

РАЗДЕЛ 4. МЕНЕДЖМЕНТ, ТУРИЗМ И РЕКРЕАЦИЯ

УДК 331.101

Долгополова А. В.

ПРОГНОЗИРОВАНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ МЕХАНИЗМА УПРАВЛЕНИЯ ЧЕЛОВЕЧЕСКИМ КАПИТАЛОМ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ОТРАСЛИ КРЫМА

У статті розглянуті можливості прогнозування ефективності механізму управління людським капіталом туристичної галузі. Запропонована прогнозна багаторівнева модель сценарного розвитку людського капіталу туристичної галузі Криму.

Ключові слова: прогнозування, багаторівнева модель, людський капітал, сценарний розвиток, туристична галузь.

В статье рассмотрены возможности прогнозирования эффективности механизма управления человеческим капиталом туристической отрасли. Предложена прогнозная многоуровневая модель сценарного развития человеческого капитала туристической отрасли Крыма.

Ключевые слова: прогнозирование, многоуровневая модель, человеческий капитал, сценарное развитие, туристическая отрасль.

The possibilities of prognostication of efficiency of mechanism of management the human capital of tourist industry are considered in this article. The prognosis multilevel model of scenario development of human capital of tourist industry of Crimea is offered.

Key words: prognostication, multilevel model, human capital, scenario development, tourist industry.

Постановка проблемы. Для эффективной реализации целей функционирования механизма управления человеческим капиталом туристической отрасли Крыма существенное значение имеет качество взаимодействия участников процесса, степень согласованности и взаимовыгодности совместных действий, которая предопределяет эффективность использования имеющихся ресурсов. Для того чтобы взаимодействие обеспечивало получение синергетического эффекта, связи, отношения и действия участников механизма управления должны быть взаимодополняющими, то есть комплементарными. Комплементарность взаимодействия будет обеспечиваться сбалансированностью интересов и ответственности участников процесса управления человеческим капиталом, согласованием их позиций относительно целей и способов развития всей отрасли, отдельных предприятий и работников, а также высоким уровнем стандартизации процессов обслуживания и трудовых функций. При этом эффективная реализация согласованных интересов будет обеспечиваться ответственностью субъектов за результаты своих действий.

Анализ литературы. Изучением вопросов прогнозирования результатов управления занимались такие ученые как И. В. Антохонова [1], А. М. Ерина [2], В. Д. Дербенцев [3], С. В. Козловский [4], Т. С. Максимова [5], С. Позднякова [6]. Однако в их работах не рассматривается прогнозирование эффективности механизма управления человеческим капиталом туристической отрасли.

Целью статьи является разработка прогнозной многоуровневой модели сценарного развития человеческого капитала туристической отрасли Крыма.

Изложение основного материала. Эффективность механизма управления спрогнозирована автором при помощи метода многоуровневого моделирования и составленных сценариев возможного развития человеческого капитала туристической отрасли Крыма. На основании предложенных сценариев составляется основной контрастный сценарий, который позволит получить максимальную социальную и экономическую эффективность функционирования механизма управления человеческим капиталом.

При этом главной целью функционирования предложенного механизма управления является развитие человеческого капитала туристической отрасли Крыма, и эта цель является 0-вым уровнем разработанной многоуровневой модели (рис. 1). Успешность функционирования механизма находится под влиянием 4 групп факторов: политико-правовых, экономических, социокультурных, технологических. На 2-м уровне многоуровневой модели каждой группе факторов и каждому фактору присваивается соответствующий весовой коэффициент вклада этих факторов в общую эффективность механизма управления (λ). Общая сумма весовости коэффициентов факторов равна 1. На 3-м уровне многоуровневой модели определены основные субъекты управления (акторы), от которых зависит развитие человеческого капитала туристической отрасли Крыма (рис. 1).

