МІНІСТЕРСТВО КУЛЬТУРИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ КЕРІВНИХ КАДРІВ КУЛЬТУРИ І МИСТЕЦТВ

ЕКОНОМІКА І МЕНЕДЖМЕНТ КУЛЬТУРИ

Науковий журнал
№ 2

Київ – 2017

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)
Галина Купалова, д.е.н., професор
Лариса Мармуль, д.е.н., професор
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., доцент
Леонід Шморгун, д. філос., професор
Валерій Якубенко, д.е.н., професор

Редактор – Лариса Мармуль
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 № 4 від 28.11.2017 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, 2017

ЗМІСТ

ЕКОНОМІКА КУЛЬТУРИ ТА СТРАТЕГІЯ ЇЇ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ 5

Єлена Коваленко
Мережеві моделі організації постіндустріального суспільства і механізми управління в політичній, економічній та соціально-культурній сферах 5

Ярослава Ларіна, Дмитро Ситник
Чинники та особливості формування культури споживання в Україні 25

Максим Кропивко
Соціально-економічні напрями розвитку господарств населення в Україні 34

МІКРО- ТА МАКРОЕКОНОМІЧНІ АСПЕКТИ МЕНЕДЖМЕНТУ В СФЕРІ КУЛЬТУРИ 46

Аліна Грушина
Методика оцінки ефективності стратегічного управління фінансовими ресурсами закладів культури клубного типу 46

Анна Слободяник
Світовий досвід організації закладів культурно-дозвіллєвої сфери та їх кадрового забезпечення в агропромислових районах 60

Вячеслав Бойко
Інноваційні засади функціонування підприємств та закладів соціокультурної сфери як важлива передумова сталого розвитку сільських територій та регіонів країни 68

ПОТЕНЦІАЛ І ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНИЙ МЕХАНІЗМ ФУНКЦІОНУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВ СОЦІАЛЬНО-КУЛЬТУРНОГО СЕРВІСУ 73

Інна Зеліско
Парадигма еволюції економічної категорії «фінансові ресурси» 73

Олександр Атаманюк
Теоретико-методичні засади впровадження контролінгу в систему управління діяльністю закладів соціокультурної сфери на селі 80

Оксана Фейчер
Структура та принципи побудови організаційно-економічного механізму управління вищими навчальними закладами мистецької освіти 84

В. Яровий
Теоретичні засади функціонування підприємств та організацій галузі туризму в умовах європейської інтеграції та глобалізації 96

РИНКОВІ ВІДНОСИНИ І ПІДПРИЄМНИЦТВО У ГАЛУЗЯХ МИСТЕЦТВА, СПОРТУ, РОЗВАГ ТА ВІДПОЧИНКУ 100

Ольга Яценко, Юлія Завадська, Олександр Яценко, Іванна Білецька
Модифікація товарно-структурної спеціалізації агровиробництва як фактор стимулювання залучення іноземних інвестицій 100

Тарас Григорчук
Напрями аналізу професійних компетентностей фахівців з маркетингу у сфері культури та мистецтв 113

ВИМОГИ ДО ОФОРМЛЕННЯ СТАТЕЙ 126

CONTENTS

ECONOMY OF CULTURE AND STRATEGY OF IT INNOVATIVE DEVELOPMENT 5

Elena Kovalenko
Network Models of organization of Post-Industrial society and Management mechanisms are in Political, Economic and Sociocultural Spheres 5

Yaroslava Larina, Dmytro Sytnik
Factors and features of forming of Culture of consumption in Ukraine 25

Maxim Kropyvko
Socio-Economic Directions of development of Economies of Population are in Ukraine 34

MIKRO- AND MACROECONOMIC ASPECTS OF MANAGEMENT IN SPHERE OF CULTURE 46

Alina Hrushyna
Methodology of estimation of efficiency of Strategic Management financial resources Establishments of culture of club type 46

Anna Slobodyanik
World experience of institutions amusement industry and their staffing in the Agricultural Districts 60

Vyacheslav Boyko
Innovative fundamentals of functioning of enterprises and socio-cultural sector units as an important precondition for sustainable development of rural areas and regions of the country.....68

POTENTIAL AND ORGANIZATIONALLY ECONOMIC MECHANISM FUNCTIONING OF ENTERPRISES SOCIO-CULTURAL SERVICE 73

Inna Zelisko
Paradigm of evolution of economic category «Financial Resources» 73

Alexander Atamanyuk
Theoretical and methodological principles of implementation of control in the system of management of the activities of socio-cultural sphere for sales..... 80

Oksana Feicher
Structure and principles of construction of Organizational and Economic Managment Mechanism of Higher Educational Institutions of arts education 84

V.F. Iarovyi
Theoretical fundamentals of functioning of enterprises and organizations in the the European integration and globalization 96

MARKET RELATIONS AND ENTERPRISE ARE IN INDUSTRIES OF ART, SPORT, ENTERTAINMENTS AND REST 100

Olga Yatsenko, Yuliya Zavadska, Olexander Yatsenko, Ivanna Biletska
The modification of commodity structural specialization of agricultural production as a stimulating factor of foreign Investment Attraction 100

Taras Hryhorchuk
The Trends of Analysis of Professional Competencies Marketers in Arts and Culture Area 113

ЕКОНОМІКА КУЛЬТУРИ ТА СТРАТЕГІЯ ЇЇ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ

ECONOMY OF CULTURE AND STRATEGY OF IT INNOVATIVE DEVELOPMENT

УДК 338.24 (045)

Єлена КОВАЛЕНКО
кандидат економічних наук, доцент кафедри публічного управління та гуманітарних наук,
Національна академія керівних кадрів культури і мистецтв, Київ, Україна
kejkm@meta.ua

МЕРЕЖЕВІ МОДЕЛІ ОРГАНІЗАЦІЇ ПОСТІНДУСТРІАЛЬНОГО СУСПІЛЬСТВА І МЕХАНІЗМИ УПРАВЛІННЯ В ПОЛІТИЧНІЙ, ЕКОНОМІЧНІЙ ТА СОЦІАЛЬНО-КУЛЬТУРНІЙ СФЕРАХ

У статті розглядаються теоретико-методологічні проблеми мережевої організації суспільства і механізмів управління його політичною, економічною та соціально-культурною сферами в умовах глобалізації. На відміну від попередніх напрацювань в цьому напрямі, це дослідження здійснено з використанням системного, цивілізаційного та синергетичного підходів, що дало можливість глибше проникнути у досліджувану проблему. Розкрито сутність мереж та їх види. Визначено структуру, роль і місце функціональних мереж. Уточнено критерії поділу мереж за територіальною ознакою, їх особливості відповідно до етапів розвитку цивілізації. Обґрунтовано ймовірні напрями мережевого розвитку постіндустріального суспільства. Проаналізовано моделі організаційного устрою і розроблено механізми управління життєдіяльністю нового суспільства. Стаття може бути корисною для широкого кола читачів, що цікавляться перспективами організації суспільства.

Ключові слова: мережа, модель організації, механізм управління, постіндустріальне суспільство, політична, економічна та соціально-культурна сфери.

1. Актуальність проблеми

Кожен історичний період має свої виміри, свої горизонти передбачення, свою висоту інноваційних хвиль, що змінюють лице цивілізації, її суспільство, господарство, політику, культуру. Бувають періоди у житті цивілізації порівняно плавного, еволюційного розвитку, коли майбутнє зумовлено тенденціями, що склалися у минулому, його контури уявляються досить чітко, горизонти передбачення і стратегічних дій доволі далекі, а інноваційний потік нагадує невеличкі хвилі. Але буває так, що наступає епоха шторму і радикальних перемін, коли майбутнє затягує завіса невизначеності, контури навколишнього світу стають хиткими, невиразними, розмитими, а інноваційні зміни набувають характер дев'ятого валу або цунамі, змітаючи усе застаріле на своєму шляху.

Саме в таку епоху бурхливих змін вступило людство у третьому тисячолітті. Ситуація XXI ст., у якій доводиться діяти сучасним країнам, суспільствам, урядам, компаніям та індивідам, кардинально відрізняється від тих умов, які були в XX і XIX ст. Зміни, а також швидкість змін і ступінь невизначеності, з якою вимушені мати справу сьогодні – у період переходу до постіндустріальної фази розвитку цивілізації, набувають вражаючих масштабів. Вони є складним поєднанням доцентрових і відцентрових сил, у результаті яких відбувається зародження нового суспільства, нової політики, нової економіки, нової культури та нової свідомості людини. Шматочки цієї нової фази розвитку цивілізації існують уже зараз. Багато людей вже сьогодні налаштовують своє життя до нових ритмів завтрашнього дня. Інші, люди

© Коваленко Є., 2017

що бояться майбутнього, тікають у своє звикле минуле, намагаючись відновити вмираючий старий світ, і як наслідок, ризикують стати не життєздатними у новому світі.

Інформаційна революція кінця XX ст. і розповсюдження інтернет-технологій веде до різкого посилення економічної, політичної й культурної глобалізації суспільства, формування нового соціального устрою, коли основою організації суспільства стають мережеві потоки, мережеві структури і мережеві взаємодії, а сучасна економіка трансформується в мережеву систему, що надає їй здатність безперервних оновлень (Castells, 2001, p. 117-136).

Сучасний процес трансформації цивілізації об'єктивно формує передумови переходу до мережевого соціального порядку. На думку іспанського соціолога Мануела Кастельса, головною особливістю нового (постіндустріального) суспільства стає не стільки домінування інформації як такої, скільки мережева логіка її використання – форми комунікацій, позбавлені будь-яких просторових і часових меж (Там же, p. 116).

Отже, світ XXI ст. – це абсолютно новий і маловідомий світ. Це глобалізований світ мережевих стосунків, закони якого не просто не схожі на правила гри індустріальної епохи, але і є багато в чому їх дзеркальною протилежністю.

Стан вивчення проблеми. Вивчення й аналіз наукової літератури, у якій описуються мережеві теорії, дозволяє умовно розділити їх на три великі групи: по-перше, математичні теорії, що зосереджені на розгляді абстрактних параметрів і властивостей ідеальних мереж; по-друге, природничі теорії, які досліджують мережеві зв'язки в живій і неживій природі; по-третє, соціальні теорії, у яких вивчається мережева взаємодія індивідів та організацій.

Формальну мову для опису мереж дає розділ математики «Теорія графів». Засновником цієї теорії вважається швейцарський математик Леонард Ейлер, який обґрунтував розв'язок задачі щодо «Семи мостів Кенігсберґа» (Euler, 1736). Вирішуючи цю конкретну проблему, Л. Ейлер підійшов до розгляду об'єкта дослідження як до деякої абстракції, надавши числові значення структурним характеристикам.

Згодом теорію графів стали застосовувати в природничих науках. Найбільш активно її використовувати зоопсихологи: англійський вчений Чарлз Дарвін (Дарвин, 1872), російський фізіолог Іван Павлов (Павлов, 1916), австрійський дослідник Конрад Лоренц (Lorenz, 1969), нідерландський етолог Ніколас Тінберген (Tinbergen, 1953), австро-радянський учений Курт Фабрі (Фабри, 1976) та інші, які досліджували поведінку й мережеві відносини у тваринному світі та здійснювали певні інтерпретації щодо людського суспільства.

В гуманітарних науках математичний інструментарій теорії графів першими почали застосовувати соціологи, соціальні психологи й антропологи. Німецький філософ Георг Зіммель, засновник формальної школи в соціальних науках, безпосередньо використовував поняття «соціальна мережа» у своїх роботах (Simmel, 1908). За словами Леопольда фон Візі, представника цієї школи, якби ми могли зупинити «постійно струмуючий потік міжлюдських взаємодій, то ми б побачили мережу ліній, що здавалася непроникною, між людьми» (Wiese, 1941, p. 83).

Соціальні психологи робили акцент на мережевому характері міжособових взаємодій. Румунський психолог Якоб Морено висловив ідею соціограм – графічного зображення позицій індивідів у групі та зв'язків між ними, і вивчав як їх форма впливає на поведінку осіб та організацій (Moreno, 1934). Американський дослідник Стенлі Мілґрем обґрунтував свою теорію «шести рукостискань», згідно з якою будь-які дві людини розділені не більше ніж п'яти рівнями загальних знайомих і шести рівнями зв'язків, що підкреслює мережевий характер цивілізації (Milgram, 1967).

Британський соціокультурний антрополог Альфред Редкліфф-Браун писав: «… пряме спостереження показує нам, що людські індивіди сполучені складною мережею соціальних відносин» (Radcliffe-Brown, 1940, p. 117). У свою чергу, французький антрополог Клод Леві-Строс, запропонував визначати структуру суспільства на основі мереж, які утворюються акторами через виконання їх спільних і взаємних ролей (Levi-Strauss, 1963).

Італійський соціолог-механіцист Вільфредо Парето вважав суспільні соціальні мережі своєрідною машиною, що складається з людей-атомів, які взаємопов'язані та неоднорідні. Кращі з них є елітою, яка керує мережею. Рівновага в мережі забезпечується циркуляцією

еліти: кращі з низів можуть підніматися догори в еліту, а ті члени еліти, які деградують – опускаються донизу. Зміна еліт може відбуватися через кооптацію, або завдяки революції, сенс якої полягає у заміні правлячої еліти (Pareto, 1916).

Англійський соціолог-еволюціоніст Герберт Спенсер уявляв суспільні соціальні мережі специфічним, подібним до живого, організмом. Якщо якийсь орган (вузол) дає збої, то організм (мережа) не може нормально працювати і може взагалі вийти з ладу (Spencer, 1896).

Німецький соціолог Фердинанд Тьонніс виділяв два види суспільних соціальних мереж: gemeinschaft – органічна мережа, що характерна для традиційного суспільства, де люди живуть відповідно до своїх общинних обов'язків, з опорою на традиційні звичаї, на поділ праці за статево-віковими ознаками та на примітивну систему управління; gesellschaft – механістична мережа, яка виникла раціональним шляхом, де люди живуть на прагненні до особистої вигоди, з опорою на формальні закони, на поділі праці за професійно-кваліфікаційною ознакою та на складну систему управління у різних галузей суспільного життя (Tqnnies, 1887).

Мережевий підхід в економічній соціології уперше був використаний американським вченим Марком Грановеттером (Granovetter, 1985), який довів особливе значення соціальних мереж та інститутів у виникненні бізнесових взаємовідносин. Виходячи з того, що в основі бізнес-мереж лежить соціальна мережа, а її вузлами є працівники, підрозділи та організації в цілому, французький соціолог П'єр Бурдьє запровадив поняття «соціальний капітал», який може бути реалізований тільки через зв'язки і взаємодії (Bourdieu, 1980).

Що стосується економіки й менеджменту, то однією з перших праць, у яких розглянута мережева взаємодія, є широко цитована книга англійського економіста Альфреда Маршалла «Принципи економічної теорії», у якій показано, що стійкі мережеві взаємодії економічних агентів дозволяють отримувати позитивні екстерналії, такі, як обмін важливою інформацією, доступ до фахових постачальників, до кваліфікованої робочої сили тощо (Marshall, 1890). У подальшому, ці питання стали досліджувалися дещо окремо в рамках економічного (Walker, 2003; Yang & Liu, 2012) та управлінського (Choi & Hong, 2002) підходів.

У світовій науці особлива хвиля інтересу до проблеми мережевого устрою цивілізації в сфері суспільного життя, економіки, політики, культури та управління почала прискорено наростати на початку XXI ст. (Andersson, 2004; Tapscott & Williams, 2010; Gloor, 2006; Hamdouch, 2007; Hannan & Freeman, 2007; Ketels, 2009; Lindqvist, 2009; Sqlvell, 2009; Ganne & Lecler, 2009; Russell, 2011; Martin & Sunley, 2013).

Найбільш значимими та базовими джерелами для дослідження сучасного мережевого (постіндустріального суспільства), організація якого ґрунтується на глобальних інформаційних технологіях, на наш погляд, є наукова спадщина найвідомішого іспанського соціолога сучасності професора Мануеля Кастельса (теорія інформаційного суспільства), провідного американського теоретика з проблем менеджменту професора Пітера Друкера (ідея нового суспільства організацій), визнаного американського фахівця у галузі економічної конкуренції професора Гарвардської школи бізнесу Майкла Портера (кластерний підхід до проблеми конкурентоспроможності) та професорів Стенфордського університету Генрі Іцковіца й Амстердамського університету Лойета Лейдесдорфа (концепція потрійної спіралі) (Кастельс, 2000; Castells, 2001; Drucker, 1992; Drucker, 2001; Porter, 2009; Etzkowitz, 2008; Leydesdorff, 2006).

Невирішені питання. Відзначаючи вагомість попередніх наукових досліджень і публікацій, слід зазначити, що у даній проблемі залишилося ще багато невирішених питань теоретичного і методологічного характеру. Зокрема, відсутнє єдине наукове бачення мережевих процесів організації природи і суспільства. Недостатньо вивченими є їх сутнісний зміст, види, структури, функції, протиріччя, чинники еволюційного розвитку. Залишаються дискусійними ймовірні напрями мережевої організації сучасного суспільства, його організаційного устрою, механізмів управління у нових реаліях розвитку цивілізації. Все це й зумовлює мету та необхідність проведення нашого дослідження.

2. Мета і методи дослідження

Метою статті є теоретико-методологічне обґрунтування мережевих моделей організації суспільства і механізмів управління його політичною, економічною та соціально-культурною сферами в умовах глобалізації.

Досягнення вказаної мети передбачає вирішення таких завдань:

– розкрити сутність мереж і їх види в природі та суспільстві;

– визначити структуру, роль і місце функціональних мереж у системі організації суспільства;

– уточнити критерії поділу суспільних соціальних мереж за територіальною ознакою;

– виділити особливості соціальних мережі відповідно до етапів розвитку цивілізації;

– обґрунтувати ймовірні напрями мережевого розвитку постіндустріального суспільства;

– проаналізувати основні моделі організаційного устрою суспільних соціальних мереж;

– розробити механізми управління підсистемами життєдіяльності нового суспільства.

Об'єкт дослідження – процес мережевої організації суспільства та його управління.

Предмет дослідження – теоретичні й методологічні аспекти мережевої організації суспільства і механізми управління політичною, економічною та соціокультурною сферами.

Методологічною основою дослідження є діалектичний принцип пізнання, системний, цивілізаційний, синергетичний підходи до вивчення суспільних явищ і процесів, фундаментальні положення теорії розвитку суспільства та управління.

Для розв'язання поставлених завдань використано культурно-історичний, історико-антропологічний, соціокультурний, та інші методи дослідження, які дозволили дослідити багатовекторний процес мережевої організації суспільства у відповідних міжпредметних зрізах. Також були використані такі загальнонаукові методи, як: аналіз, синтез, порівняння, узагальнення, індукція, дедукція, моделювання, уява, контент-аналіз, які відносяться до теоретичних методів-операцій; доказ, постановка проблеми, побудова гіпотез, що є методами-діями.

Інформаційною базою дослідження послужили праці вітчизняних і зарубіжних вчених з теорії та історії суспільства, соціології, економіки, менеджменту, думки, що відбили, ідеї, концепції з приводу пояснення та інтерпретації об'єкту й предмету дослідження.

3. Основні результати дослідження

Мережеві структури (мережі) сьогодні стали розповсюдженим явищем. Вони втілені не тільки у віртуальному світі Інтернету, комп'ютерних системах, з якими нині це поняття найчастіше асоціюється. І це не лише пристрій для ловлі риби, птахів й т. ін., зроблений з міцних ниток, які перехрещуються та закріплюються вузлами (Великий…, 2009, с. 659). Мережеві структури як сукупність елементів (вузлів, вершин), з'єднаних між собою лініями (зв'язками, ребрами) є широким міждисциплінарним поняттям, що застосовується до різних систем у природі та суспільстві. Вони нам нагадують своїм виглядом складні переплетіння – починаючи від мегаоб'єктів Всесвіту (зоряних скупчень, галактик, планет) до найдрібніших мікрочастинок речовини. Тому першим кроком у нашому дослідженні є класифікація мереж, їх поділ на певні групи відповідно до визначених ознак (*рис. 1*).

1. За походженням:

– *природні* – мережі, об'єктивно існуючі в живій і неживій природі (біологічні, фізичні);

– *штучні* (антропогенні) – мережі, створені людиною (суспільні, технічні);

– *змішані* – мережі з поєднанням природних і штучних складових.

2. За матеріалом, з якого створені:

– *реальні* (матеріальні) – складаються з реальних елементів (природні і штучні);

– *абстрактні* (ідеальні, символічні) – мережі, які по суті є моделями реальних мереж.

3. За однорідністю і різноманітністю вузлів:

– *гомогенні* – мережі з однорідними вузлами, тобто такими, що володіють однаковими властивостями, у зв'язку з чим вони взаємозамінні;

– *гетерогенні* мережі складаються з різнорідних вузлів, які не володіють властивістю взаємозамінності.

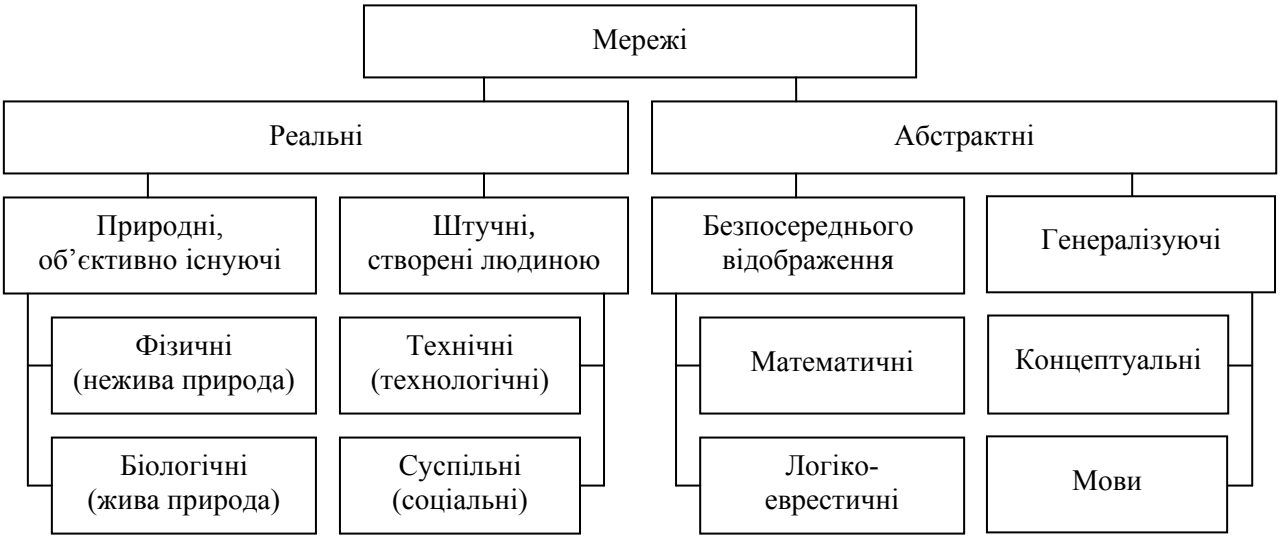


Рис. 1. **Класифікація мереж у природі та людському суспільстві**

Джерело: власна розробка

4. За природою зв'язків між вузлами:
– *речовинні* – мережі, в яких зв'язок у вигляді речовини;
– *енергетичні* – мережі, в яких зв'язок у вигляді енергії;
– *інформаційні* – мережі, в яких зв'язок у вигляді інформації;
– *комплексні* – мережі, в яких зв'язки у вигляді речовини, енергії та інформації.
5. За характером зв'язків з навколишнім середовищем:
– *закриті* – обмін енергією, речовиною, інформацією з навколишнім середовищем відсутній;
– *відкриті* – є обмін енергією, речовиною, інформацією з навколишнім середовищем;
– *комбіновані* – мережі, що містять відкриті й закриті підсистеми.
6. За розмірністю:
– *одновимірні* – мережі, що мають один вхід і один вихід;
– *багатовимірні* – мережі, у яких входів або виходів більше одного.
7. За структурою:
– *прості* – мережі, що не мають розгалужених структур і складаються з невеликої кількості вузлів та взаємозв'язків;
– *складні* – характеризуються великою кількістю вузлів і зв'язків, їх неоднорідністю, структурним різноманіттям, виконують складну функцію або ряд функцій.
8. За характером функцій:
– *спеціалізовані* – для таких мереж характерне єдине призначення;
– *універсальні* – дозволяють реалізувати на одній і тій же структурі декілька функцій.
9. За терміном існування:
– *довговічні* (постійні) – мережі, термін існування яких досить довгий;
– *короткотривалі* (тимчасові) – мережі, термін існування яких короткий.
10. За характером розвитку:
– *статичні* – мережі, у яких структура і функції практично не змінюються протягом періоду існування;
– *динамічні* – мережі, структура та функції яких з плином часу зазнають суттєвих змін.
11. За здатністю до оперативних змін:
– *гнучкі* (пластичні, м'які) – мережі, здатні до оперативних змін;
– *негнучкі* (жорсткі, тверді) – мережі, нездатні до оперативних змін.
12. За можливістю передбачення наступної поведінки:
– *детерміновані* – мережі, для яких наступний стан однозначно визначається початковими його значеннями і може бути точно передбачений для будь-якого моменту часу;
– *стохастичні* – мережі, для яких наступний стан неоднозначно визначається початковими

його значеннями і не може бути точно передбачений для будь-якого моменту часу.

13. За здатністю ставити собі мету:

– *каузальні* – мережі, яким мета внутрішньо не притаманна;

– *цілеспрямовані* – мета формується у мережі.

14. За структурою управління:

– *централізовані* (об'ємні) – мережі, у яких один з вузлів відіграє домінуючу роль;

– *децентралізовані* (плоскі) – мережі, в яких усі вузли приблизно однаково значущі.

15. За ступенем організованості:

– *добре організовані* – мережі, поведінка яких жорстко детермінована за рахунок встановлення чітких взаємозв'язків між вузлами (мережі, про які знають досить добре);

– *погано організовані* (дифузні) – мережі, в яких взаємодія вузлів не детермінована однозначно і має випадковий характер (мережі, про які знають досить мало);

– *самоорганізуючі* – мережі, що мають власні механізми регулювання:

– саморегулюючі – це мережі зі зворотним зв'язком, які у своєму складі мають дві частини: частину, яка підлягає керуванню та керуючий пристрій або регулятор;

– самонавчаючі – це мережі, що мають здатність засвоювати й запам'ятовувати минулий досвід і змінювати свою поведінку відповідно до набутих знань;

– самонастроюючі – це мережі, здатні пристосовуватися до зовнішнього середовища;

– самовідновлювальні – це мережі, здатні відновлюватись повністю або частково;

– самовідтворюючі – це мережі, які можуть відтворювати подібні до себе мережі.

16. За способом керування:

– *керовані зовні* – мережі, у яких блок керування знаходиться поза ними й існує тільки зовнішнє керування;

– *самокеровані* – мережі, у яких блок керування знаходиться у самій мережі, за допомогою якого здійснюється самокерування;

– *з комбінованим керуванням* – мережі, в яких є два блоки керування: один – усередині мережі, інший – поза нею.

У розглянутому спектрі різноманітних мережевих структур важливе місце займають ті, що стосуються людського соціуму – суспільні соціальні мережі. З огляду на вище викладену класифікацію – це реальні штучні динаміко-стохастичні структури, переважно комплексно-комбінованого багатовимірного гетерогенного цілеспрямовано-спеціалізованого характеру з різним ступенем централізації, організованості та керування.

Суспільні соціальні мережі – це утворення, головними елементами (вузлами) яких є люди (індивіди, групи, організації, інститути) і зв'язки, взаємини та взаємодії між ними.

На *рис. 2* наведено класифікацію суспільних мережевих структур за функціональною, територіальною, стадійною та організаційно-управлінською ознаками.

За функціональним призначенням всі суспільні соціальні мережі можна розділити на три великі органічно взаємопов'язані групи – політичні, економічні та соціально-культурні мережі.

Політична мережа – це сукупність державних і політичних інститутів та відносин між ними, діяльність яких спрямована на здійснення управління державою й суспільством.

До основних вузлів політичних мереж належать: громадяни, громади, органи місцевого самоврядування, органи і установи державної влади (глави держави, законодавчої, виконавчої, судової, контрольної), держчиновники, політичні діячі, партії, громадські організації та рухи, профспілки, засоби масової інформації.

Для політичних мереж характерним є не лише наявність легальних вузлів, а й тіньових: політичні клани, клуби, парламентські лобі, оточення перших осіб держави, мізкові центри, які за певних умов фактично можуть виконувати домінуючі функції в політичній мережі й перетворитися на альтернативу легальній політичній мережі суспільства.

Економічна мережа – інтегрує економічні суб'єкти й відносин між ними, діяльність яких спрямовується на виробництво, розподіл, обмін і споживання матеріальних благ та послуг, необхідних для задоволення матеріальних потреб суспільства та накопичення багатства.

Рис. 2. **Види суспільних соціальних мереж**

Джерело: власна розробка

Основними вузлами економічних мереж є працівники (робітники, службовці, спеціалісти, керівники), трудові колективи, домогосподарства, підприємці та бізнесмени, господарські організації різних галузей матеріального виробництва (промисловості, сільського, лісового і рибного господарства, будівництва, транспорту, зв'язку, оптової торгівлі), фінансові організації (комерційні банки, інвестиційні й страхові компанії), органи державного регулювання економіки (глава держави, парламент, уряд, центробанк, фіксальна служба, антимонопольний комітет, ревізійна служба, фонд держмайна, пенсійний фонд, рахункова палата, місцеві органи влади).

Для економічних мереж також, як і для політичних, характерним є не лише наявність легальних вузлів, а й тіньових, доходи яких не перерозподіляються до державних бюджетів та цільових фондів, не сплачуються податки, максимізуючи власні прибутки.

У більш широкому сенсі, до економічних мережевих структур зараховують не тільки мережі матеріальної і фінансової сфер економіки, а й мережі нематеріального виробництва, як специфічні види економічної діяльності, які у нашому дослідженні віднесені до соціально-культурних мереж, оскільки прямо і безпосередньо слугують відтворенню людини.

Соціально-культурна мережа – включає в себе соціальні спільноти і стосунки між ними, діяльність яких направлена на створення духовних цінностей і надання нематеріальних послуг, необхідних для задоволення соціально-культурних потреб людей, сприятливих умов їхнього існування і відтворення як біологічних, соціальних та духовних істот.

До ключових вузлів соціально-культурних мереж належать: людські істоти; соціальні страти та групи людей за ознакою нерівності в прибутках, власності, освіті, влади, престижі, стилі життя (верстви стани, класи, касти, прошарки суспільства); організації і працівники різних секторів нематеріального обслуговування (житлово-комунального господарства і побутового обслуговування; роздрібної торгівлі та громадського харчування; транспорту та зв'язку для населення; охорони здоров'я і соціального забезпечення; фізичної культури, спорту, відпочинку та розваг); організації і творчі працівники секторів виробництва духовних цінностей (науки, освіти, культури, мистецтва, релігії); центральні державні й місцеві самоврядні органи управління соціокультурною сферою.

Кожна комплексно-функціональна суспільна соціальна мережа (політична, економічна, соціально-культурна) ділиться на цілий ряд відносно самостійних (автономних) відокремлених мереж, які виконують певні спеціалізовані більш вузькі завдання, що, як правило, корелюють із загальною місією та частковими інтересами тих чи інших учасників сукупної мережі.

Наприклад, політична мережа складається із: окремих мереж різних політичних партій, громадських організацій, профспілок; мережевих структур виконавчої, судової і контрольної влади; мереж місцевого самоврядування; мереж різноманітних засобів масової інформації та ін.; економічна мережа, в свою чергу, включає: галузеві мережі підприємств сфери матеріального виробництва; мережі фінансових установ; конгломераційні мережі реального та фінансового секторів; торгово-збутові мережі; транспортні мережі; енергетичні мережі й ін.; соціально-культурна мережа містить: мережі житлово-комунальних та побутових підприємств; мережі закладів охорони здоров'я, соціального забезпечення, фізичної культури, відпочинку та розваг; мережі наукових установ; освітні мережі; мережі закладів культури і мистецтва тощо.

Взагалі, будь-яка соціальна організація може бути представлена у вигляді мережі, що складається з підрозділів та різного роду зв'язків між ними. Водночас, кожен підрозділ також можна розглядати як мережу, де вузлами є його складові – підрозділи нижчого рівня, або окремі працівники.

За територіальним охопленням суспільні соціальні мережі поділяються на локальні, регіональні, національні й транснаціональні.

Локальна мережа – це мережа, що не виходить за межі первинної одиниці розселення людей: міста, села. Можна навести численні приклади локальних мережевих структур, у т. ч.: сім'я, де її члени служать вузлами, а сполучними лініями – їх взаємовідносини; будь-яка організація, що діє на території одного населеного пункту, також може бути розглянута з точки зору взаємозв'язків між її працівниками або їх групами (вузлами); декілька фірм, пов'язаних між собою бізнес-відносинами, або розгалужені транспортні комунікації в межах одного міста; переплетення міських систем життєзабезпечення; мережі місцевого самоврядування та ін.

Регіональна мережа – мережа, що не виходить за межі вторинної одиниці розселення людей – регіону (району, області тощо), як частини країни. Комплексний розвиток регіону передбачає високий рівень розвитку відповідних регіональних суспільних соціальних мереж, які повинні включати не тільки виробничі складові, а й необхідні інфраструктурні мережі, такі як будівельна, транспортна, житлово-комунальна, оздоровча, освітня, торгово-сервісна, побутова, наукова, культурно-дозвіллєва та ін.

Національна мережа – це мережа, яка не виходить за межі країни. Сюди відносять всі суспільні соціальні мережі загальнонаціонального значення. Зокрема, мережі різних гілок влади; мережі загальнодержавних партійних, громадських і профспілкових організацій; республіканські виробничі, торгівельні, фінансові, транспорті, енергетичні, наукові, освітні, мистецькі, оздоровчі та релігійні мережі.

Транснаціональна мережа – це мережа, що охоплює кілька країн, або всі країни світу (глобальна мережа). Цими мережами є Європейське Співтовариство, Міжнародний валютний фонд, Європейський банк реконструкції та розвитку, Світовий банк, Світова організація торгівлі, Міжнародна агенція розвитку, Митний союз, БРІКС, а також багато інших наднаціональних соціальних організацій. До цих мереж слід віднести й усі транснаціональні корпорації, що здійснюють стратегію бізнесу у виробництві, маркетингу, фінансовій та інших сферах, які виходять далеко за межі національних кордонів.

За стадією розвитку можна виділити первісні, доіндустріальні, індустріальні та пост-індустріальні соціальні мережі, що відповідають певним етапам розвитку світової цивілізації.

Первісна мережа – є найпростішою формою соціальних мереж і найтривалішою за часом існування (приблизно по 4 тис. до Р.Х.), протягом якого вона повільно розвивалася. Первісні мережі були закритими, локальними з колективним самоврядуванням. У міру розвитку їх можна розділити на родові, племінні та мережі союзу племен. Основними вузлами родових мереж є люди одного роду, серед яких центральне місце займає старійшина. В племінних мережах вузлами є роди, а у мережах союзів племен – племена, де ключові позиції займають їх вожді. Вузли цих мереж, в основному, є однаково значущими, самі мережі – децентралізованими, плоскими, самоврядними, а люди – рівними.

Доіндустріальна мережа – є наступною за рівнем розвитку формою соціальних мереж. Її часові рамки: від неолітичної аграрної революції – переходу від привласнюючого (збиральництва,

мисливства, рибальства) до виробляючого (землеробства і скотарства) господарства та виникнення письма (4 тис. до Р.Х.) аж до перших паростків промислової революції (XVI ст. н.е.). Характерними ознаками цих мереж є те, що у міру розвитку вони ставали дедалі більше централізованими (об'ємними), виходячи за локальні межі й охоплюючи певні регіони, які згодом інтегрувалися у централізовані аграрні держави. Внаслідок втрати кровноспоріднених відносин, виникнення соціальної нерівності й стратифікації (рабства, станів) поступово зароджувалися вузли, які відігравали домінуючу роль (рабовласники, феодали). Зважаючи на те, що переважна частина доіндустріального (аграрного) суспільна проживає на селі (від 85 до понад 90 %), то відповідні соціальні мережі слід вважати в основному замкнутими в селянських громадах, які ведуть натуральне господарство, слабо пов'язане з ринком, й зорієнтованими на соборність людини, релігійні цінності, сакральність Світу, колективізм і взаємодопомогу. Основним продуктом цих мереж є їжа, а ключовим принципом їх розвитку – традиціоналізм, підтримання існування людини (переважає господарство типу «економія»).

Індустріальна мережа – є ще складнішою за ступенем розвитку формою соціальних мереж. Вона охоплює період від початку промислової революції – переходу від ручного доморобного і ремісничо-мануфактурного до великого машинного фабрично-заводського виробництва (XVII – сер. XVIII ст.) аж до інформаційної революції сучасності (кін. XX ст.). Важливу роль у виникненні індустріальних суспільних мереж і європейської світ-системи загалом, як їхньої «генетичної» матриці, відіграли поява європейської раціональної науки та протестантизму. На їх основі відбулося релігійне перекодування свідомості людини, що по суті є варваризацією християнства. Це призвело до десакралізації Світу, що орієнтує людей на індивідуалізм та взаємоборотьбу. «Соборна людина» традиційного суспільства перетворилася в «людину-економічний індивід», виведений за межі Світу, як його дослідник і покоритель, а сам Світ розглядається як бездушна раціональна машина. Аграрні суспільні мережі при цьому не зникають, а відходять як би на друге місце (індустріальні – понад 75 %; аграрні – 15 %; послуги – до 10 %). Специфічними рисами індустріальних мереж, як і у попередньому випадку, є те, що вони спочатку ставали ще більше централізованими, а потім набуваючи велетенських масштабів і виходячи за межі держав й утворюючи міжнародні об'єднання поступово трансформувалися в частково централізовані / децентралізовані структури, спрямовані на товарне ринкове виробництво, отримання прибутку і особисте збагачення. Основними вузлами цих мереж стають капіталісти (бізнесмени), робітники та держчиновники; головним продуктом – промислові товари, засобом розвитку – машини, умовою розвитку – вдосконалення машин, а принципом, що управляє розвитком – індивідуалізм, економічний ріст, снобізм й нажива (переважає господарство типу «хрематистика», тобто бізнес).

Постіндустріальна мережа – є найскладнішою за ступенем розвитку формою суспільних соціальних мереж. Ця мережа виникає у результаті інформаційної революції і переходу від переважання національних товарних економік до глобальної економіки послуг, інформації та знань (кін. XX – поч. XXI ст.). Вагомою рушійною силою у формуванні нової мережі, як і в попередньому випадку, повинні стати релігія й наука. Проте їх сьогоднішні протестантська основа та європейський раціоналізм слугують скоріше оковами, а ніж двигуном розвитку й не дають змоги обґрунтувати чітку логіку та обрати правильний шлях розвитку соціальних мереж і постіндустріальної цивілізації у цілому, яка перебуває у кризовому дисипативному стані. У зв'язку з цим, намітилися дві альтернативи розвитку постіндустріальної мережі (*табл. 1*): униз – в бік силового вирішення протиріч капіталізму, в сучасне варварство та досягнення дна соціальної кризи в нижній точці рівноваги цивілізації (очевидно, що тут без ще одного етапу варваризації християнства і демонтажу демократичних інститутів капіталізму не обійтися); угору – шляхом формування гуманістичних засад майбутнього суспільства і на цій основі вирішення соціальної кризи й досягнення вершини розвитку цивілізації – Добрострою, що забезпечуватиме єдність і гармонію біосфери та суспільства, гармонійне поєднання і синергізм колективного й особистого (зрозуміло, що без відступу від протестантської етики та ослаблення бюрократії тут теж не обійтись). При цьому індустріальні й аграрні мережі не зникають, а відходять на друге і третє місце (постіндустріальні – понад 75 %; індустріальні – до 20 %; аграрні – до 3 %, приблизно).

Табл. 1. **Альтернативні напрями мережевого розвитку постіндустріального суспільства**

Показники	**Напрями мережевого розвитку суспільства**	
	униз – в бік силового вирішення протиріч капіталізму, в сучасне варварство за типом Середньовіччя і досягнення дна соціальної кризи в нижній точці рівноваги цивілізації	**угору – шляхом формування гуманістичних засад нового суспільства і на цій основі вирішення соціальної кризи й досягнення вершини розвитку цивілізації – Добростроєю**
Бачення Світу	механістичне – Світ розглядається з позиції механіки як бездушна машина	ноосферне – Світ розглядається з позиції гармонії біосфери та людини
Сутність людини	людина – економічний суб'єкт, виведений за межі Світу як його покоритель; вона цінна вартістю речей, що їй належать і живе, щоб володіти якомога більшою кількістю грошей та дорогих речей	людина – інтелектуальний суб'єкт, що намагається бути частиною Світу; вона цінна своїми знаннями істини, добротою і живе заради духовного розвитку та пошуку шляхів свого служіння людям
Засіб формування свідомості	європейська наука і ультрапротестацизм, що орієнтують людей на посилення індивідуалізму та взаємоборотьби	новітня наука і ортодоксальна релігія, які орієнтують людей на посилення колективізму та взаємодопомоги
Принципи життєустрою	матеріальне вище духовного; індивід значиміший сім'ї; сьогодення важливіше майбутнього; паперові закони вищі справедливості; приватне важливіше суспільного; безвір'я значиміше віри; права пріоритетніші обов'язків	духовне вище матеріального; сім'я значиміша індивіда; майбутнє важливіше сьогодення; справедливість вища паперових законів; суспільне важливіше приватного; віра значиміша безвір'я; обов'язки пріоритетніші прав
Економіка	господарство – віртуальне, снобістського споживання: «хрематистика» – бізнес; гроші – фіатні, що приносять відсотковий дохід їх власнику; продукт (товар) – будь-яка продукція, вироблена для обміну без урахування її значущості; власність – приватна окремих індивідів та груп	господарство – реальне, вітального споживання: «економія» – підприємництво; гроші – з демереджем, що приносять відсотковий дохід емітенту (суспільству); продукт (благо) – продукція для задоволення виключно вітальних потреб; власність – асоційована приватна всіх громадян
Політика	тоталітаризм; керівна ланка формується зверху; закони діють за принципом: «виграла керівна ланка-програла керована»; перетягування прав угору для диктату олігархами своїх правил суспільству	меритократія; керівна ланка формується знизу; законодавство забезпечує скрізь загальний принцип: «виграв-виграв»; передача прав униз для контролю над виконанням правила «виграв-виграв»
Освіта і медицина	платна з обмеженим доступом	безплатна індивідуалізована
Структура мережі	централізована зверху (об'ємна), гібридна – поєднує приховані кастову субординацію та глобальне зовнішнє управління з формально децентралізованими самоврядними конкуруючими спільнотами	децентралізована (централізована знизу – плоска), гібридна – поєднує реальну владу децентралізованих співпрацюючих самоврядних спільнот і підконтрольну координаційну діяльність інших акторів
Ключові вузли	глобали (гіпербуржуазія – «сеньйори»), регіонами і локали (регіональна, місцева буржуазія та держчиновники – «васали») й «електронне населення»	місцеві (локальні) повністю самоврядні громади, загальнонаціональні (державні) координаційні та глобальні узгоджувальні суспільні ланки
Засіб, умова та принцип розвитку	машина; вдосконалення машин, економічне зростання та нажива	інтелект, научіння, інтелектуальне зростання й поліпшення здоров'я людей
Основний актив і рушійна сила	капітал; партія, фінансова олігархія	знання; рада, інтелектуальний авангард

Джерело: розроблено автором

У випадку руху «вниз» суспільна соціальна мережева структура ставатиме тоталітарною, приховано керованою зовні. Поглиблюватиметься десакралізація Світу і десуверенізація держав. Проте на шляху таких кардинальних перемін стоять демократичні інститути капсистеми,

громадянське суспільство, нація-держава, універсальні цінності й багато інших завоювань нижніх і середніх класів. Звільнення від цих інститутів вигідне капіталу, але є руйнівним для капіталізму. Колись в інтересах капіталу було створення капсистеми, а в інтересах феодалів – перетворення на буржуазію. Немає нічого дивного, що тепер інтереси капіталу зажадали її демонтажу – тільки так пануючі групи можуть зберегти владу, трансформувавши капітал в інші форми панування й перетворившись у гіпербуржуазію («глобалів»).

При цьому важливо, що «господарі» Світу – гіпербуржуазія («сеньйори») – оперуватимуть на глобальному рівні, а середній і робітничий клас, які перетворяться в «електронне населення», та місцева буржуазія і чиновники («локали», або «васали») – на національному, що ставитиме їх у нерівне положення. Так само, як у XVI ст. новий міжнародний розподіл праці та золото Америки перемістили феодалів на світовий рівень, а селяни залишилися на локальному й потрапили в соціальний офсайд. Гіпербуржуазія існуватиме безкарно, пожираючи в умовах глобалізації капітал нижчих прошарків буржуазії та доходи середнього класу. Саме тому, з 1980-х рр. розгорнувся наступ верхів на середину й низи, завершивши 200-річний цикл наступу роботяг і середняків.

Тому широкомасштабний наступ на демократичні інститути, послаблення публічно-правової сфери, виродження політики в комбінацію адміністративної системи та шоу-бізнесу, розмивання нації-держави при посиленні глобального ринку фінансового капіталу є не що інше як цілеспрямований процес демонтажу капіталізму.

Отже, якщо розгортання цивілізації і розвиток соціальної мережі піде «вниз», то на зміну капіталістичної мережі прийде недемократична суспільна соціальна мережа. Її основними вузлами будуть «глобали» (гіпербуржуазія), «локали» (місцева буржуазія і держчиновники) та «електронне населення». Національний вузол, внаслідок десуверенізації (розмивання) держав, перейде в розряд другорядних. Ця мережа буде кастово-ієрархічною з обмеженням доступу до освіти. Справжня наука, передусім теорія і прогнозування, перетвориться на кастове заняття верхів; унизу залишаться нешкідливі емпіричні курси і фольк-наука. Масам будуть запропоновані отупляючі розваги. Політика остаточно відімре, а її місце займе шоу-бізнес. Як у романі польського письменника-фантаста Станіслава Лема «Едем», правлячий шар перетвориться в напівбогів, які живуть в ізольованому світі й завдяки технічним досягненням невидимі масам, а тому вселяють ще більший страх (Лем, 2008, с. 86). Головним продуктом, засобом, умовою та принципом розвитку суспільства залишиться майже усе те саме, що було при індустріалізмі.

Проте є надія, що розвиток цивілізації піде у напрямі «вверх» – побудови суспільства, що базуватиметься на гуманістичних принципах Добрострою: 1) духовне вище матеріального; 2) сім'я значиміша індивіда; 3) майбутнє важливіше сьогодення й минулого; 4) справедливість вища паперових законів; 5) суспільне важливіше приватного; 6) віра значиміша безвір'я; 7) обов'язки пріоритетніші прав (Каплин, 2012; Комин, 2015; Федотов, 2014).

В економічній мережі такого суспільства обов'язково мають бути державне стратегічне планування, реальна економіка, асоційована приватна власність всіх громадян, що гарантує безумовний стабільний дохід кожного. Повинна існувати заборона лихварства. Фіатна валюта має бути замінена валютою з демереджем, а грошова система належати усьому суспільству. Має відбутися повернення від віртуальної (фінансової) економіки і снобістського споживання до політики домінування реальних господарських суб'єктів й забезпечення пріоритету вітальних потреб. Економічне зростання, в силу обмеженості ресурсів Землі, слід розглядати як негатив. Акцент повинен зміститися на створення соціально-культурних благ.

Для досягнення соціальної рівноваги слід обмежити право на передачу благ у спадок, що означає передачу великих засобів виробництва (корпорацій) в спадок державі або громаді – залежно від розміру засобів. Це дозволить кожному реалізовувати себе в якості підприємця і отримати за це чесно зароблену винагороду, унеможливить боротьбу за владу, захоплення й володіння чужою власністю. Люди вкладатимуть не в маніакальну діяльність зі збереження власності та влади, а в освіту своїх дітей і в здатність до творення. Замість клану власників на цивілізаційну арену вийде спільнота професіоналів – інтелектуальний авангард суспільства. Підприємництво як незрівнянно ширше поняття, що характеризує природну тягу людини до

пізнання навколишнього світу, дбайливого до нього відношення і поліпшення, звільниться від пожадливого бізнесу. Суспільні потреби і особисті цінності долатимуть звірині інстинкти безмежного збагачення, зведені сучасною науковою парадигмою неоліберализму в абсолют щастя та процвітання, і повертатимуть Людини, як частину Природи, до законів її розвитку на принципах колективізму та співпраці.

При формуванні політичної мережі нового суспільства має бути відмова від виборів на партійній основі. Керівну підсистему потрібно вибудовувати на підставі ієрархії управління у системі рад. Партії виникли як політичні інструменти певних груп осіб і призначені для впливу на владу або оволодіння нею. Це створило умови, коли партія править тими, хто не входить до неї і її цілі не співпадають з цілями народу. Інтереси суспільства приносяться в жертву міжпартійної боротьби. Маніпуляції на виборах, використання адмінресурсу, чорного PR, підкупу неможливо зжити, не ліквідувавши вибори за партійним принципом. Сучасна західна демократія так і не стала відображенням інтересів народу і є диктатурою обраних кланів.

Політичні партії спонсоруються заможними її членами і організаціями, які вкладають в них кошти для збільшення свого прибутку. Усі партії є джерелом корупції, а їх лідери – представниками інтересів спонсорів. Існуюча політична система у вигляді представницьких демократій є формою диктатури великого капіталу. З урахуванням наявності основної світової резервної валюти, яка є фіатною, і вторинності національних валют – такі демократії перетворилися на напівприховану форму диктатури ФРС США.

Класи буржуазії (1 % людей) і 99 % інших, що живуть на засоби виділені їм буржуазією, за залишковим принципом, мають бути ліквідовані, як феодали і селяни, раби й рабовласники. На чолі нових органів влади повинен стати інтелектуальний авангард. Такою силою повинна виступити найбільш освічена, моральна і відповідальна частина суспільства. Конфуцій називав їх Благородні Мужі.

Політична мережа майбутнього має бути народовладдям у вигляді територіальних рад. Вона має забезпечувати реальну політичну демократію на базі фундаментальної економічної демократії, асоційованої приватної власності всіх громадян, меритократичного принципу та розвитку соціального партнерства між керівною і керованою підсистемами суспільства.

Соціально-культурна мережа нового суспільства має забезпечувати: синхронізацію потреб та інтересів усіх та кожної людини у форматі співтовариство і співтовариство співтовариств; гармонійну взаємодію з біосферою; досягнення пріоритету гуманістичних інстинктів сім'ї, суспільних взаємодій над штучно створеними правами пересиченої необмеженим споживанням людини; отримання із взаємодії співтовариств синергетичного ефекту еволюції свідомості у вигляді гуманізації соціально-економічного облаштування життя. Повсякденні соціальні цілі: збереження народу, соціальна гармонія і солідарність; система соціального паю – безумовний дохід, що спирається на закріплення частини національного багатства; безкоштовна медицина і освіта; виділення кожній сім'ї родової садиби і т. п.

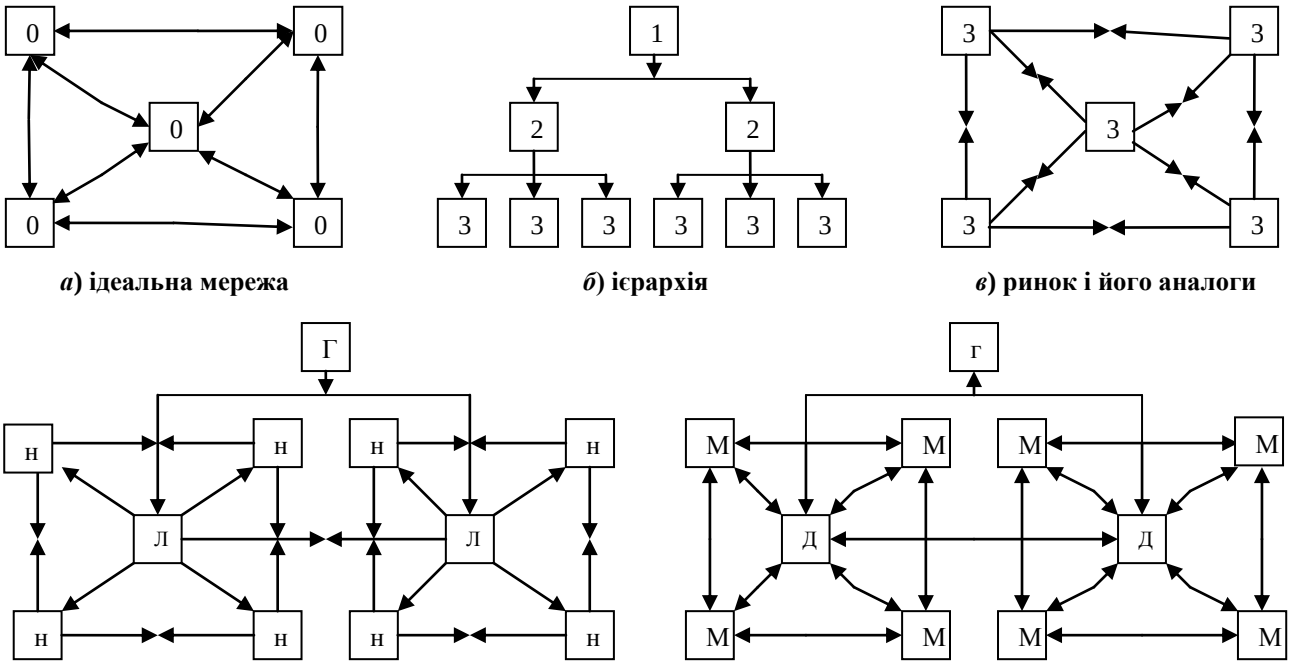
Отже, якщо розвиток світової цивілізації піде у напрямі «вгору», то філософією формування суспільної соціальної мережі буде зовсім інше бачення, де Світ розглядається не з позиції механіки, а з ноосферного погляду, з позиції гармонії біосфери та людини. В свою чергу, сама людина в такій мережі уявляється вже не як економічний (матеріальний) суб'єкт і покоритель Світу, а як інтелектуально-духовний суб'єкт, що намагається бути його органічною частиною. В основі цього новітня наука і ортодоксальна релігія, які орієнтують людей на посилення колективізму та взаємодопомоги, на побудову реальної економіки вітального споживання (господарства типу «економія») та меритократичної політики, при якій: керівна ланка не зверху (на глобальному), а знизу (на локальному рівні); законодавство забезпечує скрізь загальний принцип: «виграв-виграв», а не «виграла керівна ланка-програла керована», як при протилежному напрямі розвитку цивілізації.

Головними вузлами гуманістичної суспільної соціальної мережі будуть колективно співпрацюючі (не конкуруючі) місцеві самоврядні громади, загальнонаціональні координаційні та глобальні узгоджувальні актори. Основним активом у цій мережі виступатиме не капітал, а знання; основною силою – не партія і олігархія, а рада та інтелектуальний авангард суспільства;

засобом суспільного розвитку – інтелект, умовою розвитку – научіння, а принципом, що управляє розвитком – інтелектуальне зростання, поліпшення та зміцнення здоров'я людей.

Таким чином, як слідує з аналізу, нові суспільні соціальні мережі будуть кардинально відрізнятися між собою залежно від обраної альтернативи напряму розвитку цивілізації: вниз чи вверх (у попередньому напрямі вже не можливо рухатися через вичерпаність ресурсів, зростання населення й т.п.).

За організаційним устроєм можна виокремити ідеальні, ієрархічні, ринкові та гібридні суспільні соціальні мережі (*рис. 3*).



***а*) ідеальна мережа** **(*б*) ієрархія** **(*в*) ринок і його аналоги**

***г*) гібридна об'ємна (централізована) мережа** **(*д*) гібридна плоска (децентралізована) мережа**

Відносини між вузлами: → – субординаційні; →← – конкурентні; ⟷ – кооперацийні (координаційні, узгоджувальні); 0, 1, 2, 3 – ієрархічні рівні; Г, Л, н – відповідно глобали (гіпербуржуазія – «сеньйори»), локали (місцева і регіональна буржуазія, держчиновники – «васали») та «електронне населення» у гібридній об'ємній мережі; М, Д, г – відповідно місцеві повністю самоврядні громади, загальнонаціональні (державні) координаційні та глобальні узгоджувальні суспільні ланки у гібридній плоскій мережі

Рис. 3. **Графічні зображення організаційного устрою суспільних соціальних мереж**

Джерело: власна розробка

Найпростішою за організаційним устроєм є *ідеальна мережа*. У такій мережі відсутній єдиний центр (орган управління, лідер, домінант) і її поведінка є результатом кооперативних взаємодій між вузлами. Це локальна, абсолютно плоска, децентралізована структура з співпрацюючими вузлами на основі колективного самоврядування. Приблизно саме такий тип суспільної соціальної мережі притаманний первісному суспільству (*табл. 2*).

Мережі, які мають єдиний центр (орган управління) і поведінка яких ґрунтується на відносинах домінування-підпорядкування між вузлами з більш високими й нижчими рангами вважаються *ієрархіями*. Вони є регіональними, об'ємними, централізованими структурами з вертикальною субординацією вузлів та централізованим управлінням. Ці структури найбільш типові для традиційних доіндустріальних і ранньо- та середньоіндустріальних суспільств.

Ієрархічні мережі були розраховані на малоконкурентне середовище, низьку швидкість змін, незначну невизначеність, стабільність комунікацій і рушійні сили монополії. Потім, із зростанням динамізму та невизначеності виявилося, що ієрархічні структури не справляються з цим середовищем й об'єктивно стали витісняються неієрархічними мережевими системами, побудованими на горизонтальних зв'язках і більш складному способі координації (Man, 2004, p. 203), з'явився ринковий відступ від ієрархічного порядку, рушійною силою стала конкуренція і виникли *ринкові мережі та їх аналоги*, що характерні для пізньоіндустріального суспільства.

Вони є переважно національними, частково децентралізованими, горизонтально-атомістичними структурами з конкуруючими вузлами та спонтанною (хаотичною) самоорганізацією.

