методів із зазначенням завдань, які вирішувалися з їх використанням; 5) інформаційна база;

7.3. Основні результати дослідження, які подаються логічно, послідовно з повним обґрунтуванням їх отримання, аналізом й оцінкою, з посиланнями на джерела, таблиці, рисунки.

7.4. Висновки та обговорення одержаних результатів. Висновки повинні впливати з результатів дослідження, бути конкретними, чітко сформульованими і містити загальну преамбулу та, як мінімум, три пронумеровані позиції (5-7 рядків кожна) – відповіді на поставлені завдання. Обговорення результатів здійснюється окремими абзацами, де зазначається їх новизна і практичне значення та перспективи подальших досліджень у даному напрямі.

8. Література. Перелік використаної літератури (не менше 10 джерел) подається мовою оригіналу згідно з міжнародним стилем АРА (приклади оформлення див. на нашому сайті).

Частина статті англійською мовою:

9. Автор.

10. Відомості про автора (посада вказується без назви структурного підрозділу організації; замість e-mail вказується поштова адреса організації).

11. Назва статті.

Пункти 9–11 за змістом тотожні пунктам 2–4.

12. Abstract (розширена структурована анотація – реферат статті обсягом 30 рядків):

12.1. Introduction (*актуальність* – включає постановку проблеми, аналіз останніх досліджень та визначення невирішених питань);

12.2. Purpose (*мета і методи* – вказується мета й наводяться методологія й конкретні методи дослідження, за допомогою яких вирішувалися поставлені завдання);

12.3. Results (*результати* – описуються основні результати проведеного дослідження);

12.4. Conclusions (*висновки і дискусія* – формулюються висновки, зазначається новизна і практичне значення одержаних результатів та перспективи подальших досліджень).

13. Keywords (*ключові слова* – за змістом тотожно пункту 6).

14. JEL Classification – від 1 до 5 (*коди теми статті* – див. у Інтернеті «Тематичний класифікатор Journal of Economic Literature»).

15. References (*література* – ті самі джерела, але якщо наукова праця написана мовою, що використовує кириличний алфавіт, то її бібліографічний опис необхідно транслітерувати).

УВАГА: слідкуйте за дотриманням відповідності між назвою статті, метою, завданнями, частинами основного матеріалу, анотацій та висновками.

Технічні вимоги до оформлення статті

Обсяг статті – від 10 до 14 сторінок (зазначеними нижче шрифтами).

Формат сторінки – А 4, поля – 2 см.

Шрифт – Times New Roman, міжрядковий інтервал – 1,0.

Вирівнювання, відступи, абзаци і розміри шрифту:

1. УДК (вирівнювання по лівому краю; великими літерами, шрифт – 11).

Частина статті українською мовою:

2. Автор (вирівнювання по лівому краю; шрифт – 11, жирний, курсив; прізвище – великими літерами).

3. Відомості про автора (вирівнювання по лівому краю; шрифт – 11).

4. Назва статті (вирівнювання по лівому краю, шрифт – 14, жирний, великими літерами).

5. Анотація (вирівнювання по ширині; шрифт – 11, курсив).

6. Ключові слова (вирівнювання по ширині; шрифт – 11; заголовок «*Ключові слова*» – жирний, курсив).

7. Основний текст статті (вирівнювання по ширині; абзац – 1 см; шрифт – 12; назви структурних елементів – жирним).

8. Література (вирівнювання по ширині, шрифт – 11; заголовок «Література» – вирівнювання по центру, шрифт – жирний; розміщення джерел – за алфавітом: спочатку джерела написані кирилицею, потім – латиницею).

Частина статті англійською мовою:

9. Автор.

10. Відомості про автора.

11. Назва статті (з великої літери).

Пункти 9–11 оформлюються аналогічно пунктам 2–4.

12. Abstract (вирівнювання по ширині, курсив; заголовок і назви структурних елементів: «Introduction», «Purpose», «Results», «Conclusions» – жирним).

13. Keywords (оформлюється аналогічно пункту 6).

14. JEL Classification (оформлюється подібно пункту 6).

15. References (вирівнювання по ширині, шрифт – 11; заголовок – жирним; розміщення джерел за латинським алфавітом; див. приклади оформлення на нашому сайті).

Пункти 2–6, 8–15 розміщуються із відступом зліва 1 см.

Табличний і графічний матеріал. Цифровий матеріал подається у таблицях, що мають порядковий номер і назву, які друкуються посередині над таблицею 12-м шрифтом (наприклад, *Табл. 1. Динаміка попиту*).

Графічний матеріал також потрібно нумерувати і він повинен мати назви, які вказують під кожною ілюстрацією по центру 12-м шрифтом (наприклад, *Рис. 2. Види капіталу*).

Під таблицями та ілюстраціями 10-м шрифтом вказується джерело (для таблиці – з абзацу; для рисунку – по центру). Наприклад, *Джерело:* розроблено на основі (Porter, 2005).

Таблиці та рисунки мають бути книжкового формату і розміщуватися по ширині усього поля сторінки.

Формули виконуються курсивом, розміщуються по центру і нумеруються з правого боку.

Посилання на літературу в тексті необхідно давати у такому вигляді: (Oliver, 2012), (Porter, 2004, р. 45), (Ивановский, 2011, с. 20), (Porter, 2004; Василів, 2015), (Porter & Yansen, 2001b; Яцків, 2009).

Посилання на праці трьох і більше авторів даються у скороченому вигляді: (Міщенко та ін., 2012), або (Bevan et al., 2011).

Посилання на статистичні збірники, звіти, довідники і т. п. подаються так: (Статистичний збірник..., 2014, с. 50), (Статут..., 2002, с. 35).

Посилання на таблицю, рисунок і формулу здійснюються у такому вигляді: (табл. 2); (рис. 1); (формула (4)).

Інші рекомендації. У тексті не допускаються порожні рядки (окрім відступів між таблицями, ілюстраціями і текстом), зайві пробіли, знаки переносу, елементи псевдографіки та інші нетекстові символи.

Абзаци позначати тільки клавішею «Enter», не застосовувати пробіли або табуляцію (клавіша «Tab»).

Використання дефісу (-) дозволяється лише у передбачених для цього випадках. У переліках – використовується тільки тире (–).

Для довідок

E-mail: biguss@meta.ua

Контактний телефон: (098) 895-18-89

Сподіваємося на плідну співпрацю!

Редакційна колегія наукового журналу «Економіка і менеджмент культури»

Підп. до друку 2.12.2016. Формат 60x84 1/8. Папір др. апарат.

Друк офсетний. Ум.друк. арк. 8,13 Зам. 52 Тираж 1000 прим.

Національна академія керівних кадрів культури і мистецтв

01015, м. Київ, вул. Лаврська, 9

Свідоцтво про внесення до Державного реєстру суб'єктів видавничої справи

ДК № 3953 від 12.01.2011.