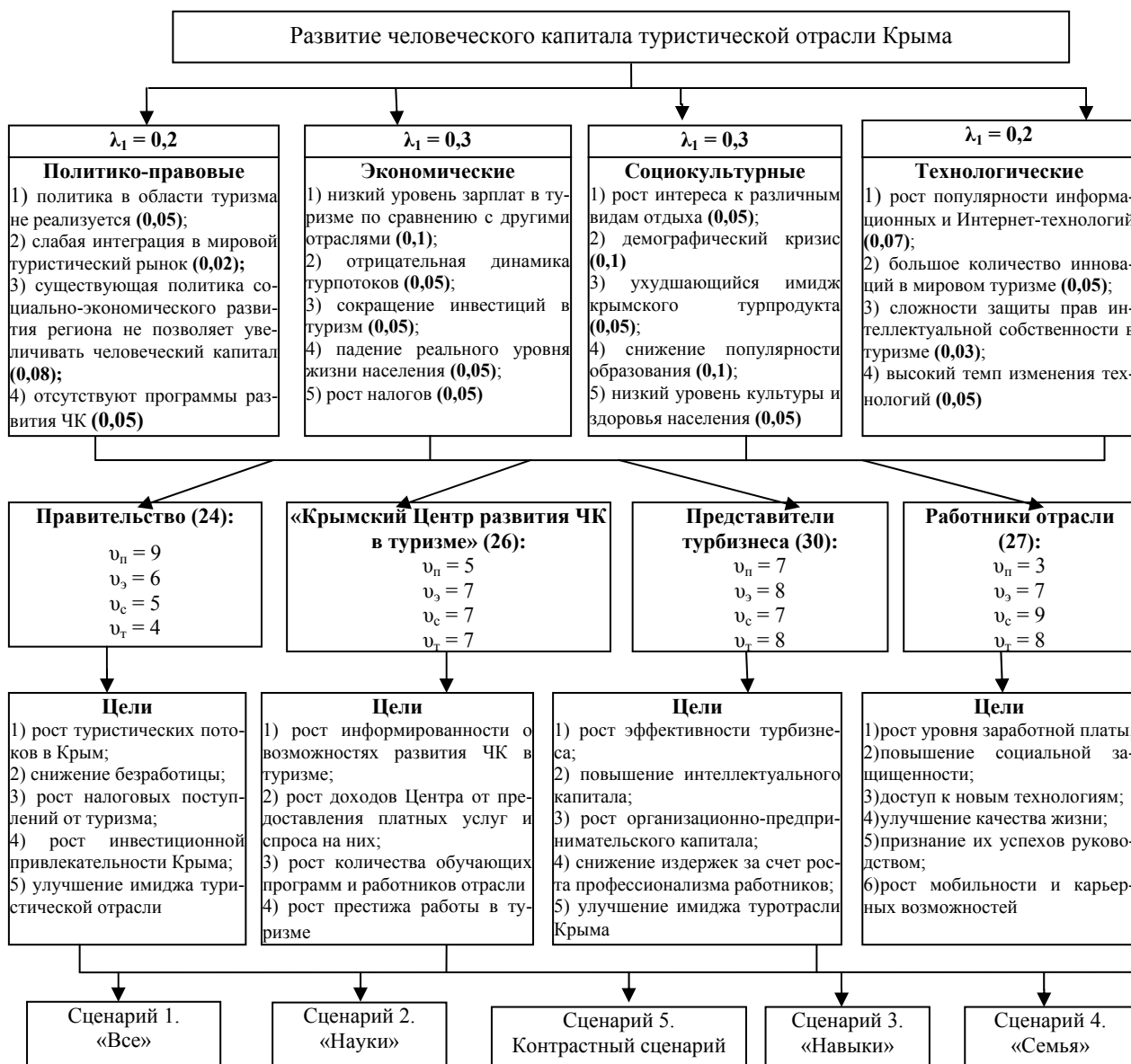


Рис. 1. Прогнозная многоуровневая модель сценарного развития человеческого капитала туристической отрасли Крыма.

К таким акторам отнесены: правительство, «Крымский Центр развития человеческого капитала в туризме» (функционирующий в рамках профильной туристической ассоциации КАТА), представители туристического бизнеса, работники туристической отрасли. Каждый актер имеет различную степень эффективности влияния на действия обозначенных факторов. Вследствие этого управленческое воздействие на усиление и нейтрализацию каждого из факторов может быть применено с различной эффективностью. В результате экспертного оценивания было выявлено, что развитие человеческого капитала возможно с наибольшей эффективностью при участии представителей турбизнеса и работников туристической отрасли (рис. 1). Также выявлено, что эффективное управление развитием человеческого капитала возможно при функционировании «Крымского Центра

развития человеческого капитала в туризме» и поддержке правительства.

По результатам составлена таблица средневзвешенной оценки эффективности управления каждого субъекта на изменение внешних условий развития человеческого капитала туристической отрасли (табл. 1).

При сравнении средневзвешенных оценок выявлено, что максимальной эффективности управления человеческим капиталом (100% достижения поставленных целей) не в состоянии достичь ни один из представленных субъектов управления. Достаточно высокий уровень эффективности управления могут обеспечить только представители туристического бизнеса Крыма (75% достижения поставленных целей), непосредственно работники туристической отрасли Крыма (70% достижения поставленных целей) и «Крымский Центр развития человече-

ского капитала в туризме» (66% достижения поставленных целей). А для правительства прогнозируется невысокая эффективность достижения поставленных целей развития челове-

ского капитала туристической отрасли Крыма: на уровне 59% возникает риск недостижения запланированного результата в указанные сроки.

Таблица 1.

Средневзвешенная оценка эффективности влияния акторов на внешние условия развития человеческого капитала туристической отрасли (в баллах).