Табл. 2. **Порівняння різних типів організаційних моделей та механізмів управління суспільних соціальних мереж**

Показники	Типи організаційних моделей та механізмів управління				
	ідеальний	ієрархія	ринок та його аналоги	гібрид	
				об'ємний	плоский
Тип суспільства	первісне	до-, ранньо- і середньо-індустріальне	пізньо-індустріальне	постіндустріальне	
Рівень	локальний	регіональний	національний	глобальний	
Середовище	неконкурентне	малоконкурентне	конкурентне	гіперконкурентне	
Швидкість змін	наднизька	низька	висока	надвисока	
Невизначеність	відсутня	незначна	значна	найвища	
Побудова мережі	децентралізована (абсолютно плоска), проста, закрита, пластична структура з колективно співпрацюючими вузлами на основі колективного самоврядування	централізована (абсолютно об'ємна), проста, напівзакрита структура з жорсткою стійкістю, вертикальною субординацією вузлів та централізованим управлінням	частково децентралізована горизонтально-атомістична, складна напіввідкрита еластична структура з мінливою стійкістю, конкуруючими вузлами та спонтанною самоорганізацією	централізована зверху, суперскладна частково закрита пластична структура з децентралізованими конкуруючими низовими вузлами і прихованими кастовою субординацією та зовнішнім управлінням	децентралізована (централізована знизу), суперскладна повністю відкрита надпластична структура з колективно співпрацюючими вузлами на основі колективного самоврядування та колаборації
Вузли	люди, роди (старійшини), племена, союзи племен (вожді)	рабовласники і раби; феодали (сеньйори, васали), селяни й ремісники; капіталісти та робітники	держчиновники, капіталісти та робітники; (феодали і селяни)	глобали (гіпербуржуазія – «сеньйори»), локали (регіональна, місцева буржуазія, держчиновники – «васали») та «електронне населення»	місцеві повністю самоврядні спільноти, загальнонаціональні (державні) координаційні та глобальні узгоджувальні суспільні ланки
Механізм координації	безпосередній прямий	директивний	ціновий (ціннісний)	безпосередній, інтерактивний через web- платформи	
Ухвалення рішень на рівні	структури у цілому	керівної інстанції	індивіда (контрагента)	глобальної інстанції	структури у цілому

Джерело: розроблено автором

В постіндустріальну еру, при наддинамічному середовищі, ієрархічні мережі виявилися уже занадто жорсткими й майже зовсім непридатними, щоб відповідати збільшеному динамізму і турбулентності, а ринкові мережі та їх аналоги – навпаки, надто атомістичними щоб відповідати збільшеному рівню взаємозалежностей вузлів. Крім цього, в умовах глобалізації, відкритості суспільств, гіперконкуренції, надвисокій швидкості змін і максимальній невизначеності вже не можна діяти поодинці, а потрібно об'єднуватися у суспільні мережі глобального рівня. Тому із входженням в постіндустріальну епоху людство стало освоювати кардинально новий тип мережі – *гібридний*, який усуває функціональні недоліки та синтезує переваги двох попередніх. Суспільство і його функціональні підсистеми (політична, економічна та соцокультурна сфери) стратифікуються в кластерно-мережеві гібридні структури – набагато більш пластичні, ніж

ієрархії, й одночасно більш інтегровані, ніж ринок та його аналоги. Завдяки комп'ютерним технологіям контакти між вузлами стануть інтерактивними.

Організаційна структура глобальної гібридної мережі залежатиме від того, який напрям розвитку цивілізації обере людство: униз – в бік силового вирішення протиріч капіталізму, в сучасне варварство за типом Середньовіччя і досягнення дна соціальної кризи в нижній точці рівноваги цивілізації, чи угору – шляхом формування гуманістичних засад нового суспільства і на цій основі вирішення соціальної кризи й досягнення вершини розвитку цивілізації – Добростроєю.

У випадку руху униз, гібридна мережа буде централізованою зверху, з децентралізованими конкуруючими низовими вузлами на локальному і регіональному рівнях, прихованими кастовою субординацією та зовнішнім управлінням з боку глобальних акторів (гіпербуржуазії).

За умови руху цивілізації уверх, гібридна суспільна мережа буде децентралізованою (централізованою знизу) з колективно співпрацюючими вузлами на основі колективного самоврядування і колаборації. Ухвалення рішень в такій мережі здійснюватиметься на рівні структури в цілому, без участі центру, що супроводжуватиметься звільненням світу від вертикальних конструкцій і держбюрократій та досягненням максимуму синергії.

Усі ці та інші унікальні особливості гібридних децентралізованих мереж принципово відрізняють їх від ієрархічних, ринкових та гібридних централізованих соціальних мереж з точки зору потенціалу можливостей розвитку всього суспільства, в противагу останнім, які в основному служитимуть тільки збереженню влади і привілеїв буржуазії. Базовим чинником розвитку суспільства стає енергія соціальної активності людей і організацій, об'єднаних у мережеві альянси. Не випадково XXI ст. іменують «соціальною ерою», що має зовсім іншу систему цінностей, чим індустріальна епоха (Merchant, 2012, p. 46).

Йдеться про об'єктивну можливість і необхідність соціалізації державного управління. Традиційна модель менеджменту, що засновується на єдиноначальності, відходить у минуле: уряди вже не справляються з управлінням складними суспільними мережами, охопленими онлайновими комунікаціями. На думку відомого американського вченого з проблем управління Пітера Друкера, модель централізованої держави, яка колись замінила феодалізм, сьогодні сама заміщається більш плюралістичним суспільним устроєм, оскільки не в змозі задовольняти сучасним потребам. У XXI ст. держава буде визначати лише стратегію розвитку країни, а поточне управління здійснюватимуть самоорганізовані громади, що створять організації нового типу, де соціальний консенсус досягатиметься у формі не політичного, а функціонального плюралізму (Drucker, 1992, p. 14). Такі соціальні новації приведуть до створення цілковито нового суспільства, яке буде безпрецедентним явищем в історії людства (Drucker, 2001).

Перші кроки в руслі створення подібного суспільства були зроблені у Великобританії урядом Девіда Кемерона в 2010 р. під девізом «Велике суспільство замість великої держави», розраховуючи за кілька років зробити країну суспільством, де влада передана від політиків народу, а люди об'єднуються у мережі задля самостійного вирішення своїх проблем (UK, 2010).

Проте кабінету Кемерона не вдалося реалізувати своїх намірів. Причина в тому, що відхід держави від управління відбувався різко, а підготовка громади до нових для себе функцій повільно. Виникла асинхронність і дезорганізація.

Однак слід особливо підкреслити, що в разі формування гібридної суспільної мережі на засадах централізації системи управління на рівні наднаціональних глобальних інстанцій, винайдена інновація може перетворитися на зло проти людства, оскільки створюватиме умови для десуверенізації держав і тотальної експлуатації народів, що звичайно вигідне капіталу, але вкрай небезпечне для людей.

Цей недемократичний процес відбуватиметься під виглядом переведення діючої системи управління в електронну, оскільки це начебто новітня форма менеджменту. Створена система дозволятиме гіпербуржуазії вбудовувати у будь-яке суспільство паралельні державним органи влади, які підкорятимуться зовнішнім глобоструктурам. Виходить, «шкаралупа» залишатиметься національною, тобто зберігатимуться хибні атрибути суверенітету держави, а реальна влада переходитиме до наднаціональних органів управління та регулювання.

У результаті виникає суспільство, яке управляється електронними урядами, що становлять єдину систему, формуються за єдиним стандартом, на єдиній web-платформі та всесвітній базі даних усіх громадян світу. Життя людини стає абсолютно прозорим для наднаціональних структур, що дозволяє повністю перевести політичну, економічну та соціально-культурну сфери життєдіяльності суспільства під зовнішнє управління.

4. Висновки та обговорення одержаних результатів

У статті наведено теоретико-методологічне обґрунтування мережевих моделей організації суспільства і механізмів управління його політичною, економічною та соціально-культурною сферами в умовах глобалізації. Результати проведеного дослідження дозволяють дійти таких висновків:

1. Мережа – це сукупність елементів (вузлів), з'єднаних між собою лініями (зв'язками). Мережі можна класифікувати за: походженням (природні, штучні); матеріалом створення (реальні, абстракті); однорідністю (гомогенні, гетерогенні); природою зв'язків (речовинні, енергетичні, інформаційні); характером зв'язків (відкриті, закриті); функціями (спеціалізовані, універсальні); терміном (постійні, тимчасові); розвитком (статичні, динамічні); здатністю до змін (гнучкі, негнучкі); можливістю передбачення (детерміновані, стохастичні); структурою управління (централізовані, децентралізовані); організованістю (добре організовані, погано організовані, самоорганізуючі); способом керування (керовані зовні, самокеровані, комбіновані).

2. Суспільні соціальні мережі – це утворення, головними елементами яких є люди і зв'язки між ними. За функціональним призначенням слід виокремлювати: політичну мережу – сукупність державних і політичних інститутів, діяльність яких спрямована на здійснення управління суспільством; економічну, що інтегрує економічні суб'єкти, діяльність яких спрямовується на виробництво благ, для задоволення матеріальних потреб суспільства та накопичення багатства; соціокультурну, яка включає соціальні спільноти, діяльність яких направлена на створення духовних цінностей і надання нематеріальних послуг, необхідних для задоволення соціально-культурних потреб людей, сприятливих умов їхнього існування та відтворення.

3. За територіальним охопленням суспільні соціальні мережі варто поділяти на: локальні, що не виходять за межі первинної одиниці розселення людей (міста, села); регіональні, що діють у межах вторинної одиниці розселення – певного регіону країни (району, області тощо); національні, які розгорнуті у межах всієї країни і є мережами загальнодержавного значення; транснаціональні, що охоплюють кілька країн, або всі країни світу – глобальні мережі, зокрема, такі, як: ЄС, МВФ, ЄБРР, СБ, СОТ, БРІКС, а також різні ТНК, що здійснюють бізнес, який виходить далеко за межі національних кордонів.

4. Відповідно до етапів розвитку цивілізації можна виділити такі види мереж: первісна (по 4 тис. до н.е.) є закритою локальною мережею з рівнозначними вузлами (людьми одного роду), колективним самоврядуванням і привласнюючим господарством; доіндустріальна (по XVI ст. н.е.), що є централізованою регіональною напівзакритою мережею з домінуючими вузлами (рабовласники, феодали), натуральним господарством типу «економія», орієнтацією на соборність людини, сакральність Світу, колективізм і взаємодопомогу; індустріальна (по XX ст.), яка є ще більше централізованою, а виходячи за межі держав, – й частково децентралізованою напіввідкритою національною мережею з панівними вузлами (капіталісти, чиновники) і товарним ринковим господарством типу «хрематистика» на основі протестантської етики і десакралізації Світу, що орієнтують людей на індивідуалізм, взаємоборотьбу, снобізм та наживу.

5. Постіндустріальна мережа виникає у результаті інформаційної революції (кін. XX ст.) і буде глобальною. Обґрунтовано два ймовірні напрями розвитку цієї мережі: униз – в бік силового вирішення протиріч капіталізму, в сучасне варварство за типом Середньовіччя і досягнення дна соціальної кризи в нижній точці рівноваги цивілізації, або угору – шляхом формування гуманістичних засад нового суспільства і на цій основі вирішення соціальної кризи й досягнення вершини розвитку цивілізації – Добрострою. У випадку руху «вниз» мережа буде тоталітарною, централізованою і керованою зверху гіпербуржуазією на основі подальшої десакралізації Світу та десуверенізація держав. Якщо ж розвиток піде «вгору», то вона буде меритократичною,

децентралізованою, поєднуватиме реальну владу місцевих самоврядних спільнот і підконтрольну координаційну діяльність глобальних акторів на основі ноосферної парадигми розвитку цивілізації.

6. За організаційним устроєм можна виокремити типи мереж: ідеальна, у якій відсутній єдиний центр (орган управління), а поведінка її є результатом кооперативних взаємодій між вузлами; ієрархія, яка має єдиний центр і поводження якої ґрунтується на відносинах домінування-підпорядкування між вузлами; ринок і його аналоги, як деякий відступ від ієрархічного порядку, в основі якого конкуренція між вузлами та спонтанна самоорганізація; гібрид, який усуває недоліки та синтезує переваги двох попередніх (набагато більше пластичний, ніж ієрархія, й більш інтегрований, ніж ринок). Організаційна структура гібридної мережі залежатиме від того, який напрям розвитку цивілізації обере людство й буде відповідно об'ємною, або плоскою.

7. Механізми управління підсистемами суспільства залежать від типу організаційної моделі соціальних мереж, географії їх функціонування, швидкості змін та рівня невизначеності середовища. Їх основою були: в первісному суспільстві – колективне самоврядування; у доіндустріальному, ранньо- та середньоіндустріальному – вертикальна субординація й директивні централізовані рішення; у пізньоіндустріальному – конкуренція та цінові (ціннісні) сигнали (квазі-) ринку; в сучасних умовах глобалізації – web-платформи: у випадку руху цивілізації «униз» – прихована кастова субординація, рішення на рівні глобальних інстанцій і конкуренція формально самоврядних низових вузлів; у випадку руху «уверх» – колективна співпраця всіх на основі колективного самоврядування та колаборація.

Наукова новизна одержаних результатів полягає у використанні системного, цивілізаційного і синергетичного підходів у поясненні процесів мережевої організації суспільства та механізмів управління його політичною, економічною й соціокультурною сферами в умовах глобалізації.

Практичне значення одержаних результатів проявляється в можливості використання їх у процесі розробки стратегії побудови нового суспільства, його організаційної структури та системи управління.

Перспективами подальших наукових розвідок у цьому напрямі може бути поглиблення досліджень окремих видів суспільних мережевих структур і процесів їх управління на локальному, регіональному, національному та глобальному рівнях.

Література

1. Бусел, В. Т. (Ред.). (2009). *Великий тлумачний словник сучасної української мови*. Київ: Перун.
2. Дарвин, Ч. (2001; Первая ред. 1872). *О выражении эмоций у человека и животных*. Санкт-Петербург: Питер.
3. Каплин, А. В. (2012). *Гуманитаризм*. Москва: АСТ.
4. Кастельс, М. (2000). *Информационная эпоха: экономика, общество и культура*. Москва: ГУ ВШЭ.
5. Комин, В. И. (2015). *От капитализма к солидаризму*. Москва: Аграф.
6. Лем, С. (2008). *Эдем*. Москва: АСТ.
7. Павлов, И. П. (1916). *Двадцатилетний опыт объективного изучения высшей деятельности (поведения) животных*. Санкт-Петербург: ИСПУ.
8. Фабри, К. (1976). *Основы зоопсихологии*. Москва: МГУ.
9. Федотов, П. И. (2014). *От капитализма через солидаризм к гуманистической общественно-экономической формации*. Москва: Литкон.
10. Andersson, T. (2004). *The Cluster Policies Whitebook*. Malmц: IKED
11. Bourdieu, P. (1980). Le Capital Social. *Actes de la Recherche en Sciences Sociales, 31,* 45-81.
12. Castells, M. (2001). *The Internet Galaxy. Reflections on the Internet. Business and Society*. Oxford: Oxford University Press.
13. Choi, T. Y., & Hong, Y. (2002). Unveiling the Structure of Supply Networks: Case Studies in Honda, Acura, Daimler Chrysler. *Journal of Operations Management, 20,* 5-32.
14. Drucker, P. (1992). The New Society of Organizations. *Harvard Business Review, 70,* 5-37.
15. Drucker, P. (2001). The Next Society: a Survey of the Near Future. *The Economist, 361,* 3-9.
16. Etzkowitz, H. (2008). *The Triple Helix: University-Industry-Government Innovation in Action*. London: Routledge.

17. Euler, L. (1736). *The Seven Bridges of Kцnigsburg*. Retrieved from http://eulerarchive.maa.org//docs/originals/E053.pdf
18. Ganne, B., & Lecler, Y. (2009). From Industrial Districts to Poles of Competitiveness. *Asian Industrial Clusters, Global Competitiveness and New Policy Initiatives*. Singapore: World Scientific Publishing.
19. Gloor, P. A. (2006). *Swarm Creativity: Competitive Advantage through Collaborative Innovation Networks*. New York: Oxford University Press.
20. Granovetter, M. (1985). Economic Action and Social Structure: the Problem of Embeddednes. *American Journal of Sociology, 91,* 57-93.
21. Hamdouch, A. (2007). Innovation Clusters and Networks. *19th EAEPE Conference*. Porto: RUW.
22. Hannan, M. T., & Freeman, J. (2007). Structural Inertia and Organizational Change. *American Sociological Rev., 49,* 69-95.
23. Ketels, C. H. (2009). Clusters, Cluster Policy, and Swedish Competitiveness in the Global Economy. *Expert Report no. 30 to Sweden's Globalisation Council*. New York: YT.
24. Leydesdorff, L. (2006). *Knowledge-Based Economy: Modeled, Measured, Simulated*. Boca Raton: Universal Publishers.
25. Lindqvist, G. (2009). *Disentangling Clusters*. Stockholm: Stockholm School of Economics.
26. Lorenz, K. (1969). *Mensch auffindet Freund*. Vienna: VU.
27. Levi-Strauss, C. (1963). *Structural Anthropology*. New York: LD.
28. Man, A. (2004). *The Network Economy: Strategy, Structure and Management*. Northampton: Edward Elgar.
29. Marshall, A. (1922; First ed. 1890). *Principles of Economics*. New York: UTC.
30. Martin, R., & Sunley, P. (2013). Deconstructing Clusters: Chaotic concept or Policy panacea? *Journal of Economic Geography, 3,* 62-95.
31. Merchant, N. (2012, Sept). Rules for Creating Value in the Social Era. *Harvard Business Press Books,* 37-52.
32. Milgram, S. (1967). The Small World Problem. *Psychology Today, 2,* 28-53.
33. Moreno, J. L. (1934). *Who shall Survive?* Washington: DC.
34. Pareto, V. (2004; First ed. 1916). *Trattato di sociologia generale*. Lausanne: LU.
35. Porter, M. (2009). The Competitive Advantage of Nations. *States and Regions, 18,* 11-24.
36. Radcliffe-Brown, A. R. (1940). On Social Structure. *Journal of the Royal Anthropological Institute of Great Britain and Ireland, 70,* 112-144.
37. Russell, M. G. (2011). Transforming Innovation Ecosystems through Shared Vision and Network Orchestration. *Triple Helix IX International Conference. Stanford*. New York: CA.
38. Simmel, G. (1908). *Soziologie*. Leipzig: Duncker & Humblot.
39. Sцlvell, Ц. (2009). *Clusters – Balancing Evolutionary and Constructive Forces*. Stockholm: Ivory Tower.
40. Spencer, H. (2012; First ed. 1896). *The Principles of Sociology*. London: Pan Books.
41. Tapscott, D., & Williams, A. D. (2010). *Macrowikinomics: Rebooting Business and the World*. New York: Portfolio Penguin.
42. Tinbergen, N. (1953). *Social Behaviour in Animals*. Oxford: OU.
43. Tцnnies, F. (2009; First ed. 1887). *Gemeinschaft und Gesellschaft*. Berlin: KU.
44. UK (2010). *Big Society Network*. London: Author. Retrieved from http://www.thebigsociety.co.uk
45. Walker, G. (2003). Network Structure, Content and Evolution. *Multi-Level Issuesin Organizational Behavior and Strategy, 2,* 31-52.
46. Wiese, L. (1941). *Philosophie und Soziologie*. Kцln: KU.
47. Yang, Ch., & Liu, H.-M. (2012). Boosting Firm Performance Via Enterprise Agility and Network Structure. *Management Decision, 50,* 64-95.

Стаття надійшла до редакції 15.10.2016

Elena Kovalenko
PhD (Economics), Associate Professor,
National Academy of Supervisory Frame of Culture and Arts
9 Lavrs'ka Str., Kyiv, 01015, Ukraine

Network Models of organization of Post-Industrial society and Management mechanisms are in Political, Economic and Sociocultural Spheres

Abstract:

1. Introduction. *Informative revolution of end and distribution of internet-technologies conduces to the sharp strengthening of economic, political and cultural globalization societies, forming of the new social mode, when network streams, network structures and network co-operations, become basis of organization of society. By the most meaningful sources for research of modern network society, organization of that is base on global information technologies there is a scientific inheritance of M. Castells, P. Drucker, M. Porter, H. Etzkowitz, L. Leydesdorff. Only scientific vision of network processes of society, their essence, kinds, structure, functions is however absent, contradiction, factors of development and management mechanisms in new realities of development of civilization.*

2. Purpose. *The aim of the article of theoretical and methodological ground of network models of organization of society and mechanisms of management of him by political, economic and sociocultural spheres in the conditions of globalization. Methodological basis of research is dialectical principle of cognition, the system, civilization, sinergistical going near the study of the public phenomena and processes, fundamental positions of theory of development of society and management. The cultural and historical is used, historical and anthropological, sociocultural methods that allowed to investigate network organization of society in intersubject cuts.*

3. Results. *Essence of networks and their kinds are exposed in the wild and society. A structure, role and place of functional networks, is certain in the system of organization of society. The criteria of division of public social networks are specified on a territorial sign. The features of social are distinguished networks in accordance with the stages of development of civilization. Credible directions of network development of post-industrial society are reasonable. The basic models of the organizational mode of public social networks are analysed. The mechanisms of management of vital functions of new society subsystems are worked out.*

4. Conclusions. *The network models of organization of society and mechanisms of management of him are reasonable by political, economic and sociocultural spheres in the conditions of globalization. The scientific novelty of the got results consists in the use of, civilization and sinergistical approaches of the systems in explanation of processes of network organization of society and mechanisms of management of him by political, economic and sociocultural spheres in the conditions of globalization. The practical value of the got results shows up in possibility of the use of them in the process of development of strategy of construction of new society, him organizational structure and control system. The prospects of further scientific secret services can be deepening of researches of separate types of network structures.*

***Keywords*:** network, model of organization, management mechanism, post-industrial society, political, economic and sociocultural spheres.

***JEL Classification*:** F01, F02, F29, F42, P10, P40.

References:

1. Andersson, T. (2004). *The Cluster Policies Whitebook*. Malmų: IKED
2. Bourdieu, P. (1980). Le Capital Social. *Actes de la Recherche en Sciences Sociales, 31,* 45-81.
3. Busel, V. T. (Ed.). (2009). *Large explanatory dictionary of modern Ukrainian*. Kyiv: Perun (in Ukr.).
4. Castells, M. (2001). *The Internet Galaxy. Reflections on the Internet. Business and Society*. Oxford: Oxford University Press.
5. Choi, T. Y., & Hong, Y. (2002). Unveiling the Structure of Supply Networks: Case Studies in Honda, Acura, Daimler Chrysler. *Journal of Operations Management, 20,* 5-32.
6. Darvin, Ch. (2001; First ed. 1872). *About expression of emotions for a man and animals*. Sankt-Peterburg: Piter (in Russ.).
7. Drucker, P. (1992). The New Society of Organizations. *Harvard Business Review, 70,* 5-37.
8. Drucker, P. (2001). The Next Society: a Survey of the Near Future. *The Economist, 361,* 3-9.
9. Etzkowitz, H. (2008). *The Triple Helix: University-Industry-Government Innovation in Action*. London: Routledge.
10. Euler, L. (1736). *The Seven Bridges of Kųnigsburg*. Retrieved from http://eulerarchive.maa.org//docs/originals/E053.pdf
11. Fabri, K. (1976). *Bases of animal psychology*. Moscow: MGU (in Russ.).
12. Fedotov, P. I. (2014). *From a capitalism through solidarity to the humanistic social-economic structure*. Moscow: Litkon (in Russ.).

13. Ganne, B., & Lecler, Y. (2009). From Industrial Districts to Poles of Competitiveness. *Asian Industrial Clusters, Global Competitiveness and New Policy Initiatives*. Singapore: World Scientific Publishing.
14. Gloor, P. A. (2006). *Swarm Creativity: Competitive Advantage through Collaborative Innovation Networks*. New York: Oxford University Press.
15. Granovetter, M. (1985). Economic Action and Social Structure: the Problem of Embeddednes. *American Journal of Sociology, 91*, 57-93.
16. Hamdouch, A. (2007). Innovation Clusters and Networks. *19th EAEPE Conference*. Porto: RUW.
17. Hannan, M. T., & Freeman, J. (2007). Structural Inertia and Organizational Change. *American Sociological Rev., 49,* 69-95.
18. Kaplin, A. V. (2012). *Gumanitarizm*. Moscow: AST (in Russ.).
19. Kastel's, M. (2000). *Informative epoch: economy, society and culture*. Moscow: GU VShE (in Russ.).
20. Ketels, C. H. (2009). Clusters, Cluster Policy, and Swedish Competitiveness in the Global Economy. *Expert Report no. 30 to Sweden's Globalisation Council*. New York: YT.
21. Komin, V. I. (2015). *From a capitalism to solidarity*. Moscow: Agraf (in Russ.).
22. Lem, S. (2008). *Eden*. Moscow: AST (in Russ.).
23. Leydesdorff, L. (2006). *Knowledge-Based Economy: Modeled, Measured, Simulated*. Boca Raton: Universal Publishers.
24. Lindqvist, G. (2009). *Disentangling Clusters*. Stockholm: Stockholm School of Economics.
25. Lorenz, K. (1969). *Mensch auffindet Freund*. Vienna: VU.
26. Levi-Strauss, C. (1963). *Structural Anthropology*. New York: LD.
27. Man, A. (2004). *The Network Economy: Strategy, Structure and Management*. Northampton: Edward Elgar.
28. Marshall, A. (1922; First ed. 1890). *Principles of Economics*. New York: UTC.
29. Martin, R., & Sunley, P. (2013). Deconstructing Clusters: Chaotic concept or Policy panacea? *Journal of Economic Geography, 3,* 62-95.
30. Merchant, N. (2012, Sept). Rules for Creating Value in the Social Era. *Harvard Business Press Books*, 37-52.
31. Milgram, S. (1967). The Small World Problem. *Psychology Today, 2,* 28-53.
32. Moreno, J. L. (1934). *Who shall Survive?* Washington: DC.
33. Pareto, V. (2004; First ed. 1916). *Trattato di sociologia generale*. Lausanne: LU.
34. Pavlov, I. P. (1916). *Twenty-year experience of objective study of higher activity (behaviors) of animals*. Sankt-Peterburg: ISPU (in Russ.).
35. Porter, M. (2009). The Competitive Advantage of Nations. *States and Regions, 18,* 11-24.
36. Radcliffe-Brown, A. R. (1940). On Social Structure. *Journal of the Royal Anthropological Institute of Great Britain and Ireland, 70,* 112-144.
37. Russell, M. G. (2011). Transforming Innovation Ecosystems through Shared Vision and Network Orchestration. *Triple Helix IX International Conference. Stanford*. New York: CA.
38. Simmel, G. (1908). *Soziologie*. Leipzig: Duncker & Humblot.
39. Sцlvell, Ц. (2009). *Clusters – Balancing Evolutionary and Constructive Forces*. Stockholm: Ivory Tower.
40. Spencer, H. (2012; First ed. 1896). *The Principles of Sociology*. London: Pan Books.
41. Tapscott, D., & Williams, A. D. (2010). *Macrowikinomics: Rebooting Business and the World*. New York: Portfolio Penguin.
42. Tinbergen, N. (1953). *Social Behaviour in Animals*. Oxford: OU.
43. Tцnnies, F. (2009; First ed. 1887). *Gemeinschaft und Gesellschaft*. Berlin: KU.
44. UK (2010). *Big Society Network*. London: Author. Retrieved from http://www.thebigsociety.co.uk
45. Walker, G. (2003). Network Structure, Content and Evolution. *Multi-Level Issuesin Organizational Behavior and Strategy, 2,* 31-52.
46. Wiese, L. (1941). *Philosophie und Soziologie*. Kцln: KU.
47. Yang, Ch., & Liu, H.-M. (2012). Boosting Firm Performance Via Enterprise Agility and Network Structure. *Management Decision, 50,* 64-95.

Received 15.10.2016

УДК 130.122:137.013.338

Ярослава ЛАРІНА
доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри маркетингу та міжнародної торгівлі, Національний університет біоресурсів і природокористування України, Київ, Україна
larin_sla@ukr.net.
Дмитро СИТНИК
студент, Національний університет біоресурсів і природокористування України, Київ, Україна
sytnikdmitry@yandex.ua

ЧИННИКИ ТА ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ КУЛЬТУРИ СПОЖИВАННЯ В УКРАЇНІ

У статті розглядаються чинники, які впливають на культуру споживання. На відміну від попередніх досліджень, їх запропоновано поділяти на зовнішні, внутрішні та маркетингові. До зовнішніх чинників віднесено економічні, політичні, соціальні, науково-технічні, екологічні. До внутрішніх – генетичні та психологічні, зокрема домінуючі потреби, мотиви, цінності, тип особистості та психологічні особливості різних демографічних груп. Найбільш впливовими є маркетингові чинники, до яких належать товарна політика, у т.ч. позиціювання, упаковка, брендинг, цінова політика і маркетингові комунікації. Також розглянуто особливості культури споживання в Україні та виявлено її відмінності у різних демографічних групах. Результати дослідження можуть бути використані у процесі розроблення маркетингових стратегій, що дасть змогу підвищити ефективність просування продукції на ринку.

Ключові слова: культура споживання, фактори впливу, попит, соціальний клас, історико-цивілізаційне середовище, генетичні чинники, психологічні чинники, маркетингові чинники.

1. Актуальність проблеми

Сучасний процес трансформації культури споживання в Україні, а також стан української економіки, політики, соціальної сфери, можна охарактеризувати як тривалий перехідний період. Перебудова і розпад СРСР поклали початок нової епохи. Почався процес зламу старої соціально-економічної і політичної системи та формування нової. Та якщо соціально-економічні відносини можна змінити відносно швидко, то для змін культури іноді потрібно десятки років. Через 25 років після початку трансформації суспільних відносин в Україні прослідковуються вже виражені зміни у відношенні споживачів до процесів купівлі та споживання товарів, а також деякі зміни в системі ціннісної орієнтації.

Стан вивчення проблеми. Проблеми формування нової культури споживання в країнах пострадянського простору відображені у наукових працях В. Афанасьєвої (Афанасьева, 2009), Е. Нархової (Нархова, 2006), С. Петрущенкова і Н. Петрущенкової (Петрущенков & Петрущенкова, 2001), Г. Шамборовського (Шамборовський, 2014). Вплив окремих чинників на процес споживання в сучасних умовах і культуру споживання розглянутий у роботах М. Окландера (Окландер, 2013), Л. Погорілої (Погоріла, 2011), О. Попової (Попова, 2010), О. Шаманської (Шаманська, 2012), А. Вальдівія (Valdivia, 2010), К. Рапая (Rapaille, 2006), Мейсинза, Пітерса, Хойера (Macinnis, Pieters & Hoyer, 2014) та інших вчених.

Невирішені питання. Проте відсутні системні дослідження впливу чинників на формування культури споживання в сучасній Україні. Недостатньо уваги у наукових працях приділено розробці та удосконаленню засобів впливу на формування нової культури споживання.

2. Мета і методи дослідження

Метою статті є систематизація чинників, що впливають на формування культури споживання в Україні, визначення особливостей процесу купівлі продовольчих товарів споживачами різних демографічних груп.

© Ларина Я., Ситник Д., 2017

Досягнення вказаної мети передбачає вирішення таких завдань:

– розкрити соціально-економічний зміст поняття «культура споживання»;

– проаналізувати чинники формування культури споживання в сучасній Україні;

– виявити особливості культури споживання різних демографічних груп населення.

Об'єкт дослідження – поведінка споживачів та чинники, що на неї впливають.

Предмет дослідження – сукупність теоретичних та прикладних аспектів формування культури споживання в Україні.

Методологічною основою дослідження виступає системний та історичний підходи до вивчення поведінки споживачів, у т. ч. культури споживання. У процесі дослідження використовувалися такі методи: аналіз і синтез – для виділення чинників впливу на культуру споживання та їх узагальнення; статистичні методи – під час формування вибірки; графічний метод – для побудови діаграм.

Інформаційною базою дослідження слугували наукові праці відомих вчених у галузі маркетингу та поведінки споживачів, дані Державної служби статистики України та первинна інформація, зібрана в результаті анкетування.

3. Основні результати дослідження

Культура споживання, характерна для країн з плановою, перехідною економікою, і культура споживання в країні з ринково орієнтованою економікою ґрунтуються на протилежних принципах. У першому випадку співвідношення між сферою виробництва і споживання директивно встановлює держава або монопольні об'єднання. Норми та цінності споживання і поведінка споживачів визначаються особливостями сфери розподілу. У ринковій системі виробництво вторинне відносно споживання і потреб споживачів. Саме сфера споживання безпосередньо, через механізм ринку, визначає кількість та якість виробленого продукту й опосередковано – тенденції розвитку сфери виробництва (Петрущенков &Петрущенкова, 2001).

На думку Г. Шамборовського, спосіб, у який люди в XXI ст. споживають матеріальні та духовні блага, може бути охарактеризований як глобальна культура споживання, оскільки саме поняття «культура» передбачає «практичну реалізацію загальнолюдських і духовних цінностей у ході цивілізаційного розвитку людства» – таке словосполучення найбільш вдало визначає кількісний, якісний, просторовий і динамічний процес задоволення людських потреб. Культура споживання – це соціально-психологічна характеристика, індивідуальна манера, особливість поведінки людини у сфері споживання, індивідуалізовані форми певного стилю споживчої діяльності (Шамборовський, 2014, с. 247). Ми погоджуємся з думкою автора щодо сутності категорії «культура споживання», проте вважаємо, що поняття «глобальна культура споживання» не отримує розвитку в умовах перехідних суспільств та економічних систем і не наповнюється реальним змістом. Адже культура споживання у певній країні формується під впливом багатьох чинників – зовнішніх і внутрішніх, насамперед, економічних, політичних, соціальних, екологічних, науково-технічних тощо (*рис. 1*).

Споживча культура, на думку Е. Нархової, є операційним поняттям і фіксує увагу на технології придбання товарів і послуг, а більш широке поняття «культура споживання» відображає змістовний аспект споживчої поведінки (Нархова, 2006). Тобто «культура споживання» є більш широким поняттям, що включає крім очевидних фактів купівлі тих чи інших товарів у певний період часу у певному місці та визначеним способом оплати, момент попереднього вибору, процес прийняття рішень про купівлю та «чорну скриньку» свідомості споживача. Споживча культура репрезентує також і соціальні аспекти її носія. На думку вчених, адекватна споживча культура є способом корекції різноманітних споживчих девіацій.

Економічні чинники формування культури споживання, особливо, фаза економічного циклу й рівень реальних доходів населення, найбільшою мірою впливають на реальний і потенційний попит на різні групи товарів та його співвідношення, а також на очікування споживачів.

Соціальні чинники формування культури споживання включають насамперед, приналежність споживача до певного соціального класу, прошарку, групи, набуття ним соціального статусу з формуванням відповідного відношення до процесу купівлі тощо. Соціокультурне середовище є для людини сферою самореалізації, яка перетворює її із сфери зовнішнього

світу об'єктивних впливів на внутрішній світ культури життєтворчості особистості, яка може здійснюватися лише в сфері культурних символів, значень, смислів, цінностей і форм. Людина лише як культурна істота набуває необхідних здібностей та універсальних здатностей для реалізації себе як суб'єкта активної діяльності, у т. ч процесу вибору й купівлі товарів певних торгових марок. Визначальними факторами формування культури споживання є насамперед родина і школа, виховання. Усі зазначені складові впливають на процес соціалізації особистості.

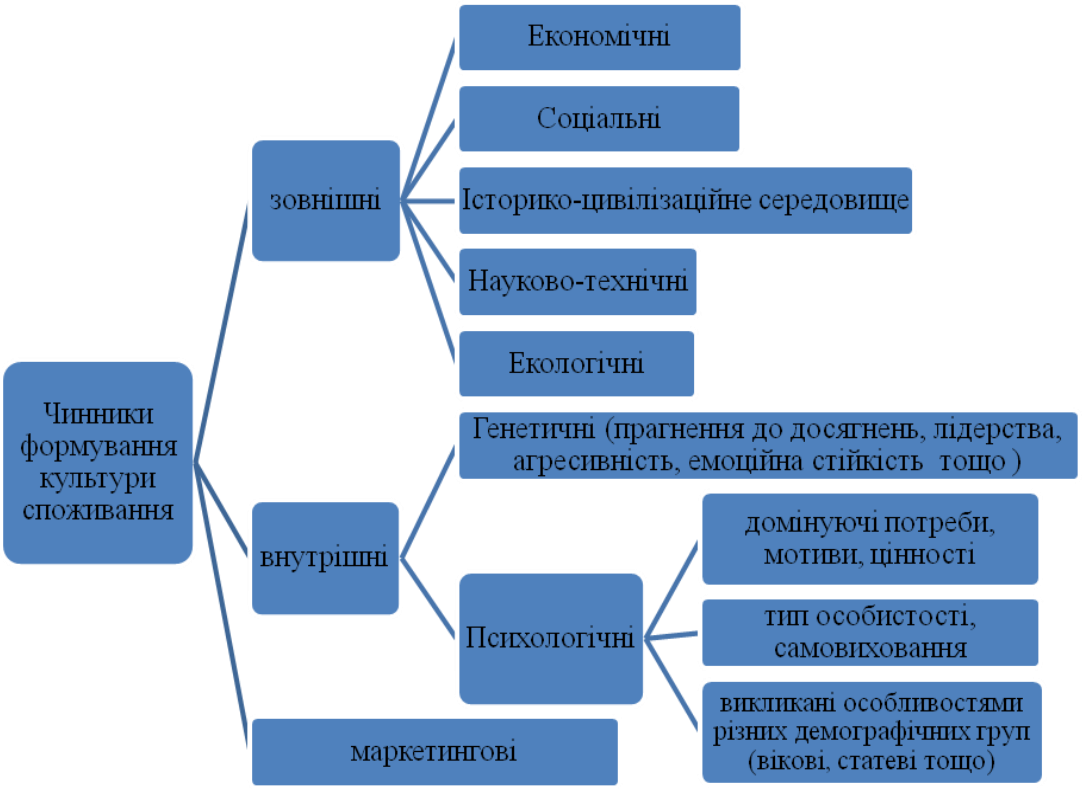


Рис.1. **Чинники формування культури споживання**

Джерело: сформовано авторами на основі власних досліджень та (Рибачук, 2015; Шаманська, 2012)

В Україні за результатами опитування, проведеного центром Разумкова у 2002 р. було виявлено, що майже половина українців відносить себе до середнього класу. Проте якщо розглянути детальніше основні критерії віднесення до певного класу та соціальні статуси, то виявляється, що така оцінка не відповідає реальному стану речей. Дослідження Центру Разумкова показало: якщо в 2007 р. про наявність стабільного доходу повідомили 37 % українців, які вважають себе представниками середнього класу, то в кінці 2014-го – тільки 20 %. Крім того, у цій групі істотно збільшилася частка тих, хто «ледве зводить кінці з кінцями», – з 3,4 % в кризовому 2008 р. до 6,3 % в 2014-му. Цікаво, що при цьому частка українців, які відносять себе до середнього прошарку суспільства, з 2008 р. залишилася незмінною (Рибачук, 2015). Експерти Центру Разумкова стверджують, що тут серед іншого спрацьовує психологічний фактор – людям не хочеться ідентифікувати себе з «нижчим класом».

Така самоідентифікація впливає як на стандарти і культуру поведінки споживачів у процесі купівлі товарів, послуг, так і у процесі споживання. Адже споживачі, які раніше відносили себе до середнього класу з відповідним статусом, рівнем доходів та стандартами споживання, підсвідомо прагнуть залишатися в ньому. Це призводить до того, що вони висувають зокрема завищені вимоги до якості товарів порівняно із своєю платопроможністю.

Історико-цивілізаційне середовище, яке характеризується конкретними економічними, ідеологічними, геополітичними відносинами і зв'язками, матеріальною і духовною культурою, у поєднанні з діючими соціально-психологічними чинниками створює неповторний соціально-психологічний тип особистості з відповідним стилем мислення, сприйняття, соціального самопочуття і благополуччя. Соціально-психологічний клімат такого суспільства створює умови

для формування спільних рис культури споживання. У межах цієї культури є субкультури – групові (формальні й неформальні) та індивідуальні культури споживання, які відрізняються більшою чи меншою автономією, проте формуються завдяки безлічі взаємовпливів і нашарувань поведінки та діяльності не лише сучасних людей, а й досвіду попередніх поколінь (Шамборовський, 2014, с. 248).

Одним із найважливіших впливу на культуру споживання є науково-технічні чинники (НТП). Науково-технічний прогрес викликає постійне виникнення передумов для формування раніше неіснуючих високотехнологічних галузей виробництва на базі нового набутого знання, що призводить до революційних змін як виробництва, так і характеру споживання.

НТП призводить до суттєвих змін у невиробничій сфері, а саме у культурі споживання за двома напрямами: 1) зменшення витрат часу на задоволення біологічних потреб із одночасним зменшенням відмінності в його якості для споживачів із різною платоспроможністю; 2) відповідне збільшення витрат часу на задоволення вторинних потреб (соціальних і духовних) (Погоріла, 2007), у тому числі потреб в приналежності до групи, спілкуванні, самореалізації.

У виробництві нові наукові знання уречевлюються у вигляді оновлених елементів продуктивних сил і продукції. Нова продукція набуває на завершальному етапі виробництва форму нових предметів споживання, які задовольняють потреби більш повно або із меншими витратами у розрахунку на окрему задоволену потребу. Поява нових предметів споживання стимулює появу нових технологій споживання, під якими розуміється варіант, спосіб процесу використання різних наборів матеріальних благ і послуг, які забезпечують певний рівень задоволення потреб людини.

Можлива також ситуація, за якої нові наукові знання породжують нову технологію й культуру споживання, а вона, у свою чергу, породжує потребу у нових предметах споживання, стимулює оновлення виробництва. Наприклад, нові наукові знання про раціональне харчування суттєво змінюють вимоги до структури і якості споживаних продуктів, технологію їх виробництва і виготовлення.

Так, основними пріоритетами щодо якості та безпеки продуктів харчування в Україні, тісно пов'язаних з культурою споживання, що активно формується, на сьогодні є:

– контроль за якістю та безпекою продовольчої сировини і супутніх матеріалів, харчових продуктів, особливо дитячих;

– контроль за безпекою імпортної продукції, особливо виготовленої на основі генетично модифікованих організмів (обов'язкове маркування такої продукції);

– подальше удосконалення нормативно-правової бази, зокрема розроблення національних медико-біологічних вимог і санітарних норм якості продовольчої сировини та харчових продуктів;

– надання громадянам юридичної підтримки у відшкодуванні їм матеріальних і моральних збитків у разі заподіяння шкоди від вживання небезпечних продуктів харчування;

– організація санітарної просвіти населення щодо профілактики харчових отруєнь та аліментарної профілактики негативного впливу дії чинників довкілля.

Вплив науково-технічного прогресу на споживання відбувається за декількаами напрямами, основними серед яких є (Погоріла, 2007):

1) значне збільшення обсягу виробництва предметів споживання;

2) зростання кількості варіантів можливого задоволення потреб, підвищення комплексності задоволення потреб, що зближує потреби різних груп населення одночасно із їх диференціацією за суб'єктами споживання;

3) посилення взаємозамінності матеріальних благ, взаємозв'язку матеріального і духовного начала у споживанні;

4) мінімізація витрат праці споживачів на задоволення потреб. Цьому сприяє дія закону змінних пропорцій, або мінімально ефективного масштабу виробництва;

5) створення нових предметів споживання, які надають можливість підняти цей процес на якісно новий рівень, тобто робить вказані предмети споживання більш престижними. У цьому випадку критерії, за якими споживач вирішує змінити технологію задоволення своєї потреби на більш сучасну, використовуючи нові предмети споживання, переходячи із економічної сфери у соціальну або духовну. Наприклад, автомобіль для багатьох людей – це вже

не стільки засіб пересування, скільки засіб завоювання репутації успішної людини, частина споживчого стандарту;

6) відставання фізичного зносу від морального внаслідок скорочення життєвих циклів високотехнологічних товарів. Наприклад, побутова техніка замінюється не стільки з причини фізичного зносу, і відповідно до більш повного і високоякісного задоволення потреби, у тому числі і відповідно до престижності, а саме через нові властивості предметів споживання. Наприклад, зміна поколінь звуковідтворюючої апаратури через появу нових функцій і через удосконалення існуючих (зміна якості звуку, конструкції і системи запису дисків, умови зберігання) викликає моральний знос апаратури і стимулює бажання споживача замінити її на нову.

Екологічні чинники впливають на культуру споживання товарів внаслідок забруднення навколишнього середовища і підвищення уваги суспільства до цієї проблеми. Підвищення рівня свідомості споживачів та екологічної відповідальності спричиняє появу особливої інноваційної поведінки, яка характеризується якісними змінами у структурі споживання і спрямована на задоволення потреб при використанні меншої кількості засобів та предметів праці (ефективна в умовах обмеженості елементів природно-ресурсного потенціалу за рахунок заміни природних ресурсів штучними) (Попова & Дрозд, н. д.). Інтенсифікація поведінки споживача полягає у зростанні абсолютного рівня споживання в одиницю часу. За наявності такої поведінки споживачів і відповідної споживчої культури необхідно відмітити позитивний ефект, який полягає у можливості одночасного задоволення потреб, у тому числі у сфері відновлення та збереження природно-ресурсного потенціалу. З іншого боку, така інтенсифікація вимагатиме додаткових витрат, які будуть суспільно виправданими лише за умови зростання екологічності та якості продуктів.

Природа вибору певного типу поведінки споживача залежить від ряду факторів. До основних слід віднести пізнавальний (інформативний), емоційний і вольовий фактори (Попова & Дрозд, н. д.). Інформаційний фактор дозволяє споживачам здійснювати порівняння продуктів за окремими екологічними характеристиками. Створення почуттів на рівні підсвідомості, відчуття причетності та відповідальності за екологічні наслідки споживання регулюється емоційним фактором. Вольовий фактор відповідальний за розвинення здатності до самоуправління, що у розрізі забезпечення сталості розвитку проявляється у прагненні до самозбереження споживача, вимушуючи його до усвідомленої активності у напряму раціонального природокористування та зменшення негативного впливу на навколишнє природне середовище. З огляду на вищезазначене, необхідним є більш активне використання виробниками інструментарію екологічного маркетингу у частині вибору певного типу поведінки споживача. Мотивоутворюючими чинниками вибору типу поведінки слід вважати ряд факторів, що характеризують як власну позицію споживача, так і зовнішні умови виробництва благ. Це означає, що основною метою застосування інструментів екологічного маркетингу повинно стати формування екологічної поведінки виробників та активної екологічної позиції споживачів, що у поєднанні дозволить досягнути сталості розвитку національної економіки.

Особливою групою чинників, що також формують культуру споживання, є маркетингові чинники. До них зокрема належать товар та його позиціювання, упаковка, торгові марки, брендинг, цінова політика, реклама (особливо іміджева), пропаганда, паблік рілейшнз, прямий продаж та інші. Згідно з твердженням Вальдівія, розвиток національних ринків разом з феноменом мас-медіа та реклами відбувався з шаленою швидкістю і на початку XXI ст. це стало глобальною реальністю (Valdivia, 2010).

Грамотно розроблений та побудований комплекс маркетингу, спрямований на конкретний цільовий сегмент, вказує споживачу шлях вибору серед багатьох альтернатив, формує його відношення до продукції конкретного виробника та його конкурентів. Усі названі вище елементи маркетингу впливають на вибір споживача і на формування культури споживання надзвичайно потужно. Вивчення такого впливу може бути предметом окремого дослідження.

Останній блок «внутрішні чинники» передбачає врахування генетичних та психологічних аспектів поведінки споживачів, що складається з наступних частин: домінуючі потреби, мотиви, цінності, тип особистості, самовиховання, психологічні особливості різних демографічних груп (вікові, статеві тощо). Генетичні чинники роду та їх вплив на споживчі реакції, які передаються від батьків до дітей, також відіграють важливу роль у розвитку споживчої культури. До генетичних чинників, що впливають на споживчу поведінку та передаються у спадок,

відносимо: емоційну стійкість; соромливість; відчуженість; агресивність; прагнення до досягнень; лідерство; уяву і відчуття благополуччя тощо (Шаманська, 2012).

Все сильніше проявляються наслідки демографічних змін: збільшується число літніх людей і вони хочуть дотримуватися стилю життя більш молодих; зменшується число повноцінних сімей; зростає число працюючих жінок. Поведінка жінок стає, з одного боку, більш емансипованою, вони роблять кар'єру і є активними споживачами «чоловічих» товарів (автомобілі, комп'ютери), а з іншого боку жінки бажають купувати товари, що враховують гендерні відмінності (наприклад, щоб джинси виготовлялися індивідуально для них). Тому з'являється напрям «жіночого» маркетингу (Окландер, 2013).

Надзвичайно важливими чинником формування культури споживання є демографічний чинник, а саме приналежність споживача до певного покоління (старшого або молодшого віку).

З метою дослідження окремих демографічних аспектів споживчої культури нами було визначено обсяг вибірки за формулою (1):

$$n = tI\,yIN / (ДI\,N + tI\,yI) \quad (1)$$

де t – коефіцієнт довіри, який залежить від імовірності того, що гранична помилка не перевищить t-кратну середню помилку; y – дисперсія помилки; $Д$ – гранична задана помилка вибірки; N – число одиниць у досліджуваній генеральній сукупності.

Чисельність населення м. Києва складає 2,9 млн станом на 2015 р., з них 14,8 % діти до 14 років. Тому генеральна сукупність у нашому дослідженні складатиме 2470800 осіб.

Найчастіше у розрахунках обсягу вибірки для маркетингових досліджень спираються на ймовірність 0,954, коли коефіцієнт довіри $t = 2$. Дисперсію при цьому визначають на основі експерименту, пробного дослідження або ж за аналогами. При граничній помилці рівній одиниці обсяг вибірки складе 400 осіб.

В ході дослідження було проанкетовано 400 осіб різного віку, статі і рівня освіти на тему споживання продовольчих товарів, країни походження продукту, відношення до генно-модифікованої продукції, довіри до реклами тощо. Отримані результати наочно показують відмінність у поведінці споживачів різного віку (*рис. 2* та *3*).

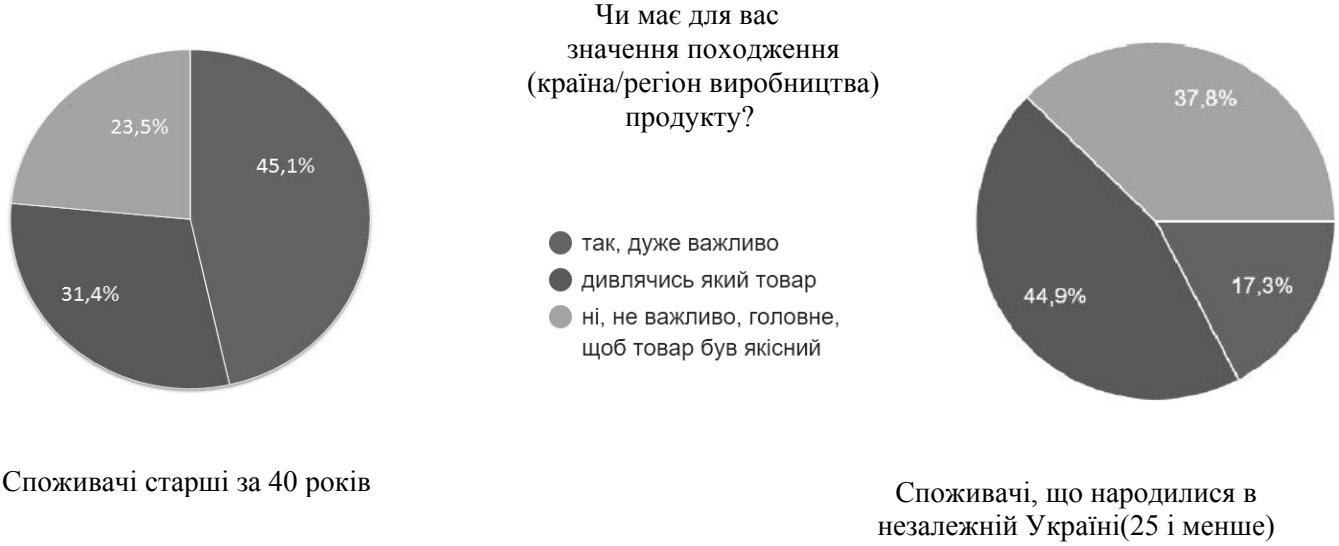


Рис.2. **Відношення споживачів різних вікових груп до походження продукту**

Джерело: сформовано авторами на основі власних досліджень

Як бачимо на діаграмах, важливість походження продукції для старшого покоління, майже в тричі більша. Щоб з'ясувати, в наслідок чого ми отримали такі результати на сьогоднішній день, проаналізуємо ще одне питання.

У споживачів, що виросли в СРСР, прослідковується недовіра до іноземних товаровиробників, 72 % опитаних обирають здебільшого товари вітчизняного виробництва, в той час як для більшості споживачів, що народилися в незалежній Україні (54 %) не має значення країна

походження продукції. Це пояснюється тим, що після розпаду СРСР потік неякісних зарубіжних товарів з Китаю та Східної Європи зруйнував довіру старшого покоління до іноземної продукції. Щодо інших питань, то погляди респондентів здебільшого сходяться, що пояснюється невеликим проміжком часу після розпаду СРСР та впливом на молоде покоління людей, що виросли в ньому.

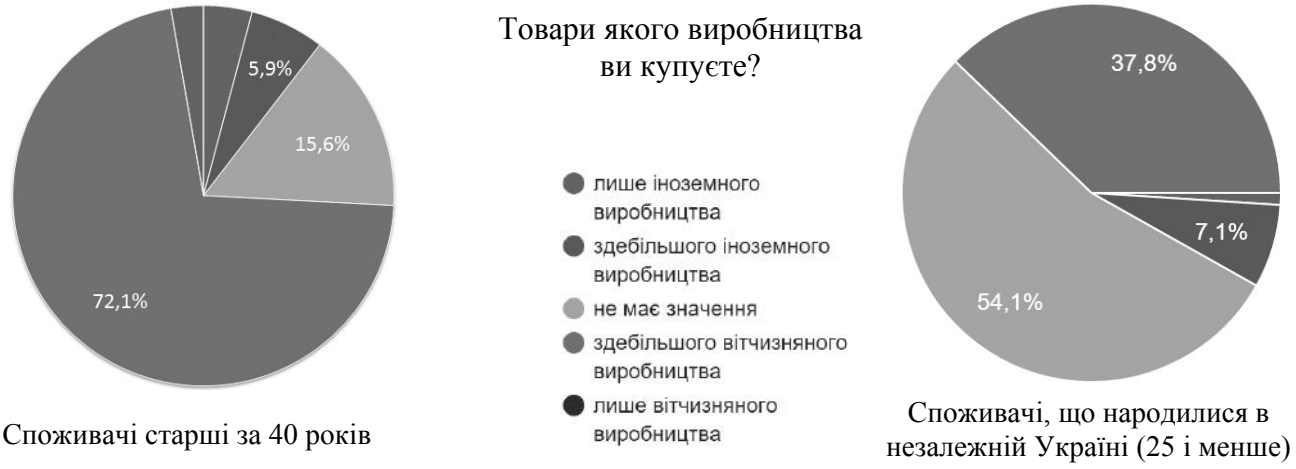


Рис.3. **Переваги споживачів різних вікових груп щодо купівлі товарів вітчизняного та іноземного виробництва**

Джерело: сформовано авторами на основі власних досліджень

Основою нової культури споживання має стати нова економічна реальність. Розвиток ринкових відносин в сучасній Україні відбувається з численними перешкодами неекономічного характеру. Результат, що ми маємо на сьогоднішній день, не задовольняє більшість населення. Корупція й свавілля влади, величезна частка тіньової економіки, низький рівень життя перешкоджають розвитку тих форм культури споживання, які у свою чергу сприяють розвитку економіки й створюють для населення комфортні умови існування. Адже для людей, чиї погляди й переконання формувалися за часів радянського ладу, виникають принципово нові проблеми: неефективне використання грошових ресурсів, споживчий вибір, сприйняття реклами й т. д. При цьому часу на адаптацію немає, оскільки ситуація міняється дуже швидко (Петрущенков & Петрущенкова, 2001, с. 33-37).

Політичні і економічні фактори вже задали спрямованість і кінцеву мету для становлення нової культури споживання. Як швидко це відбудеться і яку форму прийме ця культура – багато в чому залежить від людського фактора. Своє майбутнє люди створюють самі. Купуючи той або інший товар, у тому або іншому магазині, у того або іншого продавця, споживачі сприяють процвітанню одних промислових і торговельних компаній і банкрутству інших. Але слід зазначити, що в українському суспільстві відбувається інституціоналізація особистого споживання, що представляє собою процес формування сукупності норм, цінностей, правил поведінки відносно особистого споживання.

4. Висновки та обговорення одержаних результатів

Результати проведеного дослідження поведінки споживачів та чинників формування культури споживання дають змогу зробити наступні висновки:

1. Культура споживання – це соціально-психологічна характеристика, індивідуальна манера, особливість поведінки людини у сфері споживання, індивідуалізовані форми певного стилю споживчої діяльності. Поняття «глобальна культура споживання» не отримує розвитку в умовах перехідних суспільств та економічних систем і не наповнюється реальним змістом, оскільки набуває специфічних рис в окремих країнах.

2. Культура споживання у певній країні формується під впливом багатьох чинників – зовнішніх, внутрішніх та маркетингових. До зовнішніх слід віднести, насамперед, економічні, політичні, соціальні, екологічні, науково-технічні. Внутрішні чинники відображають вплив генетичних чинників роду, психологічних аспектів та рис споживача, зокрема, домінуючі потреби,

мотиви, цінності, тип особистості, самовиховання, психологічні особливості різних демографічних груп. До маркетингових чинників належать товар та його позиціювання, упаковка, торгові марки, брендинг, цінова політика, реклама, пропаганда, паблік рілейшнз, прямий продаж та інші елементи.

3. Ступінь готовності до змін і сприйняття реальностей ринкової економіки істотно розрізняється серед різних демографічних груп населення. Більшою гнучкістю та адаптивністю до зміни культури споживання володіє молоде покоління, яке виросло в новій соціальній реальності. Вони вже вступили в самостійне життя і майбутнє культури споживання в Україні багато в чому залежатиме від їх життєвої позиції.

Наукова новизна одержаних результатів полягає в уточненні класифікації чинників впливу на культуру споживання на зовнішні, внутрішні та маркетингові.

Одержані результати можуть бути застосовані у процесі формування й реалізації маркетингових стратегій, що дасть змогу підвищити ефективність просування продукції на ринку та конкурентоспроможність підприємств.

Перспективи подальших наукових досліджень полягають у ґрунтовному вивченні культури споживання різних цільових груп, сегментів, та чинників, які на неї впливають з метою пошуку важелів впливу на українських споживачів та подальшого підвищення загального рівня культури споживання.