Факторы	Вес	Правительство		«Крымский Центр развития ЧК»		Представители бизнеса		Работники отрасли	
		балль- ная оценка	взвеш. оцен- ка	балль- ная оценка	взвеш. оценка	балль- ная оценка	взвеш. оценка	балль- ная оценка	взвеш. оцен- ка
Политико- правовые	0,2	9	1,8	5	1,0	7	1,4	3	0,6
Экономические	0,3	6	1,8	7	2,1	8	2,4	7	2,1
Социокультурные	0,3	5	1,5	7	2,1	7	2,1	9	2,7
Технологические	0,2	4	0,8	7	1,4	8	1,6	8	1,6
Итого	1	24		26		30		27	
Средневзвешен- ная оценка			5,9		6,6		7,5		7
Эффективность достижения це- лей, %			59%		66%		75%		70%

На 4-м уровне многоуровневой модели определены приоритетные цели развития человеческого капитала туристической отрасли Крыма для каждого ключевого субъекта управления. Как видно из рис. 1, цели управления человеческим капиталом для каждого из акторов оказались сугубо индивидуальными. Соответственно, и управление развитием человеческого капитала будет происходить без единого вектора направленности, что сведет на нет как экономическую, так и социальную эффективность предложенного механизма управления. Для того чтобы направить мероприятия в единое русло разработаны сценарии развития человеческого капитала туристической отрасли на основании приоритетности целей каждого из акторов.

На 5-м уровне многоуровневой модели представлены сценарии эффективного функционирования механизма управления человеческим капиталом туристической отрасли Крыма. В сценариях рассмотрено, как будет развиваться человеческий капитал туристической отрасли во времени. В каждом из представленных сценариев реализуется группа целей, присущая интересам только одного субъекта управления.

Всего диссертантом разработано 5 возможных сценариев:

1. Сценарий, который в наибольшей степени будет способствовать реализации интересов Правительства, носит образное название «Все». При таком сценарии человеческий капитал туристической отрасли будет развиваться по тем же схемам, что и весь человеческий капитал региона. Снижение доступности образования,

низкие реальные доходы населения, размытость мероприятий по совершенствованию сферы здравоохранения, неэффективная инновационная политика – все это приведет к низким показателям эффективности механизма управления человеческим капиталом туристической отрасли. Размытость в формулировке целей, формальное отношение к достижению конкретных результатов и непостоянный объем финансирования приведут к перераспределению внимания. Усилия будут направлены на борьбу с демографическим кризисом (старением населения, низкой рождаемостью), а уровень человеческого капитала будет снижаться более высокими темпами. Как показывает экспертная оценка (табл. 1), эффективность воздействия правительства на достижение целей развития человеческого капитала туристической отрасли имеет наименьшую степень по сравнению с другими акторами (59%).

2. Сценарий, который в наибольшей степени будет способствовать реализации интересов «Крымского Центра развития человеческого капитала в туризме», носит образное название «Науки». При таком сценарии человеческий капитал туристической отрасли будет развиваться согласно стратегическому плану, составленному Центром. Для достижения стратегических и тактических целей, Центр занимается активным распространением знаний в области управления человеческим капиталом среди всех субъектов туристической отрасли, как собственников бизнеса, так и работников. Руководитель каждого туристического предприятия ознакомлен с основами управления человеческим капиталом в

туризме, каждое предприятие имеет свою рейтинговую оценку уровня человеческого капитала и рекомендованный набор обучающих программ. Руководители всех субъектов туристической отрасли уделяют внимание уровню здоровья и культуры работников, повышению интеллектуального капитала и организационно-предпринимательскому капиталу. На всех предприятиях отрасли разработаны стандарты обслуживания и организована система внутрифирменного обучения. Как показывает экспертная оценка, эффективность управленческого воздействия «Крымского Центра развития человеческого капитала в туризме» находится на уровне 66%. Такой уровень эффективности обусловлен скептическим отношением к научному подходу к управлению персоналом и развитием организации.

3. Сценарий, который в наибольшей степени будет способствовать реализации интересов представителей турбизнеса, носит образное название «Навыки». При таком сценарии развития человеческого капитала туристической отрасли Крыма основное внимание будет уделено росту эффективности работы туристических предприятий за счет использования знаний, навыков и способностей работников. Обучение будет проводиться только с учетом интересов бизнеса, оно будет преследовать цель научить персонал выполнять свои функции с максимальной эффективностью. Инвестиции в человеческий капитал делаются с учетом того, что работник вернет вложенные средства путем увеличения продуктивности своей работы. Социальные льготы дают возможность экономить средства туркомпаний за счет более эффективного использования фонда рабочего времени. Здоровый образ жизни и скидки на отдых позволяют увеличить объемы продаж турпродукта и дополнительных услуг. Приобретенные навыки дают возможность работникам переходить на новые должности и работать в различных типах туристических предприятий. Высокая заинтересованность представителей турбизнеса обеспечивает высокую эффективность управления человеческим капиталом (на уровне 75%). Это обусловлено наличием материальных возможностей развития человеческого капитала и управленческих полномочий для его стимулирования. Однако этих результатов можно достичь только при условии широкой информированности руководства о преимуществах управления персоналом как человеческим капиталом.