Література

1. Афанасьева, В. В. (2009). *Общество перепотребления.* Санкт-Петербург: Интерсоцис.
2. Висоцька, О. Є. (2012). *Випереджаюча освіта для сталого розвитку: методологія, методика, технології.* Дніпропетровськ: Акцент ПП.
3. Нархова, Е. Н. (2006). *Культура потребления современных студентов.* Кандидатская диссертация. Єкатеринбург: ЕГУ.
4. Окландер, М. А. (2013). *Сучасні трансформації культурних чинників поведінки споживача.* Відновлено від http://D:/Downloads/evntukpi_2013_10_65.pdf
5. Петрущенков, С. П., & Петрущенкова, Н. В. (2001). *Культура споживання.* Київ: Магістр.
6. Погоріла, Л. М. (2007). *Вплив науково-технічного прогресу на процес споживання.* Відновлено від http://www.rusnauka.com/12.APSN_2007/Economics/20497.doc.htm
7. Попова, О. Ю., & Дрозд, В. В. (н. д.). *Типологія поведінки в забезпеченні сталого розвитку.* Відновлено від http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/16926/1/206-Popova-335-337.pdf
8. Рибачук, Ю. (2015). *Бідний середній клас.* Відновлено від http://news.finance.ua/ua/news/-/344207/bidnyj-serednij-klas
9. Шаманська, О. С. (2012). *Споживча поведінка домогосподарств: основні чинники та мотиви*. Відновлено від http://www.rusnauka.com/9_NND_2012/Economics/6_104898.doc.htm
10. Шамборовський, Г. О. (2014). *Глобальна культура споживання як якісна характеристика соціально-економічного добробуту*. Відновлено від http://www.ekmair.Shamborovs'kyAllowed=y
11. Clotaire Rapaille, G. (2006) *The Culture Code: An Ingenious Way to Understand Why People Around the World Live and Buy as They Do.* Crown Business
12. Macinnis, D. J., Pieters, R., & Hoyer, W. D (2014). *Consumer behaviour*. Cengage Learning Australia Pty Limited.
13. Valdivia, A. N. (2010). *Culture of consumption.* Retrieved from http://www.eolss.net/sample-chapters/c04/e6-33-02-07.pdf

Стаття надійшла до редакції 28.07.2016

Yaroslava Larina
D.Sc. (Economics), Professor,
National University of Life and Environmental Sciences of Ukraine
15 Heroiv Oborony Str., Kyiv, 03041, Ukraine
Dmytro Sytnik
Student, National University of Life and Environmental Sciences of Ukraine
15 Heroiv Oborony Str., Kyiv, 03041, Ukraine

Factors and features of forming of Culture of consumption in Ukraine

Abstract:

1. Introduction. *The current state of cultural consumption in Ukraine, as the Ukrainian economy, politics, social sphere, can be described as a long transition period. Restructuring and the disintegration of the Soviet Union marked the beginning of a new era. The process of breaking the old economic and political system and form a new one. And if the socio-economic relations can change relatively quickly, sometimes we need decades to change the culture. 25 years after the beginning of the transformation of social relations in Ukraine has traced significant changes in relation to consumer purchase processes and consumption of goods and some changes in the value orientation. Problems of the new consumer culture in post-Soviet countries and in other countres we can see in the works of ukrainian and foreign scientists. However, there is no systematic study of factors influence to the formation of consumer culture in modern Ukraine.*

2. Purpose. *The study aims to systematize the factors affecting forming the consumption culture in Ukraine, determine the characteristics of the buying of food consumers of different demographic groups. Object of study is consumer behavior and the factors that affect it. Subject of investigation is a set of theoretical and applied aspects of creating a culture of consumption in Ukraine. General methodological principles of research-compliance system and historical approach to the study of consumer behavior, including culture of consumption. The study used analysis and synthesis; statistical methods; graphical method.*

3. Results. *Culture of consumption, characteristic of the planed, transition and culture consumption in a market economy based on opposing principles. In the first case, the ratio between production and consumption directive establishes a monopoly or state association. The norms and values of consumption and consumer behavior are determined by the features of the distribution. In a market system of secondary production relative to consumption and consumer needs.*

4. Conclusions. *Culture of consumption is influenced by many factors-external, internal and factors of marketing. The external include primarily economic, political, social, environmental, scientific and technical. Internal factors reflect the effects of genetic factors and psychological aspects of consumer, particularly the dominant needs, motives, values, personality type, self-education, psychological characteristics of different demographic groups (age, sex, etc.). Marketing factors include product and its positioning, packaging, trademarks, branding, pricing, advertising (particularly image), promotion, public relations, direct marketing, and others. Prospects for further research are as thorough study of consumer culture and the factors that affect it in order to further increase the general level of culture consumption Ukrainian consumers.*

Keywords: culture of consumption, factors influencing demand, social class, historical and civilizational environment, genetic factors, psychological factors, market factors.

JEL Classification: Z 10.

References:

1. Afanasyeva, V. V. (2009). *Society of overconsumption*. Saint-Petersburg: Yntersotsys (in Russ.).
2. Clotaire Rapaille, G. (2006) *The Culture Code: An Ingenious Way to Understand Why People Around the World Live and Buy as They Do.* Crown Business.
3. Macinnis, D. J., Pieters, R., & Hoyer, W. D (2014). *Consumer behaviour*. Cengage Learning Australia Pty Limited.
4. Narhova, E. N. (2006). *The culture of consumption of modern students.*Candidate's dissertation. Ekaterinburg: JHU (in Russ.).
5. Oklander, M. A. (2013). *Modern transformation of cultural factors in consumer behavior*. Restored from http: /// D: /Downloads/evntukpi_2013_10_65.pdf(in Ukr.).
6. Petruschenkova, S. P., & Petruschenkova, N. V. (2001). *Culture of consumption*. Kyiv: Magistr (in Ukr.).
7. Pohorila, L. M. (2007). *The impact of technological progress on the process of consumption.* Restored from http://www.rusnauka.com/12.APSN_2007/Economics/20497.doc.htm (in Ukr.).
8. Popova, O. J., & Drozd, V. V. (n. d.). *Types of behavior for sustainable development.* Retrieved from http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/16926/1/206-Popova-335-337.pdf (in Ukr.).
9. Rybachuk, J. (2015). *The poor middle class.* Restored from http://news.finance.ua/ua/news/-/344207/bidnyj-serednij-klas (2015) (in Ukr.).
10. Shamans'ka, O. S. (2012). *Consumer behavior of households: key factors and motivations*. Retrieved from http://www.rusnauka.com/9_NND_2012/Economics/6_104898.doc.htm (in Ukr.).
11. Shamborovsky, G. A. (2014). *Global consumption culture as qualitative characteristics of social and economic welfare*. Retrieved from http://www.ekmair.Shamborovs'kyAllowed=y (in Ukr.)
12. Valdivia, A. N. (2010). *Culture of consumption.* Retrieved from http://www.eolss.net/sample-chapters/c04/e6-33-02-07.pdf.
13. Vysotsky, E. E. (2012). A*nticipating education for sustainable development: methodology, technique, technology*. Dnipropetrovsk: Accent PE (in Ukr.).

Received 28.07.2016

УДК 331.5.024.54: 631.115.11

Максим КРОПИВКО
кандидат економічних наук, старший науковий співробітник відділу розвитку підприємництва,
Національний науковий центр «Інститут аграрної економіки», м. Київ, Україна
krop2002@ukr.net

СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНІ НАПРЯМИ РОЗВИТКУ ГОСПОДАРСТВ НАСЕЛЕННЯ В УКРАЇНІ

У статті розглянуто динаміку діяльності господарств населення та їх роль у забезпеченні потреб членів домогосподарств. Наголошено на необхідності розроблення новітніх концептуальних підходів щодо формування теоретичних засад розвитку нашої держави на основі суспільного добробуту. Визначено, що одним із найперспективніших шляхів розвитку господарств населення є стимулювання їхньої спільної діяльності. Вперше сформовано організаційну структуру сільського агарного кластера та науково-обґрунтовано необхідність розвитку його діяльності на засадах соціального підприємництва. Реалізація зазначених теоретичних підходів призведе не лише до розвитку виробничої інфраструктури на території місцевої громади, а й до утворення нових робочих місць, сприятиме збільшенню обсягу доходів членів домогосподарств та зменшенню соціальної напруги у сільській місцевості.

Ключові слова: господарство населення, домогосподарство, потреби людини, суспільний добробут, сільський аграрний кластер, добровільне об'єднання.

1. Актуальність проблеми

Діяльність господарств населення відіграє суттєву роль у забезпечені як продовольчої безпеки, так і збереженні й відтворенні соціокультурного середовища нашої країни. Адже, у середньому за 25 років незалежності України, частка цих господарств у валовому виробництві сільськогосподарської продукції складала понад 50,5 % їхнього загального обсягу. Так лише за останні п'ять років господарствами населення вироблено сільськогосподарської продукції на суму понад 547 млрд грн у постійних цінах 2010 року (Державна служба статистики…, 2016, с. 5).

При цьому у періоди економічних криз чи інших соціальних потрясінь виробництво сільськогосподарської продукції господарствами населення має динаміку до зростання. Відповідно в 1991 р. питома вага цих господарств у валовому виробництві сільськогосподарської продукції рослинництва складала 33,0 %, 1996 – 52,3, 2003 р. – 66,3, у 2010 р. – 51,6, а у 2014 р. – 44,9 % (Там же, с. 5). Така діяльність відіграє не лише суттєву роль у забезпеченні фізіологічних потреб людини, а й за рахунок продажу власно виробленої продукції або наданих послуг, пов'язаних із сільськогосподарським виробництвом чи обслуговуванням, частково забезпечує потреби членів домогосподарств у непродовольчих товарах, реалізації їхнього творчого потенціалу, розвитку й передачу знань та формування навичок молодому поколінню, соціокультурної адаптації селян тощо .

Стан вивчення проблеми. Вирішення проблеми розвитку господарств населення були предметом наукових досліджень багатьох провідних вітчизняних і зарубіжних учених-економістів, зокрема В. Збарського, П. Канінського (Збарський & Канінський, 2008), М. Кропивка, Ю. Лупенка, М. Маліка (Кропивко, Лупенко & Малік, 2013; Малік, 2014), І. Прокопи (Прокопа, 2011), П. Саблука (Саблук & Кропивко, 2011), І. Свиноуса, О. Шпичака (Шпичак & Свиноус, 2008), М. Шульского (Шульський, 2013), В. Юрчишина (Юрчишин, 2015), С. Абу-Сайфана (Abu-Saifan, 2012), Д. Айкмана, К. Маліган (Aikman & Milligan, 2014), Л. Ерхарда (Эрхард, 1991), Дж. Кейнса (Кейнс, 1978), В. Парето (Pareto, 1953), М. Роджена, О. Саллі (Roger & Sally, 2007) та інших дослідників.

Невирішені питання. Разом з тим, незважаючи на вагому значимість господарств населення у виробництві сільськогосподарської продукції й розвитку соціокультурного середовища нашої країни, ще й нині науковцями практично не розроблено ні теоретичних підходів щодо розвитку

© Кропивко М., 2017

господарств населення, ні чітких і послідовних механізмів підтримки їхньої діяльності на державному чи місцевих рівнях управління та самоврядування.

2. Мета і методи дослідження

Метою статті є розробка наукових засад і практичних рекомендацій щодо соціально-економічних розвитку господарств населення в умовах трансформування економіки України.

Досягнення вказаної мети передбачає вирішення таких завдань:

– обґрунтувати роль і значення господарств населення у забезпеченні потреб людини;

– дослідити теоретичні засади функціонування господарств населення;

– надати пропозиції щодо розвитку господарств населення у сучасних умовах.

Об'єкт дослідження – процес розвитку господарств населення.

Предмет дослідження – теоретичні, методичні та практичні аспекти соціально-економічного розвитку господарств населення в умовах трансформації економіки.

Методологічною основою дослідження є діалектичний принцип пізнання та системний підхід до вивчення економічних явищ і процесів, а також різні прийоми абстрактно-логічного методу, зокрема: аналіз і синтез, індукція і дедукція, аналогія та співставлення, за допомогою яких здійснювалося обґрунтування ролі господарств населення у забезпеченні потреб людини, досліджувалися теоретичні засади функціонування домогосподарств, формулювалися висновки й пропозиції щодо подальшого їх розвитку.

Інформаційною базою дослідження послужили законодавчі й нормативно-правові акти України, дані Державної служби статистики України, Міністерства аграрної політики та продовольства України, наукові публікації провідних зарубіжних і вітчизняних вчених з проблеми розвитку домогосподарств населення, науково-аналітична інформація мережі Інтернет, а також особисті спостереження автора.

3. Основні результати дослідження

Особливість функціонування господарств населення України полягає, насамперед, у випливові результатів їхньої діяльності на забезпечення потреб членів домогосподарств. При цьому функціонування домогосподарства можливе лише за рахунок органічного поєднання діяльності усіх його секторів, адже будь-який з цих секторів забезпечує цілісне існування й розвиток усіх сфер домогосподарства. У той же час розвиток домогосподарства тісно пов'язаний із потребами окремо взятого його члена, а потреби, відповідно до досліджень А. Лісового, є внутрішніми збуджуючими стимулами діяльності людини, тобто це стан незадоволення, який людина хоче змінити, або задоволення, яке вона хоче продовжити (Лісовий, н. д.).

При цьому І. Комарницький стверджує, що «… з одного боку, людина виступає як біологічна істота і для її функціонування об'єктивно необхідними є продукти харчування, одяг, житло. Такі потреби називають фізичними потребами. З іншого боку, людина – це соціальна істота, тому багато її потреб визначаються необхідністю спілкуватися, брати участь в управлінні, мати певний рівень освіти, культури, прагненням виділитися з-поміж інших людей, самореалізуватись» (Комарницький, н. д.).

У цілому ж нині в світовій практиці виділяються величезна сукупність потреб людини, які класифікуються за багатьма ознаками, що пояснюється багатогранністю й складністю людської природи. На *рис. 1* нами виділено п'ять основних видів потреб, які члени господарств населення можуть частково забезпечити за рахунок ведення господарської діяльності та продажу частини виробленої продукції.

Так до фізіологічних потреб людини відносяться продовольчі й непродовольчі товари, а також різні види послуг. Відповідно до методики визначення прожиткового мінімуму будь-якій людині для ведення життєдіяльності необхідно забезпечити споживання наступних продовольчих товарів: хліба, м'яса, ковбаси, сала, риби, молока, сиру твердого, яєць, картоплі, гречки, рису, макаронів, помідорів або огірків, фруктів та ягід (Міністерство праці…, 2000).

До непродовольчих товарів відносяться: готовий одяг (швейні та трикотажні вироби), взуття, господарчо-побутові товари, культтовари, медикаменти, предмети санітарії та гігієни,

синтетичні миючі засоби, а до послуг – побутові послуги: пошиття та ремонт одягу і взуття, ремонт меблів і побутової техніки, культурно-освітні послуги, послуги зв'язку, медичні та ритуальні послуги (Кабінет Міністрів…, 1999).

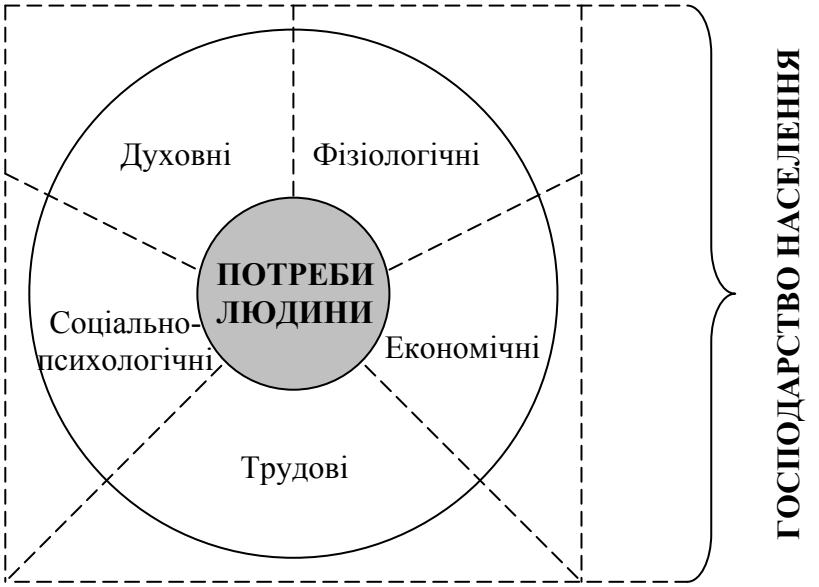


Рис. 1. **Класифікація груп потреб людини, які можна забезпечити за рахунок діяльності господарства населення**

Джерело: розроблено автором на основі (Міністерство праці…, 2000; Кабінет Міністрів…, 1999; Корсак & Плахотнік, 2014; Орбан-Лембрик, 2013; Винокуров & Скрипюк, 2010)

Група економічних потреб охоплює насамперед забезпечення можливості як самої праці та її зміни, так і відповідної винагороди за результати. Самі економічні умови повинні бути такими, щоб людина могла чесною працею забезпечити собі бажаний рівень життя. Результати досліджень уможливлюють стверджувати, що до основних економічних потреб людини варто відносити потреби, які виникають після забезпечення фізіологічних потреб і відповідають смаковим, соціальним і трудовим уподобанням окремо взятої людини, а також забезпеченості її комфортного життя, у т. ч. й медико-біологічним і суспільним нормативам, отриманню послуг до ступеня, що знімає фізичні і стресові перевантаження, продуктами інформаційних технологій тощо (Корсак & Плахотнік, 2014).

Група трудових потреб людини включає наступні основні потреби: потребу у фізичній праці відповідно до сформованих інтересів, забезпечення можливості її здійснення необхідними ресурсами та матеріальним і моральним відшкодуванням затрачених зусиль, а також відповідності місцевим і регіональним особливостям умов існування та ведення трудової чи підприємницької діяльності (Орбан-Лембрик, 2013a).

До соціально-психологічних потреб людини належать, насамперед, потреби у біосоціально спорідненому угрупованні людей, починаючи з сім'ї. Відповідно, до цих потреб відносяться: потреба в спілкуванні з іншими членами суспільства, визначення свого місця в ієрархії взаємовідносин та соціального статусу, потреба створення сім'ї, усвідомлення етнічної належності, естетичні й інтелектуальні потреби, потреби в похвалі і заохочуванні, суспільному визнанні, реалізації її творчого потенціалу, соціальному престижі тощо (Орбан-Лембрик, 2013b).

Духовні потреби людини – це прагнення пізнавати навколишній світ і своє місце в ньому, самореалізація, самовдосконалення, самопізнання. Відповідно, до цих потреб відносяться: потреби людини у віросповіданні, відвідуванні кіно, театру, картинних галерей, читанні художньої літератури, тобто все те, що розвиває особистість (Винокуров & Скрипюк, 2010).

Так відповідно до специфіки ведення господарювання члени домогосподарств, що здійснюють сільськогосподарську діяльність як з метою самозабезпечення продуктами харчування, так і з метою виробництва товарної сільськогосподарської продукції в змозі за рахунок ведення

діяльності у господарствах населення частково забезпечити фізіологічну потребу у продовольчих товарах шляхом продукування необхідної сільськогосподарської продукції. У той же час за рахунок продажу цієї продукції або надання послуг, пов'язаних із сільськогосподарським виробництвом чи обслуговуванням, частково забезпечити частину непродовольчих товарів та інших потреб, у т. ч. й духовних.

При цьому, чим більший рівень забезпечення потреб будь-якої людини, тим кращий її добробут. У той же час, як стверджують представники неокласичної економічної школи, розвиток ринкової економіки неминуче призводить до нерівномірного розподілу доходу, а отже й нерівномірності у добробуті різних членів суспільства.

А тому, як довів В. Парето, неможливо розглядати загальний добробут суспільства через суму добробутів його членів, а рух у бік оптимуму можливий лише при такому розподілі ресурсів, що збільшує добробут принаймні однієї людини, не завдаючи шкоди нікому іншому. Свої дослідження вчений сформулював у так званому «оптимуму». Відповідно до цього оптимуму В. Парето наголошував, що «…кожна людина найкраще може оцінити свій добробут, суспільний добробут визначається лише в одиницях добробуту окремих людей, добробут окремих особистостей є неспівставні» (Pareto, 1953).

При цьому оптимум добробуту досяжний лише при державному впливі на використання ресурсів і розподіл доходів (оскільки вирівнювання доходів максимізує суму корисностей в суспільстві). Адже, відповідно до висновків Дж. Кейнса, «… держава, впливаючи своєю макроекономічною політикою на рівень зайнятості ресурсів і національного доходу, визначає тим самим і рівень добробуту» (Кейнс, 1978).

Практично усі представники неокласичної економічної школи схилялися до надзвичайного впливу держави на покращення добробуту різних членів суспільства, шляхом перерозподілу їхніх доходів і створення умов щодо стимулювання розвитку різних видів діяльності цих членів.

Практична реалізація теорії суспільного добробуту відбулася у післявоєнній Німеччині шляхом проведення економічної реформи Людвіга Ерхарда. Відповідно до розробленим ним неоліберальної концепції розвитку добробуту членів суспільства має забезпечуватися:

1) поєднанням регулювання з конкуренцією;

2) відновленням і стабільністю грошового обігу;

3) соціальною безпекою членів суспільства і справедливістю у всіх сферах їхньої життє-діяльності (Эрхард, 1991).

Так, відповідно до концептуальних підходів Л. Ерхарда, в основі регулювання економічних відносин має бути забезпечення неможливості обмеження конкуренції різних форм господарювання з монополістичними, олігархічними чи іншими організаційно-економічними структурами, які у силу своїх переваг мають змогу впливати на процес розвитку «досконалого конкурентного середовища». При цьому «досконале конкурентне середовище» є основою розвитку соціальної економіки і, відповідно до висновків послідовників неокласичної економічної школи, означає – ситуацію на ринку, де представлено велику кількість продавців і покупців ідентичного (стандартизованого) товарного продукту, тобто практично однорідного продукту з однаковими споживчими властивостями. Таким стандартизованим товарним продуктом можуть бути, наприклад, цукор, пшениця певного сорту, акції фірми, цемент певної марки. Особливість досконалої конкуренції полягає в тому, що окремий продавець не може встановлювати ціну, яка перевищує ринкову, оскільки покупці можуть придбати необхідну кількість товару в інших продавців за ринковою ціною.

Ще однією необхідною до виконання умовою щодо практичної реалізація теорії суспільного добробуту є створення стабільності у грошовому обігу, а саме – недопущення інфляції грошової одиниці. Практично недопущення інфляції є однією із основних запорук розвитку як бізнесу, так і економіки країни. Це підтверджується не лише досвідом європейських країн, а й України.

Так нині в нашій країні спостерігається стагнація усіх ланок економіки. Постійне зменшення вартості національної грошової одиниці призводить не лише переведення фінансових заощаджень населення до більш стабільних і стійких валют, а й зменшення виробництва у реальному секторі економіки, недовіри як членів домогосподарств, так і інвесторів до української

грошової одиниці, гри на пониження вартості гривні на фінансовому ринку, збільшення кредитних ставок і фінансового тиску на населення нашої держави і, як наслідок, збільшення цін на продукцію, що виробляється та зменшення рівня життя більшості українців.

І ще однією з найбільш важливих умов розвитку суспільства, згідно теорії суспільного добробуту, є соціальна безпека членів суспільства і справедливість у всіх сферах їхньої життєдіяльності. При цьому створення соціальної безпеки і справедливості відбувається, насамперед, не через надання країною субсидій чи інших видів державної допомоги членам домогосподарств, а шляхом розвитку підприємницької діяльності членів суспільства, здійснення заходів щодо стимулювання діяльності і добровільних формальних чи неформальних об'єднань членів місцевих громад, здійснення суттєвого державного контролю за цінами на ринках збуту виробленої продукції, а також дотацій галузям, що мають першочергове значення для економіки країни, а саме – сільського господарства, гірничодобувної та кораблебудівної галузей.

Ще одним прикладом реалізації теорії суспільного добробуту є реалізація моделі соціальної держави Гунара Мюрдаля у Швеції. Відповідно до його концепції створення «Держави добробуту» особливість соціальної моделі розвитку Швеції полягає у впровадженні системи законодавчих, економічних і соціальних гарантій членам суспільства. При цьому головною умовою підвищення добробуту для працездатного населення є рівні умови щодо ведення підприємницької діяльності, а для непрацездатного – створення умов та надання певного рівня життєзабезпечення (Глух, н. д.).

У концепції «Держави добробуту» Г. Мюрдаля державі також відводиться основна роль у забезпеченні соціального захисту населення і розвитку підприємницької діяльності. Так основними напрями діяльності держави має бути: забезпечення членів суспільства високим прожитковим мінімумом і надання матеріальної допомоги тим, кому внаслідок об'єктивних чинників вона необхідна, призупинення дії привілеїв стосовно тих, хто не має в них потреби; створення умов, які дозволяють громадянам заробляти кошти для повноцінного життя будь-якими засобами, що не суперечать закону; створення умов, що забезпечують задоволення високого рівня потреб громадян у освіті, медичній допомозі, тощо; забезпечення сприятливих умов праці для найманих робітників, захист їх від негативного впливу ринкової економіки; забезпечення екологічної безпеки членів суспільства; захист громадян від злочинних намагань; захист громадянських та політичних прав і свобод, що відповідають принципам правової, соціальної держави; захист від політичного переслідування та адміністративного свавілля; забезпечення свободи духовного життя, захист від ідеологічного тиску; створення сприятливого соціально-психологічного клімату як в цілому у суспільстві, так і в окремих осередках та структурних утвореннях, захист від психологічного пресингу; забезпечення максимальної стабільності громадського життя.

Натомість в Україні, поки що, не вироблено єдиної концепції розвитку як економіки в цілому, так і сільського господарства зокрема. Практично єдиним теоретичним підґрунтям щодо розвитку нашої країни у пострадянський період була реалізація принципу «невидимої руки ринку» згідно теорії ринкової економіки Адама Сміта, заснованої на принципі «лесе фер» («laissez faire», від фр. – дозволяти діяти, не заважати йти своїм ходом). Суть цього принципу у тому, що природний порядок, заснований на ліберальній економічній ідеї вільного підприємництва та невтручання держави в господарську діяльність, не має порушуватися ніякими зовнішніми чинниками. Переваги ринкового механізму саморегулювання реалізуються лише за умов, коли «…кожній людині, доки вона не порушує законів справедливості, дозволяється цілком вільно діяти на свій розсуд у власних інтересах і конкурувати своєю працею та капіталом» (Тарасевич & Петрун, 2013).

У результаті реалізації цих теоретичних підходів в Україні виникла олігархічна модель розвитку економіки, за якої відбувається «… створення замкнених груп олігархічного спрямування, яка базується на державно-монополістичній власності та орієнтуються на пріоритетний розвиток експортоорієнтованої й сировинної моделі економіки» (Соскін, 2010). Наслідком такої діяльності є, передусім, зниження життєвого рівня більшості населення нашої країни, у т. ч. й членів сільських домогосподарств.

Незважаючи на досить позитивні процеси щодо впровадження органами державної влади й самоврядування реформ, ці заходи не мають комплексності. Так лише за останні два

роки в нашій державі було впроваджено 75 законодавчих документів щодо реформ у різних галузях економіки та управління, з яких 8 – можна віднести до реформування у галузі аграрного виробництва. Проте зазначену діяльність можна охарактеризувати як імплементацію частини законодавства Європейського Союзу у відповідь на фінансовий і політичний тиск європейської спільноти та частини соціуму нашої держави. Відповідно й результати такої діяльності мають незначні фінансові та соціальні ефекти.

Враховуючи зазначене, нині перед Україною постають виклики, пов'язані з формуванням новітніх концептуальних підходів щодо розвитку нашої держави, заснованих засадах суспільного добробуту. Практика успішної реалізації цих засад доводить необхідність поступового відходу від шляху бюджетної підтримки розвитку не інвестиційної спрямованості, у т. ч. й дотацій жителям нашої країни за надані послуги, регулювання цінової політики, адекватно до рівня життя, забезпечення заходів щодо зупинки девальвації національної грошової одиниці, створення умов щодо розвитку малих форм підприємницької діяльності, а також технічної, юридичної та організаційної підтримки органами місцевого самоврядування реалізації задумів щодо шляхів подальшого розвитку господарств населення.

При цьому, враховуючи сучасні реалії й історично сформоване негативне сприйняття членами домогосподарств ведення колективної діяльності, органам місцевого самоврядування необхідно провадити практику стимулювання і підтримки розвитку добровільних об'єднань цих господарств шляхом створення кооперативних або кластерних структур, заснованих на принципах соціального підприємництва.

Так, незважаючи на давні традиції які існують у нашій країні щодо меценатства, благодійності й доброчинної діяльності, нині в науці та суспільстві лише формується розуміння особливостей соціального підприємництва. При цьому М. Роджер і О. Саллі у своїй праці «Social Entrepreneurship: The Case for Definition» зазначають, що необхідно відрізняти соціальні підприємства від соціального підприємництва (Roger & Sally, 2007). Так підприємець, який створив підприємство, що провадить свою діяльність у сфері надання соціальних послуг не є соціальним підприємцем, хоча й виконує вагомі соціальні завдання. Яскравим прикладом такого підприємництва є реалізація задуму з будівництва у сільській місцевості школи або створення громадської бібліотеки. Проте, як зазначають М. Роджер і О. Саллі, вплив цих підприємств на розвиток суспільства є обмеженим і забезпечує лише виконання окремих соціальних завдань.

Водночас, соціальний підприємець веде активну соціальну діяльність і впливає на інших членів суспільства з метою розвитку місцевих громад і підвищення соціальної активності їхніх членів. При цьому, як стверджує Самер Абу-Сайфан, соціальні підприємці працюють в межах двох бізнес-стратегій (Abu-Saifan, 2012):

1. Некомерційне використання доходів: соціальне підприємство виконує гібридний вид діяльності, який поєднує соціальну та комерційну підприємницьку діяльність для досягнення самодостатності. У цьому випадку, соціальний підприємець створює підприємство чи організацію, які виконують одночасно соціальні та комерційні завдання, а доходи чи прибуток, отриманий у результаті виконання цих завдань, використовуються тільки для подальшого поліпшення надання соціальних цінностей.

2. Некомерційна місія: бізнес соціального призначення пов'язаний з виконанням соціальної і комерційної діяльності, який водночас, спрямований на досягнення стійкості. У цьому випадку, соціальне підприємство є фінансово незалежним, а його засновники та інвестори можуть отримати економічний ефект від вкладення капіталу.

При цьому, як стверджують спеціалісти http://www.schwabfound.org/The Schwab Foundation for Social Entrepreneurship, нині існують три види соціальних підприємств, а саме (Aikman & Milligan, 2014, p. 48-50):

1. *Заставне некомерційне підприємство*, за якого підприємець створює некомерційну організацію з метою впровадження соціальних інновацій. Заставні некомерційні підприємства залежать від зовнішнього фінансування благодійними фондами чи організаціями, які кровно зацікавлені у виконанні соціально-значущих проектів.

2. *Гібридне некомерційне підприємство*, за якого підприємець створює некомерційну організаційно-економічну структуру, господарська модель якої передбачає деяку ступінь відшкодування витрат за рахунок продажу товарів і надання послуг установам, громадським і

приватним організаціям, а також цільовим групам населення. При цьому, з метою забезпечення у повному обсязі необхідних потреб клієнтів, які відносяться до незабезпечених верств населення, підприємець повинен мобілізувати інші джерела фінансування з державного та / або благодійних секторів.

3. *Соціальне ділове підприємство,* за якого підприємець створює некомерційну організацію або підприємство, з метою забезпечення соціальних послуг чи виробництву екологічної продукції. При цьому, головна мета діяльності такого підприємства полягає не в максимізації фінансових результатів, а у впровадженні соціально-значущих проектів із залученням якомога більшої чисельності людей, які потребують результатів цих проектів. Накопичення багатства не є пріоритетом у діяльності такого підприємця, а прибуток реінвестується в підприємство для фінансування його розширення.

Тобто головною метою діяльності добровільних об'єднання господарств населення є виконання соціальних завдань залишаючись, при цьому, фінансово самодостатньою організаційно-правовою формою господарювання, що досягається шляхом поєднанням соціальних і прибутково-орієнтованих заходів, зменшенням залежності від благочинних меценатських внесків чи фінансуванням своєї діяльності за рахунок державного або місцевих бюджетів.

У цілому ж, враховуючи сучасні процеси щодо децентралізації влади й управління, ініціатором створення підприємства-інтегратора має виступати, насамперед, представник місцевого органу самоврядування, який має позитивне реноме у членів місцевої громади і протягом тривалого часу забезпечував збереження та розвиток соціальної інфраструктури території сільських громад.

Враховуюче зазначене, перспективну організаційну структуру добровільного об'єднання господарств населення можна відобразити у формі сільського агарного кластера (САК), яка наведена на *рис. 2*.

Так на першому етапі розвитку добровільного об'єднання господарств населення підприємству-інтегратору необхідно дослідити можливість реалізації цього задуму за рахунок потужностей місцевої громади. При цьому, на даному етапі відбувається як визначення організаційно-правової форми підприємства-інтегратора, так і обрання Ради учасників кластеру, яка включатиме найбільш активних членів місцевої громади та представників підприємства-інтегратора.

До компетенції Ради учасників кластеру входитимуть питання визначення довго, середньо й короткострокових завдань, формування стратегії розвитку, шляхів, напрямів і механізмів досягнення завдань цієї стратегії, контролювання діяльності САКу й захист інтересів членів домогосподарств, а також інші організаційні аспекти функціонування й провадження господарської діяльності.

У разі досягнення попередньої згоди щодо створення САКу підприємство-інтегратор на договірних засадах з господарствами населення починає забезпечувати ці господарства необхідною продукцією та послугами. Так, відповідно до сучасних вимог щодо вирощування худоби, первинної переробки тваринницької продукції й формування цілісного виробничого ланцюга, внутрішня структура підприємства-інтегратора, окрім безпосередніх потужностей які забезпечуватимуть потребу у кормах, має також включати й потужності з надання зооветеринарних послуг населенню та консультаційних послуг. З цією метою у внутрішній структурі підприємства-інтегратора окрім цехів з кормовиробництва, зооветобслуговування й первинної переробки продукції рослинництва і тваринництва, доцільно сформувати маркетингову групу, а також силами менеджменту підприємства налагодити інформаційно-консультаційне обслуговування господарств населення. Така дорадча служба не лише надаватиме необхідні консультації членам домогосподарств щодо вирощування їхньої худоби, а й займатиметься широким колом питань, пов'язаних із фінансово-економічною, виробничою та збутовою діяльністю САКу. Так економістом-бухгалтером окрім надання необхідних консультацій щодо цінової політики підприємства необхідно також надавати членам місцевої громади послуги з питань пенсійного забезпечення, роз'яснення законодавчих аспектів щодо врегулювання майнових питань і суперечок, тарифів на отримані членами господарств населення товари й послуги, допомагати у виборі найефективнішого варіанту реалізації їхніх задумів тощо. Відповідно: агроном-інженер і зоотехнік-інженер окрім виконання безпосередніх заходів, пов'язаних із забезпеченням виробничого процесу

САКу, мають надавати членам місцевої громади консультації й з інших аспектів виробництва сільськогосподарської продукції у їхніх господарствах, а економіст-маркетолог – надавати селянам інформацію щодо сучасної маркетингової кон'юнктури на місцевих ринках збуту, а також допомагати у виборі найбільш оптимального варіанту реалізації їхньої продукції.

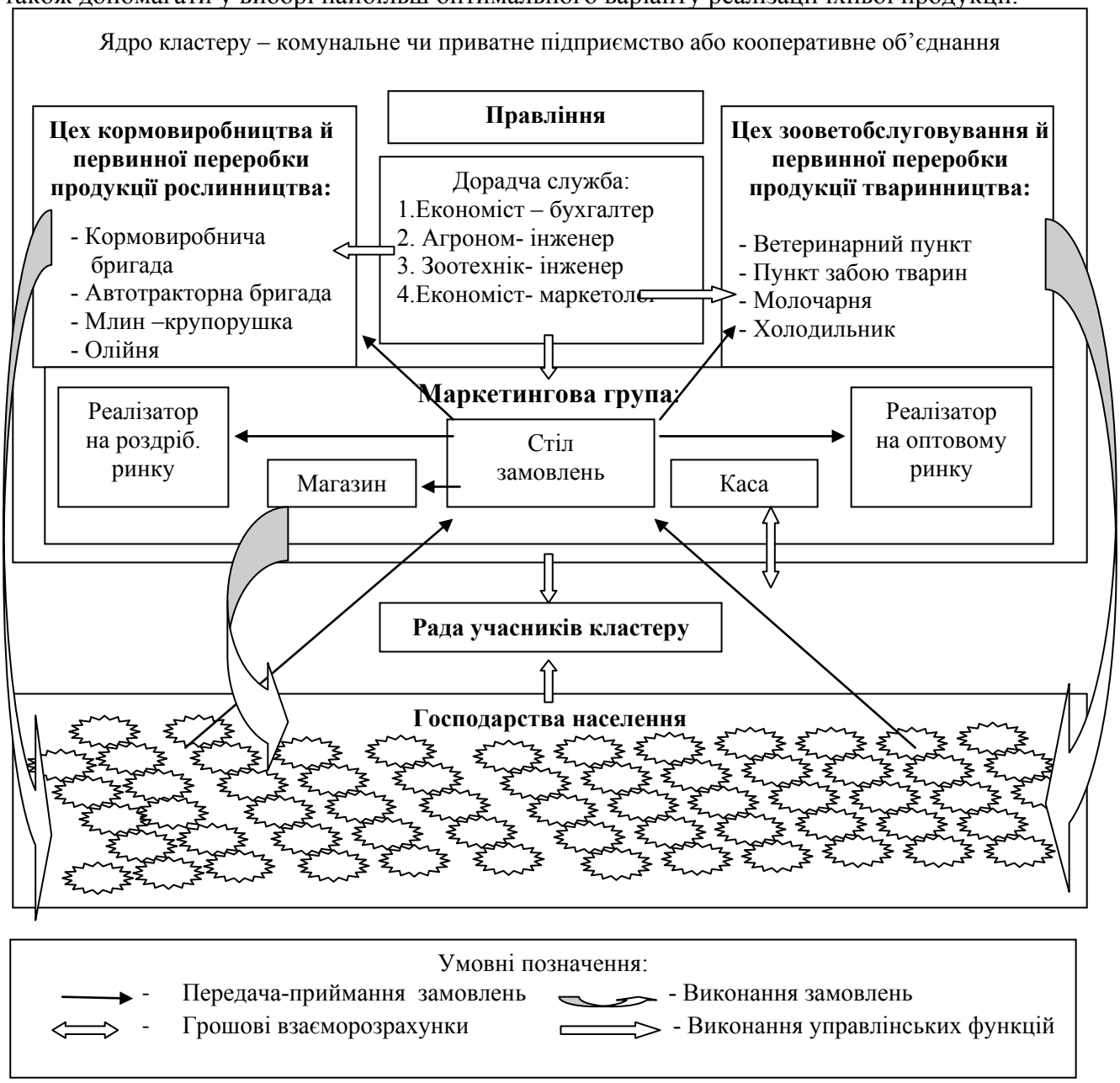


Рис. 2. **Перспективна організаційна структура сільського аграрного кластера**

Джерело: розроблено на основі власних досліджень та узагальнень

Функціонування ж маркетингової групи, крім виконання управлінських функцій щодо приймання-передачі замовлень на необхідні господарствам населення товари чи послуги, або реалізації виробленої продукції на роздрібних чи оптових ринках, також провадитиме взаєморозрахунки по придбаній продукції та наданих послугах. З цією метою маркетинговій групі доцільно створити потужності, що прийматимуть замовлення від селян, розраховуватимуться за вироблену у господарствах продукцію чи отримані членами домогосподарств товари і послуги, а також здійснюватимуть реалізацію виробленої підприємством-інтегратором та господарствами населення продукції.

При цьому, у разі необхідності, цех кормовиробництва й первинної переробки продукції рослинництва може надати господарствам населення не лише корма, а й забезпечить їхні

потреби у агротехнічних послугах, перероблені вирощеної у цих господарствах продукції та наданні членам місцевої громади послуг з автомобільного перевезення і транспортування вантажу. У свою чергу, цех зооветобслуговування й первинної переробки продукції тваринництва, окрім виконання необхідних для підприємства-інтегратора виробничих функцій, може надавати господарствам населення послуги з переробки і зберігання тваринницької продукції, проведення необхідних ветеринарних заходів та ветеринарного обслуговування їхньої худоби, перевірки якості виробленої тваринницької продукції тощо.

У цілому ж, розвиток САКу призведе не лише до розвитку виробничої інфраструктури на території місцевої громади, а й до утворення робочих місць, сприятиме збільшенню обсягу доходів членів домогосподарств та зменшенню соціальної напруги у сільській місцевості.

Висновки та обговорення одержаних результатів

Проведені дослідження уможливили стверджувати наступне:

1. Особливість функціонування господарств населення України полягає, насамперед, у впливові результатів їхньої діяльності на забезпечення потреб членів домогосподарств. Так, у результаті ведення господарської діяльності та продажу частини виробленої господарствами населення продукції члени домогосподарств можуть забезпечити п’ять основних видів потреб, а саме: фізіологічні, економічні, трудові, соціально-психологічні та духовні.

2. Нині в Україні не вироблено єдиної концепції розвитку як економіки в цілому, так і сільського господарства зокрема. Досвід розвитку економічно-розвинених країн доводить, що необхідно поступово відходити від бюджетної підтримки розвитку не інвестиційної спрямованості, розробити й впроваджувати заходи з регулювання цінової політики, а також створити відповідні умови щодо розвитку малих форм підприємницької діяльності, у т. ч. частини господарств населення.

3. Враховуючи сучасні реалії та історично сформоване негативне сприйняття членами домогосподарств ведення колективної діяльності, органам місцевого самоврядування необхідно провадити практику стимулювання і підтримки розвитку добровільних об’єднань цих господарств шляхом створення кооперативних або кластерних структур, заснованих на принципах соціального підприємництва. При цьому, головною метою діяльності таких об’єднань має бути направленість на виконання соціальних завдань залишаючись, водночас, фінансово самодостатньою організаційно-правовою формою господарювання.

Наукова новизна одержаних результатів полягає у в обґрунтуванні теоретико-методичних підходів щодо розвитку добровільних об’єднань господарств населення, заснованих на принципах соціального підприємництва.

Практичне значення одержаних результатів полягає в тому, що реалізація пропозицій автора призведе не лише до розвитку виробничої інфраструктури на території місцевої громади, а й до утворення робочих місць, сприятиме збільшенню обсягу доходів членів домогосподарств та зменшенню соціальної напруги у сільській місцевості

Перспективи подальших наукових розвідок полягають у необхідності більш ґрунтовних досліджень та розроблення новітніх концептуальних підходів щодо розвитку нашої держави, заснованих на засадах суспільного добробуту.

Література

1. Винокуров, Л. В., & Скрипюк, И. И. (Ред.). (2010). *Организационная психология*. Санкт-Петербург: Питер.
2. Глух, Н. А. (н. д.). *Г. Мюрдаль: синтез институционализма и шведской школы*. Восстановлено от http://gallery.economicus.ru/cgibin/frame_rightn.pl?type=in&links=./in/myrdal/lectures/myrdal_l1.txt&img=lectures_small.jpg&name=myrdal.
3. Державна служба статистики України (2016). *Статистичний бюлетень «Валова продукція сільського господарства України за 2015 рік (у постійних цінах 2010 року)»*. Київ: Автор.
4. Збарський, В. К., & Канінський, П. К. (2008). Тенденції розвитку особистих селянських господарств. *АгроІнКом, 5-6*, 56-62.

5. Кабінет Міністрів України (1999, березень 1). *Постанова № 310 «Про затвердження Положення про визначення вартості непродовольчих товарів і послуг та вартості утримання житла при формуванні межі малозабезпеченості»*. Відновлено від http://zakon3.rada.gov.ua/ laws/show/310-99-D0%BF/conv/print1456316851684065.
6. Кейнс, Дж. (1978). *Общая теория занятости, процента и денег* (Пер. с англ.). Москва: Экономика.
7. Комарницький, І. Ф. (н. д.). *Економічна теорія. Економічні потреби, їх класифікація та умови задоволення*. Відновлено від http://buklib.net/books/33779.
8. Корсак, К. В., & Плахотнік, О. В. (2014). *Основи сучасної екології*. Київ: МАУП.
9. Кропивко, М. Ф., Лупенко, Ю. О., & Малік, М. Й. (2013). *Підвищення конкурентоспроможності та соціальної спрямованості агропромислового виробництва на основі розвитку кластеру* (М. Ф. Кропивко, Ред.). Київ: ННЦ ІАЕ.
10. Лісовий, А. В. (н. д.). *Мікроекономіка. Поняття потреби, види потреб. Економічні блага*. Відновлено від http://westudents.com.ua/glavy/21770-21-ponyattya-potrebi-vidi-potreb-ekonomchn-blaga.html.
11. Малік, М. Й. (2014). Формування та розвиток кооперативних відносин в аграрній сфері економіки України. *Економіка АПК,7*, 17-21.
12. Міністерство праці та соціальної політики України (2000, травень 17). *Наказ № 109/95/157 «Про затвердження Методики визначення прожиткового мінімуму на одну особу та для осіб, які відносяться до основних соціальних і демографічних груп населення»*. Відновлено від http: //zakon5.rada.gov.ua/laws/show/z0347-00.
13. Орбан-Лембрик, Л. Е. (2013a). *Психологія управління*. Київ: Академвидав.
14. Орбан-Лембрик, Л. Е. (2013b). http://irbis.npu.edu.ua/cgi-bin/irbis64r/cgiirbis_64.exe? LNG= uk&Z21ID=&I21DBN=KV&P21DBN=KV&S21STN=1&S21REF=5&S21FMT=fullwebr&C21CO M =S&S21CNR=10&S21P01=0&S21P02=0&S21P03=M=&S21STR=*Соціальна психологія*. Київ: Академвидав.
15. Прокопа, І. В. (2011). *Господарства населення в аграрному виробництві і сільському розвитку*. Київ: Інститут економіки та прогнозування НАН України.
16. Саблук, П. Т. & Кропивко, М. Ф. (Ред.). (2011). *Управління комплексним розвитком агропромислового виробництва і сільських територій*. Київ: ННЦ ІАЕ.
17. Соскін, О. (2010). Визначення національної економічної моделі України: порівняльний аналіз можливих альтернатив. *Актуальні проблеми економіки, 1*, 27-47.
18. Тарасевич, В. М., & Петрун, Ю. Є. (2013). *Історія економічних вчень*. Київ: Центр учбової літератури.
19. Шпичак, О. М., & Свиноус, І. В. (2008). *Реалізація продукції особистим селянським господарством – витрати, ціни, ефективність*. Київ: ННЦ ІАЕ.
20. Шульський, М. Г. (2013). *Особисті господарства населення: стан, можливості і перспективи*. Львів: Край.
21. Эрхард, Л. (1991). *Благосостояние для всех* (Пер. с нем.). Москва: Начала-Пресс.
22. Юрчишин, В. В. (2015). Сільські території як системоутворюючі фактори розвитку аграрного сектора економіки. *Економіка АПК, 3*, 3-10.
23. Abu-Saifan, S. (2012). Social Entrepreneurship. Definition and Boundaries. *Technology Innovation Management Review, February*, 22-27.
24. Aikman, D, & Milligan, K. (2014). Leadership in Social Enterprise. *How to Manage Yourself and the Team, May*, 56.
25. Pareto, V. (1953). On the Economic Phenomenon. *International Economic Papers, 3*, 184-185.
26. Roger, M., & Sally, O. (2007). *Social Entrepreneurship: The Case for Definition. Stanford Social Innovation Review*. New York: Spring.

Стаття надійшла до редакції 11.08.2016

Maxim Kropyvko
PhD (Economics), Senior researcher of enterprise development,
National Scientific Center «Institute of agrarian economy»
10 Geroiv Oborony Str., Kyiv, 03127, Ukraine

Socio-Economic Directions of development of Economies of Population are in Ukraine

Abstract:

1. Introduction. *Activity of economies of population plays a substantial role providing of physiology necessities of man and necessities of members of housekeeping in unfood commodities, realization of their work, transmission of knowledge and skills to the young generation. However without regard to ponderable researches of this problem, presently in Ukraine it is practically worked out neither theoretical approaches in relation to development economies population nor clear and successive mechanisms of support of their activity on state or local levels of management and self-government.*

2. Purpose. *The aim of the article is development of scientific principles and practical recommendations in relation to the socio-economic to development economies of population in the conditions of transformation of economy. The achievement of the indicated aim envisages the ground of role of economies of population, research of theoretical principles of their functioning and making of suggestions in relation to further development in modern terms. A research object are economies of population, and by his object - them socio-economic development. Dialectical principle of cognition, approach of the systems and different receptions of abstractly-logical method, comes forward as methodological basis of research. Legislative acts and statistical data of Ukraine, publication of leading scientists served an infobase.*

3. Results. *The economies of population provide five basic types of necessities for the members, namely: physiology, economic, labour, socialpsychological and spiritual. In modern terms there is a necessity of the newest approaches in relation to development of our state, based on principles of public welfare. Gradual abandonment is envisaged from budgetary support and conditioning of development of small forms of entrepreneurial activity. It is necessary to carry out practice of stimulation and support of development of voluntarily associations of these economies the organs of local self-government by creation of the co-operative or cluster structures based on principles of social enterprise.*

4. Conclusions. *Taking into account the specific of functioning of economies of population, their influence on providing of necessities of members of housekeeping, one of the most perspective ways of development of this form of menage there is stimulation of their joint activity by creation rural agrarian to the cluster. The scientific novelty of the got results consists in the theoretical ground of voluntarily associations of the economies of population, based on principles of social enterprise, and practical value - in the increase of volumes of acuestss of members of housekeeping. The prospect of further researches in this direction is working of approaches in relation to development of our state on principles of public welfare.*

***Keywords*:** farming population, household, human needs, public welfare, rural agriculture cluster, a voluntary association.

***JEL Classification*:** D19.

References:

1. Abu-Saifan, S. (2012). Social Entrepreneurship. Definition and Boundaries. *Technology Innovation Management Review, February*, 22-27.
2. Aikman, D, & Milligan, K. (2014). Leadership in Social Enterprise. *How to Manage Yourself and the Team, May*, 56.
3. Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy (2016). *A statistical bulletin is the "Gross products of agriculture of Ukraine for 2015 (in the permanent costs of 2010) "*. Kyiv: Author (in Ukr.).
4. Erkhard, L. (1991). *Welfare for all* (Trans.). Moscov: Nachala-Press (in Russ.).
5. Glukh, N. A. (n. d.). *Г. Мюрдаль: synthesis of ynstytutsionalyzm институциализма and Swedish school*. Retrieved from http://gallery.economicus.ru/cgibin/frame rightn.pl?type=in&links=./in/ myrdal/lectures/myrdal l1.txt&img=lectures _ small.jpg&name=myrdal (in Russ.).
6. Kabinet Ministriv Ukrainy (1999, March 1). *Resolution № 310 "About claim of Statute about determination of cost of unfood commodities and services and upkeep of accommodation costs at forming of limit of scanty means"*. Retrieved from http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/310 - 99 - D0%BF/conv/print1456316851684065 (in Ukr.).
7. Keins, J. (1978). General theory of employment, percent and money (Trans.). Moscov: Ekonomika (in Russ.).
8. Komarnyts'kyj, I. F. (n. d.). *Economic theory. Economic necessities, their classification and terms of pleasure*. Retrieved from http://buklib.net/books/33779 (in Ukr.).

9. Korsak, K. V., & Plakhotnik, O. V. (2014). *Bases of modern ecology*. Kyiv: MAUP (in Ukr.).
10. Kropyvko, M. F., Lupenko, Yu. O., & Malik, M. J. (2013). *An increase of competitiveness and social orientation of agroindustrial production is on the basis of development to the cluster* (M. F. Kropyvko, Ed.). Kyiv: NNTs IAE (in Ukr.).
11. Lisovyj, A. B. (n. d.). *Microeconomics. Concepts of necessity, types of necessities. Economic blessing*. Retrieved from http://westudents.com.ua/glavy/21770-21-ponyattya-potrebi-vidi-potreb-ekonomchn-blaga.html (in Ukr.).
12. Malik, M. J. (2014). Forming and development of cooperative relations is in the agrarian sphere of economy of Ukraine. *Ekonomika APK (Economy of APK), 7*, 17-21 (in Ukr.).
13. Ministerstvo pratsi ta sotsial'noi polityky Ukrainy (2000, May 17). *Order № 109/95/157 "About claim of Methodology of determination of living wage on one person and for persons that behave to basic task and demographic forces of population"*. Retrieved from http://zakon5.rada.gov.ua/ laws/ show/z0347 - 00 (in Ukr.).
14. Orban-Lembryk, L. E. (2013a). *Management psychology*. Kyiv: Akademvydav (in Ukr.).
15. Orban-Lembryk, L. E. (2013b). *Social psychology*. Kyiv: Akademvydav (in Ukr.).
16. Pareto, V. (1953). On the Economic Phenomenon. *International Economic Papers*, *3*, 184-185.
17. Prokopa, I. V. (2011). *Economies of population are in an agrarian production and rural development*. Kyiv: Institute of economy and prognostication of NAN of Ukraine (in Ukr.).
18. Roger, M., & Sally, O. (2007). Social Entrepreneurship: The Case for Definition. Stanford Social Innovation Review. New York: Spring.
19. Sabluk, P. T. & Kropyvko, M. F. (Eds.). (2011). *Management complex development of agroindustrial production and rural territories*. Kyiv: NNTs IAE (in Ukr.).
20. Shpychak, O. M., & Svynous, I. V. (2008). *Realization of products by the personal peasant economy are charges, prices, efficiency*. Kyiv: NNTs IAE (in Ukr.).
21. Shul's'kyj, M. H. (2013). *Personal economies of population : the state, possibilities and prospects*. Lviv: Kraj (in Ukr.).
22. Soskin, O. (2010). Determination of national economic model of Ukraine : comparative analysis of possible alternatives. *Aktual'ni problemy ekonomiky (Issues of the day of economy), 1*, 27-47 (in Ukr.).
23. Tarasevych, V. M., & Petrun, Yu. Ye. (2013). *History of economic manoeuvres*. Kyiv: Tsentr uchbovoi literatury (in Ukr.).
24. Vinokurov, L. V., & Skripiuk, I. I. (Eds.). (2010). *Organizational psychology*. Saint-Petersburg: Piter (in Russ.).
25. Yurchyshyn, V. V. (2015). Rural territories as системоутворюючі factors of development of agrarian sector of economy. *Ekonomika APK (Economy of APK), 3*, 3-10 (in Ukr.).
26. Zbars'kyj, V. K., & Kanins'kyj, P. K. (2008). Progress of the personal peasant economies trends. *AhroInKom (AhroInKom), 5-6*, 56-62 (in Ukr.).

Received 11.08.2016

МІКРО- ТА МАКРОЕКОНОМІЧНІ АСПЕКТИ МЕНЕДЖМЕНТУ В СФЕРІ КУЛЬТУРИ

MIKRO- AND MACROECONOMIC ASPECTS OF MANAGEMENT IN SPHERE OF CULTURE

УДК 338.24.01

Аліна ГРУШИНА
аспірант кафедри публічного управління та гуманітарних наук,
Національна академія керівних кадрів культури і мистецтв, Київ, Україна
alinalinanet@ukr.net

МЕТОДИКА ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВИМИ РЕСУРСАМИ ЗАКЛАДІВ КУЛЬТУРИ КЛУБНОГО ТИПУ

У статті розглянуто поняття «ефективність», «ефективність стратегічного управління». Проаналізовано методичні підходи щодо оцінки ефективності стратегічного управління та ефективності управління фінансовими ресурсами. Визначено основні параметри оцінки ефективності, враховуючи при цьому відповідні етапи стратегічного управління організацією. Запропоновано комплексний підхід щодо оцінки ефективності стратегічного управління фінансовими ресурсами закладів культури та алгоритм оцінки ефективності управління фінансовими ресурсами, що на відміну від інших враховує специфіку сфери діяльності клубних закладів. Відповідний алгоритм дозволить здійснювати аналіз стратегічного управління організаціями культурного комплексу з метою подальшої розробки ефективної моделі управління фінансовими ресурсами, яка б орієнтувала діяльність на конкретний результат.

***Ключові слова*:** методика оцінки, ефективність, стратегічне управління, фінансові ресурси, клубні заклади.

1. Актуальність проблеми

Сучасний процес безперервної конкуренції на ринку стає передумовою породження проблеми оцінки ефективності стратегічного управління фінансовими ресурсами, як гаранта існування організації в майбутньому. Ріст конкуренції в комерційному секторі національної економіки та, водночас, бездіяльність державних установ культури, які доживають останні дні за рахунок бюджетних коштів держави, унеможливлюють вихід на ринок послуги таких організацій як клубні заклади культури. Відповідно, «традиційна схема» державної підтримки та розвитку культурного комплексу, який є відкритою системою та постійно піддається впливу зовнішнього та внутрішнього середовища, зумовлює економічний інтерес лише на рівні міжбюджетних відносин, причому тільки зі сторони закладів культури, з метою залучення державних «траншів».

Стан вивчення проблеми. Питанням аналізу й оцінки ефективності управління організацією займались вчені різних поколінь та шкіл, серед них зарубіжні науковці І. Бланк (Бланк, 2006), К. Клаузвіц (Клаузвіц, 1934), Е. Росс (Росс, 2004) та ін. Значна увага ефективності стратегічного управління фінансовими ресурсами приділена вітчизняними вченими М. Бердар (Бердар, 2012), С. Джерелейко (Джерелейко, 2010), Касьяновою (Касьянова, 2008), Г. Мохонько (Мохонько, 2009), Н. Розумович (Розумович, 2016), С. Хвостенком (Хвостенко, 2011) та ін. Дослідники І. Дзвінчук (Дзвінчук, 2011), Т. Кізима (Кізима, 2014), (Рудченко, 2011) чимало займались проблемою регулювання фінансових ресурсів саме у сфері культури і мистецтва.

© Грушина А., 2017

Невирішені питання. Проте, попри ґрунтовні дослідження науковців в напряму державного регулювання фінансовими ресурсами культурно-мистецького комплексу та наукових доробків щодо методики оцінки стратегічного управління, чіткої позиції щодо оцінки ефективності стратегічного управління в цілому та конкретно фінансовими ресурсами клубних закладів культури немає. Незадовільний стан закладів клубного типу свідчить про актуальність даної проблеми та вимагає нагальних рекомендацій щодо вирішення питань оцінки ефективності стратегічного управління їх фінансами.

2. Мета і методи дослідження

Метою дослідження є узагальнення методик щодо оцінки стратегічного управління фінансовими ресурсами закладів культури клубного типу.

Досягнення вказаної мети передбачає вирішення наступних завдань:

– розкрити зміст ефективності стратегічного управління фінансовими ресурсами;

– проаналізувати основні методичні підходи щодо оцінки стратегічного управління;

– обґрунтувати комплексний підхід до оцінки ефективності стратегічного управління фінансовими ресурсами закладів культури.

Об'єкт дослідження – процес стратегічного управління фінансовими ресурсами організацій соціокультурної сфери.

Предмет дослідження – методика оцінки ефективності стратегічного управління фінансовими ресурсами закладів культури.

Теоретико-методологічною основою дослідження є діалектичний, системний та історичний підходи до вивчення економічних процесів, фундаментальні положення економічної теорії, наукові здобутки провідних вчених, присвячені проблемам стратегічного менеджменту.

У роботі використано як загальнонаукові так спеціальні методи: системний підхід – для з'ясування сутнісних характеристик ефективності стратегічного управління фінансовими ресурсами; абстрактно-логічний, термінологічний, методи аналізу та синтезу – для узагальнення методичних підходів щодо оцінки ефективності стратегічного управління та управління фінансовими ресурсами.

Інформаційною базою дослідження послужили наукові праці вітчизняних і зарубіжних вчених з проблем стратегічного менеджменту та ефективності управління фінансовими ресурсами, довідкова література, відомості мережі Internet.

3. Основні результати дослідження

При формуванні методичного підходу до розробки стратегії управління фінансовими ресурсами, одним із важливих моментів залишається дослідження критерію ефективності та стійкості цієї стратегії на предмет можливості її використання в процесі стратегічного управління підприємством. Успішність прийняття управлінських рішень щодо стратегічних орієнтирів та дій організацій, в першу чергу, базується на визначенні системи збалансованих показників, що дають змогу охарактеризувати ефективність діяльності організації на ринку в конкурентних умовах. Таким чином, результат впровадження розробленої системи управління залежить від управління фінансовими ресурсами організації.

При поширенні впровадження стратегічного управління фінансовими ресурсами постали питання його оцінки, а відповідно, і змістовного навантаження категорії ефективності в процесі стратегічного та фінансового менеджменту. Вперше питанням ефективності стратегічного управління займались військові теоретики, наукові висновки яких знайшли відображення в працях засновників теорії стратегічного управління. Так, К. Клаузевіц у фундаментальній праці «Про війну» пише: «Монарх або полководець, який вміє спрямувати воєнні дії, у повну відповідність до цілей та засобів і робить не дуже багато і не дуже мало, дає цим доказ власної геніальності» (Клаузевиц, 2004).

В науковій літературі набуває поширення концептуальний підхід до визначення сутності ефективності стратегічного управління з позиції його стійкості, яка демонструє

здатність організації досягати місії й поставлених цілей при постійній турбулентності та впливі навколишнього та внутрішнього середовища, зберігаючи при цьому свою цілісність та збалансований розвиток. Це явище відображає здатність суб'єкта підприємницької діяльності зберігати свою цілісність, здійснювати діяльність відповідно до стратегічного плану, незважаючи на різносторонні впливи (Мохонько, 2009). З огляду на це, ефективність стратегічного управління можна розглядати з концептуального напряму стійкості. Один із таких напрямів запропонований науковцем Н. Касьяновою. На її погляд основною категорією, яку доцільно застосовувати під час оцінки ефективності стратегічного управління, є категорія стійкості функціонування відносно поставлених цілей, що характеризує внутрішню властивість будь-якої організації досягати поставлених цілей в своїй діяльності. Стійкість відносно цілі стратегічного розвитку є інформативною категорією, зазначає науковець, на відміну від стійкості в класичному значенні, яка тлумачиться вченими як здатність системи повертатися у збалансований стан при зовнішніх мінливих впливах, хоча б тому, що «стійкість щодо поставленої мети може бути кількісно інтерпретована, тобто може бути вказано ступінь стійкості, тоді як стійкість в класичному значенні слова не можна описати кількісно» (Касьянова, 2008).

Враховуючи те, що стратегічне управління фінансовими ресурсами носить за мету забезпечення раціонального розподілу фінансових ресурсів задля збереження конкурентних переваг на ринку та досягнення поставлених цілей підприємства, цікавою є наукова праця вищезгаданого автора в напряму дослідження економічної стійкості. Дослідник зазначає, що «економічна стійкість підприємства як економічної системи припускає збалансований стан економічних ресурсів, який забезпечує стабільну прибутковість і нормальні умови для розширеного відтворення на основі зростання прибутку та капіталу в тривалій перспективі з урахуванням зовнішніх і внутрішніх чинників в умовах

Розглянутий вище підхід до оцінки ефективності стратегічного управління з позиції стійкості руху організації до поставленої мети зумовлює необхідність повернення до системного підходу, в основі якого лежить дослідження об'єктів як систем і який орієнтує дослідження на розкриття цілісності об'єкта і механізмів, що її забезпечують та виявлення багатоваріантних типів зв'язків складного об'єкта (Дідович, 2010, с. 37). Такий підхід до ефективності стратегічного управління дозволяє візуалізувати уявлення про складне явище стратегічного управління та його ефективність у вигляді ієрархічної системи моделей, які описують цілісні якості об'єкта, його структуру та динаміку. Такий підхід дозволяє виділяти мету розвитку підприємства в якості первинного елементу системи (Бажин, 2004).

Аналіз наукової літератури свідчить про те, що серед вчених не існує єдиного узгодженого погляду щодо методики оцінки стратегічного управління фінансовими ресурсами. Оцінка результатів стратегічного управління організацією має на меті об'єднання більшості систем показників в різних напрямах діяльності суб'єкта, задля оцінки й аналізу ефективності прийнятих рішень та дій на кожному з етапів процесу стратегічного управління. Таким чином, значну увагу дослідники приділяють оцінюванню вже сформованої функціональної стратегії, дехто розглядає доцільність оцінки стратегії лише на етапі її реалізації.

В. Хвостенко в своїй науковій роботі вказує, що оцінка ефективності стратегії носить дещо вірогіднісний характер на етапі розробки самої стратегії управління фінансовими ресурсами та остаточний (точніший) – на етапі її впровадження (Хвостенко, 2011). Тому, вважає дослідник, варто приділити увагу місцю оцінки фінансової стратегії як в процесі її формування так і під час реалізації та після впровадження останньої. Так, І. Бланк розглядає оцінку стратегії управління фінансовими ресурсами як аналітичний процес, який допомагає зрозуміти чи досягне організація в умовах змінного фінансового середовища, з допомогою розробленої стратегії, поставлених цілей (Бланк, 2006). О. Кривицька, в свою чергу, процес оцінки стратегії управління фінансовими ресурсами розглядає як заключний етап стратегічного управління організацією, тобто оцінку вже реалізованої стратегії (Кривицька, 2005).

Така розбіжність поглядів зумовлює розроблення комплексного підходу до оцінки функціональної стратегії за всіма етапами її впровадження, обґрунтувавши при цьому її місце в загальній системі стратегічного управління фінансовими ресурсами організації (*табл. 1*).

Табл. 1. **Класифікація параметрів оцінки стратегічного управління фінансовими ресурсами організації**

Джерело: адаптовано з (Хвостенко, 2011)

Параметри	**Концептуальні вимоги до оцінки стратегічного управління фінансовими ресурсами організації з використанням параметрів**	**Етап стратегіч-ного управління**	**Метод оцінювання**
Відповідність системи стратегічного управління фінансовими ресурсами загальній та функціональним стратегіям	У процесі такої оцінки виявляють ступінь узгодженості цілей, напрямів та етапів у реалізації стратегії	Розробка стратегії	Соціологічний (експертний метод) Економетричні методи Стратегічний аналіз
Узгодженість стратегії управління фінансовими ресурсами організації з прогнозованими змінами зовнішнього середовища	У процесі такої оцінки визначають, якою мірою розроблена стратегія відповідає прогнозному розвитку економіки країни та змінам кон'юнктури ринку за її сегментами.	Розробка стратегії / Реалізація стратегії	Стратегічна діагностика: (STEP-аналіз, SWOT-аналіз, SPACE-аналіз, GAP-аналіз, метод аналізу LOTS, PIMS-аналіз, модель GE/McKinsey)
Відповідність стратегії управління фінансовими ресурсами організації внутрішньому потенціалу можливостей реалізації такої стратегії	Така оцінка дає змогу визначити, наскільки напрями і форми стратегічного управління фінансовими ресурсами організації взаємозв'язані з можливостями формування внутрішніх фінансових ресурсів, організаційною структурою управління	Розробка стратегії / Реалізація стратегії	Економічний (стратегічний фінансовий аналіз)
Допустимий рівень ризиків при впровадженні стратегії управління фінансовими ресурсами	Визначає, наскільки рівень цих ризиків допустимий для фінансової діяльності такого підприємства з позицій можливого розміру фінансових втрат та з позицій прогнозування загрози банкрутства	Реалізація стратегії	Економічний (контролінг)
Економічна ефективність реалізації стратегії управління фінансовими ресурсами організації	Здійснюється на основі прогнозних розрахунків системи основних фінансових коефіцієнтів і заданих цільових стратегічних нормативів	Реалізація стратегії / завершення впровадження	Економічний (контролінг) Економетричний
Позаекономічна ефективність реалізації фінансової стратегії	Враховуються зростання ділової репутації підприємства, підвищення рівня керованості фінансовою діяльністю структурних підрозділів; підвищення рівня матеріальної і соціальної задоволеності фінансових менеджерів	Реалізація стратегії / завершення впровадження	Економічний (оцінка менеджменту)

Так, вчені С. Хвостенко, І. Бланк, Е. Станиславчик, В. Пономаренко схильні стверджувати, що оцінку стратегічного управління фінансовими ресурсами доцільно здійснювати керуючись відповідними параметрами, які можна оцінити на етапі розробки стратегії та параметри про дотримання або ж недотримання яких можна здійснювати оцінку лише у процесі та після реалізації обраної стратегії. Таким чином, дослідник В. Хвостенко пропонує розподіляти параметри оцінки ефективності стратегії на параметри оцінки формування та параметри оцінки реалізації (Хвостенко, 2011).

Враховуючи невичерпність класифікацій параметрів оцінки стратегії, які в будь-якому випадку оцінюють кінцеві результати формування та реалізації стратегічного рішення та з погляду системного підходу, можна стверджувати, що ці параметри отримані на виході з системи стратегічного управління. При цьому, якщо не проводити оцінку параметрів на вході в систему, кінцевий результат не виправдає очікувань. З огляду на вище окреслене та в результаті аналізу наукової літератури, нами запропоновано вже існуючу класифікацію параметрів оцінки стратегічного управління фінансовими ресурсами відповідно до етапів стратегічного управління підприємством, що в певній мірі є універсальною для управління організацією та є основними у напряму здійснення оцінки фінансової стратегії.

Отже, проаналізувавши наукові доробки науковців у напряму оцінки ефективності стратегічного управління та відповідно до його етапів, можна зробити висновок, що не існує єдиного методу оцінки стратегічного управління по тій причині, що кожен із етапів та напрямів стратегічного управління передбачає унікальний комплекс методів та інструментів оцінки, що доповнюють один одного в залежності від об'єкта оцінювання.

На нашу думку, основними властивостями стратегічного управління фінансовими ресурсами будь-якого суб'єкта підприємницької діяльності є його результативність, здатність утримувати конкурентні переваги та позиції як щодо фінансових ресурсів так і підприємства в цілому.

Основним етапом при розробці ефективної стратегії організації є стратегічний аналіз, за допомогою якого відбувається раціональний вибір стратегій серед альтернативних варіантів. Оскільки, необхідність дослідження методів оцінки ефективного стратегічного управління та використання фінансових ресурсів обумовлена дилемою ефективного функціонування та досягнення гармонійного балансу організації із зовнішнім середовищем та фінансовою системою держави, стратегічний фінансовий аналіз приймає пряму участь в стратегічному управлінні. Зазначений аналіз являється основним методом оцінки результативності та прогнозної ефективності стратегічного управління на етапі розробки та реалізації будь-якої стратегії, а його метою, як і стратегічного аналізу в цілому є пошук альтернативних варанів поведінки підприємства в конкурентному середовищі в майбутньому періоді.

Важливим в процесі аналізу фінансових ресурсів організації є узгодженість окремих завдань між собою і вирішення їх з позиції оптимальності, з метою найбільш ефективної реалізації головної мети стратегічного управління, в даному випадку загальної та фінансової стратегії підприємства, зазначає вчений-економіст М. Бердар (Бердар, 2010). Вирішення таких задач сприяє досягненню основної мети аналізу фінансових ресурсів, а саме – отриманню обмеженої кількості ключових параметрів, що відображають точну оцінку явищ, процесів та змін, які пов'язані з фінансовими ресурсами організації, а також задовольняють інформаційні потреби досліджень в довгостроковій перспективі.

І. Бланк в своїй науковій роботі «Фінансова стратегія підприємства» визначав стратегічний фінансовий аналіз як комплексний процес, що передбачає дослідження факторів впливу макро та мікросередовища на ефективність здійснення фінансової діяльності організацією з метою виявлення можливостей і напрямів її розвитку в майбутньому періоді. Кінцевим продуктом стратегічного фінансового аналізу є модель стратегічної фінансової позиції підприємства, яка всесторонньо і комплексно характеризує передумови і можливості його розвитку в розрізі кожної із стратегічних домінуючих сфер діяльності. Однією із найважливіших передумов здійснення стратегічного фінансового аналізу є визначення його основних об'єктів. Враховуючи зміст кінцевого його продукту, основним інтегрованим продуктом є основні стратегічні напрями фінансового розвитку організації (Бланк, 2006).

Таким чином, фінансовий аналіз є передумовою етапу реалізації стратегії, оскільки дає змогу визначити наскільки узгодженою є сформована стратегія з фінансовим потенціалом та можливостями організації і служить основним методом оцінки ефективності розробленої стратегії. Так, ефективність фінансової стратегії організації в більшості залежить від глибинного фінансового аналізу як вихідного етапу розробки стратегії і являє собою процес дослідження впливу факторів зовнішнього середовища на результати діяльності з метою виявлення подальших напрямків розвитку зазначає дослідник В. Гросул (Гросул, 2014). М. Понкратов, в свою чергу, зазначає, що під час «постановки довгострокових цілей і вироблення ефективної стратегії, стратегічний аналіз має дати реальну оцінку власних ресурсів і можливостей відносно стану зовнішнього середовища, в яких працює підприємство» (Понкратов, 2006 с. 2). Отже, фінансовий аналіз дає змогу здійснювати інформаційно-аналітичне забезпечення процесу стратегічного управління при використанні систематизації, порівняння, агрегування звітних даних, показників розвитку середовища організації, а його зміст має випливати з визначення можливостей та загроз зовнішнього фінансового середовища та дослідження фінансового потенціалу.

Так, предметом стратегічного фінансового аналізу стає дослідження умов в якому функціонує підприємство та фінансове середовище в якому воно знаходиться. Особливість

стратегічного фінансового аналізу полягає в тому, що він є не тільки ретроспективним, а й прогнозним і дозволяє здійснювати оцінку прогнозного стану фінансового потенціалу під впливом можливих змін окремих факторів та умов. Це, в свою чергу, визначає необхідність використання спеціальних методів та інструментів проведення відповідного аналізу, які складають основу методики оцінки ефективності стратегічного управління фінансовими ресурсами. Система основних методів стратегічного фінансового аналізу (*табл. 2*), що відображає спеціальні методи, при необхідності може бути доповнена і традиційними методами аналізу, в залежності від особливостей галузі та сфери діяльності організації.

Табл. 2. **Система основних методів стратегічного фінансового аналізу**

Метод	Сутність методу
SWOT-аналіз	Метод дозволяє ідентифікувати і оцінити міру впливу, а також визначити силу взаємодії різноманітних факторів зовнішнього оточення і внутрішнього середовища підприємства з метою встановлення його стратегічної позиції та вироблення напряму стратегії
PEST-аналіз	Інструмент, призначений для виявлення політичних, економічних, соціальних і технологічних аспектів зовнішнього середовища, що можуть вплинути на стратегію
SNW-аналіз	Метод призначений для здійснення аналізу інформації про внутрішнє середовище суб'єкта управління
STEP - аналіз	Дозволяє охарактеризувати зовнішню економічну ситуацію комплексно, оцінюючи вплив чинників: суспільних, технологічних, економічних, політичних, правових. Аналіз здійснюється за схемою "чинник - підприємство"
SPACE-аналіз	Дозволяє контролювати функціонування підприємства за чотирма координатами, що характеризує безпосередню макрооточення фірми, а також її внутрішній потенціал
Аналіз GAP	Призначений знайти методи розробки стратегії та методи управління, які дозволяють привести справи у відповідність із найбільш високим рівнем вимог
PIMS-аналізу	Дозволяє проаналізувати вплив обраної стратегії на величини прибутковості компанії шляхом використання емпіричної моделі, що пов'язує широкий діапазон стратегічних і ситуаційних змінних з величиною прибутковості компанії
Модель Хофера-Шенделя	основну увагу зосереджує на позиціонуванні існуючих видів бізнесу на матриці розвитку ринку товарів, визначенні ідеального набору з цих видів бізнесу та розробці шляхів формування такого ідеального набору
Моднль Томпсона і Стрікленда	Дозволяє на основі поточного положення компанії в системі координат «конкурентна позиція – динаміка зростання ринку» спланувати пріоритетну стратегію розвитку
Портфельний аналіз	Надає можливість збалансувати діяльність всіх стратегічних одиниць бізнесу, що входять до складу підприємства, а також розподілити між ними існуючі ризики і прийняти рішення щодо впровадження нових чи ліквідації неефективних видів діяльності
Модель "7S" Маккінсі	Дозволяє зрозуміти, наскільки успішно компанія функціонує, реалізуючи відповідну стратегію, на основі опису ключових факторів організації компанії
Модель ADL/LC	Являє собою інструмент аналізу портфельних стратегій для визначення розумної диверсифікації діяльності багатогалузевої організації, який можна було б використовувати як на корпоративному рівні, так і на рівні окремих ланок
Сценарний аналіз	Полягає в організації ітераційної дослідницької процедури побудови сценаріїв можливого розвитку системи, для якої виконується аналіз
Порівняльний фінансовий аналіз	Базується на порівнянні значень окремих груп показників між собою
Аналіз фінансових коефіцієнтів	Базується на розрахунку аналітичних фінансових показників на підставі даних фінансової звітності та бухгалтерського обліку та порівнянні отриманих значень коефіцієнтів з нормативними показниками.
Інтегральний аналіз по моделі Дюпон	Передбачає розкладання показника «коефіцієнт рентабельності капіталу» на низку фінансових коефіцієнтів його формування, взаємопов'язаних у єдиній системі. В основі цієї системи аналізу лежить «Модель Дюпона», відповідно до якої коефіцієнт рентабельності використовуваного капіталу становить добуток коефіцієнта рентабельності реалізації продукції на коефіцієнт оборотності капіталу
Експертний аналіз	Такий метод передбачає урахування думок експертів щодо варіантів майбутнього стану організації за умови вибору тієї чи іншої стратегії. Актуальності та поширеності набирають такі експертні методи як метод «мозкової атаки», складання сценаріїв та метод Дельфі

Джерело: розроблено автором на основі (Бланк, 2006; Блакитна, 2013; Розумович, 2016; Хвостенко, 2011)

Таким чином, аналіз факторів зовнішнього фінансового середовища, згідно рекомендацій І. Бланка, доцільно проводити в розрізі факторів непрямого та прямого впливу (Бланк, 2006). Система факторів непрямого впливу за такого поділу враховує макроекономічні, соціальні, політичні та нормативно-правові умови функціонування організації. Аналіз таких умов, зазначає В. Гросул, як правило, передбачає дослідження економічного стану держави в цілому та галузі зокрема, податкової політики, рівня інфляції, структурних змін в економіці країни, доходів населення тощо (Гросул, 2014).

Отже, стратегічний фінансовий аналіз враховує не тільки аналіз фінансових коефіцієнтів, а передбачає певний перелік методів, що дозволяють оцінити різні аспекти стратегічного управління організацією, в тому числі і фінансовий стан.

Так, одним із найпоширеніших методів стратегічного аналізу та оцінки ефективності управління фінансовими ресурсами в зарубіжній літературі є SWOT-аналіз, якому слід приділити дещо більше уваги. Даний метод слугує можливістю встановлення лінії взаємозв'язку між сильними та слабкими сторонами організації, а також її можливостями та загрозами щодо діяльності останньої зазначає Т. Бєлова (Бєлова, 2007). Метою SWOT-аналізу є встановлення таких взаємозв'язків для використання їх у розробці стратегії організації, зберігаючи при цьому відповідний стратегічний баланс між позитивними та негативними факторами впливу на діяльність підприємства. Таким чином, матриця SWOT дає можливість окреслити інформаційне поле, в межах якого доцільно приймати управлінські рішення стратегічного характеру. За свої змістом матриця SWOT-аналізу є інструментом структурного опису стратегічних характеристичних факторів зовнішнього середовища та організації. Першим етапом аналізу є формування переліку сильних (strengths) та слабких (weaknesses) сторін організації, її можливостей (opportunities) і загроз (threats), що в подальшому і формують матрицю стратегічного стану підприємства. Вченими в галузі стратегічного управління А. Томпсоном і А. Стріклендом сформовано перелік характеристик за якими пропонуються здійснювати аналіз сильних та слабких сторін організації. З метою оцінки становища підприємства в навколишньому середовищі, достатню увагу варто приділити якості інформації, (на даному етапі кагорта вчених вбачає недолік, оскільки значний об'єм, або ж відсутність інформації, може бути не надійною, а відповідно стати основою прийнятих стратегічних рішень), яка консолідується для аналізу. Джерелами інформації для SWOT-аналізу можуть служити показники фінансово-господарської діяльності організації, кадрова політика, нормативно-правова база, тощо. Після групування факторів формується матриця можливостей і загроз та матриця SWOT на основі якої обирають стратегію.

Не менш важливим, з точки зору результативності, залишається сьогодні аналіз фінансових результатів. Комплексний фінансовий аналіз використовується з метою обґрунтування рішень стратегічного характеру (Школьник, 2016), дає змогу здійснювати ретроспективну та перспективну оцінку фінансового стану організації. Оптимальність результатів саме фінансового аналізу (порівняльного фінансового аналізу, аналізу фінансових коефіцієнтів) визначає можливість виконання таких завдань як: залучення фінансових ресурсів; пошук рентабельних проектів; оцінка надійності партнерів; оцінка доцільності інвестування; оптимізація фінансової діяльності підприємства; комплексне фінансове оздоровлення організації. Тобто, головним завданням, з точки зору стратегічного управління фінансовими ресурсами, є обґрунтування оптимальності управлінського рішення шляхом розробки конкретних заходів, спрямованих на більш ефективне використання фінансових ресурсів та зміцнення фінансового стану суб'єкта підприємницької діяльності.

Проведені дослідження свідчать, що більшість науковців поділяють критерії оцінки стратегічного управління фінансами умовно на дві групи: критерії якості та критерії, що характеризують його властивості. Під показниками властивостей стратегії управління фінансовими ресурсами розуміють будь-які ознаки, що відбивають її місію та цілі, зміст, методи формування і реалізації, результативність, ефективність, адаптивність, зв'язок із загальною

стратегією підприємства. До критеріїв якості відносять показники, що характеризують цілеспрямованість, наукову обґрунтованість, перспективність обраної стратегії.

Н. Розумович в своєму дослідженні (Розумович, 2016) зважує на той фактор, що не можливо оцінити діючу функціональну стратегію одним узагальнюючим показником. На думку вченого економіста така оцінка може здійснюватися лише на основі отриманих результатів в показниках ефективності діяльності підприємства (Там же). З позиції системного підходу відповідні критерії ефективності мають відповідати наступним вимогам: цілям, що стоять перед організацією; бути пов'язаними із зовнішнім і внутрішнім середовищем, в якому функціонує суб'єкт підприємницької діяльності, оскільки лише за зовнішніми критеріями не можливо визначити ефективність його роботи; мати повноту, достатню для прийняття правильних рішень та економічний сенс; бути доступним для розрахунків, що як правило складає значну проблему при здійсненні аналізу фінансових ресурсів в організаціях специфічного виду діяльності (Там же, с. 66).

В процесі аналізу ефективності стратегічного управління фінансами як на етапі формування так і на етапі його реалізації, в першу чергу, варто здійснювати комплексну оцінку всіх критеріїв ефективності управління, оскільки коефіцієнти в рамках нашого дослідження є взаємопов'язані та взаємообумовлені. Тим не менш, управління факторами впливу на організацію, створює можливість визначення з їх загальної сукупності саме тих, які здійснюють максимальний вплив на формування та реалізацію стратегічного управління фінансовими ресурсами. Така система, зауважує Н. Розумович, дозволить виявлені чинники розподілити по вертикалі та горизонталі ієрархії системи управління – стратегічний та тактичний рівні управління (Розумович, 2016, с. 66). Відповідно до такої ієрархії впливу факторів внутрішнього і зовнішнього середовища варто розподілити і критерії оцінки стратегічного управління фінансовими ресурсами (*табл. 3*), враховуючи при цьому етапи формування та реалізації обраної стратегії підприємством, а також необхідність внутрішнього та зовнішнього аналізу фінансових ресурсів організації, діагностування загальної результативності організації.

Критерії оцінки, які відображені в таблиці, згруповані за принципом поділу на критерії оцінки внутрішньої та зовнішньої ефективності, а також критерії загальної економічної ефективності, що дозволяє здійснювати аналіз ефективності стратегічного управління фінансовими ресурсами за фінансовими та нефінансовими показниками на кожному етапі управління діяльністю організації. Таким чином, зазначені в таблиці критерії відображають концепцію стратегічного управління підприємством на основі виміру й оцінки основних показників, що враховують всі аспекти діяльності, а отже складають комплексну систему вимірювання ефективності функціонування організації.

В результаті проведеного нами аналізу наукової літератури, можна зробити висновок, що методика оцінки ефективності стратегічного управління фінансовими ресурсами підприємства, попри важливість наявності в процесі оцінки нефінансових показників, в більшості ґрунтується на індикаторах, що характеризують фінансовий стан організації (згаданий раніше стратегічний фінансовий аналіз) під час реалізації стратегії.

В ситуації оцінки ефективності діяльності неприбуткової організації, в даному випадку клубних закладів культури, необхідно керуватися спеціальною методикою, яка б базувалася на класичному стратегічному фінансовому аналізі діяльності, враховуючи при цьому особливості функціонування бюджетних організацій в Україні. Оскільки така форма власності, при аналізі фінансового стану, складає певні труднощі як в процесі пошуку інформаційних даних так і в процесі здійснення аналізу. Основними завданнями, для вирішення яких необхідним є проведення стратегічного і фінансового аналізу бюджетних організацій (Горбатовська, 2010) є в першу чергу, максимізація доходів, оптимізація структури капіталу, побудова ефективної системи стратегічного управління як організацією так і її ресурсами, а також використання актуальних й дієвих механізмів залучення додаткових фінансових ресурсів, зазначають науковці О. Данисюк та І. Татунь (Данисюк, 2011).

Так, організація визначена Конституцією України або ж створена уповноваженими органами державної влади, організаціями самоврядування та, яка в повній мірі утримується за рахунок коштів державного та місцевого бюджетів визначається як неприбуткова (Конституція України, 2006). Такі установи та організації, які ведуть свою діяльність за рахунок

коштів бюджету, для забезпечення своєї діяльності, керуються в рамках прийняття рішень складеним кошторисом доходів і витрат (Постанова…, 2002).

Табл. 3. **Критерії оцінки ефективності формування та реалізації стратегії управління фінансовими ресурсами організації**

Критерії оцінки внутрішньої ефективності	Блок 1	Показники фінансової стійкості
		Показники ліквідності
		Показники ділової активності
		Показники ефективності управління
	Блок 2	конкурентоспроможність підприємства за різними позиціями внутрішнього середовища
		оптимальність організаційної структури підприємства
		обґрунтованість прийняття важливих рішень
		реальне делегування повноважень
		контроль за виконанням рішень
		якість планування діяльності
		система заохочень і покарань
		проходження інформації «вниз» і «вверх»
		відповідність стратегії передбаченому рівню фінансових ризиків
Критерії оцінки зовнішньої ефективності	Блок 3	частка ринку
		збільшення обсягу продажу
		прибуток на капітал
		рівень витрат і ефективність виробництва конкурентів
		рівень дивідендних виплат
	Блок 4	оптимальність організаційної структури підприємства
		конкурентоспроможність підприємства за різними позиціями зовнішнього середовища
		поглиблений аналіз сегментів ринку
		здатність адаптації до умов внутрішнього розширення ринків збуту
Критерії загальної економічної ефективності		рівень загальної економічної ефективності
		рівень синергетичного ефекту
		рівень передбачуваного приросту вартості підприємства
		інноваційний рівень стратегічних цілей і стратегічних ініціатив
		інтегральний показник конкурентоспроможності підприємства

Джерело: (Розумович, 2016; Блакита, 2013)

Відповідні особливості клубних закладів, що не є самоокупними необхідно враховувати при застосуванні класичної методики фінансового аналізу до бюджетних організацій. Предметом, в даному випадку, фінансового аналізу є фінансові ресурси організації, їх формування та використання. Особливу увагу варто приділити формуванню доходів клубних закладів, що відбувається за двома фондами – загальним і спеціальним.

Сутність аналізу надходжень та використання коштів полягає в тому, що з його допомогою здійснюється контроль за правильністю їхнього утворення та досліджуються резерви, з метою зміцнення матеріальної бази клубних закладів. Завданнями, в даній ситуації, аналізу є: оцінка виконання кошторисів; оцінка виконання плану за базовими показниками кожного виду надходжень як за спеціальним так і загальним фондами; аналіз впливу факторів на відхилення за основними результативними показниками; розробка відповідних заходів щодо ліквідації виявлених в ході аналізу недоліків, а також заходів щодо залучення додаткових джерел утворення й ефективного використання ресурсів; контроль за правильністю формування дохідної та видаткової частини кошторису.

Джерелами інформації для аналізу можуть служити звіти про виконання кошторису за спеціальним та загальним фондами, а також дані бухгалтерського обліку, контрольних перевірок, інспекцій, ревізій.

Методика оцінки стратегічного управління фінансовими ресурсами закладів культури клубного типу становить собою певний алгоритм зважених дій із застосуванням методів: збору інформації – спостереження й реєстрації з необхідними підрахунками й вимірами стану організації, вибору й обґрунтування системи збалансованих показників і критеріїв; аналізу – порівняння, класифікації та систематизації досліджуваних властивостей і факторів стратегічного управління фінансовими ресурсами підприємства, побудови наукових висновків, а також оцінки їхньої ймовірності; оцінки й збалансування рекомендацій та зауважень; інтерпретації та експертної перевірки висновків.

Особливість сучасної методики щодо оцінки ефективності стратегічного управління, в контексті управління фінансовими ресурсами організації, полягає у необхідності використання не лише кількісних показників, які відображають фінансово-економічний стан підприємства, а й у розробці нових підходів та показників, які б дозволили оцінювати загальний стан організації та ефективність управління в цілому (*рис. 1*) (враховуючи специфіку діяльності підприємства, галузеві та конкурентні умови тощо), а також формували б необхідну аналітичну базу для здійснення організаційних перетворень та стратегічних змін.

Рис. 1. **Алгоритм оцінки ефективності стратегічного управління фінансовими ресурсами**

Джерело: розроблено автором на основі (Джерелейко, 2010)

Отже, проаналізувавши наукові доробки науковців у напряму стратегічного управління та оцінки його ефективності й, відповідно до етапів стратегічного управління, фінансовими ресурсами, враховуючи об’єкти оцінювання на кожному із них, можна зробити висновок, що методика оцінки стратегічного управління не тільки не висуває єдиного погляду щодо здійснення аналізу, а й навпаки передбачає наявність різних методів і підходів як традиційних так і спеціальних, які доповнюють один одного і складають комплекс інструментів, який видозмінюється залежно від специфіки діяльності організації та напряму стратегічного управління останньою. Так, в рамках оцінки ефективності управління фінансовими ресурсами закладів клубного типу постає дилема форми фінансування організацій. Така особливість фінансового забезпечення не дає змоги в повній мірі здійснювати аналіз діяльності організації

як стратегічний так і фінансовий, оскільки супроводжується недостатністю інформаційних даних, яких вимагає повний стратегічний фінансовий аналіз.

4. Висновки та обговорення одержаних результатів

Результати наукового дослідження в рамках аналізу підходів щодо оцінки ефективності стратегічного управління фінансовими ресурсами закладів культури, дозволили зробити наступні висновки:

1. Узагальнивши погляди різних науковців, вважаємо, що ефективність стратегічного управління фінансовими ресурсами варто тлумачити як комплексну оцінку досягнення цілей підприємства в контексті досягнення відповідного рівня конкурентоспроможності та фінансової незалежності, яка з точки зору стійкості організації, демонструє її здатність досягати місії й поставлених цілей при постійній турбулентності та впливі навколишнього й внутрішнього середовища, зберігаючи при цьому свою цілісність та збалансований розвиток.

2. Розглянуто підходи щодо оцінки ефективності стратегічного управління з позиції конкурентоспроможності суб'єкта підприємницької діяльності та ефективності фінансової стратегії. Виокремлено підхід оцінки ефективності стратегічного управління з позиції стійкості руху підприємства. Такий підхід дозволяє візуалізувати уявлення про складне явище стратегічного управління, його ефективність у вигляді ієрархічної системи взаємопов'язаних моделей, які описують цілісні якості об'єкта, його структуру, динаміку, а також дозволяють здійснити комплексний аналіз на всіх етапах стратегічного управління.

3. Враховуючи особливість кожного із етапів та напрямів стратегічного управління, методика оцінки стратегічного управління передбачає наявність різних методів і підходів як традиційних так і спеціальних, які доповнюють один одного і складають єдиний комплексний підхід щодо оцінки ефективності стратегічного управління фінансами, який видозмінюється залежно від специфіки діяльності організації та напряму стратегічного управління останньою.

Наукова новизна публікації полягає в систематизації підходів оцінки ефективності стратегічного управління фінансовими ресурсами закладів клубного типу в єдиний комплекс, шляхом аналізу на кожному етапі стратегічного управління, що дає можливість провести оцінку більш ефективно та різносторонньо, враховуючи при цьому специфіку закладів культури.

Практичне значення отриманих результатів полягає в тому, що запропонований підхід ходо оцінки може бути використаний під час формування стратегічних засад управління фінансами у вітчизняних організаціях соціокультурної сфери, що дозволить, в кінцевому підсумку, підвищити ефективність їх діяльності за рахунок розробки ефективної моделі управління фінансовими ресурсами.

Перспектива подальших наукових досліджень полягає у розробці алгоритму оцінювання ефективності стратегії підприємства в рамках культурно-мистецького комплексу з урахуванням його особливостей, що дозволить сформувати дієвий механізм управління ефективністю стратегічного управління фінансовими ресурсами організації.

Література

1. Бажин, И. И. (2013). *Экономическая кибернетика*. Харьков: Консул.
2. Бердар, М. М. (2012). Стратегічне управління розвитком фінансових ресурсів промислових підприємств в сучасних умовах. *Вісник КНУ імені Тараса Шевченка. Серія: Економіка, 139,* 18-21.
3. Бердар, М. М. (2010). Складові оцінки ефективності управління фінансовими ресурсами підприємств. *Теоретичні та прикладні питання економіки, 21,* 272-279.
4. Бєлова, Т. Г. (2007). Можливості використання SWOT-аналізу для розроблення стратегії підприємства. *Наукові праці НУХТ, 22,* 81-84.

5. Блакита, Г. В. (2013). Методологічні аспекти оцінки фінансового потенціалу торговельних підприємств. *Економіка. Управління. Інновації, 2.* Відновлено від http://nbuv.gov.ua/UJRN/eui 2013_2_6
6. Бланк, І. А. (2006). *Фінансова стратегія підприємства*. Київ: Ніка-Центр.
7. Верховна рада Україна (1996, Червень 28). Конституція України, *із змінами, внесеними Законом України від 8 грудня 2004 р.: станом на 1 січня 2006 р.* Київ Міністерство Юстиції України, 124.
8. Гросул, В. А. (2014). Вплив непрямих чинників зовнішнього фінансового середовища на формування фінансової стратегії підприємств роздрібної торгівлі. *Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг, 1,* 104-112. Відновлено від http://nbuv.gov.ua/UJRN/esprstp_2014_1_12
9. Джерелейко, С. Д. (2010). Управління фінансовими ресурсами промислових підприємств. *Сталий розвиток економіки, 1,* 156-160.
10. Дзвінчук, Д. І. (2011). Проблеми інноватиції механізмів державного управління діяльністю і розвитком мистецько-культурного середовища в Україні. *Держава і суспільство, 3,* 216-223.
11. Дідович, Ю. О. (2010). Аналітичний підхід до стратегічного планування в умовах глобалізації економіки. *Украина и глобальная экономика: теория и практика хозяйствования: материалы VI Международной научно-практической конференции*. Симферополь: ДИАЙПИ, 58-59.
12. Кабінет Міністрів України (2002, Лютий 28). Постанова КМУ № 228 «Про Порядок складання, розгляду, затвердження та основні вимоги до виконання кошторисів бюджетних установ».
13. Касьянова, Н. В. (2008). Оцінка ефективності стратегічного управління підприємством. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка», 628,* 534-538.
14. Кізима, Т. (2014). Напрями вдосконалення фінансової політики держави в галузі культури і мистецтва. *Вісник Львівського національного аграрного університету. Серія: Економіка АПК, 21(1),* 116-123. Відновлено від http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vlnau_econ_2014_21(1)__25
15. Клаузевиц, К. (1934). *О войне.* Відновлено від http://militera.lib.ru/science/clausewitz/index.html.
16. Кривицька, О. Р. (2005). *Фінанси підприємств*. Київ: Основи.
17. Мохонько, Г. А. (2009). Оцінювання стратегічної стійкості підприємства видавничо-поліграфічної галузі в умовах нестабільності ринкового середовища. *Ефективна економіка, 2.* Відновлено від: http://www.economy.nayka.com.ua/index.php?operation=1&iid=24
18. Понкратов, М. С. (2006). Формирование модели стратегического анализа в целях оценки финансового состояния предприятий пищевой промышленности. *Кандидатская диссертация*. Орловск: ОГУ.
19. Розумович, Н. Ф. (2016). Розробка фінансової стратегії у забезпеченні конкурентних переваг підприємства. *Кандидатська дисертація.* Хмельницький: ХДТУ
20. Росс, Э. (2004). Формула розничной торговки. *Вестник McKinsey, 1,* 2-11.
21. Рудченко, І. В. (2011). Удосконалення механізму управління фінансовими ресурсами підприємства. *Сучасні питання економіки і права, 1,* 16-19. Відновлено від http://nbuv.gov.ua/ UJRN/Spep_2011_1_5.
22. Хвостенко, В. С. (2011). Методичний підхід до комплексної оцінки стратегії фінансового розвитку підприємства. *Вісник Національного університету «Львівська Політехніка», 698,* 125-132.
23. Школьник, І. О. (Ред.). (2016). *Фінансовий аналіз*. Київ: Центр учбової літератури.
24. Ansoff, I. (1988). *The New Corporate Strategy*. New York: Wiley
25. Chandler, A. (2008). *Strategy and Structure Chapters in the History of the American Industrial Enterprises*. Cambridge: MIT Press.
26. Jones, Ch. P. (2002). *Financial Management*. Boston: IRWIN, 2002.

Стаття надійшла до редакції 22.11.2016

Alina Hrushyna
Postgraduate, National Academy of Supervisory Frame of Culture and Arts

9 Lavrs'ka Str., Kyiv, 01015, Ukraine

Methodology of estimation of efficiency of Strategic Management financial resources Establishments of culture of club type

Abstract:

1. Introduction. The current process of continuous market competition is becoming a precondition procreation problem, *assess the effectiveness of strategic financial management, as the guarantor of existence to organizations in the future. The issue of evaluating the effectiveness of management of the organization were involved scientists from different generations and schools, including foreign scientists I. Blank, K. Klauzvits, E. Ross and others. However, despite fundamental research scientists in the direction of state regulation of the financial resources of the sphere of culture and scientific works on evaluation methods of strategic management, we have not clear position to assess the effectiveness of strategic management of financial resources of club-type cultural institutions.*

2. Purpose. *The goal of the research is a generalization of methods to assess the strategic financial management of club-type cultural institutions. The main objectives are: to reveal the contents of the strategic effectiveness of financial management; to analyze the basic methodological approaches to assess strategic management. The object of the research is the process of the strategic management of financial resources of club-type cultural institutions. The subject is the methodics evaluating the effectiveness of the strategic financial management of cultural institutions. Theoretical and methodological basis of the study were the provision of strategic management, applied abstract logic, terminology and methods of analysis and synthesis, and also works of local and foreign scientists.*

3. Results. *The article discusses the concept of "efficiency", "effectiveness of strategic management" Analyzed the methodological approaches to assess the effectiveness and efficiency of the strategic management of financial resources. The main parameters of assessing the effectiveness, taking into account the relevant stages of the strategic management of the organization. Is proposed comprehensive approach to evaluating the effectiveness of the strategic financial management of cultural institutions and algorithm for assessing the effectiveness of financial resources, unlike other into account the specifics scope of club-type cultural institutions.*

4. Conclusions. *Scientific innovation is to systematize approaches evaluating the effectiveness of strategic financial management cultural institutions into a single system by analyzing at each stage of strategic management, which makes it possible to evaluate efficiency in different directions. The practical significance of the results is that the proposed approach to assessment may be used during the formation of the strategic principles of financial management in local organizations, socio-cultural sphere and implementation of effective model of management financial resources. The goal of further research is to develop an algorithm evaluating the effectiveness of strategy.*

Keywords: method of estimation, effectiveness, strategic management, financial resources, club facilities.

JEL Classification: D 21, L 1.

References:

1. Bazhyn, Y. Y. (2013). *Economic Cybernetics*. Khar'kov: Konsul (in Russ.).
2. Berdar, M. M. (2012). Strategic management of financial resources of industrial enterprises in modern conditions. *Visnyk KNU imeni Tarasa Shevchenka. Seriia: Ekonomika (Bulletin of Kyiv National Taras Shevchenko. Series: Economics), 139,* 18-21 (in Ukr.).
3. Berdar, M. M. (2010). Components of evaluating the effectiveness of financial management companies. *Teoretychni ta prykladni pytannia ekonomiky (Theoretical and practical issues of economy), 21,* 272-279 (in Ukr.).
4. Bielova, T. H. (2007). Feasibility SWOT-analysis for the development of business strategy. *Naukovi pratsi NUKhT (Proceedings NUFT), 22,* 81-84 (in Ukr.).
5. Blakyta, H. V. (2013). Methodological aspects of assessing the financial potential of commercial enterprises. *Ekonomika. Upravlinnia. Innovatsii (Economy. Management. Innovations), 2.* available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/eui_2013_2_6 (in Ukr.).
6. Blank, I. A. (2006). *The financial strategy of the company*. Kyiv: Nika-Tsentr. (in Ukr.).

7. Verkhovna Rada of Ukraine (1996, June 28). The Constitution of Ukraine, as amended by the Law of Ukraine on December 8, 2004 .: *as of January 1, 2006 Kyiv Ukraine Ministry of Justice, 124.*
8. Hrosul, V. A. (2014). The influence of indirect factors external financial environment on the development of financial strategy of retailers. *Ekonomichna stratehiia i perspektyvy rozvytku sfery torhivli ta posluh (Economic strategy and prospects of trade and services), 1,* 104-112. available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/esprstp_2014_1_12 (in Ukr.).
9. Dzherelejko, S. D. (2010). Financial management industry. *Stalyj rozvytok ekonomiky (Sustainable economic development), 1,* 156-160 (in Ukr.).
10. Dzvinchuk, D. I. (2011). Problems innovatytsiyi mechanisms of government activities and the development of artistic and cultural environment in Ukraine. *Derzhava i suspil'stvo (State and society), 3*, 216-223 (in Ukr.).
11. Didovych, Yu. O. (2010). Analytical approach to strategic planning in a globalized economy.. *Ukraine and the global economy: the theory and practice of management: Proceedings of the VI International Scientific and Practical Conference*. Symferopol' : DYAJPY, 58-59 (in Ukr.).
12. Cabinet of Ministers of Ukraine (2002, February 28). CMU № 228 "On the procedure for drafting, review, approval and implementation of the basic requirements for estimates of budgetary institutions" (in Ukr.).
13. Kas'ianova, N. V. (2008). Evaluating the effectiveness of strategic management. *Visnyk Natsional'noho universytetutu «L'vivs'ka politekhnika» (Proceedings of the National ouniversitetoutou "Lviv Polytechnic"), 628,* 534-538 (in Ukr.).
14. Kizyma, T. (2014). Areas of improvement of financial policy in the field of culture and art. *Visnyk L'vivs'koho natsional'noho ahrarnoho universytetu. Seriia: Ekonomika APK (Bulletin of Lviv National Agrarian University. Series: Economy AIC), 21(1),* 116-123. available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vlnau_econ_2014_21(1)__25 (in Ukr.).
15. Klauzevic, K. (1934). *About war*. available at: http://militera.lib.ru/science/clausewitz/index.html.
16. Kryvyts'ka, O. R. (2005). *Finance companies*. Kyiv: Osnovy (in Ukr.).
17. Mokhon'ko, H. A. (2009). Evaluation of strategic viability of publishing and printing industry in an unstable market environment. *Efektyvna ekonomika (Efficient economy), 2,* available at: http://www.economy.nayka.com.ua/index.php?operation=1&iid=24 (in Ukr.).
18. Rozumovych, N. F. (2016). Developing a financial strategy to provide competitive advantage. *Canditates dissertation*. Khmel'nyts'kyj: CDTU (in Ukr.).
19. Ross, Je. (2004). Retail formula. *Vestnik McKinsey (McKinsey Herald), 1,* 2-11 (In Russ.).
20. Rudchenko, I. V. (2011). The mechanism of financial management of the company. *Suchasni pytannia ekonomiky i prava (Current issues of economics and law*), *1,* 16-19. available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Spep_2011_1_5 (in Ukr.).
21. Khvostenko, V. S. (2011). Methodical approach to complex estimation of financial strategy of the company. *Visnyk Natsional'noho universytetu «L'vivs'ka Politekhnika» (Proceedings of the National University "Lviv Polytechnic"), 698*, 125-132 (in Ukr.).
22. Shkol'nyk, I. O. (Red.). (2016). *Financial analysis*. Kyiv: «Tsentr uchbovoi literatury» (in Ukr.).
23. Ansoff, I. (1988). *The New Corporate Strategy*. New York: Wiley
24. Chandler, A. (2008). *Strategy and Structure Chapters in the History of the American Industrial Enterprises*. Cambridge: MIT Press.
25. Jones, Ch. P. (2002). *Financial Management*. Boston: IRWIN, 2002.
26. Ponkratov, M. S. (2006). Formation of the model of strategic analysis for the financial state assessment in food industry enterprises. *Canditates dissertation*. Orlov: OHU (in Ukr.).

Received 22.11.2016

УДК 334.02

Анна СЛОБОДЯНИК
кандидат економічних наук, доцент кафедри економіки та менеджменту,
Київський Міжнародний Університет, Київ, Україна
anna.novoseltseva@yandex.ru

СВІТОВИЙ ДОСВІД ОРГАНІЗАЦІЇ ЗАКЛАДІВ КУЛЬТУРНО-ДОЗВІЛЛЄВОЇ СФЕРИ ТА ЇХ КАДРОВОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ В АГРОПРОМИСЛОВИХ РАЙОНАХ

У статті розглянуто світовий досвід організації закладів культурно-дозвіллєвої сфери та їх кадрового забезпечення в агропромислових районах. Сектор культури визначено в якості індикатора економічного процвітання через його вклад в економіку країни і показано, як він підвищує якість життя у населених пунктах а, отже, і визначає їх привабливість (потенціал) для нових жителів, туристів та інвесторів. Запропоновано практичні рекомендації щодо застосування світового досвіду в культурно-дозвіллєвій сфері, що дасть змогу значно підвищити якість життя в сільських поселеннях та їх економічну привабливість. На відміну від проведених раніше досліджень, обґрунтовано нові наукові положення щодо модернізації клубної системи в Україні на основі адаптації сучасної зарубіжної теорії, методики і організації культурно-дозвіллєвої діяльності та її кадрового забезпечення.

Ключові слова: заклад культури, кадрове забезпечення, культурно-дозвіллєва сфера, агропромисловий район.

1. Актуальність проблеми

Одним із найважливіших завдань, як в цілому для держави, так і для агропромислових районів є громадське, патріотичне виховання сільських жителів, залучення їх до соціально-політичних та економічних перетворень. Цьому безпосередньо сприяє ефективна організація дозвілля. Успішне вирішення завдань ефективного функціонування і подальшого розвитку дозвілля першочергово залежить від раціонального використання трудових ресурсів, серед яких чільне місце займає сільська молодь. Актуальність дослідження зумовлена своєрідністю ситуації з закладами дозвілля в агро-промислових районах в Україні і необхідністю подолати кризову ситуацію в сучасній вітчизняній культурно-дозвіллєвій практиці, розв'язати такі суперечності, як: невідповідність між духовними інтересами, ціннісними орієнтаціями особистості та реальним змістом діяльності традиційних клубів; між дозвіллєвими потребами населення і реальними можливостями для їх задоволення; між дезінтеграцією клубних структур, стандартністю, консервативністю їхньої діяльності і потребою створення поліфункціонального клубного комплексу як потужної інституції дозвілля та рекреації.

Стан вивчення проблеми. Значний теоретико-методологічний вклад в досвід організації дозвілля, співпраці клубів та культурно-дозвіллєвих закладів клубного типу з органами влади розкрито у дослідженнях П. Уайта, Дж. Кромптона (Witt & Crompton, 2008), Р. Лоуса (Lowes, 2007), Дж. Торкільдсена (Torkildsen, 2006).

Діяльність соціокультурних та рекреаційних закладів клубного типу як центрів спілкування, відпочинку і творчості, як «об'єднання представників різних вікових груп, соціальних прошарків та національностей» різносторонньо висвітлено у наукових дослідженнях Х. Опашовські (Opaschowski et al., 2010).

Теоретичні положення щодо організації культурно-дозвіллєвої діяльності у клубах та закладах клубного типу країн Західної Європи та США характеризуються широтою охоплення розглянутих питань і стосуються зокрема, психолого-педагогічних аспектів дозвілля, принципів його реалізації у закладах клубного типу, основних видів клубної діяльності, передусім, дискусійних, рекреаційних, самодіяльної творчості, участі у культурно-мистецьких акціях та

© Слободяник А., 2017

заходах (Reischock, 2010); організації дозвілля з людьми похилого віку з урахуванням їх соціо-культурного статусу (Ewers, 2006; Wilhite et al., 2012); культурно-дозвіллєвого обслуговування інвалідів, їх участі у спільних з іншими віковими категоріями населення культурно-дозвіллєвих програмах (Sabie & Grawink, 2005; Dattilo & Jekubovich-Fenton, 2006).

Специфіку вітчизняних клубів та їх педагогічний потенціал розкрито у працях представників української школи культурології В. Пазенка (Пазенко та ін., 2013), В. Пичі (Пича та ін., 2002), Н. Цимбалюк (Цимбалюк, 2009). У більшості цих праць презентовано значний доробок у вивченні клубної діяльності, однак досвід організації зарубіжних клубів та їх кадрового забезпечення досі залишається поза увагою вчених.

Невирішені питання. Залишається не достатньо дослідженим питання ефективної організації дозвілля в зв'язку з дефіцитом кадрового забезпечення, що потребує покращення умов праці та соціального захисту в агропромислових районах. У вітчизняній і зарубіжній науковій літературі залишаються досі малодослідженими питання своєрідності культурної ситуації в Україні і необхідністю подолати кризову ситуацію в сучасній вітчизняній культурно-дозвіллєвій практиці.

2. Мета і методи дослідження

Метою статті є вивчення і узагальнення основних тенденцій організації та закономірностей розвитку закладів культурно-дозвіллєвої сфери у країнах Західної Європи і США, у розробці рекомендацій творчого використання їх досвіду в соціально-культурній діяльності закладів культурно-дозвіллєвої сфери в агропромислових районах України.

Досягнення вказаної мети передбачає вирішення таких завдань:

− розкрити основні теоретичні засади культурно-дозвіллєвої діяльності соціальних інститутів клубного типу країн Західної Європи та США;

− виявити основні тенденції та закономірності розвитку клубів країн Західної Європи та США;

− охарактеризувати функціональну систему клубної практики у країнах зарубіжжя;

− проаналізувати технології культурно-дозвіллєвої роботи закладів клубного типу з різними віковими категоріями населення;

− розробити практичні рекомендації для застосування зарубіжного клубного досвіду в організації закладів культурно-дозвіллєвої сфери та їх кадрового забезпечення в агропромислових районах України.

Об'єкт дослідження – процес організації культурно-дозвіллєвої діяльності та кадрового забезпечення закладів культури в країнах Західної Європи та США.

Предмет дослідження – теоретичні та практичні аспекти використання світового досвіду організації культурно-дозвіллєвої діяльності та кадрового забезпечення закладів культури в агропромислових районах України.

Методологічною основою дослідження є системний та історичний підхід до вивчення організації закладів культурно-дозвіллєвої сфери та їх кадрового забезпечення в агропромислових районах, а також фундаментальні праці зарубіжних вчених.

В ході дослідження використовувались абстрактно-логічний метод, аналіз економічної, культурологічної, психологічної, філософської наукової та методичної літератури стосовно проблеми організації культурно-дозвіллєвої діяльності; синтез, систематизація наукових джерел, документів і фактів згідно проблеми дослідження; порівняльний, історичний та прогностичний підходи у вивченні та узагальненні досвіду культурно-дозвіллєвої діяльності країн Західної Європи та США в агропромислових районах.

Інформаційною базою дослідження послужили законодавчі та нормативні акти, що регламентують організацію закладів культурно-дозвіллєвої сфери та їх кадрового забезпечення в агропромислових районах, теоретичні та методологічні розробки вітчизняних і закордонних учених, статистичні та аналітичні матеріали.

У роботі були використані дані офіційних публікацій та періодичних видань країн західної Європи та США.

3. Основні результати дослідження

Дозвілля – чудовий простір для розвитку культури. Правильна організація дозвілля сприяє формуванню культури спілкування, зміцненню сімейних зв'язків, створює умови для самореалізації і самовиховання особистості.

Дозвілля на сучасному етапі розвитку характеризується міждисциплінарністю, спирається на дані багатьох наук, однак, з другої половини XX ст. дозвілля відокремлюється як самостійна галузь знання, що вивчає значення вільного часу в житті людини, його змістове наповнення, розвиток людини на дозвіллі. В Україні усталеним є поняття «культурно-дозвіллєва сфера», що вказує на використання людиною свого вільного часу для розвитку своїх творчих здібностей, культури, вмінь та навичок. Натомість в зарубіжних країнах «культурно-дозвіллєва сфера» набула інших назв: «індустрія дозвілля», «дозвіллєво-рекреаційна сфера» (США, Великобританія), «сфера вільного часу» (Німеччина), «анімація» (Італія, Туреччина, Франція). Такі назви утвердилися не випадково – вони історично зумовлені і залежать від соціальної, політичної, культурної, економічної політики конкретної країни.

Уявлення про функції закладів дозвілля породжені принципово новим розумінням культури дозвілля: дозвіллєва діяльність сприймається як культуротворчий процес, що стимулює розвиток творчої індивідуальності; передбачає поліваріативність культурно-дозвіллєвих та рекреаційних заходів; створює умови для виявлення та задоволення свободи вибору дозвіллєвих потреб та інтересів і утвердження на цьому підгрунті системи цінностей особистості.

Цінний досвід закладів культурно-дозвіллєвого та рекреаційного типу обслуговування мають країни Західної Європи та США з їх потужною індустрією дозвілля. Їм належать ґрунтовні наукові дослідження культурно-дозвіллєвої діяльності.

Необхідно підкреслити, що провідну роль у дозвіллєвій системі зарубіжних країн відіграють освітні заклади, які сприяють реалізації соціально-педагогічних завдань в суспільстві. Тому школа чи коледж розглядаються як найперший культурно-дозвіллєвий заклад міста чи району. В систему шкільної освіти активно впроваджується створення художніх майстерень, театральних студій, творчих лабораторій, рекреаційних центрів.

Окремий інтерес становить дозвіллєва діяльність серед сільського населення. Проекти рекреаційних, культурних, спортивних заходів для дітей, молоді та людей старшого віку розраховані на залучення якомога більшої кількості населення до дозвіллєвої діяльності. Дозвіллєві проекти, враховуючи різноманітні запити людей, сприяють формуванню дозвіллєвої субкультури, розвитку специфічних форм дозвіллєвої роботи з різними соціальними та демографічними групами.

У зарубіжному дозвіллі кінця XX ст. утвердилось таке поняття, як «клубна культура», яка охоплює сукупність традицій, звичаїв, етичних правил, цінностей, вироблених членами клубу в процесі тривалої клубної діяльності.

Необхідно відмітити, що в зарубіжних країнах перевага надається розвитку культурно-дозвіллєвих закладів клубного типу. Наприклад, у Чехії розповсюджена клубна форма організації вільного часу учнівської молоді. Клуби утворюються при школах, будинках культури, нових мікрорайонах. Мережа їх виявляється дійсно розгалуженою, а професіоналізм і методична база кадрового складу високі завдяки тому, що в країні немає жодного відомства, що відчуває себе вільним від турбот про виховання. У його організації беруть участь громадськість найширших прошарків установи культури й спорту, органи народної освіти й охорони здоров'я. Обов'язковим початковим етапом створення клубів є попереднє вивчення інтересів і потреб учнівської молоді. Найбільш поширеними формами роботи визначені клубні вечори відпочинку, тематичні зустрічі з діячами науки, мистецтва, творчих союзів за програмами, які наперед домовляються з членами клубу. Діяльність клубів направлена в цілому на сімейне, естетичне виховання, заняття спортом, спілкування й відпочинок.

Цікавий досвід роботи підліткових клубів у Швеції. У Стокгольмі їх налічується більше сімдесяти. Підліткові клуби – найважливіша ланка у вихованні й соціалізації молоді, центри розвитку демократичного самоврядування й формування діяльної людської солідарності щодо однолітків. У Стокгольмі апробований «Демократичний проект». У нього включалося десять

підліткових центрів дозвілля. В основі експерименту лежала ідея про необхідність переходу до педагогіки співпраці й самоврядування членів клубу. В основу діяльності клубів покладені три «ні» – расизму, насильству й наркотикам. Такий новий стиль відносин солідарності й співпраці зовсім не заважав організації та проведенню таких форм дозвілля, як вечори відпочинку, дискотеки, зустрічі з цікавими людьми, туристичні походи й екологічні екскурсії, навпаки, підлітки поводилися більш розкутими й невимушеними, бачили в педагогах співвиконавців, яким не байдужі їх інтереси, смаки (Петрова, 2005).

Серед сільської молоді США популярні клуби сільських фермерів. У даний час у цих клубах зайнято майже 4,5 млн чоловік; у тому числі є клуби для хлопчиків (такі клуби відвідують біля 1 млн осіб) і для дівчаток (близько 200 тис. осіб). Американські клуби привертають дітей своєю зовнішньою символікою – емблемою, значками, формою. Так, наприклад, у клубі – кафе «horsehol» (Сан-Франциско, який рекламує і має зв'язок з технологією віртуальної реальності через комп'ютер, члени клубу одягнені в спеціальний одяг (сорочки темного кольору, розмальовані фантастичними картинками). У клубах проводяться зустрічі з цікавими людьми, вечори, аукціони, фестивалі, виставки художньої творчості, концерти (Кротова, 1994).

У США діяльність дитячих і юнацьких клубів різних напрямів служить ефективним засобом профілактики правопорушень неповнолітніх. Американські вчені свідчать про благотворний вплив клубів на підлітків та їх поведінку (Доронкина, 1990).