4. Сценарий, который в наибольшей степени будет способствовать реализации интересов работников туристической отрасли, носит образное название «Семья». При таком сценарии

развития человеческого капитала туристической отрасли Крыма основное внимание будет уделено интересам работников. Каждый работник осведомлен об эффективности индивидуальных вложений в человеческий капитал и стремится повысить его уровень. У каждого работника есть индивидуальный план стратегического развития собственного человеческого капитала. У работников высокий уровень внутренней мотивации к повышению человеческого капитала, наблюдается высокий уровень корпоративной культуры и доверия между работниками. Руководство различных уровней активно делегирует полномочия подчиненным и публично признает их успехи. Эффективность управления человеческим капиталом по такому сценарию оценивается на уровне 70% достижения поставленных целей. Риски управления связаны с менталитетом работников АР Крым и их желанием получить как можно больше, но прикладывать к этому как можно меньшие усилия.

Все представленные сценарии развития человеческого капитала туристической отрасли Крыма направлены на достижение целей отдельных субъектов управления. Эффективность достижения целей управления варьируется в зависимости от типа субъекта, но, ни один из представленных сценариев не обеспечивает согласованности и общей направленности развития.

5. Сценарий, который в наибольшей степени будет способствовать реализации интересов всех вышеперечисленных субъектов управления туристической отрасли, носит образное название «Контрастный сценарий». При таком сценарии развития работники и представители турбизнеса стремятся увеличить уровень человеческого капитала, это является их общим стратегическим приоритетом. Направления повышения уровня человеческого капитала разрабатываются и предлагаются «Крымским Центром развития человеческого капитала в туризме». Центр проводит активную пропаганду идеи постоянного совершенствования человеческого капитала, осуществляет подбор кадров для туристических предприятий, продвижение всех обучающих программ через сеть Интернет. Активная деятельность Центра создает спрос на его консультационные услуги и услуги обучения. Все клиенты Центра имеют индивидуальную стратегию и тактику развития человеческого капитала, что обеспечивает их мотивацию и системность обучения работников. Растущий уровень человеческого капитала туристической отрасли способствует росту качества туристических услуг, а, следовательно, и росту туристических потоков. Тем самым достигаются цели

правления и согласовываются инструменты управления. Такой сценарий будет иметь наибольшую эффективность достижения целей за счет сбалансированности интересов и грамотного объединения усилий. Для недопущения дисбаланса интересов инвесторов в человеческий капитал туристической отрасли Крыма рекомендуется особое внимание уделить сбалансированию интересов представителей турбизнеса и работников отрасли.

При реализации механизма управления человеческим капиталом туристической отрасли Крыма возможен риск неполного достижения поставленных целей из-за разных представлений работников и представителей турбизнеса, основанных на мировоззрении и присущей каждому сотруднику системе ценностей. Вследствие этого разработка общих и приемлемых для всех участников решений существенно затрудняется. В отдельных случаях взаимодействие может приобрести конфликтный характер, что приведет к снижению темпов развития человеческого капитала, а также, что особенно важно в условиях сферы услуг, создаст дополнительный источник стрессовых ситуаций и недовольства работников.

Вывод. Для количественной оценки качества взаимодействия участников механизма управления человеческим капиталом туристиче-

ской отрасли Крыма рекомендуется применять инструментарий, позволяющий учитывать баланс интересов при разработке и реализации программ развития на стратегическом, тактическом и оперативном уровнях.

ЛИТЕРАТУРА

1. Антохонова И. В. Методы прогнозирования социально-экономических процессов : учеб. пособие / И. В. Антохонова. – Улан-Удэ : Изд-во ВСГТУ, 2005. – 212 с.
2. Єріна А. М. Статистичне моделювання та прогнозування : навч. посіб. / А. М. Єріна. – К. : КНЕУ, 2001. – 170 с.
3. Синергетичні та еконофізичні методи дослідження динамічних та структурних характеристик економічних систем : монографія / [В. Д. Дербенцев, О. А. Сердюк, В. М. Соловійов, О. Д. Шаропов]. – Черкаси : Брама-Україна, 2010. – 287 с.
4. Козловський С. В. Макроекономічне моделювання та прогнозування валютного курсу в Україні : монографія / С. В. Козловський, В. О. Козловський. – Вінниця : «Книга-Вега» ВАТ «Вінницька обласна друкарня», 2005. – 240 с.
5. Максимова Т. С. Регіональний розвиток (аналіз і прогнозування) : монографія / Т. С. Максимова. – Луганськ : Вид-во СНУ ім. В. Дала, 2003. – 304 с.
6. Позднякова С. Формування механізму управління людським капіталом / С. Позднякова, О. Следь // Економічний аналіз. – 2010. – Вип. 7. – С. 323–326.

УДК 336.71

Землячов С. В.

ВИКОРИСТАННЯ ЗБАЛАНСОВАНОЇ ДИВІДЕНДНОЇ ПОЛІТИКИ НА СУЧАСНОМУ ЕТАПІ ДІЯЛЬНОСТІ КОМЕРЦІЙНИМИ БАНКАМИ

Важливу роль в діяльності комерційних банків на сучасному етапі відіграє збалансована дивідендна політика, яка включає визначення норми і особливостей порядку сплати дивідендів. Існує дві основні методики нарахування дивідендів: залежно від моменту продажу акцій і незалежно від цього терміну. В статті проаналізовані переваги і недоліки застосування цих методик.

Ключові слова: банк, дивіденд, акція, методика, прибуток.

Важную роль в деятельности коммерческих банков на современном этапе играет сбалансированная дивидендная политика, которая включает определение нормы и особенностей порядка уплаты дивидендов. Существует две основные методики начисления дивидендов: в зависимости от момента продажи акций и независимо от этого срока. В статье проанализированы преимущества и недостатки применения этих методик.

Ключевые слова: банк, дивиденд, акция, методика, прибыль.

An important role in activity of commercial banks on the modern stage, plays the balanced dividend policy which includes the determination of norm and features of order of payment of dividends. There are two basic methods of extra charge of dividends: depending on the moment of sale of actions and regardless of this term. Advantages and lacks of application of these methods are analyzed in this article.

Key words: bank, dividend, action, method, income.

Постановка проблеми. Важливу роль у діяльності комерційних банків, зокрема їх ресурсній політиці, відіграє збалансована дивідендна

політика. З нею насамперед пов'язана можливість капіталізації прибутку. Чим більше прибутку буде сплачено у вигляді дивідендів, тим ме-

нша його частка буде капіталізована. А низькі темпи капіталізації підсилюють ризик банкрутства та стримують зростання активів банку, що приносять дохід. З іншого боку, занадто низька ставка дивідендів може призвести до зменшення курсової (ринкової) вартості акцій банку. Це обумовлює актуальність теми дослідження.

Аналіз літератури. Дослідженнями питань діяльності комерційних банків, у тому числі дивідендної політики банків, займалися і займаються багато вітчизняних та закордонних вчених, зокрема М. Д. Алексеєнко [1], А. М. Мороз [2], О. А. Кириченко, В. І. Міщенко [3], Е. Ф. Жуков [4], І. Т. Балабанов [5], І. В. Ларіонова [6], Л. А. Примостка [7].

Метою дослідження є здійснення аналізу дивідендної політики банків на сучасному етапі їх діяльності, розгляд основних методик нарахування дивідендів, та обґрунтування доцільності їх застосування в окремих випадках.

Виклад основного матеріалу. На сучасному етапі своєї діяльності банки застосовують наступні стратегії нарощування власного капіталу за рахунок свого прибутку: збільшення доходності активних операцій (ефективної кредитної політики), здешевлення ресурсної бази (ефективної депозитної політики) та оптимізації дивідендних виплат. Тому мистецтво управління прибутком банку полягає в тому, щоб знайти оптимальну пропорцію в його розподілі на дивіденди та частку, що капіталізується, і тим самим забезпечити компроміс між поточними та майбутніми інтересами акціонерів.

Світова практика свідчить, що раціональною дивідендною політикою банку є та, що максимізує ринкову вартість акцій. У цих умовах банк має реальну можливість зберегти старих акціонерів та залучити нових. Дуже важливо, щоб прибутковість акцій була не нижче від прибутковості інших інвестицій з тим же ступенем ризику. Привабливість акцій того чи того банку визначається не тільки величиною дивіденду, але й стабільністю дивідендної політики. Якщо розмір дивідендів банку підтримується на відносно постійному рівні, інвестори будуть розглядати їх як досить стабільні доходи, і банк буде виглядати дуже надійним об'єктом інвестування. Загальновідомо, що зниження розміру дивіденду найчастіше призводить до падіння курсової ціни акцій, що сильно зачіпає інтереси акціонерів та дестимулює потенційних покупців.

Ключовим чинником, який впливає на управлінське рішення про розподіл прибутку на ту частину, що капіталізується, та дивіденди, є те, як швидко повинен зростати прибуток банку, щоб збереглося незмінним відношення власного капіталу до активів, якщо банк продовжує спла-

чувати дивіденди своїм акціонерам за постійною ставкою.