У Німеччині, створюється низка програм для професійної орієнтації молоді, у формуванні й реалізації яких беруть участь державні організації, заклади клубного типу, представники ділових культурно-мистецьких і наукових кіл. Досвід підліткових клубів Німеччини, доводить, що потенціал клубної роботи залежить від систематичності дозвіллєвої діяльності, комплексності, багатопрофільності закладу. Принципами, що визначають ефективність клубної діяльності з учнівською молоддю, є принципи добровільності та систематичності, а пріоритетним завданням клубу має бути поєднання зусиль культурного, соціального, дозвіллєвого характеру, спрямованих на адаптацію та соціалізацію особистості (Кирсанов, 1998).

Для проведення вільного часу в Австрії, на канікулах, у горах діють соціальні молодіжні об'єднання, які організовують відпочинок своїх однолітків, організовуючи цікаві екскурсії, захоплюючі турпоходи й різні заходи розважального характеру.

Проблему зайнятості у Франції вирішують шляхом перебудови всієї мережі дозвіллєвих закладів з середини 60-х років, належить здійснення виконання програм «Тисяча молодіжних клубів» з метою перетворення клубів на центри дозвілля молоді в кожному мікрорайоні. Клуби за місцем проживання залучають до дозвіллєвої діяльності якомога більше підлітків і робітничої молоді, особливо іммігрантів. Спочатку в їх роботі переважали легкі, розважальні заходи, спрямовані на зменшення протиправних, анти громадянських проявів. Поряд з ними відкривається багато клубів для молоді з родин середнього рівня забезпеченості, їх мета – формування національних кадрів. Діяльність таких клубів зорієнтована на підвищення соціальної активності відвідувачів та їх професійне самовираження. Ще однією особливістю розвитку клубів у Франції слід вважати створення культурно-драматичних центрів, що діють і як клубні заклади, і як театри. Крім того, окремі культурно-дозвіллєвій заклади профілюються у своїй діяльності за певними видами мистецтва. Вони прагнуть довести виконавську майстерність (в галузі хореографії, музики, театрального, ужиткового мистецтва, ліплення, різьблярства тощо) до професіонального рівня. Така концепція діяльності реалізується в межах клубного закладу і поза ним, враховуючи соціально-демографічні, географічні умови, дозволяючи активно залучати місцеве населення до сфери дозвіллєвої діяльності і тим самим зацікавлювати широке коло відвідувачів, в тому числі й туристів (Мамбеков, 1992).

У Європі сучасне суспільство надає великого значення спорту, різними способами виробляючи в людей бажання ним займатися. Щодня вулицями всіх європейських країн проїжджають тисячі велосипедів, за кермом яких школярі та студенти долають відстані в 7-10 станцій метро, невід'ємною частиною кожного тинейджера є скейтборд або роликові ковзани, на яких вони в усьому обмундируванні влаштовують слалом між перехожими. І майже в кожному подвір'ї можна побачити баскетбольне кільце і міні майданчик для тренувань вечорами. Хоча, наприклад, німецька молодь обирає півгодинні пробіжки вранці занять гімнастикою в будинку на килимі (Киселева, 1992).

Яскравим прикладом досягнутого успіху за багато років проведення всіляких спортивних програм є спортивні клуби Німеччини. Вони вже давно підійшли до більш досконалих форм роботи: нові орієнтири стосуються оцінки вищих спортивних досягнень у засобах масової інформації, а також форм масового спорту. Сільський клуб, нараховує приблизно сотню членів, де є дюжина різних секцій і де є штатні співробітники і велика кількість громадських працівників. Молоді люди займаються спортом все частіше, різноманітніше і довше. Суспільство стає більш спортивним, однак, при цьому втрачається первинне значення спорту, як засобу підтримки фізичної форми і підвищення тонусу.

Дослідженням доведено, що культурно-дозвіллєві заклади клубного типу проектують створення сприятливих умов для: використання виховних можливостей суспільства в цілому та мікросоціуму зокрема; практичного залучення різних вікових категорій населення до активної соціально-культурної творчості, спортивно-оздоровчої, ігрової, художньо-естетичної, релаксаційної діяльності; інфотрансляції цінностей світової культури; збереження та збагачення природного середовища.

Зарубіжний культурно-дозвіллєвий досвід переконує, що заклади клубного типу є інноваційними за своєю суттю. Це – унікальні соціально-культурні, педагогічні комплекси, що спроможні інтегрувати зусилля сім'ї, школи, громадських організацій, культурно-мистецьких об'єднань і спрямовувати їх на реалізацію рекреативного, розвиваючого, морального, естетичного потенціалу дозвілля, на формування духовної спільності. Культурно-дозвіллєвий заклад клубного типу є багатокомпонентним, кожна структурно-функціональна одиниця якого має свою мету і завдання.

Доведено, що використання у вітчизняній дозвіллєвій практиці зарубіжного досвіду діяльності культурно-дозвіллєвих закладів клубного типу можливе лише за умов врахування особливостей розвитку культурно-дозвіллєвої практики в Україні. Такий підхід дозволить: сформувати принципово нову модель вітчизняного клубу відповідно до сучасних суспільних потреб; удосконалити функціональну систему соціокультурної сфери на основі світових досягнень у цій галузі; інтенсифікувати теоретичні дослідження культурно-дозвіллєвої діяльності вітчизняних клубів та закладів клубного типу.

Пріоритетами вітчизняної політики у дозвіллєвій сфері агропромислових районів країни мають стати:

– радикальний перегляд існуючої системи дозвіллєвих закладів агропромислових районах з позицій загальнолюдських цінностей;

– урегулювання належної координації та впорядкування повноважень між управлінськими ланками, а отже, – розробка чіткої стратегії розвитку дозвіллєвої сфери на державному рівні, в регіонах та на місцях. У цьому контексті важливим для розвитку культурно-дозвіл-лєвих закладів агропромислового комплексу, з точки зору активної співпраці громадських, релігійних, благодійних, комерційних об'єднань, результатом якої є ефективна реалізація національних та регіональних культурно-мистецьких акцій, дозвіллєвих та рекреаційних програм, суттєва соціально-культурна підтримка малозахищених верств населення є досвід зарубіжних країн;

– розробка відповідного законодавства, щодо соціального захисту працівників культурно-дозвіллєвої сфери в агропромислових районах;

– врахування регіональних аспектів організації дозвілля та національних традиційних форм культурно-дозвіллєвої творчості;

– матеріально-технічне забезпечення діяльності дозвіллєвих закладів з наближенням його до світових стандартів;

– вирішення фінансових питань для практичної реалізації культуротворчого потенціалу дозвіллєвого закладу;

– підтримка наукових досліджень у соціально-культурній сфері загалом і в дозвіллєвій зокрема для надання соціально-культурній діяльності науково і методично обґрунтованого характеру, можливості прогнозувати й проектувати культурно-дозвіллєві процеси суспільства;

– розвиток міжнародного дозвіллєвого співробітництва, що передбачає обмін соціально-культурним досвідом.

4. Висновки та обговорення одержаних результатів

Проведений аналіз світового досвіду організації закладів культурно-дозвіллєвої сфери та їх кадрового забезпечення дозволяє виокремити загальні принципи дозвіллєвої політики на місцях, яких дотримується більшість зарубіжних країн. До них належать: захист свободи самовираження і створення умов для реалізації цієї свободи; надання однакових можливостей для кожного брати участь у дозвіллєвій діяльності; розвиток культурного плюралізму, художньої творчості; розвиток культурної та соціальної активності на місцях; збереження та популяризація культурної спадщини; розвиток освіти в сфері культури та мистецтва; удосконалення міжнародної культурної співпраці.

Результати дослідження світового досвіду організації закладів культурно-дозвіллєвої сфери та їх кадрового забезпечення в агропромислових районах дозволяють зробити такі висновки:

1. На основі аналізу теоретико-практичного досвіду організації культурно-дозвіллєвої діяльності у країнах Західної Європи і США охарактеризовано організаційну структуру закладів клубного типу та провідні тенденції їх розвитку. Клуб розглядається як добровільна, організаційно оформлена ініціативна група осіб, які мають спільні інтереси, мотиваційно-ціннісні орієнтації, потреби, передусім у культурно-дозвіллєвій сфері, і співпрацюють задля їх задоволення. Клубна діяльність в свою чергу є особливим різновидом дозвіллєвої культуротворчості.

2. У сучасній культурно-дозвіллєвій сфері зарубіжжя, простежено й встановлено основні тенденції, зумовлені соціально-культурними реаліями суспільного розвитку: максимальне наближення клубних об'єктів до споживача (створення закладів клубного типу в студентських містечках, поблизу торгівельних та адміністративних районів, у межах житлового масиву); тісна співпраця клубів з культурно-мистецькими, освітніми, спортивними установами; виникнення клубів-кафе, клубів-готелів, клубів-бібліотек, клубів-кінотеатрів, що вимагають спеціального кадрового забезпечення.

3. Доведено, що клуб, як функціональна система культурно-дозвіллєвої сфери, відзначається особливою соціальною та індивідуальною мобільністю, яка дозволяє забезпечити відповідність змісту культурно-дозвіллєвої діяльності соціально-демографічній та соціально-культурній структурі населення, потребам та інтересам різних вікових груп, сприяє розвитку культурного життя суспільства в цілому.

4. На основі аналізу доведено, що клубна робота з різними віковими категоріями населення є чинником культурно-дозвіллєвої та рекреаційної діяльності; соціалізації та адаптації особистості; задоволення потреб індивіда у неформальному спілкуванні, самореалізації та самодіяльності, творчому розвитку; залучення людини до професійно-трудової, суспільно-корисної, освітньої діяльності.

5. Доведено, що використання у вітчизняній дозвіллєвій практиці зарубіжного досвіду можливе лише за умов врахування особливостей розвитку культурно-дозвіллєвої практики в Україні. Розроблені рекомендації для модернізації клубної системи в Україні на основі адаптації сучасної зарубіжної теорії, методики і організації культурно-дозвіллєвої діяльності та кадрового забезпечення, що дозволять: сформувати принципово нову модель вітчизняного клубу відповідно до сучасних суспільних потреб.

Наукова новизна одержаних результатів полягає втому, що в роботі доведено, що використання у вітчизняній дозвіллєвій практиці зарубіжного досвіду діяльності культурно-дозвіллєвих закладів клубного типу можливе лише за умов врахування особливостей розвитку культурно-дозвіллєвої практики в Україні. Такий підхід дозволить: сформувати принципово нову модель вітчизняного клубу відповідно до сучасних суспільних потреб

Практичне значення одержаних результатів визначається тим, що методичні рекомендації для модернізації клубної системи в Україні можуть бути використаними в роботі науково-дослідних інституцій, що вивчають культурно-дозвіллєву проблематику, у практичній діяльності вітчизняних закладів дозвілля в агропромислових районах, що дасть можливість підвищити якість життя а, отже, визначатиме привабливість для нових жителів, туристів та інвесторів.

Перспективою подальших досліджень може бути розробка планів та програм розвитку модернізації клубної системи та його кадрового забезпечення на основі адаптації світового досвіду організації закладів культурно-дозвіллєвої сфери в агропромислових районах.

Література

1. Доронкина, Е. Г. (2010). Теория и практика организации рекреационной деятельности в США. *Кандидатская диссертация.* Москва: МГИК.
2. Кирсанов, В. В. (1998). *Социально-педагогические проблемы организации досуга за рубежом*. Харьков: ХГИК.
3. Киселева, Т. Г. (2012). *Теория досуга за рубежом*. Москва: МГИК.
4. Кротова, Ю. Н. (2004). Становление и развитие педагогики досуга в США и Великобритании. *Докторская диссертация.* Санкт-Петербург: Академия культуры.
5. Мамбеков, Е. Б. (2009). Организация досуга во Франции: анимационная модель. *Кандидатская диссертация.* Москва: Гос. ин-т. культуры.
6. Петрова, І. В. (2005). *Дозвілля в зарубіжних країнах*. Київ: Кондор.
7. Dattilo, J., & Jekubovich-Fenton, N. (2006). Trends for People Leisure Services with Mental Retardation. *Park and recreation, 5,* 38-45.
8. Ewers, J. (2006). *Ein Altenklub und seine bildungsfordernde*. Kцln: HYRD.
9. Lowes, R. (2007). The Club Industry Market . *Club Management, 5,* 71-78.
10. Opaschowski, H., Stubenvoll, R., & Wemitz R. (2010). *Herausforderung Freizeit-Perspektiven fьr die 90-er Jahre*. Hamburg: AG.
11. Reischock, W. (2010). *Freizeit als Erziehungsraum. Beratung als freizeitgemдsse pдdagogische Funktion. Enschulung der Schule?* Berlin: Verl. Volk u Wissen.
12. Sabie, J., & Grawink, J. (2005). Partners: promoting accessible recreation. *Parks and recreation, 5,* 64-70.
13. Torkildsen, G. (2006). *Leisure and Recreation Management.* London-New York: Pan Books.
14. Wilhite, B., Halle, G., & Keller, M. (2012). Living the Good Life . *Parks and recreation, 3,* 52-60.
15. Witt, P., & Crompton, J. (2008). The oit-risk youth recreation project. *Parks and recreation, 1,* 17-23.

Стаття надійшла до редакції 08.09.2016

Anna Slobodyanik
PhD (Economics), Associate Professor,
Kyiv International University
49 Lvivs'ka Str., Kyiv, 03179, Ukraine

World experience of institutions amusement industry and their staffing in the agricultural districts

Abstract:

1. Introduction. *The research topicality is predetermined by the peculiarity of the situation with institutions of leisure in the agricultural areas in Ukraine and the need to overcome the crisis situation in modern national cultural and leisure practice. Theoretical and methodological aspects of the organization of leisure, cooperation of clubs and cultural institutions of club type are considered in foreign scientists' papers, the specifics of local clubs is highlighted in the works of Ukraininan scientists. However, the experience of organizing foreign clubs, clubhouse and staffing still remains outside the attention of scientists.*

2. Purpose. *The purpose of this paper is to study the main trends of foreign experience in organization of cultural and leisure institutions. The article aims at developing practical recommendations for applying foreign experience in the organization of institutions of cultural and leisure areas and their staffing in the agricultural regions of Ukraine. The object of study is the process of organizing cultural and leisure activities in the world. Subject of research are theoretical and practical aspects of the use of world experience. Methodological basis of research are the General and special methods. Information base are laws and regulations, development of domestic and foreign scientists, statistical and analytical materials.*

3. Results. *The analysis of the world experience allows to allocate the General principles of leisure policy, which adheres to most foreign countries. These include: protection of freedom of expression and create conditions for the realization of this freedom; to provide equal opportunities for everyone to participate in leisure activities; the development of cultural pluralism and artistic creativity; the development of cultural and social activity; the preservation and promotion of cultural heritage; development of education in the sphere of culture and art; improvement of international cultural cooperation.*

4. Conclusions. *The most important task of both the state and the agricultural districts have public, Patriotic education of rural people, their involvement in socio-political and economic transformation. In contrast to previous research recommendations for the use of foreign club experience in the organization of institutions of cultural and leisure areas and their staffing in the agricultural areas of Ukraine, which allows to significantly improve the quality of life of the agro-industrial areas and its economic attractiveness. The study could become the basis for developing plans and programs for the development of the modernization of the club system of staffing based on the adaptation of the world experience.*

Keywords: cultural institution, staffing, cultural and leisure sphere, agro-industrial district.
JEL Classification: J 43, L83, Z 10.

References:

1. Dattilo, J., & Jekubovich-Fenton, N. (2006). Trends for People Leisure Services with Mental Retardation. *Park and recreation, 5,* 38-45.
2. Doronkina, E. G. (2010). A theory and practice of organization of recreational activity are in the USA. *Candidate's dissertation*. Moscov: MGIK (in Russ.).
3. Ewers, J. (2006). *Ein Altenklub und seine bildungsfordernde*. Kцln: HYRD.
4. Kirsanov, V. V. (1998). Socially-pedagogical problems of organization of leisure abroad. Har'kov: HGIK (in Russ.).
5. Kiseleva, T. G. (2012). *Theory of leisure abroad*. Moscov: MGIK (in Russ.).
6. Krotova, Ju. N. (2004). Becoming and development of pedagogics of leisure is in the USA and Great Britain. *Doctoral dissertation*. Sankt-Peterburg: Akademija kul'tury (in Russ.).
7. Lowes, R. (2007). The Club Industry Market . *Club Management, 5,* 71-78.
8. Mambekov, E. B. (2009). Organization of leisure is in France: animation. *Candidate's dissertation*. Moscov: Gos. in-t. kul'tury (in Russ.).
9. Opaschowski, H., Stubenvoll, R., & Wemitz R. (2010). *Herausforderung Freizeit-Perspektiven fьr die 90-er Jahre*. Hamburg: AG.
10. Petrova, I. V. (2005). *Leisure is in foreign countries*. Kyiv: Kondor (in Ukr.).
11. Reischock, W. (2010). *Freizeit als Erziehungsraum. Beratung als freizeitgemдsse pдdagogische Funktion. Enschulung der Schule?* Berlin: Verl. Volk u Wissen.
12. Sabie, J., & Grawink, J. (2005). Partners: promoting accessible recreation. *Parks and recreation, 5,* 64-70.
13. Torkildsen, G. (2006). *Leisure and Recreation Management.* London-New York: Pan Books.
14. Wilhite, B., Halle, G., & Keller, M. (2012). Living the Good Life . *Parks and recreation, 3,* 52-60.
15. Witt, P., & Crompton, J. (2008). The oit-risk youth recreation project. *Parks and recreation, 1,* 17-23.

Received 08.09.2016

УДК 351.12:338.46

В'ячеслав БОЙКО
кандидат філософських наук, доцент,
завідувач кафедри публічного управління та гуманітарних наук
Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв

ІННОВАЦІЙНІ ЗАСАДИ ФУНКЦІОНУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВ ТА ЗАКЛАДІВ СОЦІОКУЛЬТУРНОЇ СФЕРИ ЯК ВАЖЛИВА ПЕРЕДУМОВА СТАЛОГО РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКИХ ТЕРИТОРІЙ ТА РЕГІОНІВ КРАЇНИ

У статті обґрунтовано інноваційні засади функціонування підприємств і закладів соціокультурної сфери як важливого чинника сталого розвитку сільських територій та регіонів їх розміщення. Визначено найбільш характерні риси сучасної регіональної культурної політики України. В результаті характеристики особливостей регіональної культурної політики виділено ряд пріоритетних напрямків. Запропонований ряд критеріїв, що дозволяють систематизувати існуючі моделі культурної політики.

Ключові слова: соціокультурна сфера, сільські території, інновації, підприємства, функціонування, особливості, моделі, культурна політика.

Постановка проблеми. Перспективним підходом до вивчення особливостей розвитку українського суспільства стає розгляд даного явища в контексті модернізації соціально-економічної діяльності. Модернізація здійснюється за допомогою переходу країни до інноваційної економіки, адміністративно-територіальної реформи, що в умовах глобальних впливів та викликів обумовлює значимість забезпечення механізмів міжрегіональних зв'язків. Тому неодмінною умовою розвитку сільських територій, регіонів їх розміщення в постіндустріальній економіці й інформаційному суспільстві є використання інноваційних підходів в управлінні функціонуванням закладів соціокультурної сфери.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. На важливості використання інноваційних підходів в управлінні закладами соціокультурної сфери вказують вітчизняні та зарубіжні науковці – Геєць В.М., Гордин В.Е., Кисіль Н.М. Котлер Ф., Клюев В.К., Ястребова Е.М., Лавлок К., Мулдер Б., Фукуяма Ф., Новаторов В.Е., Осипова Г.М., Пул Д.Х., Переверзев М.П., Тульчинський Г.Л. Для подолання невиправдано великої міжрегіональної економічної, соціальної й культурної диференціації, підвищення конкурентоспроможності країни з метою забезпечення сталого розвитку акцент в управлінні ними має здійснюватися як на матеріальних, так і на нематеріальних факторах розміщення, у тому числі відносно різних видів культурної діяльності, реальних і віртуальних соціальних і культурних послуг.

Виділення невирішених раніше частин проблеми. Для підвищення рівня життя населення державою встановлюються й регулярно уточнюються стратегічні пріоритети соціальної політики. Культурна політика, спрямована на збереження й збільшення культурного потенціалу України, зміцнення духовних і моральних цінностей населення, є одним з найбільш важливих компонентів соціальної політики. В останні роки в Україні спостерігається значне зміщення акцентів у системі централізованого управління культурною діяльністю. Наслідком цього виступає ослаблення вертикальних зв'язків, перенесення центру ваги вирішення завдань культурної політики з державного на регіональний рівень, передача ряду об'єктів культурної спадщини з державного рівня у ведення регіонів, скорочення обсягів державного фінансування закладів сфери культури, мистецтв, соціальної інфраструктури.

У той же час яскраво виражена різнорідність культурного, соціального й економічного простору України, загострення таких соціальних проблем, як зниження життєвого рівня населення, поглиблення майнової диференціації, зниження ступеня доступності культурних благ вимагають цілеспрямованої діяльності держави по координації взаємин між національним,

© В. Бойко, 2017

регіональним і муніципальним рівнями управління культурою, по стимулюванню розвитку інноваційних підходів в управлінській практиці в сфері культури, по виробленню стратегії й тактики економічного, соціального й культурного розвитку регіонів, сільських територій, окремих поселень та підприємств і закладів.

Мета статті. Метою статті є обґрунтування інноваційних засад функціонування підприємств і закладів соціокультурної сфери як важливого чинника сталого розвитку сільських територій та регіонів їх розміщення.

Виклад основного матеріалу дослідження. Сформоване до теперішнього часу положення в сфері культури Україні вимагає інноваційних підходів до управління культурною політикою як на рівні країни в цілому, так і на рівні регіонів. Оскільки сфера культури піддається прямому й непрямому державному регулюванню, завданням держави є формування адекватної сформованим умовам моделі культурної політики, націленої на збереження культурної спадщини й розширене виробництво й споживання культурних благ [1, с. 125]. В цій обстановці саме регіон стає найбільш перспективним рівнем управління суспільним і культурним розвитком в умовах інноваційної економіки, а культурна політика є необхідним чинником для реалізації моделі управління, спрямованої на економічне освоєння території й стійке підвищення якості життя в умовах інноваційної економіки.

Важливим фактором економічного розвитку території виступає використання культури як «важеля» для активізації різних видів діяльності з метою одержання мультиплікативного ефекту. Для України цей підхід у рамках реалізації культурної політики особливо перспективний, оскільки регіони країни мають найбагатший культурний потенціал. Особливо значимим є вивчення ролі й місця сучасних інформаційних технологій у формуванні культурно-інформаційного простору регіону й країни. Вирішення таких завдань культурної політики, як забезпечення доступності широкого спектра культурних благ для різних соціальних категорій населення й збереження локальної соціокультурної автентичності в умовах глобальної й масової культур, зокрема, обумовлюється тим, наскільки активно й цілеспрямовано на різних рівнях управління культурою використовується один з перспективних інструментів соціокультурної політики – інтернет-технології, віртуальні мережі та ін. [2, с. 107].

Регіоналізація є складним явищем, що, з одного боку, спрямоване, на посилення відособленості територій, а, з іншого боку, сприяє розвитку широкого спектра міжтериторіальних зв'язків, і має на меті забезпечення швидкого й адекватного реагування на прогресивні зміни в соціально-економічній і культурній сферах для забезпечення модернізації розвитку нашої країни [3, с. 142]. Регіоналізація є перспективною в умовах сучасної Україні тенденцією суспільного розвитку, що актуалізує проблематику формування регіональної культурної політики в контексті процесів модернізації й інноваційного типу розвитку.

Регіоналізація являє собою процес, що відображає підвищення ролі регіонів у суспільному розвитку, що викликано новими вимогами до управління стійким розвитком в умовах постіндустріальної економіки й інформаційного суспільства. Стосовно даного процесу вважаємо, що регіони можуть бути розділені на три великі, але нерівні групи:

- регіони, що комплексно використовують культурні ресурси: активно надають блага як на внутрішні, так і на зовнішні, у тому числі світові ринки, включені в глобальний соціально-економічний і культурний простір;

- регіони, що перебувають у стадії розвитку процесів освоєння культурних ресурсів: використання ресурсів сфери культури створює передумови для включення економіки й культури регіону в глобальні мережі економічних і соціально-культурних обмінів;

- регіони, що слабко використовують наявний соціокультурний потенціал длясталого розвитку.

Дана класифікація носить у значній мірі динамічний характер: простежується тенденція до руху регіонів у бік активного використання культурних факторів для розвитку. Сьогодні культура стає способом модернізації розвитку регіону, одночасно впливаючи, з одного боку, на ціннісно-мотиваційну складову діяльності населення, а з іншого боку, на економічну

складову регіонального господарства. Доцільним є, отже, цілеспрямоване використання культури як одного з інструментів розвитку регіонів. У сучасному суспільстві культурну політику неможливо розглядати окремо від сфери культурних послуг. Тому одним з головних напрямів державної політики у цьому контексті є забезпечення рівності можливостей доступу споживачів до соціокультурних послуг і благ [4, с. 175].

Відомо, що кожні два роки величина середньодушових доходів і валового регіонального продукту збільшується в певних пропорціях, що пов'язане зі збільшенням доходів в окремих категорій населення, розвитком економіки регіонів, а також і з інфляційними процесами в економіці. При цьому динаміка відвідуваності закладів культури зберігається в певних границях: у населення в різних регіонах Україні зберігається стабільний інтерес до культури в різних її проявах. З іншого боку, в умовах розвитку економічних відносин, введення нових механізмів господарювання в діяльність установ культури, розвитком інформаційних технологій, розробки й реалізації різних концепцій і програм культурного розвитку регіонів і територій рівень відвідуваності закладів культури залишається незмінним [5, с. 145].

Подібне положення справ пояснюється, на наш погляд, недостатньою пропрацьованістю реалізованих на різних рівнях управління культурних проектів, недостатньою ефективністю механізмів і методик оцінки соціальної значимості проведених культурних програм і розроблювальної культурної політики, дефіцитом дієвих методик оцінки культурного потенціалу регіонів і його використання з метою розвитку їх територій, особливо сільських. Таким чином, культура в регіональній економіці нашої країни ще не є часто використовуваним інструментом для розвитку. Як показує світовий досвід, у сучасній ситуації неможливо проводити комплексне їх відродження, не використовуючи можливості, якими володіє культура [6, с. 52].

Регіоналізація культурної політики являє собою стратегію розвитку, пов'язану із процесом посилення регіональної складової в соціально-культурному розвитку й спрямовану на взаємоув’язування цілей і ресурсів державного значення з регіональними цілями й ресурсами. Регіоналізація культурної політики являє собою, на нашу думку, стратегію управління, що базується, з одного боку, на комплексному використанні культурного потенціалу території для більш ефективного управління регіональним розвитком, а з іншого боку, полягає у вибудовуванні взаємин між елементами господарської структури регіону, національними, регіональними й місцевими органами управління, установами культури, організаціями й населенням для забезпечення взаємозв'язку культурного й економічного розвитку регіону, а також розширеного виробництва й споживання культурних благ.

Сьогодні питання про національну культурну політику для Україні здобуває особливу актуальність і вимагає концептуального прояснення. При проведенні регіональної культурної політики України важливо виділити основні вимоги, які варто враховувати при її розробці, для того, щоб чіткіше визначити комплекс управлінських завдань.

До найбільш характерних рис сучасної регіональної культурної політики України варто віднести наступні положення:

1. Об'єкти культурної спадщини часто розглядаються не як єдине ціле, а окремо, внаслідок чого потенційна символічна цінність окремих об'єктів часто або значно занижена, або не виділена. Акцент робиться на матеріальну цінність об'єктів, а їх соціальна значимість, соціальний ефект, одержуваний від їх використання, розраховується частково або взагалі не враховується.

2. Метою сучасної культурної політики Україні є не стільки збільшення числа установ культури, скільки комплексний підхід до розвитку території, що дозволяє об'єднати культурні, економічні, соціальні, екологічні компоненти територіального розвитку. Тому постає нове завдання - зміцнення й посилення значення місцевої автентичної культури для інтеграції окремих регіонів і територій в український і світовий культурний і економічний простір.

3. Реалізація цільових соціально-культурних програм по розвитку територій дозволяє активніше розвивати партнерські відносини між сферою культури, підприємствами й установами різних секторів економіки й населенням.

4. Створюється нова система регіоналізованого управління культурним і економічним розвитком: планування культурної діяльності стає менш централізованим, регіони одержують більшу самостійність у визначенні пріоритетних напрямків культурної політики, у розподілі ресурсів на реалізацію конкретних програм культурної політики, у виробленні механізмів співробітництва.

З огляду на вищенаведені особливості регіональної культурної політики, ми вважаємо, що можна виділити ряд її пріоритетних напрямків: зміцнювати й зберігати матеріальну й нематеріальну культурну спадщину й сприяти множенню культурного потенціалу; розвивати систему взаємозв'язку сфери культури з іншими сферами економіки; удосконалювати систему забезпечення культурними благами населення; сприяти створенню умов для розширеного виробництва й споживання культурних благ; залучати різні вікові й соціальні групи населення для участі в соціокультурній діяльності.

Культурна політика, розроблювальна на різних рівнях управління, повинна давати чіткі відповіді на питання: яким чином, за допомогою яких ресурсів і в які періоди можуть бути реалізовані цілі й вирішені завдання культурного, соціального й економічного розвитку регіонів [7, с. 78]. Може бути запропонований ряд критеріїв, що, як ми вважаємо, дозволяють систематизувати існуючі моделі культурної політики:

а) таксономічна належність: національні, регіональні й локальні моделі культурної політики;

б) стабільність цілей державної культурної політики: статична й динамічна моделі;

в) активність держави: прогресивна й консервативна моделі;

г) характер задоволення потреб: популістська й еклектична моделі;

д) ступінь державного втручання: патерналістська модель і модель держави добробуту;

е) державна політична система: ліберального, бюрократичного або просвітительського, національно-визвольна, перехідного періоду;

ж) форма підтримки культури: модель суспільної (державної) підтримки й ринкова модель.

Висновки і перспективи подальших розвідок. Сучасна державна культурна політика в Україні має риси багатьох моделей – від інноваційної прогресивної до традиційної консервативної. У зв'язку із цим повний перехід на ринкові принципи управління культурною діяльністю в нашій країні не тільки важко здійснюваний, але й нераціональний через історичні особливості, сформовані економічні й соціальні умови, відсутність чітких нормативно-законодавчих актів у сфері недержавного фінансування культури. Тому при виробленні сучасної концепції інноваційного функціонування закладів соціокультурної сфери з метою забезпечення сталого розвитку регіонів країни, особливо сільських територій, доцільним є поєднання інструментів управління, властивим різним моделям.

Література

1. Мармуль Л.О. Соціально-економічні особливості розвитку сільських територій / Л.О. Мармуль, М.М. Ігнатенко // Економіка АПК. - №7. – 2011. – С. 122-129.
2. Романюк І.А. Державна соціальна політика в забезпеченні продуктивної зайнятості сільського населення / І.А. Романюк // Економіка АПК. – 2014. – № 10. – С. 105-109.
3. Ковальчук В.Г. Державне управління соціально-економічним розвитком регіону: [монографія] / В. Г. Ковальчук. – Харків: Золоті сторінки, 2013. – 296 с.
4. Осипова Г.М. Обґрунтування концепції маркетинг-логістичного управління соціокультурною сферою / Г.М. Осипова // Державні механізми управління природокористуванням : зб. наук. праць. – 2011. – Т. XII. – вип. 181. – С. 168-181.
5. Токарева В. І. Концептуальні засади розвитку соціального потенціалу суспільства / В.І. Токарева, Л.І. Панкова // Механізми ефективності управління формуванням регіональної економіки : зб. наук. праць. – Донецьк : ДонДУУ, 2010. – Т. XI, вип. 164. – С. 145.
6. Гедікова Н. П. Роль соціокультурних чинників у сучасному процесі формування світогляду українського суспільства / Н. П. Гедікова // Вестник Одеський Національний Університет. Соціологія. – 2008. – Т. 13, вып 5. – С. 48-58.

7. Бойко В.І. Методологічні підходи до визначення ефективності процесів функціонування соціокультурної сфери регіону / В.І. Бойко // Современные проблемы и перспективы экономики и управления: теория и практика: матер. IV Междунар. научно-практ. конф. (Донецк, 25-27 октября 2013 г.) / Полтавская государственная аграрная академия, ЧП «Технологический Центр»; редкол.: Дмитриков В.П. [и др.]. – Харьков: Технологический Центр, 2013. – С. 77-79.

V.I. Boyko
PhD in Philosophy
National Academy of Managerial Staff of Culture and Arts

Innovative fundamentals of functioning of enterprises and socio-cultural sector units as an important precondition for sustainable development of rural areas and regions of the country

Abstract. The article substantiates the innovative principles of functioning of enterprises and institutions of the socio-cultural sphere as an important factor of sustainable development of rural territories and their distribution areas. The most important features of modern regional cultural policy of Ukraine are determined. Thus, the characteristics of regional cultural policy, allows us to distinguish a number of priority areas. The proposedcriteria gives us an opportunity to systematize the models of the cultural policy.

Key words: socio-cultural sphere, rural territories, innovations, enterprises, functioning, features, models, cultural policy.

References:

1. Marmul, L. O. & Ignatenko, M. M. (2011). Socio-Economic Features of Rural Areas' Development. *Economy of Agro-Industrial Complex, 7, 122-129* (in Ukr.).
2. Romanyuk, I. A. (2014). State Social Policy in the Providing Productive Employment of Rural Population. *Economy of Agro-Industrial Complex, 10, 105-109* (in Ukr.).
3. Kovalchuk, V. G. (2013). *Public Management of Socio-Economic Development of the Region.* Kharkiv: Golden Pages (in Ukr.).
4. Osipova, G. M. (2011). Justification of the Concept of Marketing and Logistics Management of Socio-Cultural Sphere. *State mechanisms of management of nature use, XII, 181, 168-181* (in Ukr.).
5. Tokareva, V. I. & Pankova, V. I. (2010). Conceptual Principles of the Development of the Social Potential of the Society. *Mechanisms of the Management Efficiency of the Formation of the Regional Economy, XI, 164, 145* (in Ukr.).
6. Gedikova, N. P. (2008). The Role of Socio-Cultural Factors in the Modern Forming of the Ukrainian Society's Worldview. *The Herald of Odessa National University. Sociology, 13, 5, 48-58* (in Ukr.).
7. Boyko, V. I. (2013). *The Methodological Approaches of the Defining the Effectiveness of the Functioning of the Socio-Cultural Sphere in the Region. Modern Problems and Prospects of Economics and Management: Theory and Practice*. Proceedings of the IV International Scientific Practical Conference (Donetsk, October 25-27, 2013). (pp. 77-79). Kharkiv: Technological Center (in Ukr.).

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

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

УДК 130.122:137.013.338

Інна ЗЕЛІСКО
доктор економічних наук, професор, професор кафедри фінансів,
Національний університет біоресурсів і природокористування України, Київ, Україна
innzel@mail.ru

ПАРАДИГМА ЕВОЛЮЦІЇ ЕКОНОМІЧНОЇ КАТЕГОРІЇ «ФІНАНСОВІ РЕСУРСИ»

У статті розглядається еволюція економічної категорії «фінансові ресурси» в контексті розуміння понять «економічна категорія», «фінанси» та «ресурси» та виявлено залежність сформульованих визначень від фінансових відносин, що склалися в суспільстві, економічного стану та рівня розвитку країни, моделі фінансових відносин в суспільстві. Визначено вагомість і значимість фінансових ресурсів в соціально-економічному розвитку країни та в управлінні діяльністю підприємств. Виявлено, що зміна ролі фінансових ресурсів в ринковій економіці, пов'язана із відірваністю їх руху від матеріально-речового відтворення, що призводить до фінансових кризових явищ на локальному та глобальному рівнях. На противагу існуючим дослідженням, комплексний підхід до розгляду сутності економічної категорії «фінансові ресурси економічних суб'єктів» уможливлює виділення їх функцій.

Ключові слова: економічна категорія, фінансові ресурси, ліквідність, суспільне відтворення, економічні відносини, фінансові відносини, фінансовий механізм.

1. Актуальність проблеми

Глобалізаційний тренди розвитку всіх сферах суспільного буття та світової економіки зокрема, наявність значних фінансових протиріч на світовому фінансовому ринку та євроінтеграційний вектор розвитку національної економіки впливають на динамізм фінансового підґрунтя суспільного відтворення. Необхідність системного реформування економіки України, трансформаційні перетворення економічних і фінансових відносин, що відбуваються в суспільстві, потребують переосмислення розуміння економічної сутності та значення фінансових ресурсів в економічному просторі, їх ролі у процесах суспільного відтворення.

Фінансові ресурси є важливою складовою системи пізнання економічних явищ та процесів і знаходяться у тісному зв'язку з економічним станом та рівнем розвитку економічних суб'єктів. Переформатування характеру фінансових відносин між економічними суб'єктами, державою, домогосподарствами, фінансовими інституціями приводить до заміщення традиційних економічних механізмів новими, краще адаптованими до трансформаційних економічних реалій.

Надзвичайно важливого значення в господарській діяльності економічних суб'єктів набувають забезпеченість та позитивна результативність використання фінансових ресурсів. Надзвичайна складність і багатогранність фінансових ресурсів потребують нового надійного теоретичного та практичного фундаменту для розробки і здійснення практичних рішень щодо функціонування механізму забезпечення фінансовими ресурсами діяльності й розвитку економічних суб'єктів.

© Зеліско І., 2017

В умовах глобальної економічної турбулентності та локальних фінансових дисбалансів, подальший розвиток фінансових відносин уможливлюється динамізмом фінансових ресурсів, які набувають якісно нових ознак, кількісно різноманітних властивостей та характеристик. Об'єктивна необхідність системного підходу щодо визначення сутності фінансових ресурсів через призму еволюції поглядів на цю економічну категорію, пояснюється органічним взаємозв'язком існуючих фінансових відносин в суспільстві із фінансовими ресурсами, що концентрують в собі їх матеріальний зміст.

Стан вивчення проблеми. Дослідженню фінансових ресурсів приділено значну увагу в наукових дослідженнях багатьох вчених. Л. Окунєва (Окунева,1980), О. Бірман (Бирман, 2008) і В. Сенгачов (Сенгачов, 2002) за радянських часів презентували фінансові ресурси в якості грошових засобів та фондів грошових ресурсів, що утворилися в процесі первинного та вторинного перерозподілу вартості ВВП, в результаті чого створюється національний дохід.

Під час зародження ринкового економічного механізму І. Зятковський (Зятковський, 2000) презентував фінансові ресурси як економічну категорію та В. Ковальов (Ковалев, 1996) розглядав фінансові ресурси як ресурс, що має здатність трансформуватися в інший вид ресурсів.

Західна фінансова теорія ґрунтується на різноаспектному позиціонуванні фінансових ресурсів. Дж. Ван Хорн (Ван Хорн, 2000) презентує фінансові ресурси в системі фінансового управління, Р. Брілій та С. Майерс (Брілій & Майерс, 1997) розглядає їх як ресурсний базис корпоративних фінансів, Е. Брігхем та Дж. Хьюстон (Brigham &Houston, 2009), як важливу складову фінансового менеджменту.

Сучасне бачення фінансових ресурсів українськими вченими наступне. І. Бланк (Бланк, 2011) розглядає фінансові ресурси з точки зору права власності, джерел формування та термінів використання, О. Гудзь (Гудзь, 2007) з позиції ліквідності активів та П. Стецюк (Стецюк, 2008) через призму управління процесами їх формування і використання, що є цілком правомірним з точки зору потреб та економічної мети функціонування економічних суб'єктів.

Невирішені питання. У вчених щодо визначення поняття «фінансові ресурси» в різні часи наявні певні особливості в трактуваннях. Проте, за умов трансформації економічного базису, необхідним є системний підхід щодо розуміння фінансових засад відтворювальних процесів через призму еволюції поглядів на економічну категорію «фінансові ресурси». Недостатньо уваги у наукових працях приділено фінансовим ресурсам, як досить складній економічній категорії, яка змінює сутність, функції та роль у суспільному відтворені відповідно до економічних трансформацій, що відбуваються в суспільстві.

2. Мета і методи дослідження

Метою статті є визначення парадигми еволюції поглядів на сутність і значення економічної категорії «фінансові ресурси» та виявлення зв'язку між трактуванням змісту економічної категорії «фінансові ресурси» з існуючими фінансовими відносинами в суспільстві.

Досягнення вказаної мети передбачає вирішення таких завдань:

– розкрити еволюцію поглядів на сутність та значення категорії «фінансові ресурси»;

− виявити вагомість і значимість фінансових ресурсів в соціально-економічному розвитку країни та в управлінні діяльністю економічних суб'єктів;

− представити функції, які виконують фінансові ресурси економічних суб'єктів.

Об'єкт дослідження – економічні явища, процеси та відносини, що відбуваються в національній економіці.

Предмет дослідження – сукупність теоретичних та прикладних аспектів формування та використання фінансових ресурсів у процесі суспільного відтворення.

Методологічною основою дослідження виступає діалектичний метод пізнання соціально-економічних явищ, системний підхід і результати досліджень провідних наукових економічних шкіл. Застосовано логічний та історичний методи для відстеження еволюції поглядів на природу й економічну сутність фінансових ресурсів та абстрактно-логічний – для композиційного узагальнення результатів і формулювання висновків.

Інформаційною базою дослідження слугували наукові праці відомих вчених у галузі економіки та фінансів, дані і річної й оперативної звітності економічних суб'єктів.

3. Основні результати дослідження

Економічні категорії відображують суспільні виробничі відносини, вони відповідають певним історичним умовам, мають об'єктивний характер і віддзеркалюють економічне життя людства. Кожна нова економічна категорія втілює в собі квінтесенцію динамізму розвитку суспільства, збагачує інші існуючі економічні категорії та набуває нових характеристик в подальшому.

Економічна категорія – це теоретичне вираження, мислена форма виробничих відносин, економічних явищ і процесів, які реально існують (Академічний тлумачний словник…, н. д.). Тобто, це теоретичне поняття, яке узагальнено презентує суттєві властивості економічних явищ і процесів.

Термін «ресурси» походить від французького слова «ressource», яке означає засіб, що застосовується для досягнення результату. Ресурси застосовуються у багатьох сферах та галузях: від біології, математики, медицини, психології, соціології, до економіки, техніки, політології тощо. Термінологія багатьох наук пов'язана із словом ресурс, щодо економіки, виділяють наступні ресурси – природні, трудові, матеріальні, економічні та фінансові (Ресурсы, н. д.).

Товарні та грошові відносини були наявні до виникнення терміну «фінанси». Подальший розвиток товарно-грошових відносин та виникнення держави, державних інституцій призвів до виникнення фінансів. Для виконання функцій, покладених на державу, необхідною передумовою є акумуляція і розподіл ресурсів, тобто валовий внутрішній продукт та національний дохід є матеріальним джерелом існування фінансів. Тому під фінансами розуміють економічні відносини, які виникають у зв'язку із об'єктивною необхідністю розподілу і перерозподілу вартості валового внутрішнього продукту (Говорушко, 2013). Матеріальний зміст фінансів розкривається завдяки існуванню фінансових ресурсів.

Еволюція економічної категорії «фінансові ресурси» презентує залежність від концептуальних підходів до визначення ролі фінансів у економічній системі та їх місця у відтворювальному процесі (Стецюк, 2008). Для держави та економічного суб'єкту найважливішим індикатором його діяльності є позитивна результативність використання фінансових ресурсів. Через механізми формування, мобілізації, нагромадження, розподілу, перерозподілу і використання фінансових ресурсів реалізується фінансова політика на макро- та мікрофінансових рівнях. В свою чергу фінансова політика має на меті досягнення економічної мети функціонування економічних суб'єктів.

Серед вчених не склалося єдиної думки щодо віднесення фінансових ресурсів до економічної категорії та навпаки існують протилежні міркування з цього приводу.

І. Зятковський зазначає: «…хоча в економічній літературі й на сьогодні немає єдності щодо визначення фінансових ресурсів, але усі дослідники єдині в тому, що не визнають їх економічною категорією» (Зятковський, 2000). Л. Окунєва дотримується протилежної позиції та визначає, що фінансові ресурси являються надзвичайно важливою економічною категорією (Окунева, 1980).

Фінансові ресурси являються важливою складовою системи пізнання фінансових відносин і знаходяться у тісному зв'язку з економічним станом та розвитком держави та економічних суб'єктів. Вони поєднують історичні процеси з їх логічним наповненням, відображають динамізм економічного буття, знаходяться в русі та постійній зміні у відповідності до явищ, що відбуваються. Тому цілком логічним є визнання фінансових ресурсів економічною категорією.

Аналіз наукової економічної літератури свідчить про те, що фінансові ресурси є досить популярною економічною категорією, яка дуже часто застосовується в дослідженнях вчених. Для розкриття фінансових ресурсів як економічної категорії використовується значна кількість концепцій, поглядів та підходів щодо їх сутності та значення.

Вважаємо за необхідне виділити наступні етапи еволюції економічної категорії «фінансові ресурси». За часів існування планової, адміністративно-командної економіки роль фінансів і грошових ресурсів зводилася до посередницької, а фінансові ресурси застосовувалися в процесі планування, регулювання, розподілу перерозподілу результатів відтворювальних процесів в суспільстві в якості рахункового фактору. Тобто фінансові ресурси надавали можливості оцінити матеріальні показники та виступали засобом розподілу та перероз-поділу матеріальних благ, що створені в суспільстві в процесі відтворення.

За радянських часів О. Бірман визначав фінансові ресурси як виражену в грошах частину національного доходу, що може бути використана державою з метою розширеного відтворення і на загальнодержавні витрати (Бирман, 2008). Наведений макроекономічний підхід бачення сутності фінансових ресурсів, ілюструє існуючу в ті часи концепцію зв'язку виникнення фінансових ресурсів з процесами розподілу і перерозподілу валового внутрішнього продукту і національного доходу, в якому керуюча роль належить державі.

В. Сенгачев при визначенні поняття фінансових ресурсів вказує, що «…фінансові ресурси народного господарства являють собою сукупність грошових нагромаджень, амортизаційних відрахувань та інших засобів, які формуються в процесі створення, розподілу і перерозподілу сукупного продукту» (Сенгачев, 2002). Таке трактування фінансових ресурсів охоплює економічні відносини пов'язані з формуванням, розподілом і перерозподілом сукупного суспільного продукту.

Сформульоване за радянських часів бачення економічної сутності фінансових ресурсів було двохвекторне: один напрям ґрунтувався на розподільній, інший на відтворювальній концепції фінансів.

Розподільна концепція фінансів базувалася на виникненні фінансів в процесі розподілу і перерозподілу вартості сукупного суспільного продукту та національного доходу. Відтворювальна концепція передбачала врахування всіх стадій відтворювального процесу.

В залежності від моделі фінансових відносин в суспільстві (за послідовністю розподілу валового внутрішнього продукту) – ринкової або адміністративної, різниться розуміння сутності та застосування економічної категорії фінансові ресурси як на рівні держави, тобто макроекономічному рівні, так і на рівні економічних суб'єктів – мікрорівні. Для фінансової моделі адміністративної економіки характерним було втручання держави у первинний розподіл валового внутрішнього продукту та наявність елементів перерозподілу, а у ринковій моделі навпаки переважає участь держави у перерозподілі валового внутрішнього продукту та присутність у первинному розподілі за допомогою непрямих податків.

Серед запропонованих вченими визначень фінансових ресурсів превалюють наступні напрями їх розуміння – фонди грошових ресурсів, доходи і надходження, накопичення. Наявним є підхід щодо об'єднання визначень фінансових ресурсів держави та економічних суб'єктів, а також узагальнене розуміння цієї економічної категорії як фінансових ресурсів суб'єктів господарювання та держави, що є достатньо суперечливим. Погоджуємося з існуючим розмежуванням у визначеннях фінансових ресурсів на макро- та мікроекономічному рівнях.

Ринкові економічні перетворення, які відбувалися із набуттям незалежності в Україні стали значним поштовхом до світоглядних змін в науці, в тому числі в фінансовій теорії. У зв'язку із цим, фінансові ресурси набули нового сутнісного змісту та ролі в процесах суспільного відтворення за часів зародження нових економічних умов господарювання.

Новий тренд у поглядах багатьох вчених на фінансові категорії сформувався під час зародження ринкового економічного механізму. В ті часи актуальним було правило: «финансовые ресурсы – это единый вид ресурсов субъекта хозяйствования, который имеет способность трансформироваться непосредственно и с минимальным временным лагом в любой другой вид ресурсов» (Ковалев, 1996).

Зароджувалися тільки певні орієнтири щодо сутності ринкових механізмів та важелів господарювання, тому перед економічними суб'єктами постало завдання використання джерел існування та розвитку. Функціонування на засадах комерційного розрахунку, який передбачав принципи самофінансування, саморегулювання та самоокупності змінило бачення джерел фінансування та зосередило увагу на внутрішніх витоках – прибуток, амортизаційні відрахування. Проте, внутрішні джерела або задовольняли частково потреби діяльності, або були майже відсутні в перехідний період, під час становлення ринкових засад господарювання. Тому, залучення банківських кредитів та інших інструментів запозичень було актуальним питанням фінансування потреб діяльності та розвитку багатьох економічних суб'єктів різноманітних форм власності.

Саме в цей час, науковці почали відмічати зміни у визначеннях фінансових ресурсів. Їх з'явилась велика кількість, що свідчило про те, що як на державному рівні, так і в наукових колах не була сформована теоретична концепція змін, що відбувались та не розроблено практичних заходів реалізації цих процесів. Крім того, науковці у своїх поглядах розділи-

лися: на прихильників швидких змін за існуючою моделями фінансових відносин в західних країнах; на ярих опонентів нових перетворень та на тих, що вбачали поступові, еволюційні зміни з урахуванням економічних умов в державі за тих часів (Стецюк, 2008).

Значна різнобарвність та багатогранність вбачається у трактуванні фінансових ресурсів економічних суб'єктів за ринкових умов господарювання. Простежується ототожнення фінансових ресурсів з грошовими засобами, активами, капіталом економічних суб'єктів, що є не зовсім економічно коректним та однозначним. Ці економічні категорії достатньо самостійні, хоча мають певні точки перетину та взаємозв'язок.

Суттєвими характеристиками фінансових ресурсів економічних суб'єктів є їх розуміння як економічних ресурсів, що забезпечують господарську діяльність та здатність погашати фінансові зобов'язання перед суб'єктами фінансових відносин, а також віддзеркалюють фінансовий результат відтворювального процесу. Ринкові умови господарювання характеризуються набуттям фінансовими ресурсами кардинально іншої ролі та значення у зв'язку із відірваністю їх руху від матеріально-речового відтворення. Підтвердженням хибності та негативним проявом такої тенденції, є фінансова нестабільність як в світі, так і в Україні. Існуючий розрив між фінансово-грошовою та матеріально-фінансовою складовими економічного розвитку призвів до фінансових проблем, розв'язання яких є конче необхідним, шляхом збалансування та узгодженості всіх складових суспільного відтворення.

Сучасні трактування фінансових ресурсів відображають проблеми та тенденції економічного сьогодення, найбільш яскравими з яких є наступні.

П. Стецюк презентує фінансові ресурси через призму фінансового управління: «Встановлення якісних характеристик та цільової функції фінансових ресурсів дозволяє дати наступне їх визначення: фінансові ресурси підприємства (суб'єкта господарювання) – це його найбільш ліквідні активи, що забезпечують неперервність руху грошових потоків» (Стецюк, 2008). Відмінність такого трактування фінансових ресурсів від інших існуючих визначень науковців, пов'язана з розкриттям фінансових ресурсів через призму фінансового управління. Тобто, головний акцент робиться на забезпеченні неперервності руху грошових потоків з метою передбачення та недопущення фінансових проблем на підприємстві на основі планування, прогнозування, аналізу і оцінки ефективності використання фінансових ресурсів підприємств.

Заслуговує на увагу визначення фінансових ресурсів економічних суб'єктів з точки зору ліквідності активів, яке запропоновано О. Гудзь: «... фінансові ресурси підприємства – це сукупність усіх високоліквідних наявних активів, які перебувають у розпорядженні підприємства й призначені для виконання фінансових зобов'язань і розширеного відтворення» (Гудзь, 2007).

І. Бланк класифікацію фінансових ресурсів презентує наступним чином: за правом власності (власні та позикові); за джерелами формування – на внутрішні та зовнішні; за термінами (короткострокові та довготермінові) (Бланк, 2011).

Таким чином, вважаємо за доцільне розглядати фінансові ресурси економічних суб'єктів як грошові та інші ліквідні оборотні засоби, що нагромаджені й авансовані з власних, позикових та залучених джерел у господарську діяльність економічних суб'єктів задля задоволення економічних потреб та інтересів його власників та інших зацікавлених осіб.

Для глибшого розуміння економічного змісту фінансових ресурсів економічних суб'єктів представимо функції, які вони виконують. Отже, комплексний підхід до розгляду сутності економічної категорії «фінансові ресурси економічних суб'єктів» припускає виділення наступних функцій.

Створення фінансового базису для стартової діяльності економічного суб'єкту. На першому етапі створення економічного суб'єкту, фінансові ресурси можуть формуватися без позикових коштів, а за рахунок внесків засновників, які набувають форм грошових ресурсів, майнових внесків, емісії цінних паперів.

Забезпечення простого або розширеного відтворення та безперервності виробничого процесу. Просте відтворення грунтується на використанні амортизаційних відрахувань, а розширене – за рахунок отриманого прибутку та здійснення капіталовкладень. Безперервність виробничого процесу реалізується з одного боку забезпеченістю фінансовими ресурсами, з іншого – результатами їх використання у процесі виробництва.

Підтримка фінансової стійкості й збалансованості. Такий фінансовий стан економічних суб'єктів можливо забезпечити за рахунок оптимального якісного складу фінансових ресурсів.

4. Висновки та обговорення одержаних результатів

Результати проведеного дослідження еволюції економічної категорії «фінансові ресурси» дають змогу зробити наступні висновки:

1. Аналіз еволюції економічної категорії «фінансові ресурси» в контексті розуміння понять «економічна категорія», «фінанси» та «ресурси» виявив залежність сформульованих визначень від фінансових відносин, що склалися в суспільстві, економічного стану та рівня розвитку країни, моделі фінансових відносин в суспільстві.

2. Визначено вагомість і значимість фінансових ресурсів в соціально-економічному розвитку країни та в управлінні діяльністю економічних суб'єктів. Існуюча суперечливість трактування цієї економічної категорії, зміни в поглядах вчених на економічну сутність та значимість фінансових ресурсів у суспільному відтворенні в процесі еволюційного розвитку, підтверджують їх багатогранну та різноаспектну економічну будову.

3. Виявлено функції фінансових ресурсів економічних суб'єктів: створення фінансового базису для стартової діяльності економічного суб'єкту; забезпечення простого або розширеного відтворення та безперервності виробничого процесу; підтримка фінансової стійкості й збалансованості економічного суб'єкту.

Наукова новизна одержаних результатів полягає у застосуванні комплексного підхід до розгляду сутності економічної категорії «фінансові ресурси економічних суб'єктів», що уможливлює виділення їх функцій.

Практичне значення результатів дослідження полягає в поглибленні теоретичних засад фінансової науки та управляння суб'єктами господарювання.

Перспективою подальших досліджень у цьому напрямі можуть бути наукові розвідки щодо змістового наповнення та ролі фінансових ресурсів на мікро- та макрофінансових рівнях як необхідної превентивної складової євроінтеграційного руху України .

Література

1. *Академічний тлумачний словник української мови* (н. д.). Відновлено від htpp://www/s/ghenezys.
2. Бирман, А. М. (2008). *Очерки теории советских финансов*. Москва: Финансы.
3. Бланк, І. О., & Ситник, Г. В. (2011). *Фінансове забезпечення розвитку підприємств*. Київ: КНТЕУ.
4. Брілей, Р., & Майерс, С. (1997). *Принципы корпоративных финансов*. Москва: Олимп-бизнес.
5. Ван Хорн, (2000). *Основы управления финансами*. Москва: Финансы и статистика.
6. Говорушко, Т. А. (2013). *Фінанси для фінансистів*. Київ: Центр учбової літератури.
7. Гудзь, О. Є. (2007). *Фінансові ресурси сільськогосподарських підприємств*. Київ: ННЦ ІАЕ.
8. Зятковський, І. В. (2000). Теоретичні засади фінансів підприємств. *Фінанси України, 4,* 24-27.
9. Ковалёв, В. В. (1996). *Финансовый анализ*. Москва: Финансы и статистика.
10. Окунева, Л. П. (1980). Финансовые ресурсы буржуазного государства. *Финансы СССР, 3,* 63-75.
11. *Ресурсы* (н. д.). Відновлено від htpp://www.glossary.ru/cgibin/gl_sch2.cgi?RQlxzwx:# gltop.
12. Сенгачев, В. К. (2008). *Финансовые ресурсы народного хозяйства*. Москва: Финансы и статистика.
13. Стецюк, П. А. (2008). *Теорія і практика управління фінансовими ресурсами сільськогосподарських підприємств*. Київ: ННЦ ІАЕ.
14. Brigham E. F., & Houston J. F. (2009). *Fundamentals of financial management*. Mason: Cengage Learning print Publ.

Стаття надійшла до редакції 24.07.2016

Inna Zelisko
D.Sc. (Economics), Professor,
National University of Life and Environmental Sciences of Ukraine
15 Heroiv Oborony Str., Kyiv, 03041, Ukraine

Paradigm of evolution of economic category «financial resources»

Abstract:

1. Introduction. *Global transformation processes in all areas of social life, globalization principles of the world economy and European integration vector of development of the national economy necessitates systemic reform Ukraine's economy. Reformatting economic and financial relations in society is reflected in the dynamism of the financial basis of social reproduction that requires rethinking the nature and understanding of the economic importance of financial resources. Financial resources are the determining basis of the process of social reproduction and functioning of the state and the enterprises of any legal form and ownership.*

2. Purpose. *The purpose of this article is to identify the relationship evolution of views on the nature and importance of the economic category "financial resources" and financial relations existing in society. Research object – a set of economic phenomena, processes and relationships that take place in the national economy. Subject of investigation – a set of theoretical and applied aspects of the formation and use of financial resources in the process of social reproduction. The methodological basis of research the dialectical method of knowledge of social and economic phenomena, systematic approach and research results of leading scientific economic schools. Applied logical and historical methods to track the evolution of views on the nature and economic substance of financial resources and the abstract - logical - for composite summarizing the results and drawing conclusions.*

3. Results. *Evolutionary determinants of economic category "financial resources" should be considered in the context of understanding the concepts of "economic category", "finance" and "resources". We consider it appropriate to consider the financial resources of enterprises as money and other liquid current assets that accumulated and advances of their own borrowed and borrowed sources in the business enterprise to meet economic needs and interests of its owners and other stakeholders.*

4. Conclusions. *Analysis of evolutionary determinants of economic category "financial resources" in the context of understanding the concepts of "economic category", "finance" and "resources" revealed dependence defined definitions of financial relations prevailing in society, economic status and level of development, the model of financial relations in society. Is found that the acquisition of financial resources radically different role and value of market economic conditions, due to the isolation of the movement of the material – the material reproduction, which leads to a financial crisis at the level of national economies and the scale of the global economy. Consideration evolutionary determinant of economic category "financial resources" is a necessary component of the European integration course of preventive Ukraine and further development of the global economy.*

Keywords: economic category, financial resources, liquidity, social reproduction, economic relations, financial relations, financial mechanism.

JEL Classification: B26.

References:

1. *Academic dictionary of the ukrainian language* (n. d). Retrieved from htpp://www/s/ghenezys.
2. Birman, A. M. (2008). *Essays on the theory soviet finance*. Moscov: Finansy (in Russ.).
3. Blank, I. O. (2011). *Financial support enterprise development*. Kyiv: KNTEU (in Ukr.).
4. Brealey, R., & Myers, S. (1997). *Principles of corporate finance*. Moscow: Olimp-biznes (in Russ.).
5. Brigham E. F., & Houston J. F. (2009). *Fundamentals of financial management.* Mason: Cengage Learning print Publ.
6. Gudz, O. Y. (2007). *Financial resources of agricultural enterprises*. Kyiv: NNC IAE (in Ukr.).
7. Hovorushko, T. A. (2013). *Finance for financiers*. Kyiv: Tsentr uchbovoi literatury (in Ukr.).
8. Kovalov, V. V. (1996). *Financial analyze*. Moscov: Finansy i statistika (in Russ.).
9. Okunieva, L. P. (1980). Financial resources of bourgeois state. *Finansy SSSR (Finance SSSR), 3,* 63-75 (in Russ.).
10. *Resources* (n. d). Retrieved from: htpp://www.glossary.ru/cgi-bin/gl_sch2.cgi?RQlxzwx:#gltop.
11. Sengachov, V. K. (2002). *Financial resources of national economy.* Moscov: Finansy i statistika (in Russ.).
12. Stetsiuk, P. A. (2008). *Theory and practice of financial resources management*. Kyiv: NNC IAE (in Ukr.).
13. Van Horn, J. K. (2000). *Fundamentals of financial management*. Moscow: Finansy i statistika (in Russ.).
14. Ziatkovskii, I. V. (2000). Theoretical principles of enterprises finance. *Finansy Ukrainy (Finance Ukraine), 4,* 24-27 (in Ukr.).

Received 24.07.2016

УДК 658.14

Олександр АТАМАНЮК

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ ВПРОВАДЖЕННЯ КОНТРОЛІНГУ В СИСТЕМУ УПРАВЛІННЯ ДІЯЛЬНІСТЮ ЗАКЛАДІВ СОЦІОКУЛЬТУРНОЇ СФЕРИ НА СЕЛІ

Виявлено, що сучасні заклади соціокультурної сфери на селі є складними системами. В умовах різкого скорочення бюджетної підтримки вони мусять функціонувати на засадах самоокупності. Це означає поєднання творчих та бізнес-процесів у діяльності (оренда, комерційне надання соціокультурних послуг та ін.). Розширення меж діяльності спонукає обґрунтування й впровадження нових методів та інструментів управління. Одним з них визначено контролінг. У статті визначені його види й охарактеризовані інструменти. Обґрунтовані напрями подальших досліджень.

Ключові слова: заклади, соціокультурна сфера, контролінг, теоретико-методичні, засади, інструменти, впровадження, система, управління, діяльність, село.

Постановка проблеми. Причини, які потребують впровадження новацій у сфері управління соціально-культурними підприємствами, здебільшого схожі, а в деяких випадках тотожні з аналогічними у сфері державного й підприємницького управління загалом. Вони полягають у необхідності прийняття виважених та управлінських рішень на основі всебічного моніторингу, обліку, аналізу та перспективних планів і прогнозів діяльності, а також контролю за їх виконанням. Вказані засоби повною мірою надає контролінг як система або метод управління, що актуалізує рівень його досліджень.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Вивчення та впровадження контролінгу в управління вітчизняними підприємствами здійснюється найбільш активно порівняно недавно – протягом останніх 20-25 років. Відомі його дослідження здійснені такими науковцями, як Н.А. Борісова, І.І. Мазур, В.Д. Шапіро, Х. Фольмут, М. Баль, А. Дайле, Ю.Н. Бойкова, М.І. Шмейкерт та інші. Вони стосуються етапів розвитку контролінгу, його змісту та структури. Також йдеться про технологію здійснення управлінського процесу та його оцінку.

Виділення невирішених раніше частин проблеми. Проте методичні засади впровадження контролінгу у діяльність підприємств та закладів соціокультурної сфери обґрунтовані недостатньо. Поглиблених досліджень потребує визначення видів та інструментів контролінгу, які можуть бути використані найбільш ефективно.

Мета статті. Мета статті полягає в обґрунтуванні теоретико-методичних засад впровадження контролінгу у діяльність та управління розвитком сільських закладів соціокультурної сфери, виявленні основних його видів та інструментів для найбільш ефективного використання.

Виклад основного матеріалу. На сучасному етапі розвитку соціально-культурна діяльність на селі потребує значних інновацій як у сфері управління, так і у сфері виробництва та надання послуг. Це пояснюється різким скороченням державної фінансової підтримки її закладів та необхідністю доповнення їх традиційно безоплатних послуг для населення комерційною діяльністю з метою забезпечення самоокупності.

Тому впровадження контролінгу набуває особливої актуальності. Оскільки останній являє собою не просто управлінську систему, яка увібрала в себе функції обліку, планування, маркетингу і бюджетного контролю, а якісно новий зразок мислення керівників, спрямований у майбутнє [1, с. 201]. У цій системі чітко визначаються цілі, принципи управління, засоби реалізації.

Необхідно зазначити, що систему сучасного контролінгу формують його важливі види: адміністративний, виробничий, диспозитивний, бенчмаркетинговий, фінансовий, реалізації, процесний. Орієнтовані на вирішення тих або інших завдань, вони можуть бути об’єднані у

© Атаманюк О., 2017

тактичний та стратегічний види контролінгу. Методичні засади їх імплементації у практику діяльності та управління потребують розуміння їх особливостей та врахування можливостей для прийняття управлінських рішень.

Таким чином, адміністративний контролінг як інструмент управління – це порядок, методи, послідовність дій і прийомів, які застосовують суб'єкти підприємництва на основі зміщення акценту з контролю на аналіз майбутнього, збільшення швидкості реакції на зміни, поліпшення гнучкості управління та інформаційного забезпечення на засадах реалізації адміністративно-правових норм. Його суть може полягати в координації планів різних суб'єктів з метою розробки консолідованих планів розвитку; розробці методики планування, графіків виконання планів, наданні інформації для їх складання, забезпеченні контролю та стимулюванні виконавців.

Повноваження адміністративного контролінгу охоплюють контроль по виконанню планованих результатів та порівняння їх з фактично отриманими результатами для виявлення рівнів досягнення мети, встановлення меж невідповідностей, аналіз причин відхилень та впровадження пропозицій для поліпшення результатів [2, с. 136]. Також це процеси збору й аналізу даних, які сприяють прийняттю управлінських рішень; консультацій для вибору конкретних заходів і управлінських рішень; розробки інструментарію для моніторингу, планування, контролю.

Виробничий контролінг – це сучасна назва професійної діяльності, пов'язаної з аналізом економіки підприємства й оптимізацією управлінських рішень відносно майбутніх перспектив його розвитку. Служба контролінгу в соціально-культурному закладі або підприємстві є, свого роду, економічним провідником, який за допомогою кількісної інформації допомагає керівникам функціональних напрямів (забезпечення або постачання, основної діяльності або виробництва, реалізації) вести свої підрозділи до поставлених цілей.

У зв'язку з цим основними завданнями виробничого контролінгу є отримання об'єктивної й оперативної інформації про витрати для забезпечення поточного управління соціально-культурним підприємством, набуття інформаційної бази для розробки цінової політики, а також контроль економічної ефективності діяльності та її фінансово-економічної стійкості. Впровадження системи виробничого контролінгу на підприємстві або в закладі повинне здійснювати за допомогою командної роботи [3, с. 54]. Вона включає представників усіх основних функціональних підрозділів: менеджерів, технологів, обліковців, фахівців з підготовки та надання соціально-культурних послуг, а також керівників структурних підрозділів.

Здійснення виробничого контролінгу на підприємствах та в установах соціально-культурної сфери має на меті здійснювати самостійний вибір в ухваленні плану, управлінського рішення, що сприяло виникненню диспозитивного контролінгу. Диспозитивний контролінг, суть якого визначається фразою «що робити, якщо справа робиться неправильно», полягає в регулюванні виконання оперативного плану.

У процесі диспозитивного контролінгу для досягнення оперативних цілей пропонуються заходи щодо зміни диспозиції поточного стану діяльності соціально-культурного підприємства [4, с. 78]. Це можуть бути рішення про термінові рекламні заходи з метою активізації продажів, з тимчасового припинення закупівель матеріалів, реквізитів або експонатів з метою скорочення складських запасів, зміни постачальників, позбавлення від неліквідів, скорочення персоналу, зміни політики інкасації дебіторської заборгованості й будь-які інші позапланові заходи і перерозподіли ресурсів, спроможні вплинути на поліпшення ситуації щодо досягнення оперативних цілей.

У той самий час, не слід під виглядом диспозитивного планування вносити корективи до оперативних планів. Фрагментарне застосування диспозитивного планування, тобто не організація позапланових заходів для досягнення оперативного плану, а коригування самого плану в процесі його виконання під поточні обставини, що несподівано відкриваються, може забезпечити 100%-е виконання оперативного плану, що, проте, не сприятиме просуванню соціально-культурного підприємства до намічених цілей [5, с. 64]. Тому підставою для ревізії

оперативного річного плану може бути тільки ревізія його стратегічних завдань і коригування стратегічного плану. Таким чином, диспозитивний контролінг спрямований на досягнення оперативних планів структурних підрозділів і учасників процесу планування за умови того, що існують будь-які проблеми у виконанні планів.

Бенчмаркетинговий контролінг – це порівняння досягнутих результатів діяльності (організації виробництва) соціально-культурного підприємства з результатами діяльності (організацією виробництва) найкращого на ринку підприємства. До видів контролінгу, що залежать від видів управління відносяться: фінансовий, технологічний, інноваційний, ризик-контролінг, контролінг якості, збуту, процесний контролінг. Кожен із зазначених видів контролінгу орієнтований на функціональну підтримку за відповідним видом управління та визначає його зміст та основні завдання.

Так наприклад, фінансовий контролінг орієнтований на функціональну підтримку фінансового управління, що визначає його зміст та основні завдання. Провідною метою фінансового контролінгу є орієнтація управлінського процесу на максимізацію прибутку та вартості капіталу власників при мінімізації ризику і збереженні ліквідності та платоспроможності підприємства. Оптимізація фінансових результатів за гарантованої ліквідності та платоспроможності може розглядатися як головна мета фінансового управління, для досягнення якої контролінг вирішує такі основні завдання:

– збирання та аналіз внутрішньої і зовнішньої інформації, яка стосується об’єкта контролінгу;

– виявлення та ліквідація «вузьких місць» на підприємстві;

– своєчасне реагування на появу нових шансів і можливостей (виявлення й розвиток сильних сторін);

– забезпечення постійного аналізу та контролю ризиків у фінансово-господарській діяльності, а також розробка заходів щодо їх нейтралізації;

– виявлення резервів зниження собівартості продукції;

– оцінювання повноти та надійності ведення бухгалтерського обліку, операційного та адміністративного контролю;

– розробка стратегії розвитку підприємства та координація роботи з планування фінансово-господарської діяльності;

– аналіз відхилень фактичних показників діяльності від запланованих та вироблення на цій основі пропозицій щодо коригування планів або усунення перешкод на шляху їх виконання;

– забезпечення постійного контролю за додержанням співробітниками установленого документообігу, процедур проведення операцій, функцій та повноважень згідно з покладеними на них обов’язками;

– надання рекомендацій структурним підрозділам підприємства у процесі планування, розроблення і впровадження нових продуктів, процесів, систем;

– проведення внутрішнього консалтингу та розробка методичного забезпечення діяльності окремих структурних підрозділів;

– проведення внутрішнього аудиту та координація своєї діяльності з діями незалежних аудиторських підприємств під час зовнішнього (у т.ч. санаційного) аудиту підприємства з метою забезпечення оптимальних умов, за яких аудиторські підприємства можуть з довірою покластися на висновки служби внутрішнього аудиту, уникнувши дублювання зусиль.

Здійснення підприємницької діяльності у соціально-культурній сфері сприяє збільшенню як розмірів її підприємств та організацій, так і збільшенню обсягів реалізації послуг (продукції, товарів). Саме за часів глибоких змін на ринку послуг необхідна дієва організація маркетингової діяльності для того, щоб успішно відповідати вимогам ринку. Реалізація послуг, таким чином, стає ключовим фактором успіху [6, с. 214]. Саме у сфері реалізації постійне використання традиційних методів і практики може негативно впливати в тому числі і на конкурентоспроможність соціально-культурного підприємства та в середньостроковому періоді його конкурентоспроможність може бути поставлена підзагрозу. В сучасних умовах у

підприємницькому середовищі успішно діють ті підприємства, які об'єднують реалізацію і свої цілі в єдину стратегію і здійснюють відповідну політику. Дані обставини сприяють формуванню контролінгу реалізації соціально-культурних послуг.

Суть контролінгу реалізації полягає в підготовці і наданні допомоги керівництву в швидкому і дієвому реагуванні на несподівані зміни. На підставі цього виникає необхідність надати процесу продажів за допомогою контролінгу збуту перманентного аналізу слабких сторін і недоліків. Контролінг збуту безпосередньо переносить весь інструментарій контролінгу на сферу збуту і гнучко відповідає специфічним потребам цієї сфери. Постановка цілей в системі контролінгу збуту полягає у підвищенні економічної ефективності збутової діяльності і самої організації збуту в рамках заздалегідь установлених цілей. Адже відомо, що комерційний успіх за часів динамічних ринкових змін і трансформацій припускає високу гнучкість управління й швидкість пропозиції у відповідь на попит.

Контролінг реалізації повинен забезпечувати пошук шляхів вирішення проблем і робити можливим здійснювати стратегію реалізації соціокультурних послуг за допомогою підготовки актуальної інформації з позицій її важливості для ухвалення оперативних рішень і для ефективного управління збутом загалом. В центрі уваги, таким чином, знаходяться: виявлення джерел збитків, тобто слабких сторін (недоліків) у збутовій діяльності, а також розробка можливостей її оптимізації.

Виникнення процесного контролінгу або контролінгу бізнес-процесів в сучасних соціально-культурних підприємствах та установах також пов’язане з необхідністю пошуку нових підходів до здійснення ефективного управління. Досвід розвинених країн показує, що одним із напрямів ефективного функціонування та розвитку великих соціально-культурних підприємств є організація й здійснення управління розвитком не тільки творчих, але й бізнес-процесів [7, с. 451]. Для подальшого дослідження процесного контролінгу необхідно визначити основні поняття змісту та елементи здійснення власне творчих і бізнес-процесів.

Висновки і перспективи подальших розвідок. При управлінні великими соціально-культурними підприємствами керівники структурних підрозділів дуже часто мають вузький погляд на їх діяльність і не зацікавлені в тому, що їх безпосередньо не стосується. Обмін інформацією також часто гальмується через надмірну схильність до бюрократичних звичок передавати повідомлення нагору по ланцюжку. Це спричиняє необхідність визначення на перспективу упорядкованих взаємозв'язків усередині соціально-культурного підприємства у вигляді творчих і бізнес-процесів, тобто процесів, що наскрізно проходять через усі рівні організації і відповідають за будь-яку певну дію від початку і до кінця.

Література

1. Партин Г.О. Види та місце фінансового контролінгу на підприємстві / Г.О. Партин, Я.В. Маєвська // Науковий вісник НЛТУ України. – 2009. – Вип. 19.6. – С. 199-202.
2. Мельник Н.Г. Практичні аспекти організації контролінгу на підприємстві / Н.Г. Мельник, Н.П. Михайлишин // Вісник Львівської комерційної академії [ред. кол.: Г.І. Башнянин, В.В. Апопій, О.Д. Вовчак та ін.]. – Львів: Видавництво Львівської комерційної академії, 2011. – Вип. 36. – 486 с.
3. 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.
4. Калайтан Т.В. Контролінг : [навч. посіб.] / Т.В. Калайтан. – Львів: Новий світ, 2000, 2008. – 252 с.
5. Ігнатенко М.М. Соціально-економічний розвиток сільських територій: [монографія] / М.М. Ігнатенко. – Херсон: Айлант, 2010. – 238 с.
6. Романюк І.А. Соціальна сфера і розвиток громад у сільській місцевості / І.А. Романюк // Ефективне управління економікою: теорія і практика: матер. міжнар. наук.-практ. конф. (м. Черкаси, 4-5 жовтня 2013 р.) // Черкаський державний технологічний університет. – Черкаси: Видавничий дім “Гельветика”, 2013. – С. 212-215.
7. Куценко В.І. Соціальна сфера: реальність і контури майбутнього (питання теорії і практики) : [монографія] / В.І. Куценко / За ред. Б.М. Данилишина. – Ніжин : ТОВ «Видавництво «Аспект-Поліграф», 2008. – 818 с.

Alexander Atamanyuk

Theoretical and methodological principles of implementation of control in the system of management of the activities of socio-cultural sphere for sales

Abstract*. The author reveals that modern institutions of the socio-cultural sphere in the village are the complex systems. In the conditions of a rapid reduction of budget, they must operate on the basis of self-sustainability. It means a combination of creative and business processes in the activities (commercial provision of socio-cultural services, etc.). The expansion of the boundaries of activity prompts the justification and introduction of new methods and tools of management. One of them is the control. The article defines its types and describes instruments. The directions of further research are substantiated.*

Key words: institutions, socio-cultural sphere, controlling, theoretically-methodical, principles, tools, implementation, system, management, activity, village.

References:

1. Partin, G. O. & Maevska, Ya. V. (2009). Types and Place of Financial Control in the Enterprise. *Scientific Bulletin of NLTU of Ukraine, 19.6*, 199-202 (in Ukr.).
2. Melnyk, N. G. & Mykhailyshyn, N. P. (2011). Practical Aspects of Control Organization at an Enterprise. *Visnyk of Lviv Commercial Academy, 36* (in Ukr.).
3. Boyko, V. I. (2014). *Regional Dimension and Mechanisms to Increase the Socio-Economic Efficiency of the Development of the Cultural Sphere: Problems of Theory and Practice*. Kherson: Grin D. S. (in Ukr.).
4. Kalaytan, T. V. (2008). *Control.* Lviv: New World – 2000 (in Ukr.).
5. Ignatenko, M. M. (2010). *Socio-economic Development of Rural Areas.* Kherson: Ailant (in Ukr.).
6. Romanyuk, I. A. (2013). *Social Sphere and Community Development in Rural Areas. Effective Management of Economy: Theory and Practice.* Proceedings of the International Scientific-Practical Conference (Cherkasy, October 4-5, 2013). (pp. 212 – 215). Cherkasy: Publishing House "Helvetica" (in Ukr.).
7. Kutsenko, V. I. (2008). *Social Sphere: the Reality and Contours of the Future (Issues of Theory and Practice)*. Nizhyn: Aspect-Polygraph Publishing LLC (in Ukr.).

УДК 338.242

Оксана ФЕЙЧЕР
аспірант кафедри публічного управління та гуманітарних наук,
Національна академія керівних кадрів культури і мистецтв, Київ, Україна
feicher@i.ua

СТРУКТУРА ТА ПРИНЦИПИ ПОБУДОВИ ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНОГО МЕХАНІЗМУ УПРАВЛІННЯ ВИЩИМИ НАВЧАЛЬНИМИ ЗАКЛАДАМИ МИСТЕЦЬКОЇ ОСВІТИ

У статті розглянуто структуру та принципи побудови організаційно-економічного механізму управління вищими навчальними закладами мистецької освіти. Розкрито сутність поняття «структура управління», «принципи управління». Окреслено основні вихідні фактори формування та проблеми функціонування управлінських структур вищих навчальних закладів. На відміну від попередніх досліджень, автором запропоновано комплексний підхід до розширеної характеристики та подальшого групування принципів і концептів, дотримання яких є необхідним при розробці ефективного організаційно-економічного механізму управління. Це дасть змогу здійснювати глибинний аналіз функціонування даного організаційно-економічного механізму управління з метою подальшого його вдосконалення задля покращення конкурентного профілю вітчизняних мистецьких вищих навчальних закладів у глобальному освітньому просторі.

***Ключові слова*:** структура управління, принципи управління, організаційно-економічний механізм управління, проблеми функціонування, вищі навчальні заклади, мистецька освіта.

© Фейчер О., 2017

1. Актуальність проблеми

У сучасних умовах розвитку економіки України поняття «ринок» і «освіта» стають взаємозалежними. Освіта, яка в умовах закритого суспільства традиційно вважалося суспільним благом, перетворюється в послугу, а її заклади набувають роль повноцінних учасників ринкового середовища, де одним з ключових елементів є комерційний успіх. Перш за все ці зміни торкаються і вищих навчальних закладів як ключового чинника забезпечення розвитку інтелектуального потенціалу суспільства. За таких умов будь-який суб'єкт освітньої діяльності поєднує в собі певний комплекс як матеріальних, так і нематеріальних ресурсів (фінансових, людських, інформаційних, інтелектуальних, матеріальних, технічних), що дає змогу забезпечити бажану якість освітнього процесу. В свою чергу, ефективний організаційно-економічний механізм управління вищим навчальним закладом має бути забезпечений також адекватними структурою та принципами управління, зокрема, щодо постановки цілей, розробки стратегії, визначення потреби у ресурсному забезпеченні і підтримці відносин із зовнішнім середовищем, що в кінцевому результаті ставить за мету формування високоефективного конкурентоздатного економічного профілю даного вищого навчального закладу.

У контексті формування даного конкурентноздатного економічного профілю вищого навчального закладу вкрай важливими елементами є чутливість організаційно-економічного механізму управління ним до змін у макросередовищі, а також, переорієнтація даного механізму на інноваційний шлях розвитку, що обумовлено підвищеною інноваційною активністю суб’єктів господарювання в сучасному ринковому середовищі. Також слід відзначити, що розвиток ринку освітніх послуг на сучасному етапі в сфері вищої освіти характеризується посиленням конкуренції за абітурієнтів та потенційних вступників на здобуття усіх освітніх рівнів та наукових ступенів доктора філософії й доктора наук на комерційній основі. Аналізуючи дану проблематику через призму зниження контингенту потенційних абітурієнтів, а також тенденцію щодо оптимізації державного замовлення і фінансування вищих навчальних закладів, вищеокресленні питання набувають дедалі більшої актуальності і потребують негайного вирішення.

Стан вивчення проблеми. Питанням побудови ефективного механізму управління організацією займалась значна кількість вчених різних наукових шкіл, в тому числі зарубіжні: Е. Кихлер (Кихлер, 2004), І. Робертсон (Robertson, 2008), Г. Хагурт (Hagoort, 2004) та ін. Так, побудовою механізму управління у навчальних закладах досліджували такі вітчизняні науковці, як: В. Василенко (Василенко, 2003), І. Ігропуло (Игропуло, 2003), А. Малицький (Малицький, 2015), О. Овчарук (Овчарук, 2013) та ін.

Невирішені питання. Однак залишаються недостатньо вивченими питання удосконалення структури організаційно-економічного механізму управління вищими навчальними закладами мистецької освіти, чітке окреслення принципів їх функціонування, групування принципів із урахуванням специфіки діяльності вищих навчальних закладів даного типу. Незадовільний стан вищих навчальних закладів мистецької освіти, постійне динамічне скорочення контингенту їх студентів, зниження якості знань, умінь та навичок випускників засвідчує актуальність даної проблеми та вимагає сучасних рекомендацій щодо вирішення питань забезпечення ефективного функціонування даного організаційно-економічного механізму.

2. Мета і методи дослідження

Метою дослідження є узагальнення підходів щодо визначення структури та принципів побудови ефективного організаційно-економічного механізму управління вищими навчальними закладами мистецької освіти.

Досягнення вказаної мети передбачає вирішення наступних завдань:

– розкрити зміст та значення структури організаційно-економічного механізму управління вищими навчальними закладами мистецької освіти;

– проаналізувати основні вихідні фактори формування та проблеми функціонування управлінських структур вищих навчальних закладів мистецької освіти;

– обґрунтувати комплексний підхід щодо визначення та групування ключових принципів і концептів управління, дотримання яких необхідне для ефективного функціонування даного організаційно-економічного механізму.

Об'єкт дослідження – процес управління вищими навчальними закладами мистецької освіти.

Предмет дослідження – структура та принципи функціонування організаційно-економічного механізму управління вищими навчальними закладами мистецької освіти.

Теоретико-методологічною основою дослідження є діалектичний, системний та історичний підходи до вивчення економічних процесів, фундаментальні положення економічної теорії, наукові здобутки провідних вчених, присвячені проблемам освітнього менеджменту.

У роботі застосовано як загальнонаукові, так спеціальні методи: системний підхід – для з'ясування сутнісних характеристик структури управління вищими навчальними закладами; термінологічний метод та методи аналізу й синтезу – для узагальнення наукових підходів щодо визначення принципів формування ефективного організаційно-економічного механізму управління вищими навчальними закладами мистецької освіти.

Інформаційною базою дослідження виступили наукові доробки вітчизняних і зарубіжних вчених з проблем управління вищими навчальними закладами та специфіки діяльності мистецьких закладів освіти, довідкова література, відомості мережі Internet.

3. Основні результати дослідження

Сучасна інноваційна система мистецької вищої освіти з притаманними саме їй духовними традиціями й ментальними особливостями як унікальний культурний феномен активно реагує на виклики часу, кризові явища світової та національної економіки, проблеми розвитку яких особливо актуальні саме для культурно-мистецької сфери (Овчарук, 2013). За даних умов кожен мистецький навчальний заклад має також бути інноваційно новим, оскільки це вимога часу, ознака сучасної культури, де інновації виступають новим конкурентоспроможним продуктом в освітньому світовому просторі. Мистецькі вищі навчальні заклади мають ґрунтувати свою діяльність на принципово оновлених засадах. Такі навчальні заклади матимуть безумовну здатність генерувати принципово нові ідеї та бути ареною для їх апробації. Вони матимуть здатність акумулювати різні культури та культурні феномени, поєднувати традиційне та інноваційним, здатність до неперервного пошуку й ґрунтовного аналізу практичної діяльності, високу культуру поведінки в ринковому оточенні. Тому формування нової культурної реальності потребує інноваційного прогностичного погляду на перспективні напрями розвитку вітчизняного соціокультурного середовища, де система мистецької вищої освіти є одними з ключових елементів. Це зумовлює необхідність розробки відповідних підходів щодо удосконалення, переосмислення та побудови принципово нових засад до управління мистецькими вищими навчальними закладами в цілому.

Враховуючи складність внутрішньої структури мистецького вищого навчального закладу як соціально-економічної системи (перетин інтересів різних соціальних груп та інститутів), постає необхідність обґрунтування структури та принципів ефективного функціонування і розвитку організаційно-економічного механізму управління вищим навчальним закладом як складної системи, де даний заклад одночасно є і суб'єктом ринку надання певних послуг, і публічною установою, метою діяльності якої є забезпечення виконання відповідних державних функцій та реалізація інтересів певних соціальних груп (Шарата, 2015).

З метою забезпечення ефективного процесу управління даними вищими навчальними закладами виникає необхідність в окресленні відповідальних сторін за виконання відповідних управлінських функцій, тобто побудові організаційної структури управління діяльністю мистецьких вищих навчальних закладів.

Аналізуючи підходи до трактування поняття «структура управління ВНЗ», слід відзначити наукові доробки вчених-дослідників А. Поршнева, З. Румянцевої і Н. Соломатиної, де автори надають власне тлумачення даної дефініції: «структура управління організацією» – це упорядкована сукупність взаємопов'язаних елементів, що перебувають між собою в стійких відносинах, які забезпечують їх функціонування й розвиток як єдиного цілого. Елементами структури є окремі працівники, служби та інші ланки апарату управління, а відносини між ними підтримуються завдяки зв'язкам, що прийнято поділяти на горизонтальні та вертикальні. У межах структури управління протікає управлінський процес (рух інформації й прийняття управлінських рішень), між учасниками якого розподілені задачі й функції управління, а, отже, – права й відповідальність за їх виконання. З цих позицій структуру управління можна розглядати як форму розподілу й кооперації управлінської діяльності, у межах якої відбувається процес управління, спрямований на досягнення намічених цілей менеджменту (Поршнева та ін., 1998, с. 15).

Структура управління вищими навчальними закладами мистецької освіти є багатоаспектним поняттям, оскільки охоплює не лише систему цілей і їхній розподіл між різними ланцюгами управління, а й склад підрозділів, що перебувають у певних зв'язках і відношеннях між собою, розподіл завдань і функцій за окремими ланками, розмежування відповідальності, повноважень і прав у ВНЗ (*рис. 1*).

Невід'ємними елементами даної структури управління мають бути зокрема комунікації, інформаційне забезпечення, ефективний документообіг та звітність. Тому структура управління перш за все виступає системою поведінки певних груп людей, які постійно взаємодіють для вирішення загальних завдань.

Щодо структур організаційно-економічного механізму управління вищими навчальними закладами мистецької освіти, то для сучасних методів їх побудови характерні: нормативний характер, недостатня різноманітність, гіпертрофоване використання типових рішень, що зумовило механічне перенесення застарілих організаційних форм у нові умови. Тому досить часто дані структури управління повторювали однакові схеми і набір функцій в вищих навчальних закладах, що є різними: за якісним і кількісним складом студентів, науково-педагогічних працівників; за рівнем професійної підготовки і стилем діяльності управлінського ланцюга ВНЗ, за специфікою умов здійснення діяльності та диференціацією соціокультурної ситуації тощо.

Рис. 1. **Структура управління вищим навчальним закладом мистецької освіти**

Джерело: розроблено автором на основі (Ващенко, 2005; Виханський, 1996; Поршнева, 1998; Шарата, 2015)

Так, досить звужено почали тлумачити вихідні фактори формування управлінських структур, а саме: чисельність персоналу на противагу цілям структури; постійне збільшення органів управління, їх диференціація та розгалуження замість ефективного аналізу та зміни їхнього складу, комбінації складових структури відповідно до реальних умов. Все вищезазначене обумовило невідповідність структури управління плинним завданням та функціям (аналізу та прогнозуванню змін макросередовища та соціального замовлення на освіту, діагностиці потреб і можливостей вищих навчальних закладів мистецької освіти, координації обумовлених інноваційних процесів, стимулюванню інноваційної діяльності ВНЗ тощо).

Так, погоджуючись з науковцем І. Ігропуло (Ігропуло, 2003), доцільні перетворення в структурах організаційно-економічного механізму управління вищими навчальними закладами не зможуть бути реалізованими без усвідомлення необхідності у їх впровадженні, яке обумовлене в свою чергу наступними проблемами у функціонуванні даних структур:

– неефективне функціонування ВНЗ, що проявляється у зниженні якості підготовки фахівців, неповному задоволенні освітніх потреб студентів, у неефективному забезпеченні належних умов для особистісного і професійного росту науково-педагогічних працівників, низькому рівні розвитку організаційної культури освітнього закладу;

– досить слабка орієнтація розвитку ВНЗ на перспективу. Так, загальна структура управління має необхідність у розширенні підрозділів та відповідних фахівців, що займатимуться розвитком інновацій;

– невідповідність між наявними цілями і функціями різних суб'єктів управління (ректора, проректорів, деканів, завідувачів кафедр) і конкретним формулюванням їхніх функціональних обов'язків;

– трансформація технологій управління. Зокрема, сучасні наукові досягнення менеджменту починають впливати на організаційні структури й процеси (використання інформаційних технологій в управлінні, впровадження методів проектного менеджменту в освітній галузі). Це обумовлює виникнення нових посад і функціональних підрозділи в вищих навчальних закладах (служба моніторингу якості освіти, соціологічна служба тощо). Однак, часто створення нових підрозділів і посад без необхідного обґрунтування, визначення їхніх функцій не лише ускладнює, а й унеможливлює їх інтеграцію до загальної структури управління відповідного навчального закладу та потребує складного і тривалого коригування.

Для удосконалення процесу управління у вищих навчальних закладах мистецької освіти слід розробити і впровадити ефективну структуру організаційно-економічного механізму управління, що являє собою сукупність теоретичних та нормативно-правових положень, певних методів дослідження, моделей, показників та критеріїв, які необхідні для розробки, оцінки і впровадження плану чітких заходів щодо поліпшення стану людських ресурсів та ефективності їх використання (Ващенко, 2005; Виханський, 1996).

Глибинний аналіз наукових доробків представників різних шкіл (Абалкін, 1986; Баластрик, 2005; Джур, 2012; Малицький, 2015; Паламарчук, 2011; Robertson, 2008; Фатхутдінов, 2002) дозволяє виділити такі елементи організаційно-економічного механізму управління вищими навчальними закладами мистецької освіти: суб'єкти та об'єкти управління; алгоритм впровадження і використання підсистеми організаційно-економічного механізму управління ВНЗ; функції управління підсистеми організаційно-економічного механізму управління ВНЗ; сукупність принципів та методів, які забезпечують ефективне управління та успішний розвиток ВНЗ мистецької освіти.

На основі проведеного дослідження представлено авторське бачення орієнтовної структури організаційно-економічного механізму управління вищими навчальними закладами мистецької освіти (*рис. 2*), де *X* – клієнти, які прийшли отримувати освітні послуги у даному навчальному закладі, а *Y* – це клієнти, які вже скористалися даними послугами.

При розробці ефективної структури організаційно-економічного механізму управління ВНЗ мистецької освіти необхідно дотримуватись таких важливих принципів та концептів (Армстронг, 2009; Арсеньєв, 2003; Василенко, 2003; Кирхлер, 2004; Ущаповський, 2011):

1. Системність. Організаційно-економічний механізм управління ВНЗ мистецької освіти є перш за все складною соціально-економічною системою, яка відображає сутність процесів управління на підприємстві, установі відповідно до різних рівнів ієрархії (різних структурних підрозділів, різних завдань та функцій управління), з урахуванням певного часового періоду (тактичного або стратегічного) та чітко визначених цілей функціонування й критеріїв їх досягнення.

2. Синтез та декомпозиція. Тобто організаційно-економічний механізм управління можна охарактеризувати як сукупність елементів, що можуть утворювати певні блоки або підсистеми в результаті вирішення поставлених завдань. Тобто існує певна кількість способів представлення структури організаційно-економічного механізму управління ВНЗ мистецької освіти, яку можна відобразити як сукупність взаємопов'язаних підсистем, що складаються з елементів, і спосіб представлення організаційно-економічного механізму у вигляді цих блоків залежить від необхідності рішення поставлених завдань та функцій управління. Відповідно до даного принципу організаційно-економічний механізм управління ВНЗ мистецької освіти є сукуністю організаційно-економічних механізмів управління для окремих підрозділів чи груп працівників при дослідженні певних бізнес-процесів та аналізі діяльності визначених підрозділів чи груп працівників при виконанні окреслених завдань.

3. Адаптивність. Тобто організаційно-економічний механізм управління ВНЗ мистецької освіти не є сталим і має здатність змінюватись у часовому вимірі. Оскільки на сучасний ВНЗ впливають фактори зовнішнього та внутрішнього середовища, тому вплив даних факторів провокує зміни у функціонуванні даного суб'єкта господарювання. Навчальний заклад має адаптуватись до цих змін, а, отже, як цілі, так і процеси, які відбуваються у даному навчальному закладі, мають відповідати на виклики даних змін. Наприклад, зміни кон'юнктури ринку послуг чи нові формати їх надання суттєво впливають на програми підготовки фахівців мистецького спрямування, щоб сучасні ВНЗ мистецької освіти могли задовільнити попит ринку праці висококваліфікованими кадрами. При зміні цілей ВНЗ мистецької освіти має змінюватись і його організаційно-економічний механізмі управління. Тобто, організаційно-економічний механізм управління ВНЗ мистецької освіти має бути системою адаптивною, гнучкою, не боятися викликів часу і вчасно на них реагувати.

4. Синергія. Цей принцип тісно взаємопов'язаний з принципом системності, оскільки він доводить, що ефект функціонування системи не є простою сумою складових ефектів функціонування її окремих елементів. Так, оцінюючи ефективність організаційно-економічного механізму управління ВНЗ мистецької освіти в цілому слід враховувати можливість виникнення певного нелінійного ефекту від ефективності діяльності організаційно-економічних механізмів управління окремих підрозділів чи груп працівників ВНЗ. Отже, за допомогою окреслених організаційно-економічних заходів вдосконалення ефективності функціонування окремого структурного підрозділу можливо досягнути вагомого підвищення ефективності діяльності ВНЗ в цілому. До ілюстрації, впровадження вузьких заходів щодо покращення діяльності планово-економічного відділу та приймальної комісії сприятиме покращенню контрактних умов як для майбутніх студентів, так і сприятиме розширенню контингенту студентів ВНЗ, що сприятиме підвищенню рейтингових позицій навчального закладу та підвищенню його іміджу в зовнішньому середовищі.

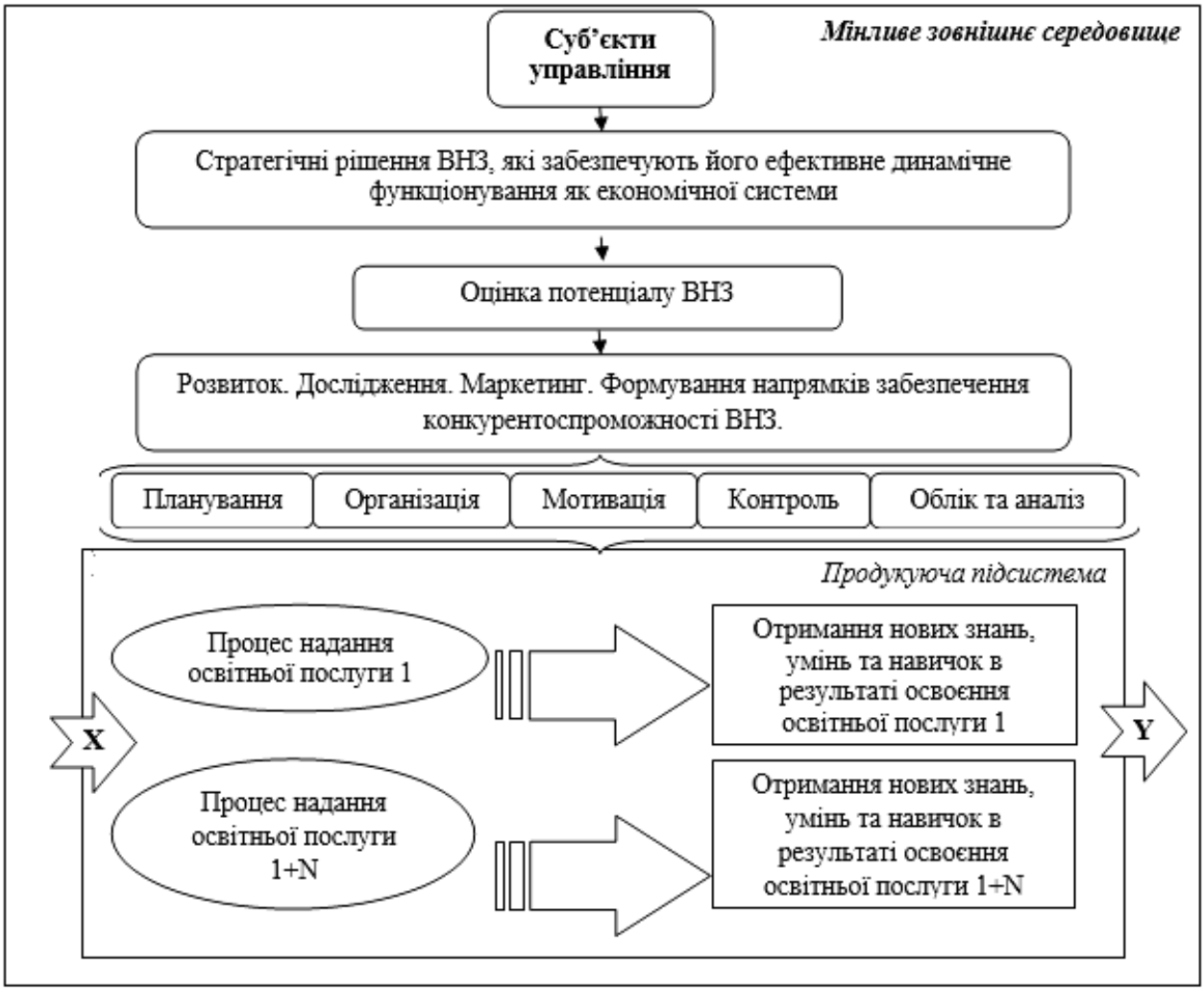


Рис. 2. **Структура організаційно-економічного механізму управління вищими навчальними закладами мистецької освіти**

Джерело: розроблено автором на основі (Абалкін, 1986; Баластрик, 2005; Джур, 2012; Малицький, 2015; Паламарчук, 2011; Robertson, 2008; Фатхутдінов, 2002)

5. Узгодженість. Під дотриманням даного принципу слід розуміти виявлення можливих протиріч чи конфліктів у локальних цілях окремих структурних підрозділів та організації в цілому та формування чітких механізмів щодо їх подолання і підпорядкування загальним цілям суб'єкта господарювання. Так, розробляючи організаційно-економічний механізм управління ВНЗ мистецької освіти слід врахувати можливість виникнення конфліктів між цілями його окремих структурних підрозділів. Так, наприклад, профорієнтаційний відділ ВНЗ та PR-відділ ставлять ціль щодо залучення якомога більшої кількості абітурієнтів до заходів навчального закладу і в результаті отримання позитивного економічного ефекту – підвищення контингенту студентів контрактного фінансування. В свою чергу, господарський відділ може відкоригувати кількість можливих контрактів для навчання відповідно до матеріально-технічного забезпечення навчального закладу, чітко розраховує яку саме кількість студентів можуть прийняти навчальні корпуси та аудиторний фонд у розрізі окремих спеціальностей. В свою чергу планово-економічний відділ може запропонувати господарському відділу розширення можливостей аудиторного забезпечення завдяки оренді додаткових приміщень у сусідніх будівлях шляхом представлення відповідного фінансового плану розвитку ВНЗ. Протилежний випадок, коли господарський відділ з метою оптимізації витрат на тепло- та енергоносії у зимовий період пропонує навчальній частині відкоригувати розклад відвідування занять сту-

дентами, змістити проходження практики студентів у зимовий період, зменшити роздрібнення груп на підгрупи і т. ін., але навчальна частина може дану пропозицію відхилити оскільки є певні загальновизнані вимоги та умови щодо проведення певних видів занять, порушення яких може знизити ефективність навчання в цілому.

6. Принцип науковості. Дотримання даного принципу забезпечить зв'язок науки і практики управління. Метою реалізації даного принципу є підвищення професійної компетентності керівництва ВНЗ мистецької освіти, надати знання про управлінську діяльність науково-педагогічному колективу, навчити їх глибокому і всебічному аналізу, умінню планувати та прогнозувати.

7. Культурологічний принцип. Управлінський процес та розробка організаційно-економічного механізму управління ВНЗ мистецької освіти мають стати досягненням кожного учасника освітнього процесу в навчальному закладі. Виклики сьогодення вимагають від учасників управлінського процесу готовності до впровадження новітніх управлінських та освітньо-виховних технологій, прагнення до спільної творчої колективної діяльності, готовність до самореалізації та саморозвитку.

8. Гуманізація управлінського процесу. Тобто, під час управління слід дотримуватись індивідуального, особистісно-зорієнтованого підходу, особистого стимулювання, поваги та довіри один до одного, створення комфортних умов для творчості та особистісного розвитку, розгляду кожного учасника управлінського процесу ВНЗ мистецького спрямування як кінцеву мету, заради якої здійснюється управлінська діяльність, і водночас як засіб, від якого залежить кінцевий результат.

9. Демократизація. Цей принцип можливо реалізувати завдяки створенню умов для творчої толерантної роботи на всіх рівнях взаємодії, колективному прийняття управлінських рішень. Кожний учасник процесу розробки організаційно-економічного механізму управління ВНЗ мистецької освіти досягає не лише свободи у діях, а й особистої відповідальності за прийняті рішення.

10. Динамічне оновлення. Характерний для всіх компонентів управлінського процесу у ВНЗ мистецької освіти – навчальної, виховної, наукової, соціально-побутової. Постає необхідність збалансованості управління, його спрямованості не тільки на кількісні зміни, а й на якісні. Тому головною вимогою є передання відповідальності в управлінні якісними змінами не тільки керівництву, а й виконавцю – викладачу, студенту, завідувачу кафедри тощо.

11. Постійна індивідуальна та колективна рефлексія. Відбувається осмислення процесу і результатів діяльності з розробки і впровадження плану розвитку як кожного підрозділу, так і ВНЗ мистецької освіти в цілому, що робить можливою реалізацію позитивного зворотнього зв'язку і, як наслідок, забезпечення сталого розвитку. Для реалізації даного принципу необхідно досягнути високого рівня поінформованості учасників управлінського процесу про стратегії розвитку ВНЗ мистецької освіти, включення їх у реалізацію організаційно-економічного механізму управління, здійснення їхньої систематичної рефлексії.

12. Постійне динамічне зростання управлінської компетенції. Управлінець ВНЗ мистецької освіти має бути не тільки успішним менеджером, але й добре знати об'єкт управління і процеси, які йому притаманні.

13. Принцип горизонтальних зв'язків в системі управлінні. Оцінка якості впровадження організаційно-економічного механізму управління передана учасникам управлінського процесу (студенту, викладачу, керівнику проекту і т. д.), тобто управлінський продукт є результатом діяльності всього колективу. Реалізація даного принципу стимулює активізацію внутрішніх ресурсів особистості, формування здатності аналізу ситуації, планування, конструювання результату спільної діяльності, її рефлексії; уникнення переадресації повноваження на вищі організаційні рівні; прийняття рішення щодо розробки і впровадження організаційно-економічного механізму управління відповідно до власних повноважень.

Дослідження теоретичного й методологічного характеру дали змогу класифікувати вищезазначені принципи за певними категоріями: загальні, організаційно-функціональні та специфічні.

Таким чином, застосування даних принципів та концептів при розробці ефективної структури організаційно-економічного механізму управління ВНЗ мистецької освіти є ефективним засобом поліпшення діяльності вищого навчального закладу в цілому, що надає йому можливості бути приналежним до провідних навчальних закладів країни. Процес взаємодії даного вищого навчального закладу та ринкового середовища буде більш результативним, оскільки вони краще розумітимуть мету їхніх взаємовідносин. Ступінь розуміння в даному випадку визначатиметься мірою усвідомлення проблем, які виникають в процесі підготовки майбутніх фахівців мистецького напряму.

Окреслена структура, принципи та змістовна сутність організаційно-економічного механізму управління вищими навчальними закладами мистецької освіти у сучасній системі ринкових відносин, визначили пріоритетність саме інноваційної складової як провідного фактору у формуванні даного механізму управління, з урахуванням якої забезпечується сталий розвиток усієї економічної системи. Інноваційне оновлення управлінських структур ВНЗ мистецької освіти, адаптація та оновлення принципів управління, ґрунтовна їх класифікація, нададуть змогу у найближчій перспективі сформувати ефективний організаційно-економічний механізм управління закладами даного типу, покращить їх економічний профіль та сприятиме розвитку мистецької вищої освіти України в цілому.

4. Висновки та обговорення одержаних результатів

Результати наукового дослідження в рамках аналізу підходів щодо структури на принципів побудови організаційно-економічного механізму управління вищими навчальними закладами мистецької освіти, дозволили зробити наступні висновки:

1. Узагальнивши погляди науковців, вважаємо, що під структурою організаційно-економічного механізму управління вищими навчальними закладами мистецької освіти варто розуміти багатоаспектну категорію, яка охоплює не лише систему цілей і їхній розподіл між різними ланцюгами управління, а й склад підрозділів, що перебувають у певних зв'язках між собою, розподіл завдань і функцій за окремими ланками, розмежування відповідальності, повноважень і прав у ВНЗ мистецької освіти. Невід'ємними елементами даної структури мають бути зокрема комунікації, інформаційне забезпечення, ефективний документообіг та звітність.

2. Проаналізовано основні вихідні фактори формування управлінських структур ВНЗ мистецької освіти, наголошено на значному їх звуженні, що обумовлює невідповідність структури управління завданням та функціям організаційно-економічного механізму управління ВНЗ. Виокремлено ключові проблеми у функціонуванні управлінських структур: неефективне функціонування, слабка орієнтація розвитку ВНЗ на перспективу, невідповідність між цілями і функціями різних суб'єктів управління, трансформація технологій управління. Лише за умови їх подолання можливо забезпечити сталий розвиток мистецьких ВНЗ України.

3. Обґрунтовано комплексний підхід щодо визначення та групування ключових принципів, дотримання яких є необхідним для функціонування організаційно-економічного механізму, враховуючи специфіку даних навчальних закладів. На основі проведеного дослідження вище-зазначені принципи класифіковано за категоріями: загальні, організаційно-функціональні та специфічні. Застосування даного підходу є ефективним засобом поліпшення діяльності ВНЗ в цілому, що надає йому можливість бути приналежним до провідних навчальних закладів країни та світу.

Наукова новизна публікації полягає в систематизації підходів щодо визначення структури та принципів побудови організаційно-економічного механізму управління ВНЗ мистецької освіти в єдиний комплекс, представлені авторського бачення даної структури з описом її елементів, розгорнутій характеристиці принципів та їх класифікації із урахуванням специфіки функціонування закладів даного типу, що надалі дає можливість побудувати ефективний організаційно-економічний механізм управління ВНЗ мистецької освіти.

Практичне значення отриманих результатів полягає в тому, що запропонована структура та опис її елементів, принципів можуть бути використані під час формування стратегічних цілей управління ВНЗ мистецької освіти України, що сприятиме подальшому інноваційному розвитку та підвищить ефективність функціонування їх організаційно-економічного механізму.

Перспектива подальших наукових досліджень полягає у розробці алгоритму визначення ефективності і конкурентоспроможності організаційно-економічного механізму управління вищим навчальним закладом мистецької освіти з урахуванням його специфіки, що дозволить покращити результативність ВНЗ й сприятиме підвищенню його рейтингових позицій у глобальному освітньому просторі.

Література

1. Абалкин, Л. И. (Ред.). (1986). *Хозяйственный механизм общественных формаций*. Москва: Мысль.
2. Армстронг, М. (2009). *Практика управления человеческими ресурсами* (С. К. Мордавина, Ред.). Санкт-Петербург: Питер.
3. Арсеньев, Ю. Н., Шелобаев, С. И., & Давыдова, Т. Ю. (2003). *Принятие решений. Интегрированные интеллектуальные системы: учебное пособие для вузов*. Москва: ЮНИТИ-ДАНА.
4. Баластрик, Л. О., & Транченко, Л. В. (2005). Проблеми удосконалення організаційно-економічного механізму управління підприємством. *Теоретичні та прикладні питання економіки, 7,* 188-195.
5. Василенко, В. А. (2003). *Теорія і практика розробки управлінських рішень: навчальний посібник.* Київ: ЦУЛ.
6. Ващенко, Л. М. (2005). *Управління інноваційними процесами в загальній середній освіті регіону: монографія.* Київ: Видавниче об'єднання «Тираж».
7. Виханский, О. С., & Наумов, А. И. (1996). *Менеджмент: человек, стратегия, организация, процесс: учебник.* Москва: Гардарика.
8. Джур, О. Є. (2012). Організаційно-економічний механізм управління конкурентоспроможністю підприємств космічної галузі. *Збірник наукових праць Черкаського державного технологічного університету. Серія: Економічні науки, 32(1),* 80-86.
9. Игропуло, И. Ф. (2003). *Управление инновационными процессами в образовательном учреждении: методология, теория, технология: монография.* Москва: Народное образование.
10. Кирхлер, Э., & Шрот, А. (2004). *Принятие решений в организациях. Психология труда и организационная психология.* Харьков: Издательство «Гуманитарный центр».
11. Малицький, А. А. (2015). *Організаційно-економічний механізм управління підприємством: сутність та структура.* Відновлено від http://intkonf.org.
12. Овчарук, О. В. (2013). Інновація як стратегія розвитку сучасної культурно-мистецької освіти. *Культура України, 42,* 42-49.
13. Паламарчук, О. М. (2011). *Сутність та формування організаційно-економічного механізму управління конкурентоспроможністю підприємства.* Відновлено від http://www.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/Evu/2011_17_2.
14. Поршнева, А. Г., Румянцева, З. П., & Соломатина, Н. А. (Ред.). (1998). *Управление организацией.* Москва: ИНФРА-М.
15. Ущаповський, К. В., & Костін, Ю. Д. (2011). Проблеми удосконалення організаційно-економічного механізму управління персоналом на електроенергетичних підприємствах. *Енергопостачання. Енергетика. Енергоаудит, 2(84),* 51-56.
16. Фатхутдинов, Р. А. (2002). *Стратегический маркетинг.* Санкт-Петербург: Питер.
17. Шарата, Н. (2015). До питання організаційної структури управління інноваційно-педагогічною діяльністю у ВНЗ. *Збірник наукових праць, 2.* Відновлено від http://library.udpu.org.ua /library_files/zbirnuk_nayk_praz/2015/2/52.pdf
18. Шевченко, В. М. (2015). Аналіз підходів щодо класифікації принципів державного управління вищими навчальними закладами в контексті євроінтеграційних процесів. *Інвестиції: практика та досвід, 16,* 117-120.
19. Hagoort, G. (2004). *Art Management: Entrepreneurial Style*. Chicago: University of Chicago Press.
20. Robertson, I. (2008). *The art business*. London: Routledge.

Стаття надійшла до редакції 26.11.2016

Oksana Feicher
Postgraduate, National Academy of Supervisory Frame of Culture and Arts
9 Lavrs'ka Str., Kyiv, 01015, Ukraine

Structure and principles of construction of organizational and economic managment mechanism of Higher Educational Institutions of arts education

Abstract:

1. Introduction. *In modern conditions of Ukrainian economic development, concepts of "market" and "education" are interdependent. Education becomes a service and its institutions become the full participants' role of market environment. The issue of governance institutions of higher education have been investigated by scientists from different generations and schools, including foreign scientists G. Hagoort, I. Robertson and others. However, despite fundamental research scientists in this area, the study of the structure and principles of organizational and economic management mechanism of higher education institutions of art education, taking into account their specificity, remain aloof.*

2. Purpose. *The goal of the research is a generalization approaches to determining the structure and principles of organizational and economic managment mechanism of higher education institutions of arts education. The main objectives are:to reveal the contents of the structure and the principles of organizational and economic management mechanism of higher education institutions of art education; analyze the main factors of development and problems of management structures. The object of the research is the management of higher education institutions of arts education. The subject is the structure and the principles of organizational and economic management mechanism of higher education institutions of arts education. Theoretical and methodological basis of the study were the dialectical, historical and systematic approaches,, scientific achievements of educational management.*

3. Results. *The article discusses the concept of "managment structure", "management principles". Analyzed the scientific approaches to determine the management structure and output the factors of the the management structures of higher education institutions of arts education. The basic problems of management structures. Is proposed the integrated approach to enhanced performance and the further grouping of basic principles and concepts with which compliance is essential in developing the effective organizational and economic management mechanism of higher education institutions of arts education.*

4. Conclusions. *Scientific innovation is to systematize approaches to determining the structure and principles of organizational and economic management mechanism of high education institutions of arts education into a single system, which makes it possible to build an effective organizational and economic mechanism. The practical significance is the ability to use the proposed structure and description of its elements, principles in the formulation of strategic management objectives of high educational institutions of art education in Ukraine. The goal of future research is to develop an algorithm to determine the effectiveness and competitiveness of organizational and economic management mechanism of higher education institution of art education.*

Keywords: management structure, principles of management, organizational and economic management mechanism, problems of working, higher educational institutions, art education.

JEL Classification: D 03, J 01.

References:

1. Abalkin, L. I. (Ed.). (1986). *The economic mechanism of social formations.* Moskva: Mysl' (in Rus.).
2. Armstrong, M. (2009). *Human Resource Management Practice* (S. K. Mordavina, Ed.). Sankt-Peterburg: Piter (in Rus.)
3. Arsenyev, Y. N., Shelobaev S. I., & Davydova T. Y. (2003). *Making decisions. Integrated intelligent systems: a manual for schools.* Moskva: IuNITI-DANA (in Rus.).
4. Balastryk, L. O., & Tranchenko, L. V. (2005). Problems of improving the organizational and economic mechanism of management. *Teoretychni ta prykladni pytannia ekonomiky (Theoretical and applied economic issues), 7,* 188-195 (in Ukr.).
5. Vasilenko, V. A. (2003). *Theory and practice of development management decisions: a tutorial*. Kyiv: TsUL (in Ukr.).
6. Vashchenko, L. M. (2005). *Management of innovation processes in general secondary education in the region: monograph.* Kyiv: Vydavnyche ob'iednannia «Tyrazh» (in Ukr.).
7. Vikhansky, O. S., & Naumov, A. I. (1996). *Management: people, strategy, organization, process: the student.* Moskva: Gardarika (in Rus.).

8. Jur, A. Ye. (2012). Organizational-economic mechanism of competitive space industry. *Zbirnyk naukovykh prats' Cherkas'koho derzhavnoho tekhnolohichnoho universytetu. Seriia: Ekonomichni nauky (Proceedings of Cherkasy State Technological University. Series: Economics), 32(1),* 80-86 (in Ukr.).
9. Igropulo, J. F. (2003). *Management of innovative processes in educational institution: methodology, theory, technology: a monograph.* Moskva: Narodnoe obrazovanie (in Rus.).
10. Kirchler, E., & Schroth, A. (2004). *Decision-making in organizations. Psychology of work and organizational psychology.* Khar'kov: Izdatel'stvo «Gumanitarnyi tsentr» (in Rus.).
11. Malicki, A. A. (2015). *Organizational-economic mechanism of business management: essence and structure.* Retrieved from http://intkonf.org (in Ukr.).
12. Ovcharuk, O. V. (2013). Innovation as a strategy of contemporary cultural and artistic education. *Kul'tura Ukrainy (Culture of Ukraine), 42,* 42-49 (in Ukr.).
13. Palamarchuk, O. M. (2011). *The essence and form the organizational and economic mechanism of competitive enterprises.* Retrieved from http://www.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/Evu/2011_17_2 (in Ukr.).
14. Porshneva, A. G., Rumyantsev, Z. P., & Solomatin, N. A. (Ed.). (1998). *Organization Management.* Moskva: INFRA-M (in Rus.).
15. Uschapovskyy, K. V., & Kostin, Yu. D. (2011). Problems of improving organizational and economic mechanism of personnel at the power plants. *Enerhopostachannia. Enerhetyka. Enerhoaudyt (Energy supply. Energy. Energy audit), 2(84),* 51-56 (in Ukr.).
16. Fatkhutdinov, R. A. (2002). *Strategic marketing.* Sankt-Peterburg: Piter (in Rus.).
17. Sharata, N. (2015). On the question of the organizational structure of innovation and teaching at universities. *Zbirnyk naukovykh prats' (Collected Works), 2.* Retrieved from http://library.udpu.org.ua /library_files/zbirnuk_nayk_praz/2015/2/52.pdf (in Ukr.).
18. Shevchenko, V. M. (2015). Analysis of approaches to classification principles of public administration institutions of higher education in the context of European integration processes. *Investytsii: praktyka ta dosvid (Investment: Practice and Experience), 16,* 117-120 (in Ukr.).
19. Hagoort, G. (2004). *Art Management: Entrepreneurial Style*. Chicago: University of Chicago Press.
20. Robertson, I. (2008). *The art business*. London: Routledge.