Дивідендна політика банку повинна враховувати дві складові:

1. Визначення норми нагромадження, тобто який відсоток прибутку повинні одержати акціонери у вигляді дивідендів і який відсоток повинен залишитися у розпорядженні банку з метою його подальшого розвитку.

2. «Техніка» сплати дивідендів, яка у свою чергу включає:

2.1. Періодичність сплати дивідендів (раз на рік, щокварталу і т. п.) і пов'язані з цим питання – порядок закриття списку акціонерів на виплату дивідендів, визначення дати ухвалення рішення про розмір дивіденду, дати фактичної сплати і т. п.

2.2. Методика сплати дивідендів за акціями у випадку проведення емісії в минулому періоді.

Іноді в основі емісії акцій лежать більш складні схеми, ніж проста пропозиція акцій на відкритому ринку. Наприклад, здійснюється просто капіталізація власних коштів, коли або акціонери безкоштовно отримують додаткові акції, або збільшується номінальна вартість акцій. Часто зустрічається інший варіант – проведення після виплати дивідендів емісії зі знижкою для акціонерів (у практиці західних країн, як правило, 5–10%) – так званий спосіб інвестування дивідендів.

Емісія акцій здійснюється у взаємозв'язку з курсовою політикою банку.

Вона може впливати на курс акцій банку опосередковано через зміну структури капіталу та підвищення забезпеченості банку капіталом. Певний вплив на курс акцій може здійснювати ціна, що встановлюється банком при первинній емісії. Важливим у цьому відношенні є питання методики сплати дивідендів при проведенні емісії акцій. При цьому необхідно визначити, чи повинні дивіденди, що сплачуються, наприклад, наприкінці року на акції, продані в даному році, але в різні моменти часу, залежати від цих моментів часу (що може підірвати ліквідність вторинного ринку акцій) чи не повинні (що є більш простим рішенням).

В деяких банках використовується нарахування дивідендів у залежності від моменту продажу акцій (надалі таку методику будемо позначати Н1), і незалежно від цього терміну (позначимо цю методику Н2). У другому випадку інвестор, який придбав акцію, наприклад, 1 серпня, одержить по закінченні року такі ж дивіденди, як і той, хто вже мав акцію на початку року. Перелік основних методик нарахування дивідендів та їх вплив на економіку банку наведено в табл. 1.

Таблиця 1.

Методики нарахування дивідендів.

Позначення	Характеристика	Вплив на економіку банку
H1	Один раз на рік, в залежності від строків первинного продажу	Економія на дивідендах, чуттєвий попит та ліквідність
H2	Один раз на рік, не залежить від строків первинного продажу	Найбільш великі витрати на дивіденди, не має негативного впливу на попит та ліквідність
H1A	В залежності від строків первинного продажу. Є проміжні виплати. Дивіденд нараховується окремо по кожному кварталу	Потребує більше коштів, ніж H1Б. Захист від інфляції. Негативний вплив на ліквідність
H1Б	В залежності від строків первинного продажу. Є проміжні виплати. Дивіденд нараховується наростаючим підсумком	Потребує менше коштів, ніж H1А. Ліпший захист від інфляції
H2А	Незалежно від строку первинного продажу. Є проміжні виплати. Хто не потрапив в період розрахунку, не отримують проміжних дивідендів на відміну від H2Б	Попит менший, ніж при H2Б. Економія витрат
H2Б	Незалежно від строку первинного продажу. Проміжні виплати. Акції, що не потрапили в період розрахунку, отримують проміжні виплати по закінченні року	Більші витрати на сплату дивідендів, ніж при H2А, але більший попит
H2В	Незалежно від строку первинного продажу, на акції нового випуску дивіденд нараховується не за весь рік, а від дати початку розповсюдження акцій нового випуску	Економія на дивідендах. Менший попит та ліквідність

*Складено автором.

Всі акціонери є власниками підприємства. Питома вага кожного у власності визначається кількістю акцій, але не тільки цим. Адже капітал тих, хто раніше вніс кошти в рахунок сплати акцій, уже знаходився в розпорядженні підприємства, «працював», приносив прибуток. При такому підході було б логічним ставити розмір дивідендів у залежність від термінів сплати акцій.

З іншого боку, акціонерне товариство відкритого типу відрізняється від інших організаційно-правових форм підприємств, зокрема, пайового товариства, та товариства з обмеженою відповідальністю, тим, що акції такого товариства – цінні папери, які вільно обертаються. Однак якщо на них припадає різний дивіденд (у залежності від термінів первинної сплати), тобто не забезпечується знеособлення акцій, це підриває їх ліквідність і можливість функціонування вторинного ринку. Зберегти ліквідність і не порушувати «справедливість» можливо за допомогою збільшення плати за вступ у товариство (ціни акцій) по мірі наближення дати сплати дивідендів. Але згідно вітчизняного законодавства про цінні папери ціна акцій одного випуску при первинному розміщенні повинна бути єдиною. Таким чином, з теоретичної точки зору існують «за» і «проти» кожної методики.

Спробуємо проаналізувати методики з погляду вигоди самого емітента. Дуже істотним чинником, що впливає на проведення емісії, є розмір річного дивіденду. Більшість емітентів (незалежно від обраної методики) під річним

дивідендом розуміють дивіденд, що був сплачений на акцію, яка оплачена на початок року, тобто цілий рік була в статутному капіталі товариства (інакше кажучи, річний дивіденд – це дивіденд на акції, які продані в попередні періоди). Якщо ж таких акцій поки немає (наприклад, розглядається перша емісія при створенні товариства), тоді під річним дивідендом можливо розуміти умовну величину – дивіденд на акцію, що умовно продана 1 січня, тобто на самому початку періоду.

Передбачається, що застосована в банку методика розрахунку дивідендів носить загальний характер і дозволяє розраховувати дивіденд на акцію, продану в будь-який момент часу. Можливо зробити наступне припущення: при однаковому річному дивіденді сума, яку необхідно буде витратити на виплату дивідендів, буде більшою при методиці H2.

Дійсно, нехай i -індекс акції, $i = 1 : M$, де M – кількість акцій, випущених та сплачених на момент закриття списків акціонерів для сплати річних дивідендів, T – тривалість періоду, що розглядається, в днях (зазвичай 360), $t1$ – термін, що пройшов з моменту оплати i -ої акції (вимірюється в днях), d -річний дивіденд, $d1$ – дивіденд, що припадає на i -у акцію. З огляду на сутність методики H1, маємо:

$$d1 = d \times t1/T. \tag{1.1}$$

Тоді загальна сума дивідендів (D1) при виборі методики H1 складе:

$$D1 = \sum_{i=1}^M d1 = \sum_{i=1}^M d \times \frac{t1}{T}. \tag{1.2}$$

При виборі методики Н2 загальна сума дивідендів ($D2$) складе:

$$D2 = M \times d.$$

Оскільки $t1 \leq T$, то відповідно $D1 \leq D2$.

Вірно також і зворотне твердження: при однаковій загальній сумі, яка спрямовується на сплату дивідендів (D), методика Н1 забезпечує більший річний дивіденд.

При використанні методики Н2 річний дивіденд ($d2$) складе:

$$d2 = D/M \quad (1.3)$$

При використанні методики Н1 річний дивіденд ($d1$) з урахуванням формули (1.2) складе:

$$d1 = \frac{D}{\sum_{i=1}^M \frac{t1}{T}} \quad (1.4)$$

Оскільки $t1 \leq T$, то:

$$\sum_{i=1}^M \frac{t1}{T} \leq M \quad (1.5)$$

Отже, $d2 \leq d1$.

Тому річний дивіденд при виборі методики Н1 більший, ніж при виборі методики Н2. Причому в тому випадку, якщо емісія здійснюється рівномірно протягом усього року та середнє її приблизно дорівнює половині T , Н2 вимагає удвічі більших витрат на виплату дивідендів, ніж Н1.

Припустимо тепер, що ми використовуємо Н1, однак сплачуються проміжні дивіденди, наприклад, кожний квартал. При проміжних сплатах дивідендів важливо не переплатити, тобто щоб річна ставка, яка затверджена зборами акціонерів, не виявилася меншою вже сплачених дивідендів. Крім того, існують як мінімум два різновиди методики Н1: позначимо їх Н1А та Н1Б. При Н1А дивіденд на акцію визначається окремо для кожного кварталу, при Н1Б дивіденд на акцію визначається зростаючим підсумком з початку року (див. табл. 1), з дорахунком.

На умовному прикладі здійснимо порівняння цих методик (табл. 2).

Таблиця 2.

Приклад порівняння методик Н1А і Н1Б.

	Періоди			Періоди		
	Метод А			Метод Б		
Акції	1 період	2 період	Сума	1 період	2 період	Сума
Акція 1	30	60	90	30	80	110
Акція 2		60	60		40	40
Разом			150			150

*Складено автором.

Нарахування дивідендів за методикою Н1А. У залежності від термінів придбання акцій при первинному продажу; виплати щоквартальні; щоквартальне нарахування.

Нарахування дивідендів за методикою Н1Б. У залежності від термінів придбання акцій при первинному продажу; виплати щоквартальні; нарахування зростаючим підсумком з дорахунком.

Весь період розділений на 2 проміжних періоди однакової тривалості. Для спрощення приймемо, що емітовано всього 2 акції. Одна акція продана на самому початку першого періоду, інша – другого періоду.