Received 26.11.2016

УДК 338.48

В.Ф. ЯРОВИЙ
кандидат економічних наук, доцент
Херсонський державний університет

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ФУНКЦІОНУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВ ТА ОРГАНІЗАЦІЙ ГАЛУЗІ ТУРИЗМУ В УМОВАХ ЄВРОПЕЙСЬКОЇ ІНТЕГРАЦІЇ ТА ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

У статті розглянуті основні теоретичні питання функціонування підприємств і організацій галузі туризму в умовах євроінтеграції та глобалізації. Виявлені позитивні чинники та ризики впливу вказаних процесів на розвиток туристичних підприємств. Обґрунтовані конкурентні позиції і структура та спеціалізація останніх. Виявлені особливості вітчизняного споживача туристичних послуг, попиту і пропозиції на туристичному ринку. Розроблені теоретичні засади удосконалення системного управління розвитку підприємств та галузі з урахуванням європейських та світових тенденцій їх розвитку, структурних зрушень та маркетингових впливів.

Ключові слова: туризм, підприємства, галузь, теоретичні засади, євроінтеграція, глобалізація, впливи, ринок, послуги, споживачі, системне управління, удосконалення, розвиток.

Постановка проблеми. Згідно теоретичних розрахунків та практичного досвіду, Україна має значний туристичний ресурсний потенціал та можливості для підвищення конкурентоспроможності функціонування підприємств і організацій туристичної галузі. Вступ в СОТ, підписання угоди про Асоціацію з ЄС, активізація співробітництва з європейськими країнами суттєво вплинули на економіку країни. В останні роки характерним є розвиток інститутів підприємництва, удосконалення організації діяльності, оподаткування підприємств, досягнення безвізового режиму та спрощення туристичних формальностей загалом.

Також це значне розширення кола осіб, потенційно здатних виїжджати за кордон, формування прогресивного валютного регулювання, що дозволяє легітимне повернення і вивіз значних валютних сум, утворення стійкої групи населення із середніми та високими доходами, достатніми для поїздки за кордон – все це надало потужні стимули для розвитку туризму, актуальності його теоретичних досліджень і практичних впроваджень здійснюваних розробок.

Утворення масштабних туристичних потоків, перерозподіл капіталів і пріоритетів у галузі туризму, економічне зростання допомогли створити тисячі організацій і десятки тисяч робочих місць у вказаній та супутніх галузях. Це вказує на актуальність теоретичних і практичних розробок щодо їх розвитку. Однак оцінка й діагностика стану підприємств туристичної галузі країни доводить, що їх розвиток в наш час потребує подальшої активізації та наукового обґрунтування удосконалення.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Складною проблемою залишається високий рівень конкуренції, відсутність культури корпоративних відносин і недостатньо обґрунтована законодавча база у сфері туристичної діяльності на національному та регіональному рівнях. На це вказується у публікаціях науковців, які досліджують вказані питання – О. Бейдика, Л. Гонтаржевської, Ю. Забалдіної, Р. Заблоцької, В. Кифяка, О. Любіцевої, Л. Мармуль, О. Марченко, Г.Михайліченко, І. Романюк, С.Соколенка, Д.Стеченка, Т.Ткаченко та ін.

Визначення невирішених раніше частин загальної проблеми. У порівнянні з іншими країнами, діяльність значної частини вітчизняних туристичних підприємств залишається низькою. Це зумовлюється у т.ч. тим, що попит українських громадян на туристичні послуги залишається недостатнім у зв'язку з недостатньою платоспроможністю (лише 15,0-20,0% населення України подорожують). Отже, туристичні організації працюють в умовах жорсткої

© Яровий В.Ф., 2017

конкурентної боротьби за клієнта. Вона часто ведеться з використанням недобросовісних методів (невідповідність реклами, якості туристичного продукту, цінової політики тощо).

Мета та завдання статті. Метою статті є обґрунтування основних теоретичних питань функціонування підприємств і організацій галузі туризму в умовах євроінтеграції та глобалізації.

Виклад основного матеріалу дослідження. Загострення конкурентної боротьби між організаціями галузі туризму примушує кожну з них до пошуку нових теоретичних концепцій розвитку й управління в умовах євроінтеграції та глобалізації, формування та збереження конкурентних переваг, що дозволили б зміцнити власні позиції у боротьбі за клієнта. У сучасних умовах змінюється власне зміст поняття "конкурентоспроможність" та управління нею. Односкладове визначення, пов'язане переважно з ціновою політикою, поступається місцем комплексному [1, с. 253]. У його рамках важливими постають такі характеристики, як регіональні та місцеві особливості; якість туристичного продукту; імідж організації, наявність торгової марки; індивідуальний підхід, професіоналізм персоналу; унікальність туристичних послуг, конкурентний туристичний потенціал.

Вони набувають особливої цінності. Жорстка конкурентна боротьба призводить до появи нових моделей організації та управління туристичною діяльністю підприємств та організацій. Управлінські стратегії їх розвитку враховують процеси глобалізації та інтеграції бізнесу, що пов'язано з прагненням залучення конкурентних переваг у вигляді маркетингових підходів відносно постачання, виробництва, просування, розподілу і реалізації туристичних послуг; у підвищенні професіоналізму персоналу; у зменшенні різного роду ризиків підприємництва у галузі [2, с. 241].

Боротьба за виживання і розширення бізнесу постійно супроводжує конкурентоспроможну діяльність багатьох суб'єктів туризму та його інфраструктури. Для цього організаціям необхідні значні грошові кошти, отримати які можна за допомогою залучення клієнтів, постійного розвитку їх лояльності і стимулювання витрат на придбання туристичних послуг. Організації й підприємства туристичної галузі надалі орієнтуватимуться на залучення повторних клієнтів із всебічним стимулюванням додаткових витрат з їх боку. Тому задоволення мінливих потреб споживачів і спонукання їх до повторних звернень складають найважливіші регіональні та галузеві напрями в діяльності туристичної галузі у всіх країнах світу.

Розвиток та постійне удосконалення засобів телекомунікацій, масової інформації і пов'язаних з ними технологій сприяють зростанню вимог з боку споживачів щодо якості обслуговування, професіоналізму працівників, різноманітності пропонованих туристичних послуг [3, с. 35]. Тому в сучасному туристичному бізнесі жорстку конкурентну боротьбу витримують лише ті підприємства й організації, які можуть запропонувати своїм клієнтам високоякісне обслуговування. Це неможливо без використання нових теоретичних підходів до менеджменту, маркетингу, впровадження передових технологій та інвестування у належних обсягах.

Маркетинг у сучасній галузі туризму часто ототожнюють зі збутом і рекламою туристичного продукту або послуг. Однак це неправильний підхід, тому що збут і реклама – це лише складові маркетингової стратегії, і часто навіть вони не є головними. Надалі у сфері туристичних послуг настане необхідність переорієнтації управління маркетингу в напрямі вивчення регіональних можливостей та особистих потреб споживачів із наданням їм такого обслуговування, яке б змогло їх задовольнити [4, с. 134]. Найбільш успішні світові туристичні підприємства й організації вже сьогодні визнають, що однією із складових маркетингової діяльності є виявлення потреб і бажань споживачів, тому свої туристичні послуги вони удосконалюють, щоб більш ефективно, ніж конкуренти, задовольнити ці очікування і стати клієнтоорієнтованими.

Із розвитком туристичного ринку важливим чинником у формуванні споживчих переваг стає наявність (або відсутність) в підприємстві або регіоні його розміщення торговельної марки (бренду), відомої серед клієнтів. Пізнаваний бренд забезпечує

туристичній організації низку конкурентних переваг. Насамперед, це зменшення витрат на маркетинг, вплив на організації продавців, встановлення вищих цін у порівнянні з конкурентами, більш легке здійснення стратегії розширення бренду. Також йдеться про захист в умовах жорсткої цінової конкуренції, зміцнення корпоративного іміджу, спрощення просування на ринок нових туристичних продуктів і послуг та забезпечення лояльності до них споживачів і посередників [5, с. 28].

Сучасні глобальні й регіональні умови конкуренції вимагають від підприємств і організацій туристичної галузі подальшої диференціації продуктів і послуг, що виробляються під певною торговою маркою з урахуванням специфіки потреб окремих груп клієнтів. Подолати цю проблему можна за умови, якщо туристичні підприємства й організації застосовуватимуть методику діяльності для кожного окремого сегмента цільового ринку і обиратимуть різні маркетингові програми зі створення, підтримки і розширення міцних зв'язків зі споживачами, з підвищення лояльності клієнтів, із забезпечення конкурентоспроможного іміджу пропонованих ними туристичних послуг [6, с. 241].

Питанням управління підприємствами й організаціями туристичної галузі присвячено багато досліджень. Водночас, розвиток ринкових відносин та механізмів господарювання вимагає розв’язання нової, ще не дослідженої проблеми. Вона пов'язана з формуванням в установах туристичної галузі конкурентних переваг і розглядом цього питання з точки зору комплексного підходу, в тому числі з урахуванням розвитку нових систем і форм управління, а також з використанням брендингу для просування і збуту туристичних продуктів і послуг.

У зв'язку зі зростанням корпоратизації та глобалізації туристичного бізнесу першочерговою постає проблема координації діяльності менеджерів з абсолютно різними світоглядами та культурними цінностями. Жодна мультинаціональна організація не може ігнорувати особливий характер функціонування міжнародних або регіональних команд і нехтувати питаннями їх навчання і виховання [7].

Персонал у галузі туризму є найважливішою складовою кінцевого продукту і, отже, якість обслуговування залежить від майстерності і сумління працівників. Задоволення потреб споживачів у сфері обслуговування досягається вихованістю персоналу, його чуйністю й умінням працювати в команді [8, с. 164]. Тому ефективне управління працівниками перетворюється на одну з найважливіших функцій організації туристичної діяльності.

Висновки та перспективи подальших розвідок. Більшість організацій у туристичному бізнесі не приділяє належної уваги управлінню персоналом, вважаючи його допоміжним компонентом. Однак це хибний підхід, адже працівники, задіяні у сфері туристичних послуг, є не лише частиною підприємств і організацій, а складовою самого туристичного продукту, за реалізацію якого вони отримують свій основний дохід. У найближчому майбутньому в туристичних підприємствах буде відбуватися подальша реструктуризація управління шляхом підвищення ефективності задіяння персоналу, поліпшення його фінансового становища, розробки та впровадження спеціальних, у т.ч. регіональних та місцевих програм з його розвитку і мотивації.

Література

1. 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.
2. Кифяк В.Ф. Організація туризму: [навч. посіб.] / В.Ф. Кифяк. – Чернівці: Книги – ХХІ, 2008. – 344 с.
3. Мармуль Л.О. Соціально-економічний потенціал сільських територій як основа розвитку підприємств сільського зеленого туризму на засадах інноваційності / Л.О. Мармуль, М.М. Ігнатенко, О.А. Сарапіна // Економіка і менеджмент культури. – № 2. – 2016. – С. 32-38.

4. 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.
5. Романюк І.А. Формування корпоративної культури та ділової репутації туристичних підприємств / І.А. Романюк // Економіка і менеджмент культури. – № 2. – 2016. – С. 26-31.
6. Ткаченко Т.І. Сталий розвиток туризму: теорія, методологія, реалії бізнесу: [монографія] / Т.І. Ткаченко. – К. : КНТЕУ, 2006. – 537 с.
7. Кузнецов В. Проблеми розвитку туризму в Україні [Електронний ресурс] / В. Кузнецов, Ю. Сологуб // Національний університет харчових технологій – Режим доступу до ресурсу: http://dspace.nuft.edu.ua/ jspui/bitstream/123456789/18752/1/309.pdf
8. Герасименко В.Г. Управління національним туризмом в контексті міжнародного досвіду / В.Г. Герасименко, С.С. Галасюк // Вісник ДІТБ. – 2009. – Вип. 12. – С. 160-167.

V.F. Iarovyi
PhD Economic, associate professor,
Kherson State University

Theoretical fundamentals of functioning of enterprises and organizations in the European integration and globalization

Abstract. *The article deals with the main theoretical issues of functioning of enterprises and organizations of the tourism industry in the conditions of the European integration and globalization. The positive factors and risks of these processes influence on the development of tourism enterprises. The competitive positions and the structure and specialization of the latter are grounded. The features of the domestic consumer of tourist services, demands and offers at the tourist market are revealed. The theoretical principles of improvement of system management of enterprises and industry development are analysed, taking into account the European and world tendencies of their development, structural changes and marketing influences.*

Key words: *tourism, enterprises, industry, theoretical fundamentals, Eurointegration, globalization, influence, market, services, consumers, system management, improvement, development.*

References

1. Ignatenko, M.M. (2010). Problems and Prospects of the Development of Rural Tourism in Ukraine. *Scientific Bulletin of the Lviv National University of Veterinary Medicine and Biotechnology named after S.Z. Gzhytsky. Series "Economic Sciences", Vol. 12, 1 (43), 252-255* (in Ukr.).
2. Kifyak, V. F. (2008). *Tourism Organization.* Chernivtsi: Books – XXI (in Ukr.).
3. Marmul, L. O. & Ignatenko, M. M. & Sarapina, O. A. (2016). Socio-economic Potential of rural territories as the basis of development of enterprises of rural green tourism on the basis of innovation. *Economy and management of culture, 2, 32-38* (in Ukr.).
4. Marchenko, O. A. (2014). *Influence of Global and Regional Factors of Socioeconomic Development on the Structure of the Tourist Market.* Proceedings of the International Scientific-Practical conference. Ukraine-Poland: Dialogue of Cultures in the Context of European Integration (Zaporozhye, September 25-27, 2014). (Vol. 1.). (pp. 133 - 135). Zaporozhye: ZDIA (in Ukr.).
5. Romanyuk, I. A. (2006). Formation of Corporate Culture and Business Reputation of Tourist Enterprises. *Economy and Management of Culture, 2, 26-31* (in Ukr.).
6. Tkachenko, T. I. (2006). *Sustainable Tourism Development: Theory, Methodology, Business Realities.* Kyiv: KNTEU (in Ukr.).
7. Kuznetsov, V. & Sologub, Y. (n.d.). Problems of Tourism Development in Ukraine. *National University of Food Technologies.* Retrieved from http://dspace.nuft.edu.ua/ jspui / bitstream / 123456789/18752/1 / 309.pdf (in Ukr).
8. Gerasimenko, V. G. & Galasyuk S. S. (2009). Management of National Tourism in the Context of International Experience. *Bulletin of DITB, 12, 160-167* (in Ukr.).

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: 332.2(477)

Ольга ЯЦЕНКО
доктор економічних наук, професор кафедри міжнародної торгівлі,
Київський національний економічний університет ім. В. Гетьмана, Київ, Україна
yacenko_olga@ukr.net
Юлія ЗАВАДСЬКА
кандидат економічних наук, викладач кафедри міжнародної економіки,
Дипломатична академія України при МЗС України, Київ, Україна
yulya2787@mail.ru
Олександр ЯЦЕНКО
аспірант, Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана, Київ, Україна
yacykua@gmail.com
Іванна БІЛЕЦЬКА
магістр, Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана», Київ, Україна
ivanna_biletska@ukr.net

МОДИФІКАЦІЯ ТОВАРНО-СТРУКТУРНОЇ СПЕЦІАЛІЗАЦІЇ АГРОВИРОБНИЦТВА ЯК ФАКТОР СТИМУЛЮВАННЯ ЗАЛУЧЕННЯ ІНОЗЕМНИХ ІНВЕСТИЦІЙ

Ідентифіковано особливості розвитку агропромислового сектору економіки України. Визначено напрями спеціалізації агровиробництва України в цілому та її регіонів зокрема на основі застосування авторської методики, особливість якої полягає у комбінованому використанні трьох методів: середньогалузевого відсотка, середньозваженого рангу та індексу комбінування (індексу Уївера). Отримані результати були використані для оцінки основних деструктивних факторів розвитку вітчизняного сільського господарства і обґрунтування перспективних напрямів його становлення. Реалізація отриманого наукового доробку сприятиме оптимізації та активізації господарської діяльності виробників агропродовольчої продукції. Виокремлено найпривабливіші регіони України для прямих іноземних інвестицій в аграрний сектор.

Ключові слова: сільське господарство, спеціалізація, метод середньогалузевого відсотка, метод середньозваженого рангу, індекс комбінування (індекс Уївера), інвестиції.

1. Актуальність проблеми

Важливою сферою матеріального виробництва є сільське господарство, пріоритетність і перспективність якого не викликає сумніву. Нині сільське господарство залишається єдиною галуззю економіки України, яка має позитивне сальдо зовнішньої торгівлі. Незважаючи на внутрішньо економічні проблеми країни зумовлені анексією Автономної Республіки Крим та воєнними діями на Сході, це єдина галузь, яка в період кризи збільшила своє виробництво. В сучасних умовах аграрний сектор набуває нового значення для експортоорієнтованого вектора розвитку України через різке падіння промислового виробництва та згортання металургійного експорту, що зумовило прискорену реструктуризацію вітчизняної економіки.

Забезпечення інвестиційної привабливості аграрного сектора можливе за умови визначення чіткої системи цінностей та орієнтирів в умовах національного суспільно-економічного стану, динамічного розвитку і стратегічної визначеності. У контексті світогосподарських тенденцій для сільського господарства доцільно розробити не лише ієрархію цілей, а й чітку інституційно

© Яценко О., Завадська Ю., Яценко О., Білецька І., 2017

закріплену загальну й секторальні стратегії розвитку з врахуванням регіональних особливостей і товарно-структурної спеціалізації. З теоретико-методологічної і науково-практичної точки зору, важливим є недопущення підміни методів, засобів і цілей. У зв'язку з цим набуває особливої актуальності розгляд останніх тенденцій, проблем та перспектив сільського господарства України.

Стан вивчення проблеми. Теоретико-методологічним дослідженням спеціалізації сільського господарства присвячені роботи таких вітчизняних та зарубіжних вчених як Х. Маршалл, М. Шварц та Дж. Зеляк (Marshall et al., 1988), С. Маккорістон та М. Шелдон (McCorriston & Sheldon, 1991), Н. Мезенцева та К. Мезенцев (Мезенцева & Мезенцев, 2000). Результати досліджень з визначення сільськогосподарської товарної спеціалізації окремих адміністративних районів викладені у роботах М. Барановського (Барановський, 2014), Н. Добровольської, Ю. Кандиби та В. Ліхвана (Ліхван та ін., 2013), Ш. Ібатуліна, О. Шаніна та О. Степанка (Ібатулін, 2014), О. Топчієва (Топчієв, 2005) та інших.

Невирішені питання. Сільськогосподарську товарну спеціалізацію України було визначено ще за радянських часів і майже не було модифіковано методичні підходи, недостатньо враховано сучасне районування. Наприклад, льонарство дотепер вважається галуззю спеціалізації сільськогосподарських підприємств північних районів Чернігівської, Житомирської, Рівненської чи Волинської областей і це за умови, що в Україні вирощування льону-довгунцю за даними офіційної статистики упродовж 1990–2013 рр. скоротилися із 108,1 до 1,1 тис. т (у понад 100 разів) (Барановський, 2014). Отже, системне дослідження проблем, сучасного стану сільського господарства та товарно-структурної спеціалізації агровиробництва з метою залучення іноземних інвестицій є важливим у теоретичному і практичному аспекті, що й зумовило вибір теми дослідження, її мету, логіку, структуру та завдання.

2. Мета і методи дослідження

Метою статті є дослідження товарно-структурної спеціалізації агровиробництва як фактору стимулювання залучення іноземних інвестицій. Реалізація визначеної мети зумовила розв'язання таких конкретних завдань:

– проаналізувати сучасний методичний інструментарій визначення спеціалізації сільського господарства та виявити найефективніші підходи;

– визначити товарно-структурну спеціалізацію сільського господарства України в цілому та її регіонів зокрема;

– дослідити основні ендогенні й екзогенні деструктивні фактори розвитку вітчизняного сільського господарства та обґрунтувати вибір найпривабливіших регіонів для іноземного інвестування.

Об'єкт дослідження – процес модифікації товарно-структурної спеціалізації агровиробництва.

Предмет дослідження – сукупність теоретичних, методичних та практичних аспектів товарно-структурної спеціалізації агровиробництва та залучення інвестицій в сільське господарство України.

Методи дослідження. Теоретичною основою дослідження слугували фундаментальні положення економічної теорії, аграрної економіки, результати досліджень вітчизняних та зарубіжних науковців з проблем визначення спеціалізації сільського господарства та оцінки його інвестиційної привабливості. Метод аналізу та синтезу використано під час визначення особливостей розвитку агропромислового сектору економіки України; метод середньогалузевого відсотка, середньозваженого рангу та індексу комбінування (індекс Уївера) при дослідженні товарів спеціалізації сільського господарства України та її областей; метод статистичного аналізу при визначенні інвестиційної привабливості регіонів.

Інформаційна база дослідження: законодавчі та нормативно-правові акти, офіційні статистичні дані Державної служби статистики України, матеріали Міністерства аграрної політики та продовольства України, офіційні публікації міжнародних економічних організацій, наукові праці вітчизняних та зарубіжних дослідників, інформаційні матеріали всесвітньої комп'ютерної мережі Internet, дані міжнародних експертних та рейтингових агентств, результати особистих спостережень авторів.

3. Основні результати дослідження

В умовах, коли світова економіка все більше транснаціоналізується, необхідно зберегти національне матеріальне виробництво і посилювати історично сформовані, традиційні для національних економік стратегічні галузі, зміцнювати їх експортоорієнтований вектор розвитку. Загальновідомо, що аграрний сектор – найбільш уразлива і підтримувана галузь будь якої країни, незалежно від рівня її соціально-економічного розвитку. Пріоритетність аграрного сектора в економіці обумовлена рядом факторів, зокрема, таких, як 1) значний вплив і залежність від природних умов, що робить сільськогосподарське виробництво певною мірою неконтрольованим, непередбачуваним і високоризикованим; 2) сезонність виробництва, що зумовлює нерівномірне використання упродовж року трудових ресурсів, основних і оборотних засобів; 3) визначений біологічний цикл (ритм) виробництва у рослинництві і тваринництві; 4) цінова нееластичність попиту на сільськогосподарську продукцію; 5) географічна обумовленість, і мобільність і обмеженість земельних ресурсів, які одночасно є предметом праці і головним засобом праці; 6) особливості організаційно-виробничої структури; 7) матеріальна основа продовольчої безпеки будь-якої держави; 8) висока капіталомісткість та порівняно низька фондовіддача; 9) міжгалузева залежність, що зумовлює певну інертність галузі. Щодо України можна відмітити також фактор надмірного адміністративного регулювання галузі, жорсткого контролювання цін на агропродовольчу продукцію, диспаритету цін між промисловою і сільськогосподарською групами товарів, консервативність методів виробництва і управління. Проте сільське господарство є пріоритетною галуззю для економіки України враховуючи її експортоорієнтовану спрямованість і конкуренто-спроможність на глобальному агропродовольчому ринку.

Площа сільськогосподарських земель України – найбільша в Європі – 41,5 млн га (70 % території країни), з них – 32,5 млн га використовуються для вирощування сільськогосподарських культур. За рівнем забезпечення сільгоспугіддями Україна посідає перше місце в Європі – 0,914 га на особу та 0,716 га/особу ріллі (Єрмолаєв, 2015; Державна служба статистики України, 2015). Сектор забезпечує близько 12 % валової доданої вартості (2014 р.) і тут зайнято понад 3,5 млн населення (17 % зайнятих в Україні). Рослинництво займає близько 70 % сільськогосподарської продукції. Найбільш важливе значення відіграють зернові та зернобобові культури (30,5 %), кукурудза на зерно (15,1 %), насіння соняшнику (12,1 %), пшениця (11,4 %) та соя (4,7 %) у 2014 р. Тваринництво займає близько 30 % випуску сільськогосподарської продукції та представлене вирощуванням худоби та птиці (14,1 %), виробництвом молока (11,5 %) та яєць (3,6 %) (Державна…, 2015; Toplead…, 2015).

Україна є одним з найбільших світових виробників та експортерів сільськогосподарської продукції. Зокрема, Україна займає перше місце в світі за виробництвом соняшника, соняшникової олії та її експорту. У 2014 р. Україна виробила 4,2 млн т соняшникової олії, що становить 28 % світового виробництва, та перевищує світовий показник виробництва оливкової олії (у 2014 р. було вироблено лише 3,2 млн т оливкової олії у всьому світі). Друге місце за експортом зернових та горіхів. У 2014 р. було вироблено 64 млн т зернових, що на 2,4 % більше, ніж у 2013 р. (MAPF, 2015). Україна має конкурентну перевагу у виробництві зерна завдяки високій родючості ґрунтів, низькому рівню виробничих видатків і стратегічній географічній позиції, потенціал країни оцінюється на рівні 100 млн т. За експортом кукурудзи та ріпаку, а також за виробництвом ячменю Україна посіла третє місце. Так, Україні належить 14 % світового експорту ріпаку після Канади (62 %) та Австралії (17 %). Що стосується кукурудзи, то Україна виробляє 27,6 млн т та експортує 18,4 млн т (у 2014 р.), проте вітчизняні можливості виробництва цієї культури набагато вищі. Врожайність кукурудзи в Україні – 6 т/га, при тому, що в США цей показник становить 11 т/га, у Канаді та Швейцарії – 9 т/га, а в Аргентині – 8 т/га, отже, урожайність кукурудзи в Україні нижча на 45 %, ніж в провідних країнах виробництва цієї культури. Якщо підвищити урожайність до рівня США, то у 2014 р. виробництво становило б не 27,6 млн т, а 50,6 млн т. За виробництвом горіхів та експортом ячменю Україна займає четверте місце і п’яте – за виробництвом меду та кукурудзи (Оратовська, 2015; OECD…, 2015; Toplead…, 2015).

Таким чином, основними вітчизняними товарами спеціалізації можна назвати ті товари, за виробництвом яких Україна займає провідні місця у світі, проте якщо розглянути кожен з регіонів, то товарна спеціалізація дещо відрізняється. Так, для визначення спеціалізації сільського господарського України та її регіонів використано три методи: метод середньогалузевого відсотка, середньозваженого рангу та індекс комбінування (індекс Уївера) (Барановський, 2014; Ібатулін, 2014; Ліхван, 2013; Топчієв, 2005). Аналіз показників включає 25 товарів по Україні та кожній області. Метод середньогалузевого відсотка полягає у визначенні галузі або товару спеціалізуючим, якщо частка цього товару (d_i) перевищує середньогалузеву (p_i):

$$d_i > p_i, \quad (1)$$

де d_i – частка і-го товару за обсягами реалізованої продукції у структурі сільськогосподарського виробництва регіону; p_i – середньогалузева частка товару (100/25 = 4 %).

Цей метод є одним з найбільш легких та поширених і включає у вибірку широкий перелік товарів. За ним Україна спеціалізується на 7-ми товарах, а її регіони спеціалізуються на 6-8 товарах (*табл. 1*).

Табл. 1. **Спеціалізація сільського господарського України та її регіонів за методом середньогалузевого відсотка**

Регіон	Товари спеціалізації
Україна	Зернові та зернобобові культури, кукурудза на зерно, насіння соняшнику, пшениця, соя, молоко, свині на м'ясо
Вінницька	Зернові та зернобобові культури, кукурудза на зерно, пшениця, насіння соняшнику, соя, ріпак, молоко
Волинська	Зернові та зернобобові культури, пшениця, ріпак, молоко, свині на м'ясо, соя, ВРХ на м'ясо, кукурудза на зерно
Дніпропетровська	Зернові та зернобобові культури, насіння соняшнику, пшениця, свині на м'ясо, кукурудза на зерно, яйця курячі
Донецька	Зернові та зернобобові культури, насіння соняшнику, пшениця, свині на м'ясо, яйця курячі, молоко, ячмінь
Житомирська	Зернові та зернобобові культури, кукурудза на зерно, соя, насіння соняшнику, пшениця
Закарпатська	Зернові та зернобобові культури, свині на м'ясо, пшениця, соя, плоди, кукурудза на зерно, овочі, насіння соняшнику
Запорізька	Зернові та зернобобові культури, пшениця, насіння соняшнику, свині на м'ясо, ячмінь
Івано-Франківська	Зернові та зернобобові культури, кукурудза на зерно, свині на м'ясо, ріпак, яйця курячі, пшениця
Київська	Зернові та зернобобові культури, кукурудза на зерно,свині на м'ясо, яйця курячі, молоко, пшениця, насіння соняшнику, соя
Кіровоградська	Зернові та зернобобові культури, насіння соняшнику, кукурудза на зерно, пшениця, ячмінь, соя
Луганська	Насіння соняшнику, зернові та зернобобові культури, пшениця, кукурудза на зерно, молоко
Львівська	Зернові та зернобобові культури, плоди, ріпак, пшениця, кукурудза на зерно, свині на м'ясо, цукрові буряки, птиця на м'ясо
Миколаївська	Зернові та зернобобові культури, насіння соняшнику, пшениця, кукурудза на зерно, ячмінь
Одеська	Зернові та зернобобові культури, пшениця, насіння соняшнику, ячмінь, ріпак, кукурудза на зерно
Полтавська	Зернові та зернобобові культури, кукурудза на зерно, насіння соняшнику, молоко, пшениця, соя
Рівненська	Зернові та зернобобові культури, кукурудза на зерно, соя, пшениця, молоко
Сумська	Зернові та зернобобові культури, кукурудза на зерно, насіння соняшнику, пшениця, молоко, соя
Тернопільська	Зернові та зернобобові культури, кукурудза на зерно, пшениця, цукрові буряки (фабричні), ріпак, картопля, свині на м'ясо
Харківська	Зернові та зернобобові культури, насіння соняшнику, пшениця, кукурудза на зерно, молоко, свині на м'ясо
Херсонська	Зернові та зернобобові культури, пшениця, яйця курячі, соя, насіння соняшнику, овочі
Хмельницька	Зернові та зернобобові культури, кукурудза на зерно, соя, пшениця, ріпак, яйця курячі, молоко
Черкаська	Зернові та зернобобові культури, кукурудза на зерно, насіння соняшнику, пшениця, молоко, свині на м'ясо, соя
Чернівецька	Зернові та зернобобові культури, соя, свині на м'ясо, пшениця, кукурудза на зерно, яйця курячі, птиця на м'ясо, молоко,
Чернігівська	Зернові та зернобобові культури, кукурудза на зерно, насіння соняшнику, пшениця, молоко
м. Київ	Зернові та зернобобові культури, кукурудза на зерно, соя, насіння соняшнику, пшениця, птиця на м'ясо

Джерело: власна розробка авторів

Метод середньозваженого рангу враховує різні частки товару в господарстві та обчислюється за формулою:

$$\bar{R} = \frac{\sum R_i d_i}{\sum d_i} = \frac{R_1 d_1 + R_2 d_2 + \cdots + R_n d_n}{d_1 + d_2 + \cdots + d_n}, \quad (2)$$

де d_i – частка і-го товару за обсягами реалізованої продукції у структурі сільськогосподарського виробництва регіону;

R_i– ранг і-го товару в залежності від її частки за обсягами реалізованої продукції;

n – кількість товарів спеціалізації у районі.

Методом середньозваженого рангу є найбільш «жорстким», а його вибірка найбільш точною та вузькою, адже до уваги беруться тільки ті товари, які займають основну частку товарної продукції за обсягом реалізації. За проведеними розрахунками виявлено, що у сільському господарстві кожного регіону України можна виділити від 3 до 5 товарів спеціалізації. Україну в цілому характеризують 4 товари спеціалізації сільськогосподарської продукції такі як зернові та зернобобові культури, кукурудза на зерно, насіння соняшнику, пшениця, усі інші регіони характеризуються 3-4 товарами спеціалізації, які часто одинакові з товарами спеціалізації України і тільки Херсонська область спеціалізується на 5-ти товарах: зернові та зернобобові культури, пшениця, яйця курячі, соя, насіння соняшнику (*табл. 2*).

Табл. 2. **Спеціалізація сільського господарського України та її регіонів за методом середньозваженого рангу**

Регіон	Товари спеціалізації
Україна	Зернові та зернобобові культури, кукурудза на зерно, насіння соняшнику, пшениця
Вінницька	Зернові та зернобобові культури, кукурудза на зерно, пшениця, насіння соняшнику
Волинська	Зернові та зернобобові культури, пшениця, ріпак, молоко
Дніпропетровська	Зернові та зернобобові культури, насіння соняшнику, пшениця, свині на м'ясо
Донецька	Зернові та зернобобові культури, насіння соняшнику, пшениця
Житомирська	Зернові та зернобобові культури, кукурудза на зерно, соя, насіння соняшнику
Закарпатська	Зернові та зернобобові культури, свині на м'ясо, пшениця, соя
Запорізька	Зернові та зернобобові культури, пшениця, насіння соняшнику
Івано-Франківська	Зернові та зернобобові культури, кукурудза на зерно, свині на м'ясо, ріпак
Київська	Зернові та зернобобові культури, кукурудза на зерно,свині на м'ясо, яйця курячі
Кіровоградська	Зернові та зернобобові культури, насіння соняшнику, кукурудза на зерно
Луганська	Насіння соняшнику, зернові та зернобобові культури, пшениця
Львівська	Зернові та зернобобові культури, плоди, ріпак, пшениця
Миколаївська	Зернові та зернобобові культури, насіння соняшнику, пшениця
Одеська	Зернові та зернобобові культури, пшениця, насіння соняшнику
Полтавська	Зернові та зернобобові культури, кукурудза на зерно, насіння соняшнику
Рівненська	Зернові та зернобобові культури, кукурудза на зерно, соя
Сумська	Зернові та зернобобові культури, кукурудза на зерно, насіння соняшнику
Тернопільська	Зернові та зернобобові культури, кукурудза на зерно, пшениця, цукрові буряки (фабричні)
Харківська	Зернові та зернобобові культури, насіння соняшнику, пшениця, кукурудза на зерно
Херсонська	Зернові та зернобобові культури, пшениця, яйця курячі, соя, насіння соняшнику
Хмельницька	Зернові та зернобобові культури, кукурудза на зерно, соя, пшениця
Черкаська	Зернові та зернобобові культури, кукурудза на зерно, насіння соняшнику, пшениця
Чернівецька	Зернові та зернобобові культури, соя, свині на м'ясо, пшениця
Чернігівська	Зернові та зернобобові культури, кукурудза на зерно, насіння соняшнику
м. Київ	Зернові та зернобобові культури, кукурудза на зерно, соя

Джерело: власна розробка авторів

Індекс комбінування (індекс Уівера) є найбільш громіздким у порівнянні з усіма методами визначення спеціалізації регіону, проте саме він є найбільш гнучким та еластичним:

$$I = \min \left| \sum \Delta_i^2 \right|, \quad (3)$$

де Δ_i^2 – сума квадратів відхилень.

За допомогою індексу комбінування виявляють головну частину дійсного розподілу часток товарів, а саме кількість та перелік товарів, які є основними товарами спеціалізації. Так, відповідно до розрахунків, Україна спеціалізується на 4 товарах, а її області спеціалізується від 2-х до 9-и товарів (*табл. 3*).

Табл. 3. **Спеціалізація сільського господарського України та її регіонів за методом комбінування (індекс Уївера)**

Регіон	Товари спеціалізації
Україна	Зернові та зернобобові культури, кукурудза на зерно, насіння соняшнику, пшениця
Вінницька	Зернові та зернобобові культури, кукурудза на зерно, пшениця, насіння соняшнику, соя, ріпак
Волинська	Зернові та зернобобові культури, пшениця, ріпак, молоко, свині на м'ясо, соя, ВРХ на м'ясо, кукурудза на зерно
Дніпропетровська	Зернові та зернобобові культури, насіння соняшнику, пшениця, свині на м'ясо, кукурудза на зерно
Донецька	Зернові та зернобобові культури, насіння соняшнику, пшениця
Житомирська	Зернові та зернобобові культури, кукурудза на зерно, соя, насіння соняшнику, пшениця
Закарпатська	Зернові та зернобобові культури, свині на м'ясо, пшениця, соя, плоди, кукурудза на зерно, овочі, насіння соняшнику
Запорізька	Зернові та зернобобові культури, пшениця, насіння соняшнику
Івано-Франківська	Зернові та зернобобові культури, кукурудза на зерно, свині на м'ясо, ріпак, яйця курячі, пшениця
Київська	Зернові та зернобобові культури, кукурудза на зерно,свині на м'ясо, яйця курячі, молоко, пшениця, насіння соняшнику, соя
Кіровоградська	Зернові та зернобобові культури, насіння соняшнику, кукурудза на зерно, пшениця, ячмінь, соя
Луганська	Насіння соняшнику, зернові та зернобобові культури, пшениця
Львівська	Зернові та зернобобові культури, плоди, ріпак, пшениця, кукурудза на зерно, свині на м'ясо
Миколаївська	Зернові та зернобобові культури, насіння соняшнику, пшениця, кукурудза на зерно, ячмінь
Одеська	Зернові та зернобобові культури, пшениця, насіння соняшнику, ячмінь, ріпак
Полтавська	Зернові та зернобобові культури, кукурудза на зерно, насіння соняшнику, молоко, пшениця
Рівненська	Зернові та зернобобові культури, кукурудза на зерно, соя, пшениця
Сумська	Зернові та зернобобові культури, кукурудза на зерно, насіння соняшнику, пшениця
Тернопільська	Зернові та зернобобові культури, кукурудза на зерно, пшениця, цукрові буряки (фабричні), ріпак, картопля, свині на м'ясо
Харківська	Зернові та зернобобові культури, насіння соняшнику, пшениця, кукурудза на зерно, молоко
Херсонська	Зернові та зернобобові культури, пшениця, яйця курячі, соя, насіння соняшнику, овочі
Хмельницька	Зернові та зернобобові культури, кукурудза на зерно, соя, пшениця, ріпак, яйця курячі
Черкаська	Зернові та зернобобові культури, кукурудза на зерно, насіння соняшнику, пшениця, молоко
Чернівецька	Зернові та зернобобові культури, соя, свині на м'ясо, пшениця, кукурудза на зерно, яйця курячі
Чернігівська	Зернові та зернобобові культури, кукурудза на зерно
м.Київ	Зернові та зернобобові культури, кукурудза на зерно, соя

Джерело: власна розробка авторів

З розрахунків видно, що три методи аналізу по різному характеризують товарно-структурну спеціалізацію регіонів України. У зв'язку з цим доцільно поєднати результати одержані методом середньогалузевого відсотка, середньозваженого рангу та за індексом комбінування (індекс Уївера) та визначити товарну спеціалізації сільського господарства України та її областей. В узагальненому вигляді товари спеціалізації представлені у *табл. 4*.

Отже, узагальнена таблиця дозволяє стверджувати, що найбільш точним є метод середньозваженого рангу, результати якого майже повністю одинакові з узагальненими результатами, за винятком Чернігівської області, де товарна спеціалізація представлена в основному тільки зерновими та зернобобовими культурами та кукурудзою на зерно. Таким чином, в основному Україна спеціалізується на зернових та зернобобових культурах, кукурудзі на зерно, насінні соняшнику та пшениці. Крім цих товарів основу товарної спеціалізації по областях країни становлять молоко, свині на м'ясо, ріпак, ячмінь, яйця курячі, ВРХ на м'ясо та цукрові буряки (фабричні).

Табл. 4. **Спеціалізація сільського господарського України та її регіонів за методом середньозваженого рангу**

Регіон	Товари спеціалізації
Україна	Зернові та зернобобові культури, кукурудза на зерно, насіння соняшнику, пшениця
Вінницька	Зернові та зернобобові культури, кукурудза на зерно, пшениця, насіння соняшнику
Волинська	Зернові та зернобобові культури, пшениця, ріпак, молоко
Дніпропетровська	Зернові та зернобобові культури, насіння соняшнику, пшениця, свині на м'ясо
Донецька	Зернові та зернобобові культури, насіння соняшнику, пшениця
Житомирська	Зернові та зернобобові культури, кукурудза на зерно, соя, насіння соняшнику
Закарпатська	Зернові та зернобобові культури, свині на м'ясо, пшениця, соя
Запорізька	Зернові та зернобобові культури, пшениця, насіння соняшнику
Івано-Франківська	Зернові та зернобобові культури, кукурудза на зерно, свині на м'ясо, ріпак
Київська	Зернові та зернобобові культури, кукурудза на зерно,свині на м'ясо, яйця курячі
Кіровоградська	Зернові та зернобобові культури, насіння соняшнику, кукурудза на зерно
Луганська	Насіння соняшнику, зернові та зернобобові культури, пшениця
Львівська	Зернові та зернобобові культури, плоди, ріпак, пшениця
Миколаївська	Зернові та зернобобові культури, насіння соняшнику, пшениця
Одеська	Зернові та зернобобові культури, пшениця, насіння соняшнику
Полтавська	Зернові та зернобобові культури, кукурудза на зерно, насіння соняшнику
Рівненська	Зернові та зернобобові культури, кукурудза на зерно, соя
Сумська	Зернові та зернобобові культури, кукурудза на зерно, насіння соняшнику
Тернопільська	Зернові та зернобобові культури, кукурудза на зерно, пшениця, цукрові буряки фабричні
Харківська	Зернові та зернобобові культури, насіння соняшнику, пшениця, кукурудза на зерно
Херсонська	Зернові та зернобобові культури, пшениця, яйця курячі, соя, насіння соняшнику
Хмельницька	Зернові та зернобобові культури, кукурудза на зерно, соя, пшениця
Черкаська	Зернові та зернобобові культури, кукурудза на зерно, насіння соняшнику, пшениця
Чернівецька	Зернові та зернобобові культури, соя, свині на м'ясо, пшениця
Чернігівська	Зернові та зернобобові культури, кукурудза на зерно
м. Київ	Зернові та зернобобові культури, кукурудза на зерно, соя

Джерело: власна розробка авторів

Загальна структура посівів в Україні відрізняється від спеціалізації, так, 22 % посівів відводяться під пшеницю, 19 % під соняшник, 17 % під кукурудзу, 13 % – плоди та ягоди, 11 % – ячмінь, 7 % – соя, 5 % – картопля, 3 % – ріпак, 2 % – овочі та 1 % – цукровий буряк. Незважаючи на те, що тільки 1 % посівів займає цукровий буряк, його урожайність за останні 20 років збільшилася вдвічі при тому, що за цей період посівні площі буряка зменшилися у 5 разів. У 2014 р. урожайність усіх зернових, за винятком кукурудзи та рису, збільшилася (у порівнянні з 2013 р.). Урожайність зернових та олійних культур коливається, проте зберігає багаторічну позитивну тенденцію (Державна…, 2015; Toplead…, 2015).

Основним деструктивними факторами, що негативно впливають на розвиток вітчизняного сільського господарства є відсутність чіткої аграрної політики уряду та інвестицій в інноваційну сферу. Зважаючи на важливість агропромислового сектору для України в сучасних умовах, починаючи уже з 2015 р. уряд почав реформування вітчизняного сільського господарства. Так, в таких документах як Стратегія сталого розвитку «Україна–2020», Програма діяльності Кабінету міністрів України та Коаліційна угода визначено основний вектор розвитку сільського господарства та сільських територій. На основі цих документів Міністерством аграрної політики та продовольства України розроблено проект «Єдина комплексна стратегія та план дій розвитку сільського господарства та сільських територій в Україні на 2015–2020 роки» (Верховна…, 2014; Президент…, 2015; Верховна…, 2016; Міністерство…, 2015). До написання Стратегії було залучено більше 170 українських та міжнародних експертів.

Основною метою Стратегії є підвищення конкурентоспроможності сільського господарства відповідно до стандартів ЄС та міжнародних стандартів, а також стимулювання сталого розвитку сільської місцевості. Стратегія передбачає досягнення таких конкретних цілей: гармонізація із законодавством ЄС, зокрема у сфері продовольчої безпеки; дерегуляція із скасуванням

необґрунтованого регулювання та адміністративних настанов, реформа державних підприємств; вирішення основних проблем із факторами виробництва, включно із земельною реформою, доступом до фінансування, модернізацією і оновленням виробничих і переробних потужностей, а також проблем інфраструктури і логістики; стимулювання інновацій у сільському господарстві; підвищення прозорості й ефективності виробництва та заходів управління ринками; підвищення ефективності державної підтримки сільського господарства; розроблення програми розвитку сільських територій, включно із заходами підтримки малих господарств та підвищенням якості життя у сільській місцевості; а також розроблення нормативної бази на підтримку сільського господарства (OECD…, 2015).

Особлива увага у реформуванні сільського господарства приділена іноземним інвестиціям, причиною цього є зменшення надходжень інвестицій в агровиробництво. Прямі іноземні інвестиції у сільське господарство завжди були незначними (біля 2 % від загальних ПІІ), проте вони стабільно зростали з 2005 до 2008 рр., а після фінансової кризи їх кількість почала зменшуватися і у 2014 р. прирівнювалася до показників 2007 р. (*рис. 1*).

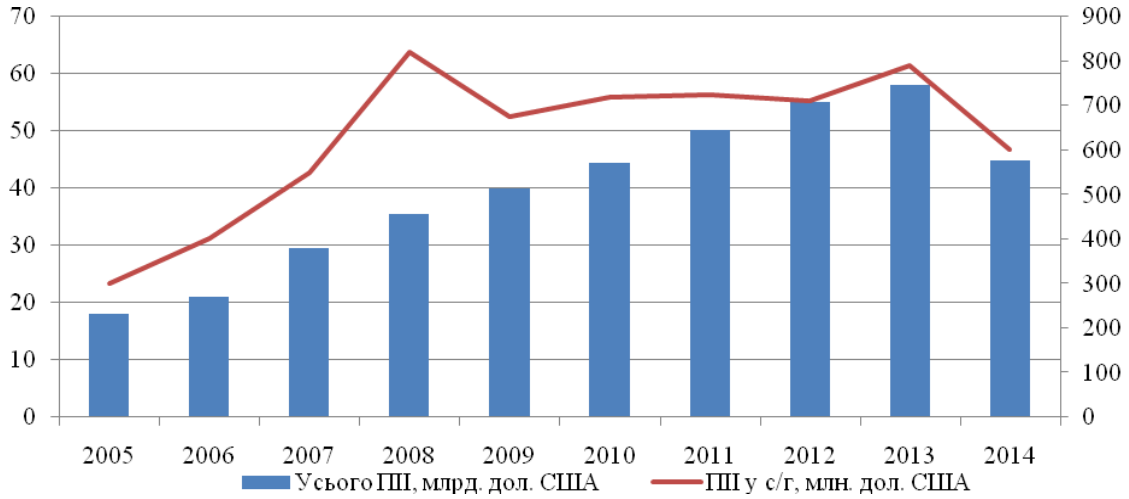


Рис. 1. **Обсяг прямих іноземних інвестицій, 2005-2014 рр.**

Джерело: розроблено на основі (Державна служба статистики України, 2015)

Нерівномірність розподілу іноземних інвестицій між регіонами України також займає вагоме місце. У 2014 р. найбільша сума іноземних інвестицій була спрямована у м. Київ (17,8 %) та Київську область (16,52 %), значна сума надійшла також і до Івано-Франківської (13,23 %) та Львівської (6,87 %) областей. Найменш привабливими регіонами для іноземного інвестування виступили Миколаївська (0,62 %), Луганська (0,51 %) та Закарпатська (0,34 %) області (*табл. 5*). Причинами такої значної неоднорідності інвестиційної привабливості регіонів виступають декілька факторів. Насамперед, це географічна різноманітність, а саме, географічне розташування, структура земель, водні ресурси та кліматичні умови. Іншим фактором виступає соціально-економічна різноманітність, що для України інколи має і важливіше значення, адже географічна умови майже для всієї України схожі. До соціально-економічної різноманітності можна віднести рівень розвитку регіону, наближеність до центрів економічного розвитку, інфраструктура регіону, трудові ресурси та потенціал самого регіону (Інститут…, 2014).

Отже, агропромисловий сектор є важливою складовою економіки України. Зважаючи на значний потенціал держави у цій сфері можна припустити, що саме стимулювання її розвитку принесе високі результати, адже наразі в Україні нараховується 52543 діючих сільськогосподарських підприємств за різними організаційно-правовими формами господарювання (господарські товариства різних видів, приватні (приватно-орендні) підприємства, виробничі кооперативи, фермерські господарства, державні підприємства та ін.) у 2014 р., з них 44968 підприємства або 85,6 % мають у господарському обігу сільськогосподарські угіддя.

Табл. 5. **Обсяг інвестицій в сільське господарство, мисливство та надання пов'язаних із ними послуг, 2014 р.**

Регіони	Іноземні інвестиції		Капітальні інвестиції	
	тис. дол. США	%	тис. грн	%
Україна	590212,1	100	17012815	100
Вінницька	31225,1	5,29	152802	0,90
Волинська	14612,6	2,48	285099	1,68
Дніпропетровська	28365,7	4,81	1323624	7,78
Донецька	11550,2	1,96	321349	1,89
Житомирська	16548,9	2,80	503479	2,96
Закарпатська	2032,6	0,34	41196	0,24
Запорізька	7123,4	1,21	603509	3,55
Івано-Франківська	78080,3	13,23	374530	2,20
Київська	97477,9	16,52	1593666	9,37
Кіровоградська	9174,4	1,55	1259610	7,40
Луганська	3029,9	0,51	199023	1,17
Львівська	40522,9	6,87	447934	2,63
Миколаївська	3659,1	0,62	709594	4,17
Одеська	5732,9	0,97	852161	5,01
Полтавська	7698,9	1,30	1568230	9,22
Рівненська	21270,4	3,60	284596	1,67
Сумська	8416,2	1,43	814875	4,79
Тернопільська	7635,5	1,29	586936	3,45
Харківська	21241,1	3,60	918938	5,40
Херсонська	15973	2,71	661025	3,89
Хмельницька	17527,3	2,97	814944	4,79
Черкаська	20726	3,51	1148333	6,75
Чернівецька	10108,4	1,71	271108	1,59
Чернігівська	5432,4	0,92	820852	4,82
м. Київ	105047	17,80	455402	2,68

Джерело: розроблено на основі (Державна служба статистики України, 2015)

Також необхідно враховувати, що станом на 01.01.2014 р. в Україні налічувалося понад 25 млн господарств населення. Значна їх частина орієнтується на виробництво товарної продукції, поставляє її на внутрішній ринок у великих обсягах і тим самим суттєво впливає на формування цін на окремі харчові продукти. Крім того, у багатьох населених пунктах, навіть регіонах, особистий сектор стає важливою сферою самозайнятості для населення, джерелом доходів сільських домогосподарств.

Понад 1,2 млн особистих селянських господарств за рахунок земельних паїв збільшили розміри землекористувань до 4 га і більше. Зазначимо, що це середній розмір фермерського господарства у багатьох європейських країнах (Греція, Іспанія, Португалія). Вони обробляють 6,4 млн га сільськогосподарських угідь, утримують 66 % загального поголів'я великої рогатої худоби, 50 % свиней, 85 % овець та кіз і 43 % птиці. Виробляють майже половину сільськогосподарської продукції, у т. ч. 97 % картоплі, 86 – овочів, 38 – м'яса (живою вагою), 76 – молока, 36 – яєць, 85 – вовни і 98 % меду.

Характерною особливістю розвитку цього сегмента аграрного ринку є те, що нарощування обсягів виробництва сільськогосподарської продукції відбувається без залучення значних інвестицій, кредитних ресурсів і бюджетної підтримки. Однак розвиток особистих селянських господарств зазнає певних труднощів. По-перше, ці господарства надто малі за розміром, по-друге, використовують переважно фізичну працю. Лише незначна їх частина трансформується у товарні сімейні господарства. Через невеликі розмірі землекористувань практично унеможливлюється застосування сучасних прогресивних технологій і техніки, особливо в рослинництві.

Аналізуючи результати проведеного дослідження, можна стверджувати, щонайбільший обсяг іноземних інвестицій у межах агропромислового сектору України спрямований пере-

важно у сировинні напрями виробництва. Нині суттєвою інвестиційною привабливістю користуються такі групи товарів як зернові, зернобобові культури, кукурудза на зерно тощо. Вкладення фінансових ресурсів у зазначені напрями є досить привабливим для інвесторів за рахунок швидкої окупності інвестицій та можливості отримання значних дивідендів. Крім того, інвестиційна діяльність у межах агропромислової сфери України актуалізується наявністю сприятливих умов розвитку інноваційних напрямів господарювання екологічного спрямування. Однак, не зважаючи на високу економічну привабливість такої діяльності, наразі відслідковується сповільнення темпів розвитку інвестиційних процесів у межах вітчизняного агровиробництва. Зазначені тенденції зумовлені переважно такими деструктивними факторами як недосконаліть нормативно-правового поля, надмірний податковий тиск, політична нестабільність тощо. Покращення інвестиційного клімату та підвищення інвестиційної привабливості агропромислового виробництва є нагальною необхідністю та потребує здійснення заходів на державному та регіональному рівнях щодо створення сприятливих умов для діяльності інвесторів.

4. Висновки та обговорення одержаних результатів

Здійснена наукова робота була спрямована на визначення особливостей товарно-структурної спеціалізації агровиробництва України. Результати проведеного дослідження дозволяють зробити такі висновки:

1. Зважаючи на важливість агропромислового комплексу, розрізняють різні методи визначення товарної спеціалізації сільського господарського, застосування яких варіює у залежності від цілей проведення дослідження. Так, метод середньогалузевого відсотка використовують при необхідності швидкого визначення широкого переліку товарів спеціалізації, метод середньозваженого рангу – для виокремлення найбільш точної та вузької вибірки товарів спеціалізації, індекс комбінування (індекс Уївера) – як один з найбільш гнучких та еластичних методів.

2. Основними товарами спеціалізації сільського господарства України є зернові та зернобобові культури, кукурудза на зерно, насіння соняшнику та пшениця. У регіональному розрізі переважно зернові та зернобобові культури є провідними товарами спеціалізації усіх областей, а кукурудза на зерно, насіння соняшнику та пшениця формують п’ятірку найбільш поширеної продукції, виробленої для реалізації. В Україні не обліковуються, проте опосередковано впливають на товарно-структурну спеціалізацію господарства населення, які виробляють товарну продукцію у значних обсягах і тим самим суттєво впливають на формування цін на окремі продовольчі товари.

3. Наявні сприятливі умови та передові позиції на міжнародних аграрних ринках у розрізі окремих товарних груп формують необхідний базис для розвитку аграрного сектору України. Однак, подальша модернізація виробничих процесів в його межах потребує формування відповідного фінансового забезпечення. З метою стимулювання припливу іноземних вкладень нагальним є створення сприятливого інституційного середовища, спрощення системи оподаткування, забезпечення захисту іноземного інвестора тощо. Реалізація зазначених заходів слугуватиме каталізатором оптимізації структурних трансформацій національного господарства та зміцнення конкурентних позицій вітчизняних товаровиробників на міжнародних ринках.

Наукова новизна одержаних результатів полягає в подальшому розвитку методологічного інструментарію визначення спеціалізації агровиробництва країни та її регіонів на базі середньогалузевого відсотка, середньозваженого рангу та індексу комбінування (індексу Уївера) з обґрунтуванням інвестиційно привабливих експорто орієнтованих товарних позицій.

Практичне значення одержаних результатів полягає у дефініції й ідентифікації методичного інструментарію визначення товарно-структурної спеціалізації агровиробництва України в цілому та її регіонів зокрема з виявленням деструктивних факторів розвитку вітчизняного сільського господарства та обґрунтуванням інвестиційно привабливих регіонів. Отриманий

науковий доробок має практичну цінність для виробників агропродовольчої продукції та може бути прийнятий до впровадження в органах державної та місцевої влади.

Перспективи подальших наукових досліджень полягають у визначенні пріоритетних напрямів подальшої структурно-товарної та галузевої перебудови національної економіки з метою зміцнення позицій вітчизняних товаровиробників на глобальному агропродовольчому ринку.

Література

1. Барановський, М. О. (2014). Сільськогосподарське районування України: нові підходи, методи, практичні результати. *Регіон – 2014: стратегія оптимального розвитку: Матеріали міжнародної науково-практичної конференції*. Харків: ХНУ імені В.Н. Каразіна, 21-23.
2. Верховна Рада України (2014). *Проект Коаліційна угода.* Київ: Автор.
3. Верховна Рада України (2016). *Постанова Верховної Ради України «Про Програму діяльності Кабінету Міністрів України».* Київ: Автор.
4. Державна служба статистики України (2015). *Сільське господарство України за 2014 рік.* Київ: Автор.
5. Державна служба статистики України (2015). *Статистичний щорічник України за 2014 рік.* Київ: Автор.
6. Єрмолаєв, А., Клименко, І., Ємець, В., & Таран, С. (2015) *Аграрний сектор України: тенденції, суб'єкти, перспективи реформування*. Київ: Інститут стратегічних досліджень.
7. Ібатулін, Ш. І., Шанін, О. В., & Степанко, О. В. (2014). Оцінка основних тенденцій зональної спеціалізації сільськогосподарського землекористування в Україні. *Економіка АПК, 12*, 12-18.
8. Інститут економічних досліджень та політичних публікацій (2014). *Рейтинг інвестиційної привабливості регіонів*. Київ: Автор.
9. Ліхван, В., Добровольська, Н., & Кандиба, Ю. (2013). Визначення спеціалізації сільського господарства Харківської області. *Часопис соціально-економічної географії, 14 (1),* 92-103.
10. Мезенцева, Н., & Мезенцев, К. (2000). *Суспільно-географічне районування України.* Київ: Київський університет.
11. Міністерство аграрної політики та продовольства України (2015). *Єдина комплексна стратегія та план дій розвитку сільського господарства та сільських територій в Україні на 2015-2020 роки*. Київ: Автор.
12. Ораторська, А. (2015). Розвиток аграрного сектору – перспективне майбутнє України? *Економіка АПК, 4,* 56-59.
13. Президент України (2015). *Указ Президента України «Про Стратегію сталого розвитку «Україна - 2020».* Київ: Автор.
14. Топчієв, О. Г. (2005). *Суспільно-географічні дослідження: методологія, методи, методики*. Одеса: Астропринт.
15. Marshall, H., Schwartz, M., & Ziliak J. (1988). Agricultural Specialization and Economic Growth. *Sociological Focus, 2*, 113-126.
16. McCorriston, S., & Sheldon, Ian M. (1991). Intra-Industry Trade and Specialization in Processed Agricultural. *Review of Agricultural Economics, 2*, 173-184.
17. OECD Eurasia (2015). *Стратегія секторної конкурентоспроможності для України – фаза III. Політика щодо інвестування у сільське господарство. 18-26.* Відновлено від http://www.oecd.org/globalrelations/Agricultural_Investment_Policies_Ukraine_UKR.pdf
18. Syngenta (2016). *Агробізнес України: реалії та перспективи.* Київ: Автор. Відновлено від http://www3.syngenta.com/country/ua/uk/aboutcompany/meetings/Documents/Veksel_forum2016/Syngenta_agroperspectives.pdf
19. Toplead, Latifundistmedia (2015). *Агробізнес України: інфографічний довідник.* Відновлено від http://www.bakertilly.ua/news/id878.
20. Yatsenko, O. (2011). Methodological instruments of polyfunctiona lcompetitiveness evaluation (on the example of agriculture). *USA: The Advanced Science Journal,* 30-35

Стаття надійшла до редакції 20.07.2016

Olga Yatsenko
D. Sc. (Economics), Professor,
Kyiv National Economic University named after Vadym Hetman
54/1 Peremoga Avenue, Kyiv, 03057, Ukraine
Yuliya Zavadska
PhD (Economics), lecturer,
Diplomatic Academy of Ukraine
2 Velyka Zhytomyrska Str., Kyiv, 01001, Ukraine
Olexander Iatsenko
Postgraduate student, Kyiv National Economic University named after Vadym Hetman
54/1 Peremoga Avenue, Kyiv, 03057, Ukraine
Ivanna Biletska
Master, Kyiv National Economic University named after Vadym Hetman
54/1 Peremoga Avenue, Kyiv, 03057, Ukraine

The modification of commodity structural specialization of agricultural production as a stimulating factor of foreign investment attraction

Abstract:

1. Introduction. *Agriculture is an important area of material production. It is the only sector in the Ukrainian economy, which has a positive balance of foreign trade. Nowadays agriculture is a new importance sector for export due to a sharp decline of industrial production and reduction of metallurgical export. Thereby, the consideration of recent trends, problems and perspectives of Ukrainian agriculture is particularly relevant. Ukrainian agricultural commodity specialization was already determined in Soviet times and methodological approaches were not modified. Therefore, systemic research of current agricultural problems and commodity structural specialization of agricultural production is important in theoretical and practical aspects.*

2. Purpose. *The purpose of the article is to study the modification of commodity structural specialization of agricultural production as a stimulating factor of foreign investment attraction. The research is based on fundamental provisions of economic theory, agrarian economy, results of domestic and foreign academic studies on issues of agricultural specialization and evaluation of its investment attractiveness. While determining the characteristics of the Ukrainian agricultural sector there was used method of analysis and synthesis. Method of the average weighted rate, method of the average industry and Weaver's combination index were used in studying the commodity structural specialization of agriculture of Ukraine and its regions; method of statistical analysis was used in determining investment attractiveness of regions.*

3. Results. *The article identifies the features of the agricultural sector of Ukraine. It also defines directions of the specialization of agricultural production in Ukraine and its regions that are based on the author's methodological approaches. The authors use the combination of three methods: method of the average weighted rate, method of the average industry and Weaver's combination index. The commodity structural specialization of agricultural production is as follows: grains and leguminous, maize, sunflower seeds and wheat. The article also determines the most attractive regions in Ukraine for foreign direct investment in agricultural sector.*

4. Conclusions. *The results were used to estimate the main destructive factors in the development of domestic agriculture and justification of perspective areas for its development. The implementation of scientific achievements will contribute to optimize and enhance economic activities of producers of agriculture products. Perspectives of further research are in identifying priority areas for further commodity structural and industry restructuring of national economy to strengthen the position of domestic producers on the global agricultural market.*

Keywords: agriculture, specialization, method of the average weighted rate, method of the average industry, Weaver's combination index, investments.

JEL Classification: Q1, Q17.

References:

1. Baranovskyj, M. O. (2014). Agricultural zoning of Ukraine: new approaches, methods, practical results. *Region – 2014: optimal development strategy: Proceedings of the International Scientific Conference: Materials of international scientific conference.* Kharkiv: KhNU named after V.N. Karazina, 21-23 (in Ukr.).

2. Ibatulin, Sh. I., Shanin, O. V., & Stepanko, O. V. (2014). Zonal specialization of agricultural land use in Ukraine: assessment of the main trends. *Ekonomika ahropromyslovoho kompleksu (The economy of agro-industrial complex), 12,* 12-18 (in Ukr.).
3. Likhvan, V., Dobrovolska, N., & Kandyba, Yu. (2013). Determination of the agriculture specialization in Kharkiv region. *Chasopys sotsial'no-ekonomichnoi heohrafii (Journal of Social and Economic Geography), 14 (1),* 92-103 (in Ukr.).
4. Marshall, H., Schwartz, M., & Ziliak J. (1988). Agricultural Specialization and Economic Growth. *Sociological Focus, 2,* 113-126.
5. McCorriston, S., & Sheldon, Ian M. (1991). Intra-Industry Trade and Specialization in Processed Agricultural. *Review of Agricultural Economics, 2,* 173-184.
6. Mezentseva, N., & Mezentsev, K. (2000). *Socio-geographical regionalization of Ukraine*. Kyiv: Kyiv University (in Ukr.).
7. Ministry of Agrarian Policy and Food of Ukraine (2015). *Single and Comprehensive Strategy and Action Plan for Agriculture and Rural Development in Ukraine for 2015-2020.* Kyiv: Author (in Ukr.).
8. OECD Eurasia (2015). *Sector competitiveness straregy for Ukraine Phase III. Policy Framework for Investment in Agriculture*, 18-26. Retrieved from http://www.oecd.org/globallatio/Agricultural Investment_Policies_Ukraine_UKR.pdf (in Ukr.).
9. Oratorska, A. (2015). Is the development of agricultural sector the perspective future of Ukraine? *Ekonomika ahropromyslovoho kompleksu (The economy of agro-industrial complex), 4*, 56-59 (in Ukr.).
10. State Statistics Service of Ukraine (2015). *Agriculture in Ukraine. 2014*. Kyiv: Author (in Ukr.).
11. State Statistics Service of Ukraine (2015). *Statistical Yearbook of Ukraine. 2014*. Kyiv: Author (in Ukr.).
12. Syngenta (2016). *Agribusiness in Ukraine: realities and perspectives*. Kyiv: Author. Retrieved from http://www3.syngenta.com/country/ua/uk/aboutcompany/meetings/Documents/Veksel_form 2016/Syngenta_agroperspectives.pdf (in Ukr.).
13. The Institute for Economic Research and Policy Consulting (2014). *Rating of the Investment Attractiveness of Regions.* Kyiv: Author (in Ukr.).
14. The President of Ukraine (2015). *Decree "On the Strategy for Sustainable Development" – 'Ukraine 2020'.* Kyiv: Author (in Ukr.).
15. Topchiiev, O. H. (2005). *Suspilno-heohrafichni doslidzhennia: metodolohiia, metody, metodyky.* Odesa: Astroprynt (in Ukr.).
16. Toplead, Latifundistmedia (2015). *Agribusiness in Ukraine: Infographics guide*. 13-14. Retrieved from http://www.bakertilly.ua/news/id878 (in Ukr.).
17. Verkhovna Rada of Ukraine (2014). *Project of Coalition agreement.* Kyiv: Author (in Ukr.).
18. Verkhovna Rada of Ukraine (2016). *Verkhovna Rada of Ukraine Resolution "Action Program of the Cabinet of Ministers of Ukraine"*. Kyiv: Author (in Ukr.).
19. Yatsenko, O. (2011). Methodological instruments of polyfunctiona lcompetitiveness evaluation (on the example of agriculture). *USA: The Advanced Science Journal, 30-35.*
20. Yermolaiev, A., Klymenko, I., Yemets', V., & Taran, S. (2015) *The agricultural sector of Ukraine: trends, subjects, perspectives of reforms.* Kyiv: The International Institute for Strategic Studies (in Ukr.).

Received 20.07.2016

УДК 331.108.45:339.138/791.9

Тарас ГРИГОРЧУК
кандидат педагогічних наук, доцент, доцент кафедри шоу-бізнесу,
Київський національний університет культури і мистецтв, Київ, Україна
hryh@ukr.net

НАПРЯМИ АНАЛІЗУ ПРОФЕСІЙНИХ КОМПЕТЕНТНОСТЕЙ ФАХІВЦІВ З МАРКЕТИНГУ У СФЕРІ КУЛЬТУРИ ТА МИСТЕЦТВ

У статті розглянуто основні підходи щодо оцінки професійного потенціалу працівників суб'єктів культури та мистецтв, на яких покладено виконання маркетингових функцій. Проведено короткий аналіз еволюції оцінки фахової готовності, що базувалася в термінах знань, навичок та умінь, до компетентнісного підходу. З'ясовано, що компетентністний підхід має стати невід'ємною частиною загальної стратегії підготовки фахівців, засобом забезпечення випереджального розвитку якості професійного інтелекту та якості освіти загалом. У противагу попереднім дослідженням, запропоновано підходи до оцінки компетентності фахівця на основі аналізу її життєвого циклу. Результати досліджень можуть використовуватися для підготовки навчальних курсів і програм підготовки фахівців, що призведе до підвищення ефективності та результативності навчального процесу.

Ключові слова: фахівець з маркетингу, компетентність, компетенція, компетентнісний підхід, кваліфікація, майстерність, професіоналізм.

1. Актуальність проблеми

Основною і найбільш принциповою вимогою сучасного ринку праці в тому ж числі й у соціокультурній сфері є отримання його інституціями суспільноадаптованих професіоналів. Це означає, що кожен носій необхідних фахових знань, навичок та умінь має бути водночас вихованою, освіченою особистістю та компетентним фахівцем, здатним активно оперувати набутими знаннями та навичками, швидко усувати їх недолік і постійно самовдосконалюватися.

Однак, реалії сучасного етапу соціально-економічного та культурного розвитку нашої країни, що обрала ринок у якості основи її економічної системи, показують певний відхід від задекларованих соціально-орієнтованих ринкових підходів, до наявних – капіталізованих. Знання сьогодні стали основним чинником виробництва, а значить – безпосереднім засобом формування багатства. Вказані реалії відсунули на другий план такі результуючі чинники освіти як інтелігентність, ерудованість, вихованість, патріотизм тощо. Головним мірилом конкурентоспроможності сучасного фахівця, як свідчить практика, стала його компетентність. Такий стан справ зумовив виникнення ряду протиріч між пропозицією фахівців з боку навчальних закладів, які одержували здебільшого знання, частково підкріплені уміннями та навичками, та попитом інституцій соціокультурної сфери на компетентних фахівців.

Стан вивчення проблеми. Проблема компетентнісного представлення фахової підготовки останніми роками набула широкого поширення у світі. Вона, зокрема, розглядаєтьсядослідниками в методологічному, теоретичному аспекті, серед яскравих представників якої є А. Андрєєв (Андреев, 2005), І. Гушлевська (Гушлевська, 2004), І. Зимняя (Зимняя, 2004), Д. МакКлеланд (McClelland, 1973), В. Фрейзі (Frazee, 1996) та ін. З іншого боку компетентнісний підхід вивчають у прикладному, власне методичному аспекті, особливо, при визначенні результативно-цільової основи освітніх стандартів щодо вимоги до рівня підготовки спеціаліста, реалізації набутих компетенцій у практичній діяльності тощо. В цій царині найбільш відомими дослідниками є Р. Джонс (Jones, 1995), Х. Лівайн (Levine, 1997), П. МакЛейган (McLagan, 1980), О. Пометун (Пометун, 2004), А. Хуторской (Хуторской, 2013) та інші дослідники.

© Григорчук Т., 2017

Серед основних причин трактування підготовки фахівців у термінах компетенція/ компетентність і, відповідно, застосування компетентнісного підходу, особливо слід виділити три моменти: по-перше, наявність загальноєвропейської та світової тенденції до інтеграції, глобалізації світової економіки, і, зокрема, неухильно наростаючі процеси гармонізації архітектури європейської системи вищої освіти, відомої нам як Болонський процес. Суттєво й те, що разом з універсалізацією ступенів, циклів навчання, забезпечення студентської та викладацької мобільності, міжнародного визнання документів про освіту, системи освітніх кредитів і їх впровадження, Болонський процес передбачає і певну термінологічну уніфікацію, що відноситься і до таких термінів, як компетенція/компетентність.

По-друге, необхідність включення компетентнісного підходу в систему підготовки фахівців, що визначається зміною освітньої парадигми. Цілком очевидно, що в умовах глобалізації світової економіки зміщуються акценти з принципу адаптивності на принцип компетентності випускників освітніх установ. Зміна принципу означає і зміну підходу, де основними категоріями є – «компетенція» і «компетентність» у різному їх співвідношенні одна з одною.

По-третє, необхідність включення компетентнісного підходу до процесу освітньої фахової підготовки зумовлюється й директивними розпорядженнями. Так, якщо раніше виникали і проголошувалися теоретично обґрунтовані, практично упроваджувані підходи (наприклад, програмування, алгоритмізація, проблемний, контекстний, системний, міждисциплінарний та ін.), які розглядалися та приймалися науковим і навчально-методичним співтовариством, але директивно не фіксувалися, то в даний час і Рада Європи (Рада Культурної Кооперації), і вітчизняна Доктрина розвитку освіти практично наказують впроваджувати компетентнісний підхід.

Актуальність запровадження компетентнісного підходу широко розкривається у проекті Tuning Project (Tuning Educational…, 2003). У ньому пов'язується ґенеза компетентнісного підходу з вирішенням проблеми порівнянності та сумісності «ступенів» (рівнів, ступенів, кваліфікації), тобто заходів щодо оцінки якості набутого професіоналізму у вищій школі європейських країн, порівнянності та сумісності здібностей виконувати певні види діяльності.

Як випливає з аналізу цілей Tuning Project, компетентнісний підхід значною мірою викликаний необхідністю:

– створення спільної мови між «академічними колами» у вищій школі, працедавцями та випускниками з приводу якості результатів навчання, експлікації академічних і професійних профілів, тобто проблемою залучення вищої школи в ринок, забезпечення «прозорості» в системі мінових відносин на ринку освіти та на ринку праці, забезпечення їх сумісності та інтернаціоналізації;

– розкриття сутності цієї мови в термінах загальних (універсальних) і професійних (спеціалізованих) компетенцій;

– забезпечення можливості перерв у навчанні на базі введення «двоциклової (дво-, трирівневої) системи вищої освіти та освіти протягом життя»;

– актуалізації освоєння вищою школою «нових типів результатів освіти, що виходять за рамки професійних знань, умінь і навичок», що «знаходять своє застосування в широких контекстах працевлаштування та громадянськості» (Байденко, 2006, с. 8);

– модульної форми освітнього процесу, що забезпечує формування відповідних компетенцій і розвиток системи накопичення та перенесення кредитів (ECTS) (Там же, с. 10, 13).

Незважаючи на значні перспективи, висунуті в Tuning Project, уважаємо за доцільне сфокусувати увагу на наявності прихованих загроз для національної системи підготовки фахівців. Фактична сутність компетентнісного підходу є вторинною щодо економічної складової систем освіти в Європі чи в США, які діють на основі принципів ринкового фундаменталізму та глобальної системи вільного переміщення капіталу. За таких умов випливають питання про трансформацію людської цивілізації у ринкову цивілізацію, підґрунтям якої завжди виступатимуть гроші та за якої формуватимуться так звані «неокочівники», що володіють такою ж свободою переміщення Землею, яким володіє капітал (Сорос, 1999).

Це може призвести до фактичного знищення різноманітності людства та історично створених ним, в процесі соціальної еволюції, різноманітності культур, етносів, цивілізацій. Тобто виникає реальна загроза уніфікації людства через глобалізацію ринку та ринкових механізмів, капіталу і «потоків праці». В Tuning Project вказується, що концепція спільних точок опори викликана чітким позиціюванням щодо забезпечення можливості професіоналам переміщатися і працевлаштуватися в різних країнах Євросоюзу, необхідністю забезпечення певного ступеня спільності здобутої професіоналами освіти щодо деяких загальноприйнятих орієнтирів, які визнаються в кожній предметній галузі. А це зайвий раз вказує на процес стирання національної ідентичності (Там же, с. 14).

Невирішені питання. Не дивлячись на жвавий інтерес як дослідників, так і цілих міжнародних інституцій до проблем компетентнісного підходу в оцінці професійної кваліфікації фахівців, ще до цього часу існують різні тлумачення самих понять, що віддзеркалюють компетентність як результуючий чинник підготовки фахівця. Значні розбіжності спостерігаються і в класифікації компетентностей. Разом з тим, найменш дослідженими залишаються компетентності фахівців з маркетингу загалом і тих, що реалізовують себе як професіонали у сферах культури і мистецтв.

2. Мета і методи дослідження

Беручи до уваги викладене вище, метою нашої статті є виявлення специфіки компетентнісного підходу в оцінці рівня кваліфікації фахівця, що здійснюватиме маркетингові функції в межах діючого суб'єкта сфери культури і мистецтв, а також урахування виявлених особливостей при підготовці конкурентоспроможних спеціалістів. Досягнення вказаної мети передбачає вирішення таких завдань:

– здійснити обґрунтування термінологічного апарату компетентнісного підходу та висунути класифікацію компетентностей з урахуванням специфіки діяльності інституцій культури та мистецтв;

– виявити місце та значення компетентнісного підходу як визначального чинника інтеграції вітчизняних фахівців сфери культури та мистецтв у глобалізованому суспільстві;

– оцінити значення, переваги та недоліки компетентнісного підходу як для оцінки професійної придатності, так і до системи навчальної підготовки фахівця.

Об'єкт дослідження – підходи до оцінки професійної готовності до виконання фахових обов'язків у середовищі інституцій соціокультурної сфери.

Предмет дослідження – компетентність фахівця як результуючий чинник фахової підготовки та засіб оцінки працедавцем спеціаліста, покликаного виконувати маркетингові функції суб'єкта сфери культури та мистецтв.

Методологічною основою дослідження є результати наукового пошуку та одержані висновки досліджень вітчизняних та закордонних науковців, що вивчали компетентнісний підхід з позицій результуючого чинника підготовки фахівців у різноманітних сферах професійної діяльності, а також дослідників діяльності кадрових служб щодо оцінки рівня професіоналізму працівників.

Методи дослідження. В межах нашого дослідження найчастіше використовувались логіко-аналітичні методи дослідження, зокрема: аналіз друкованих джерел, що дає можливість проведення ретроспективного аналізу щодо теоретичних надбань і літературної спадщини; зіставлення та порівняння одержаних даних для виявлення особливостей реалізації компетентнісного підходу в різних економічних системах, царинах реалізації професійної діяльності тощо; абстрагування, з метою виокремлення необхідних чинників для формулювання визначень і дефініцій, базованих на використанні власного практичного досвіду та теоретичних висновків; методи дедукції та індукції для виявлення складових елементів компетентності, її різновидів, етапів процесу її формування, а також формулювання висновків щодо взаємодії вказаних чинників.

Інформаційною базою дослідження є власні спостереження та результати попередніх досліджень; опубліковані результати досліджень вітчизняних і зарубіжних авторів, на які ми посилаємося і які існують у надрукованому вигляді чи розміщені в електронних мережах у відкритому доступі.

3. Основні результати дослідження

Природно, що проблема переорієнтації у визначенні результату фахової підготовки викликає різночитання, різне ставлення. Сьогодні є абсолютні прихильники, поміркувані користувачі й автори-дослідники, які вважають, що по суті це лише термінологічна заміна того, що традиційно розглядається як результати освіти у вигляді знань, умінь і навичок. У цьому контексті важливо підкреслити трактування понять «компетенція» та «компетентність».

Звертаючись до «Великого тлумачного словника сучасної української мови», ми знаходимо пояснення цим термінам. Зокрема, компетентність тут трактується як властивість за значенням компетентний, поінформованість, обізнаність; а компетенція – добра обізнаність із чим-небудь, коло повноважень якої-небудь організації, установи, особи (Великий тлумачний словник…, 2005, с. 560). З указаних визначень можна, з одного боку, відчути певну тотожність цих понять, а з іншого – всеосяжність, розмитість. Ми переконані, що світова практика має значно кращі підходи до пояснення цих понять.

Дотримуючись трактування компетенції, запропонованої Н. Хомським (Хомский, 1999), і на основі розмежування понять «компетенція» і «компетентність» на підставі потенційне – актуальне, когнітивне – особове, під «компетенцією» доцільно розуміти актуальну, сформовану якість особистості, *що ґрунтується на знаннях, інтелектуально- і особистісно-зумовлених соціально-професійних характеристиках людини*. Відповідність цій точці зору представлена у працях Ю. Фролова, Д. Махотіна (Фролов & Махотин, 2004), де ми знаходимо тлумачення терміна «компетенція», що визначається як «предметна галузь, у якій індивід добре обізнаний і в якій він виявляє готовність до здійснення діяльності» (Там же, с. 38), а «компетентність» трактується як «*інтегрована характеристика* якостей особистості, *результат* підготовки випускника навчального закладу для виконання діяльності в певних галузях (компетенціях)» (Там же, с. 39).

Це означає, що компетенція являє собою новоутворення у структурі якості студента в системі професійної освіти, яке формується впродовж освітнього циклу в рамках освітньої системи і доводить те, що компетентністю є не просто сукупність компетенцій, а сукупність компетенцій, актуалізованих в певних видах діяльності. Компетентність є мірою актуалізації компетенцій в процесі їх розвитку, пов’язана з самоактуалізацією особистості випускника у відповідних видах діяльності. Можна вести мову про те, що компетентність є «ядром» або «підвалиною» професіоналізму і базою, на якій зростає майстерність професіонала (Субетто, 2006, с. 20).

У багатьох працях сучасних дослідників термінами «компетенція» та «компетентність» позначаються найрізноманітніші явища: розумові дії (процеси, функції), особистісні якості людини, мотиваційні тенденції, ціннісні орієнтації (установки, диспозиції), особливості міжособистісної та конвенціональної взаємодії, практичні вміння, навички тощо. Найповніше ця полісемія знаходить віддзеркалення в тому ж Tuning Project, де, зокрема, компетенції представлені у такий спосіб:

– *інструментальні компетенції*, що включають когнітивні, методологічні здібності, технологічні та лінгвістичні вміння;

– *міжособистісні компетенції*, які пов’язані зі здатністю висловлювати почуття, здатність до критики та самокритики; а також соціальні вміння, такі як уміння працювати в команді тощо;

– *системні компетенції* – вміння та здібності, що стосуються цілих систем.

Вказаний проект надає дійсно всеосяжний перелік умінь і здібностей, якими повинен характеризуватися випускник навчального закладу. В ньому представлена логіка їх групування. Проте, зважаючи на погляди самих розробників Tuning Project, «очевидно, існує безліч різних

можливих класифікацій» і що «загальновизнано, що жодна з них не є досконалою», що залишає можливість для подальшого пошуку сутності цих понять.

При визначенні вимог до фахівців сьогодні широко застосовується термін «професійна компетентність». К. Шапошников тлумачить цю категорію як готовність і здатність фахівця ухвалювати ефективні рішення при здійсненні професійної діяльності (Шапошников, 2006). Професійна компетентність «в цілому характеризується сукупністю інтегрованих знань, умінь і досвіду, а також особистісних якостей, що дозволяють людині ефективно проектувати та здійснювати професійну діяльність у взаємодії з навколишнім світом» (Там же, с. 13). В основу показників суб'єктної професійної компетентності можуть бути покладені характеристики актуальної та потенційної діяльності фахівця.

Розглядаючи професійні компетенції, більшість дослідників виділяють: 1) прості (базові) компетенції (сформовані на основі знань, умінь, здібностей, такі, що легко фіксуються, виявляються в певних видах діяльності) і, 2) ключові компетенції – надзвичайно складні для обліку та вимірювання, що виявляються у всіх видах діяльності, у відносинах особистості зі світом, що віддзеркалюють духовний світ людини та сенс її діяльності. У деяких дослідженнях є інші кваліфікації: 1) стандартні – ті, без яких неможливе нормальне функціювання особистості або організації, 2) ключові – забезпечують їх конкурентоспроможність на соціально-економічному ринку, вигідно відрізняючи від аналогічних представників, 3) провідні – це «створення» майбутнього, що проявляється в інноваційності, креативності, динамічності та діалогічності (кооперуванні, децентрації, полікультурності) (Базаров, 2006).

У 1990 р. Міжнародною організацією праці до кваліфікаційних вимог фахівців системи післядипломної освіти, підвищення кваліфікації та перепідготовки управлінських кадрів було введено поняття «ключові компетенції», які безпосередньо виникають з професійних компетенцій. Всередині 1990-х рр. воно починає визначати вимоги до підготовки фахівців у професійній школі.

Орієнтуючись на матеріали симпозіуму «Ключові компетенції для Європи» (Берн, 1996 р.), С. Шишов визначає компетенцію як загальну здатність фахівця мобілізувати в професійній діяльності свої знання, уміння, а також узагальнені способи виконання дій. На думку автора, ключові компетенції забезпечують універсальність фахівця і тому не можуть бути дуже спеціалізованими. Фахівець проявляє свої компетенції тільки в діяльності, в конкретній ситуації. Невиявлена компетенція є прихованою можливістю (Шишов, 1999).

Отже, компетенції знаходять свій прояв у конкретних ситуаціях (соціальних і професійних). Невиявлена компетенція залишається потенційною. У цьому її особливість. Вона не може бути ізольована від конкретних умов її реалізації. З певною часткою припущення можна сказати, що *компетенції – це інтеграція знань, умінь, досвіду з соціально-професійною ситуацією, тобто з конкретною реальною діяльністю*. Знання, уміння і досвід визначають компетентність людини; здатність мобілізувати ці знання, уміння та досвід у конкретній соціально-професійній ситуації зумовлює формування компетенції професійно успішної особи.

У вітчизняній та зарубіжній літературі з розвитку персоналу останнім часом все частіше використовується й таке поняття, як «ключові компетентності». У світовій освітній практиці воно виступає як центральне, своєрідне тематичне ядро (Деркач, 1999).

Виділення ключових компетентностей зумовлене рядом причин: по-перше, вони об'єднують у собі інтелектуальну та навичкову складові; по-друге, в понятті «ключові компетентності» закладена ідея інтерпретації змісту підготовки фахівця, що формується, виходячи з результату («стандарт на виході»); по-третє, ключова компетентність володіє інтеграційною природою, бо вона вбирає в себе ряд однорідних або близькоспоріднених умінь і знань, що відносяться до широких сфер культури та діяльності (інформаційної, правової та ін.).

Розглянемо основні ознаки ключових компетентностей.

1. Ключові компетентності особистісно-орієнтовані та багатофункціональні. Компетентності стають ключовими, якщо оволодіння ними дозволяє вирішувати різноманітні проблеми повсякденного, професійного або соціального життя. Ними необхідно опанувати

для досягнення різних важливих цілей і рішення складних завдань у різноманітних ситуаціях.

2. Ключові компетентності надпредметні та міждисциплінарні, вони застосовуються в різних ситуаціях: на роботі, в сім'ї, в політичній сфері тощо.

3. Оволодіння ключовими компетентностями вимагає значного інтелектуального розвитку: абстрактного мислення, саморефлексії, визначення своєї власної позиції, самооцінки, критичного мислення та ін.

4. Ключові компетентності багатовимірні, тобто вони включають різні розумові процеси й інтелектуальні вміння (аналітичні, критичні, комунікативні та ін.), «ноу-хау», а також життєвий і професійний досвід.

На думку деяких дослідників, в структуру ключових компетентностей повинні входити: компетентність у сфері самостійної пізнавальної діяльності, заснована на засвоєнні способів отримання знань з різних джерел інформації; компетентність у сфері громадсько-суспільної діяльності (виконання ролей громадянина, виборця, споживача та ін.); компетентність у сфері соціально-трудової діяльності (зокрема уміння аналізувати ситуацію на ринку праці, оцінювати власні професійні можливості, орієнтуватися в нормах і етиці трудових відносин, навички самоорганізації); компетентність у побутовій сфері (включно з аспектами власного здоров'я, сімейного побуту та ін.); компетентність у сфері культурно-дозвіллєвої діяльності (включаючи вибір шляхів і способів використання вільного часу, що культурно і духовно збагачують особистість).

Такий підхід до визначення ключових компетентностей відповідає досвіду тих країн, в яких в останні десятиліття відбулася переорієнтація змісту освіти на освоєння ключових компетентностей (а це практично все розвинені країни).

Урахування компетентнісної основи є важливим чинником у підготовці фахівців соціокультурної сфери в тому числі й тих, хто виконуватиме маркетингові функції. З цієї позиції виникає необхідність виявлення здатності осіб, що навчаються, використовувати освоєний зміст навчання для вирішення практичних, пізнавальних, ціннісно-орієнтованих і комунікативних завдань, при цьому в основу такого змісту підготовки мають закладатися ключові компетентності, до яких слід відносити інтелектуальну та навичкову складові.

Тому, на наш погляд, компетентність як об'єкт оцінки фахової підготовки повинна містити, як мінімум, два блоки: загальний і професійний. У кожен блок мають входити властивості, що характеризують здібності: до безперервного навчання протягом активного життя; діяти в сучасному багатокультурному, інформаційному суспільстві, зокрема знати, як мінімум, дві мови, бути толерантним, уміти користуватися комп'ютерними інформаційними технологіями; уміти брати на себе відповідальність і приймати рішення.

У професійний блок компетентності повинні входити властивості, що за зростання рівня професіоналізму характеризують такі здібності: володіти певним обсягом професійних знань і застосовувати їх на практиці; уміти розробляти й упроваджувати професійні моделі; уміти проводити дослідження та аналізувати отриману інформацію в своїй діяльності.

За будь-яких умов, компетентність фахівця є однією з основних характеристик при його прийомі на роботу або видачі йому робочого завдання. Ми розглядаємо робоче місце як засіб професійної діяльності, в рамках якого суб'єкт професійної діяльності створює певний продукт. На сучасному етапі розвитку суспільства фахівець, що виконує маркетингові функції у творчій компанії практично не може створювати продукти своєї праці без наявності оснащеного робочого місця складною технікою з можливістю використання комунікаційних технологій. Разом з тим, реалізація його професійних функцій часто пов'язана з поїздками, зустрічами, відвідуванням ярмарково-виставкових заходів, контактами з медіа тощо.

У зв'язку з цим вибір творчою організацією суб'єкта-виконавця, що виконуватиме маркетингові функції, є важливим рішенням від правильності якого залежить оперативність, повнота та придатність отриманого продукту. Організації, які належним чином зорієнтовані на активне використання заходів маркетингу, як правило одержують значно кращі результати у порівнянні з тими, що ігнорують маркетинг.

Сьогодні в якості загальновизнаної аксіоми сприймається твердження про те, що професійна діяльність передбачає не тільки наявність відповідної освіти, але й особливих знань та навичок, які різняться між собою специфікою діяльності. Більше того, інколи виникає необхідність представлення обов'язкового дозволу відповідних організацій щодо встановлення компетенції для осіб, які працюють в межах конкретного виду діяльності. І, нарешті, необхідно відзначити ще одну властивість суб'єкта, зацікавленого у вході в професійне конкурентне середовище, це – повноваження. Існують певні сегменти конкурентного середовища, в якому діють виняткові права на створення продукту. Для того, щоб діяти в цих сегментах, зацікавлена особа повинна отримати уповноваження (авторизацію) у суб'єкта, що володіє винятковими правами на даний вид професійного продукування.

На наш погляд, усе вище наведене доводить, що в трактуванні понять компетенція/компетентність спостерігається значний розрив між теоретичними дискусіями та прикладною їх основою. Очевидно, що такий стан зумовлено природнім розривом між теорією та практикою і значним скорочення життєвих циклів окремих спеціальностей чи професій, що призводить до дещо запізнілих теоретичних пояснень компетентнісної основи професійної діяльності.

Наприклад, ще декілька десятиліть тому випускник ВНЗ – економіст (не фахівець з маркетингу, оскільки спеціальність «маркетинг» в Україні з'явилася лише у 1990-их) отримував певний набір знань, умінь і навичок для здійснення необхідних розрахункових операцій із розробки кошторисів витрат, пов'язаних з плануванням нової продукції, технічного обслуговування, утилізації відходів, розрахунку заробітної плати тощо. При цьому він умів користуватися необхідним інструментарієм (рахівниця, арифмометр, електрична лічильна машинка тощо); отримував відповідні форми для ведення робіт і представлення звітів. Його робота, а відповідно і затребувані компетенції, зазнавали мізерних змін від початку трудової діяльності, аж до виходу на пенсію (*рис. 1*).

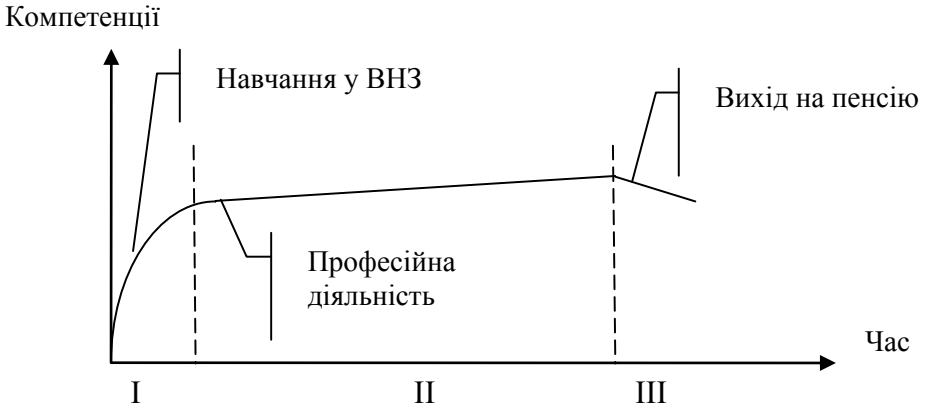
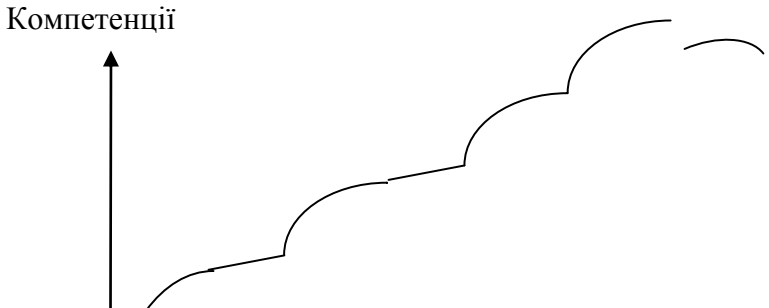


Рис. 1. **Крива життєвого циклу компетенцій, характерна для 1920–1980 рр.**
Джерело: власна розробка

За сучасних умов ми спостерігаємо зовсім інші тенденції у професійній діяльності, якій притаманні постійні зміни як у вимогах до самого продукту, створюваного фахівцем, так і до його здатності генерувати новітні знання, що забезпечували б професійне зростання та корпоративний успіх (*рис. 2*).



На рисунку представлено умовний розподіл життєвого циклу сучасних компетенцій, перша з яких – навчання у ВНЗ, друга – робота на посаді, покликаній підтвердити рівень компетентності, третя – освоєння нових специфічних знань, програмних продуктів, технологій тощо; четверта – зростання досвіду; п'ята та шоста – нові посадові обов'язки, освоєння нових специфічних знань, програмних продуктів, технологій тощо; сьома – вихід на пенсію.

Однак, у процесі аналізу поведінки суб'єктів культури і мистецтв щодо добору персоналу та оцінки професійної придатності, виникає ще одне питання – а чи лише з погляду компетенцій/компетентностей відбувається оцінка майбутнього працівника? З'ясовується, що ні. Інколи вирішення цих проблем переноситься у площину психології праці або ж вони пов'язані із суб'єктивними чинниками та консерватизмом щодо прийняття понять «уміння», «навички», «компетенції» тощо. З позицій психології професіоналізму, психології праці й акмеології можна виділити деякі етапи еволюції критеріїв розуміння, пояснення та оцінки професійної придатності людини. Розкриємо основні тенденції локалізації в часі та в просторі різних оцінок людини як суб'єкта праці.

1. На початку XX ст. це були «здібності» («навички», уміння») – інваріантні актуалізовані якості, властиві виключно суб'єктові.

2. З середини XX ст. – це вже комплекс взаємозв'язаних, але різних за своєю природою особливостей суб'єкта – «професійно важливі якості» ПВЯ (здібності, знання, навички, мотивація та ін.).

3. З 1980-х рр. у науковий ужиток уводиться поняття «компетентність» як сукупність професійних і життєво важливих характеристик суб'єкта як професіонала в широкому сенсі слова, а також проводяться дослідження компетентності як наукової категорії навчання (90-і рр. XX ст.), де в загальному контексті фахової підготовки професійна компетентність стає предметом спеціального всебічного розгляду з виділенням різних видів компетентності.

4. З 70-х рр. XX ст. по теперішній час вводиться поняття «компетенція», що спочатку отримало своє обґрунтування, розвиток і практичне використання в рамках кадрового менеджменту, а пізніше було запозичене освітніми інституціями.

В умовах адаптації компетентнісного підходу до безпосередньої професійної діяльності відбулося зближення понять «компетентність» і «компетенція», які все частіше розглядаються разом з поняттями «професійний досвід» і «професіоналізм», а саме поняття «компетенція» стало більшою мірою використовуватися теоретиками в психолого-педагогічній літературі та літературі з кадрового менеджменту.

Аналіз конфігурації, наведеної на *рис. 3*, дозволяє, по-перше, виділити групи понять, схожих з погляду експертів, і, по-друге, виявити два чинники (або шкали), якими керувалися експерти при винесенні думок про їх схожість. Легко розрізнити дві «чисті» групи понять: перша група «професійний досвід», «майстерність», «професіоналізм»; друга група «компетентність», «компетенція». Відособлено виділяється поняття «кваліфікація».

Такий стан справ зумовив необхідність з'ясування наявності та впливу суб'єктивної складової в тлумачення цих понять. Для вирішення цього завдання була створена спеціальна

експертна група, завданням якої стало дослідження системи суб'єктивних уявлень про відмінність або близькість таких понять, як «професійний досвід», «майстерність», «професіоналізм», «компетентність», «компетенція» і «кваліфікація» (Тукачёв, 2004). Восьми експертам пропонувалося оцінити ступінь відмінності змісту (схожість за сутністю) цих понять за 10-ти бальною шкалою, тобто експертам пропонувалося попарно порівняти між собою поняття за допомогою пропонованої шкали: оцінка «1» свідчить про те, що поняття схожі за сенсом (між ними мінімальні відмінності), а оцінка «10» присуджувалася тим поняттям, які максимально різняться. У результаті було отримано вісім симетричних матриць (таблиць), що містять оцінки попарних відмінностей між поняттями (рис. 3). Початкові дані (суб'єктивні відмінності між поняттями, отримані від групи експертів) оброблялися методом багатовимірного шкалювання індивідуальних відмінностей (комп'ютерна обробка даних здійсню-валася з використанням статистичного пакету SPSS for Windows, Rel. 13.0. 2004. Chicago: SPSS Inc.).

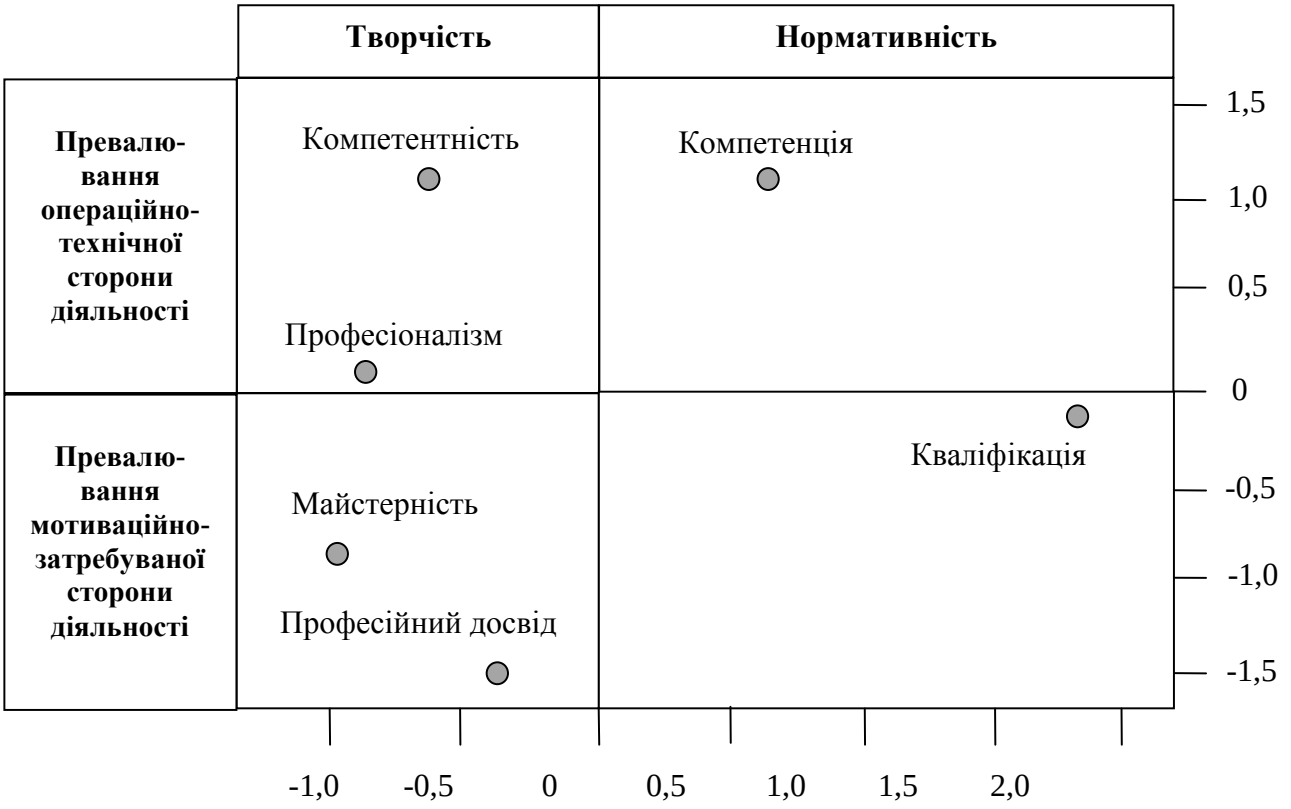


Рис. 3. **Матриця суб'єктивного сприйняття професійної придатності**
Джерело: розроблено на основі (Тукачёв, 2004)

Як видно з рисунка, на негативному полюсі першої шкали (чинника) розташовані поняття «майстерність», потім, у міру зростання значень шкали: «професіоналізм», «компетентність», «професійний досвід», «компетенція», «кваліфікація». Очевидно, що ця шкала характеризує такий критерій розрізнення понять як «творчість (вихід за межі професії) – нормативність (виконання діяльності у нормативно-схвалюваний спосіб)». При цьому «кваліфікація» в уявленнях експертів це, перш за все, формальний чинник. Нормативно схвалювана діяльність – діяльність, способи здійснення якої вже склалися, відображені в посадових інструкціях, кваліфікаційних характеристиках.

За умов відсутності професійного досвіду вона виконує розвивальну функцію, особистісноформувальну функцію. В процесі виконання професійної діяльності загострюється суперечність між потребами у вдосконаленні діяльності та нормативними операційно-технічними способами її здійснення. Дане протиріччя вирішується шляхом вироблення індивідуального стилю діяльності, тобто у міру освоєння професії особистість усе більше занурюється в професійне середовище, а професійна діяльність починає характеризуватися індивідуальними

особистісно-узгодженими способами професійної діяльності – володіння професією у формі майстерності.

На негативному полюсі другої шкали розташовано поняття «професійний досвід», далі у міру зростання значень шкали: «майстерність», «кваліфікація», «професіоналізм», «компетенція», «компетентність».

Друга шкала показує, швидше, такий критерій диференціації понять як «мотиваційно-затребувана сторона діяльності» та «операційно-технічна сторона діяльності». Таким чином, в поняття «професійний досвід», «майстерність», «професіоналізм» експерти вкладають психологічний зміст основних характеристик професіонала як суб'єкта діяльності: мотиви та цілі, які утворюють внутрішню детермінацію професійної поведінки та діяльності, направляючи таким чином активність суб'єкта щодо специфіки змісту конкретної професійної діяльності.

Отже, за даними досліджень було виявлено суб'єктивні критерії, згідно з якими проводиться оцінка професійної придатності суб'єкта праці, а також схожість і відмінність ознак суб'єкта праці, що описують професійну придатність. Суб'єктивні критерії розуміння, пояснення і оцінки професійної придатності людини та їхню локалізацію в часі та просторі різних оцінок людини як суб'єкта праці можна представити у вигляді зміни парадигм: здібності -> ПВЯ -> компетентність -> потенціал/компетенції. Парадигма компетенції виступає тут як творча складова потенціалу працівника, здатна спрямувати його подальший професійний розвиток, приводячи до майстерності.

Однак, можливості компетентнісного підходу в процесі оцінки фахового рівня не слід абсолютизувати, оскільки він має і певні недоліки, що випливають з попереднього розгляду. Зокрема, обмеженість компетентнісного підходу полягає в тому, що він, як правило, звернений до окремої людини та покладання на неї значної відповідальності. В той же час якість функціонування творчої організації не зводиться тільки до кваліфікації окремого працівника, наприклад фахівця з маркетингу. Вона може включати системно-інтегративний результат у вигляді зростання успіху діяльності організації шляхом оптимальної та системної взаємодії творчих, технічних та адміністративних підрозділів, що розподілили між собою маркетингові функції та успішно реалізовують їх. Інколи для виконання окремих маркетингових завдань можливе залучення сторонніх організацій чи спеціалізованих фірм.

Компетентнісний підхід, особливо з урахуванням національної культурної ідентичності, не завжди може мотивуватися в своїх цільових установках принципом ринкового фундаменталізму і виходити з інтересів глобалізації ринку, оскільки ця тенденція з позицій онтології людства є утопічною, веде до відриву молодих людей від витокових, ціннісних підстав рідної культури, формує з них «неокочівників» і фактично прискорює процес відчуження людини від природи, а подальший рух може призвести до національної чи екологічної загибелі. Однак, відмова від нього може призвести до культурної ізоляції, що неодмінно призведе до культурного відставання.

4. Висновки та обговорення одержаних результатів

Результати проведеного дослідження вказують на значну активність дослідників у царині компетентнісного підходу, на наявність безлічі думок і теоретичних позицій, однак дають нам змогу дійти таких висновків:

1. Компетенцію слід трактувати як актуальну, сформовану якість особистості, що ґрунтується на знаннях, інтелектуально- і особистісно-зумовлених соціально-професійних характеристиках людини, а компетентність – як інтегровану характеристику якостей особистості, результат підготовки випускника навчального закладу для виконання діяльності в галузях культури і мистецтв. Компетенції можуть бути інструментальними (когнітивні, методологічні здібності, технологічні вміння); міжособистісним (здатність до комунікації, уміння працювати в команді тощо); системними (вміння та здібності, що стосуються цілих систем).

2. Компетентнісний підхід дасть змогу забезпечити відповідність термінології щодо оцінки фахового рівня в різних країнах світу. З урахуванням реалізації маркетингових функцій у соціокультурній сфері компетентнісний підхід уможливлює оцінку здатності до безперервного навчання протягом життя; уміння діяти в сучасному багатокультурному, інформаційному суспільстві; спроможність брати на себе відповідальність і приймати рішення; застосування на практиці професійних знань; розроблення й упровадження професійних моделей; проведення досліджень та аналізу отриманої інформації в галузі культури і мистецтв.

3. Компетентностний підхід не слід ідеалізувати через його тенденції до нівелювання граней національних культур. Однак, він повинен стати невід'ємною частиною загальної стратегії підготовки фахівців, засобом забезпечення випереджального розвитку якості людини, якості суспільного інтелекту та якості освітніх систем у суспільстві. Компетентнісний підхід має бути інструментом забезпечення фундаментальної, універсальної підготовки випускників навчальних закладів з широким, інтеграційним, сучасним світоглядом і духовно-етичними началами, які дозволили б їм у XXI ст. гідно конкурувати в глобалізованому суспільстві.

У нашому дослідженні вперше запропоновано підходи до оцінки компетентності фахівця на основі аналізу її життєвого циклу, де проведено порівняння життєвих циклів компетентності фахівця в умовах планової економіки та за сучасних умов інформаційного суспільства. На основі одержано результату виявлено, що сучасні вимоги до компетентності змінюються практично кожних п'ять років.

Одержані нами результати можуть бути використані для розробки навчальних курсів і програм підготовки фахівців, що призведе до підвищення ефективності та результативності навчального процесу.

Серед питань, які доцільно було б розглядати в перспективі, – формування професіограм фахівців з маркетингу в сфері культури та мистецтв, розробка структури компетентностей відповідно до посадового рівня та фахових завдань, виявлення здатності фахівців до виконання конкретних маркетингових функцій.

Література

1. Андреев, А. Л. (2005). Компетентностная парадигма в образовании: опыты философско-методического анализа. *Педагогика, 4,* 19-27.
2. Базаров, Т. Ю. (2006). *Компетенции будущего: Квалификация? Компетентность (критерии качества)* Восстановлено от http:www.tltsu.ru/publectures/lecture_06.html.
3. Байденко, В. И. (2006). *Болонский процесс: проблемы, опыт, решения*. Москва: Исследовательский центр проблем качества подготовки специалистов.
4. Бусел, В. Т. (Ред.). (2005). *Великий тлумачний словник сучасної української мови*. Київ, Ірпінь: ВТФ Перун.
5. Гушлевська, І. (2004). Поняття компетентності у вітчизняній та зарубіжній педагогіці. *Шлях освіти, 3,* 22-24.
6. Деркач А., Зазыкин В., & Синятин Ю. (1999). *Мониторинг личностно-профессионального развития в системе подготовки и переподготовки государственных служащих.* Москва: РАГС.
7. Зимняя, И. (2004). Ключевые компетентности – новая парадигма результата образования. *Дайджест педагогических идей и технологий, 4*, 18-33.
8. Пометун, О. І. (2004). Компетентнісний підхід в освіті й оцінювання навчальних досягнень учнів з історії. *Історія та правознавство, 23,* 2-3.
9. Селезнева, Н. А. (2014). Размышления о качестве образования: международный аспект. *Высшее образование сегодня, 4*, 35-44.
10. Сорос, Дж. (2005). *Кризис мирового капитализма. Открытое общество в опасности*. Москва: Издательский дом ИНФРА–М.
11. Субетто, А. И. (2006). *Онтология и эпистемология компетентностного подхода, классификация и квалиметрия компетенций*. Санкт-Петербург, Москва: Исследовательский центр проблем качества подготовки специалистов.
12. Тукачёв, Ю. (2005). *Критерии оценки профессиональной пригодности субъекта труда.* Восстановлено от http://flogiston.ru/articles /labour/profprigod.
13. Фролов, Ю. В., & Махотин, Д. А. (2004). Компетентностная модель как основа оценки качества

подготовки специалистов. *Высшее образование сегодня, 8*, 18-24.
14. Хомский, Н. (1999). *Аспекты теории синтаксиса*. Москва: БГК им. И. А. Бодуэна Де Куртенэ.
15. Хуторской, А. В. (2013). *Компетентностный подход в обучении*. Москва: Издательство Института образования человека.
16. Шапошников, К. В. (2006). Контекстный подход в процессе формирования профессиональной компетентности будущих лингвистов-переводчиков. *Кандидатская дисертация.* Москва: РГБ ОД.
17. Шишов, С. Е. (1999). Понятие компетенции в контексте качества образования. *Стандарты и мониторинг в образовании, 2,* 41-48.
18. McClelland, D. C. (1973). Testing for competence rather than intelligence. *American Psychologist, January, 28,* 1-14.
19. Frazee, V. (1996). Competencies emerge in hiring, training and pay. *Personnel Journal, 75 (9),* 24.
20. Jones, R. G. (1997). Raising the bar: Using competencies to enhance employee performance / Managing individual performance. *Personnel Psychology, Summer, 50 (2),* 529-532.
21. Levine, H. Z. (1997). Raising the bar: Using competencies to enhance employee performance. *Compensation and Benefits Review, 29 (4),* 62-63.
22. McLagan, P. A. (1980). Competency models. *Training and Development Journal, December, 34 (12),* 22-26.
23. *Tuning Educational Structures in Europe* (2003). Retrieved from http: // www. relint. deusto.es/ Tuning Project / index.htm.

Стаття надійшла до редакції 24.11.2016

Taras Hryhorchuk
Ph. D (Pedagogic), Associate Professor,
Kyiv National University of Culture and Arts
36 Evhena Konovaltsia Str., Kyiv, 01133, Ukraine

The Trends of Analysis of Professional Competencies Marketers in Arts and Culture Area

Abstract:

Introduction. *The basic principle of the modern labor market demand which is also including the socio-cultural area is getting its institutions society-adopted professionals. The main measure of contemporary competitiveness of any job candidate is its professional competence. This state of affairs led to the emergence of a number of contradictions between supply professionals from the schools that received knowledge mostly partly backed abilities and skills, and demand of cultural institutions in areas of competent professionals.*

Purpose. *The main intention of our article is identifying the specific competence approach in assessing the level of skills of specialists will perform marketing functions within the operating of the subject of Culture and Arts area, as well as taking into account the features identified in the education of competitive specialists. Object of research – approaches to the evaluation of professional readiness to perform professional duties among institutions of social and cultural spheres. Purpose of the study – professional competence as resulting factor of professional training and evaluation tool employer specialist, designed to perform marketing functions of the subject areas of culture and arts.*

Results. *According to the analysis of interpretation of the concepts of "competence" and "competencies" based on potential – relevant, cognitive – personal, where competence should be interpreted as actual, existing quality of the individual, based on knowledge, intellectual-, personal-caused social and professional characteristics of human and competencies and explains as integrated characteristic personality traits. Also resulted classification of competences and formed the basis for their competencies. Competence approach will help ensure that the terminology in assessing the professional level in various countries. Development of competence goes in different way in planned economy and market conditions. The life cycle of competence of contemporary stuff varies every 5 years.*

Conclusions. *Given the implementation of marketing functions in the field of culture and arts competence approach will make it possible to assess the capacity for lifelong learning; the ability to*

operate in today's multicultural, information society; ability to develop and implement professional models; be able to conduct research and analyze the information in their professional field of knowledge. Competency approach should still be an integral part of the overall strategy training, advanced means of ensuring quality of man as social intelligence and the quality of education in society. It should be a tool to ensure the fundamental, universal prepare graduates with a broad, integrative, modern outlook and ethical principles.

Keywords: marketing specialist, competence, competencies, competence approach, qualification, mastery, professionalism.

JEL Classification: A23, J24, M31.

References:

1. Andreev, A. L. (2005). Competence paradigm in education: experience of the philosophical and methodological analysis. *Pedagogika (Pedagogics), 4,* 19-27 (in Russ.).
2. Baydenko, V. I. (2006). *The Bologna process: problems, experience and solutions. (Ed. 2-nd, corrected and supplemented).* Moscow: Issledovat. centr problem kachestva podgotovki specialistov (in Russ.).
3. Bazarov, T. Ju. (2006). *Competence Future: Qualification? Competence (quality criteria)?*: Retrieved from http://www.tltsu.ru/publectures/lecture_06.html. (in Russ.)
4. Busel, V. (Ed.) (2005). *Great Dictionary of Modern Ukrainian*. Kyiv, Irpin':Perun (in Ukr.).
5. Derkach, A., Zazykin,V., & Sinjatin, Ju. (1999). *Monitoring of personal and professional development in the training and retraining of civil servants.* Moscow: RAGS (in Russ.).
6. Frazee, V. (1996). Competencies emerge in hiring, training and pay. *Massachusetts Amherst, USA: Personnel Journal, 75 (9),* 24.
7. Frolov, Ju. V. (2004). *Competence model as a basis for evaluating the quality of training*. *Vysshee obrazovanie segodnja (Higher Education Today), 8,* 18-24 (in Russ.).
8. Hushlevska, I. (2004). The concept of competence in domestic and foreign pedagogy. *Shliakh osvity (The Way of Education),* 3, 22-24 (in Ukr.).
9. Jones, R. G. (1997). Raising the bar: Using competencies to enhance employee performance / Managing individual performance. *Personnel Psychology, Summer, 50 (2),* 529-532.
10. Khomskij, N. (1999). *Aspects of the theory of syntax*. Moscow (in Russ.).
11. Khutorskoj, A. V. (2013). *Competence approach in education.* Moscow: Izdatel'stvo Instituta obrazovanija cheloveka (in Russ.).
12. Levine, H. Z. (1997). Raising the bar: Using competencies to enhance employee performance. *Compensation and Benefits Review. 29 (4),* 62-63.
13. McClelland, D. C. (1973). Testing for competence rather than intelligence. *American Psychologist, January, 28,* 1-14.
14. McLagan, P. A. (1980). Competency models. *Training and Development Journal. 34 (12),* 22-26.
15. Pometun, O. I. (2004). Competence approach in education and assessment of student achievements from history. *Istoriia ta pravoznavstvo (History and science of law), 23,* 2-3 (in Ukr.).
16. Selezneva, N. A. (2014). Reflections on the quality of education: the international dimension. *Vyssheje obrazovanije sjegodnia (Higher Education Today), 4*, 35-44 (in Russ.).
17. Shaposhnikov, K. V. (2006). Contextual approach in the process of formation of professional competence of future linguists and interpreters, *Candidate's dissertation*. Moscow: RGB OD (in Russ.).
18. Shishov, S. E. (1999). *The concept of competence in the context of the quality of education. Standarty i monitoring v obrazovanii (Standarts and Monitoring in Education), 2,* 41-48 (in Russ.).
19. Soros, Dzh (1999). *The crisis of world capitalism. Open Society is in danger*. Moscow (in Russ.).
20. Subetto, A. I. (2006). *Ontology and epistemology of the competency approach, classification and qualimetry competencies.* St. Petersburg–Moscow: Issledovatielskiy tsentr problem kachesatva podgotovki specyalistov (Research Center of Training Quality Problems) (in Russ.).
21. Tukachjov, Ju. (2011). *Criteria for assessing the suitability of the subject.* Retrieved from http:// flogiston.ru/articles /labour/profprigod (in Russ.)
22. *Tuning Educational Structures in Europe. Line 1. Learning Outcomes. Competences. Methodology. 2003*. Phase 1. Retrieved from http: // www. relint. deusto.es/ Tuning Project / index.htm.
23. Zimniaya, I. (2004). Key competencies – the result of a new paradigm of education. *Daidzhest ped. idey i tekhnologiy (Digest of Pedagogical Ideas and Technologies) 4,* 18-33 (in Russ.).

Received 24.11.2016

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 випливати 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 APA (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, p. 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»

Підписано до друку 27.11.2017. Формат 60x84 1/8. Папір др. апарат.
Друк офсетний. Ум. др. арк. 13,7. Зам. 2. Тираж 1000 прим.

Національна академія керівних кадрів культури і мистецтв
вул. Лаврська, 9, корп. 15, Київ, 01015
Свідоцтво про державну реєстрацію друкованого засобу масової інформації:
КВ № 21131-10931ПР від 08.12.2013