За методикою Н1А дивіденд визначається окремо, у даному випадку за перший період сплачується 30 г. о. на акцію, за другий період – 60 г. о. на акцію. Тоді перша акція одержить 90 г. о. за рік (це й буде річний дивіденд), друга акція одержить 60 г. о.

За методикою Н1Б дивіденд визначається зростаючим підсумком за весь період. І хоча в першому проміжному періоді перша акція одержала 30 г. о., але по закінченні всього періоду було вирішено визначити річний дивіденд із розрахунку 110 г. о. і, відповідно, донарахувати за 1-шу акцію 80 г. о., а за другою акцією сплатити

як за півперіоду – 40 г. о. І хоча загальна сума дивідендів однакова – 150 г. о., методика Н1Б забезпечила більший річний дивіденд (110 г. о.), ніж методика Н1А (90 г. о.).

Можливо сформулювати наступну теорему. В умовах зростаючої інфляції та проміжних виплат, які збільшуються, при однаковій загальній сумі дивідендів, що призначена для виплат акціонерам, методика Н1Б фактично забезпечує більший річний дивіденд, і навпаки: при однаковому річному дивіденді методика Н1А вимагає більшої суми на сплату дивідендів.

Ця теорема означає, що при зростаючій інфляції у випадку застосування методики з донарахуванням, у виграші будуть старі акціонери (оскільки ставка річного дивіденду більша). Причому сумарний їх виграш буде вищий за будь-якого розвитку емісії, навіть тоді, коли в останні періоди з'являється велика маса нових акціонерів.

Отже, ми з'ясували, що різні методики розрахунку дивідендів при однаковому розмірі річного дивіденду вимагають різної суми коштів, що розподіляється на дивіденди. Таким чином, з погляду менеджерів банку, методика, за якої дивіденд нараховується в залежності від часу

продажу акцій, забезпечує істотну економію коштів у порівнянні з методикою, що базується на незалежному від терміну придбання нарахуванні.

Вище ми бачили, що при одній і тій же ставці річного дивіденду за різними методиками можуть нараховуватися різні суми дивідендів. Припустимо, що банк прийняв рішення про застосування методики в січні 2011 р. Якщо він використав методику Н1, то після розрахунків дивідендів за 2011 р. заощадить істотну частину коштів.

Однак можливо, що, обравши методику Н2, він збільшить попит на акції, відповідно прискорить швидкість емісії у 2011 р. Це дозволить банку акумулювати значний капітал, який у свою чергу принесе більший прибуток за 2011 р. і надасть можливість сплатити більший сумарний обсяг дивідендів.

За умов рівномірної емісії у випадку, коли попит на акції пропорційний прибутковості, а ціна продажу акцій не змінюється, застосування методики нарахування дивідендів Н2 забезпечує більший попит на акції при первинному розміщенні, ніж застосування методики Н1.

Отже, важливу роль в умовах вітчизняної економіки при управлінні структурою капіталу банку, зокрема при збільшенні власного капіталу, має емісія акцій. Розмір річної прибутковості акцій несе найбільшу інформацію для інвесторів, а також є головним орієнтиром успішної діяльності банку. За однакової загальної суми дивідендів методика, що ставить розмір дивіденду на акцію в пряму залежність від моменту її первинної оплати, забезпечує більшу річну прибутковість акцій у порівнянні з методикою, за якою на кожну акцію припадає однаковий дивіденд (у випадку, якщо сплачуються проміжні дивіденди, те ж можна сказати про використання методики нарахування наростаючим підсумком у порівнянні з роздільним нарахуванням дивідендів по кварталах).

Менеджерам, що приймають рішення щодо вибору тієї або тієї методики нарахування дивідендів, необхідно вивчити коло потенційних та вже існуючих інвесторів, їх мотиви та інтереси. Крім того, необхідно прийняти до уваги і технічний чинник. Методика розрахунку дивідендів «по термінах», а тим більше при наявності проміжних виплат, складніша, і вимагає застосування відповідного програмного забезпечення.

Інвестування ресурсів у банківські акції підприємствами часто супроводжується їх прагненням контролювати діяльність банку, зробивши його дочірньою структурою. Це може обмежити можливості освоєння банком ринку та негативно відобразиться на перспективах його

розвитку. Але у сучасній українській економіці стрімко зростають обсяги доходів сімейних господарств. Це створює базу для інтенсифікації їх залучення до процесів акціонування банків, що є звичайною практикою для західних банків.

Труднощі з поповненням капітальної бази українських банків пов'язані з незначною кількістю стратегічних інвесторів, нерозвиненістю та недостатньою прозорістю вітчизняного фондового ринку, недосконалою його інфраструктурою та невідповідною сучасним умовам законодавчою базою.

Висновки. Важливу роль у діяльності комерційних банків на сучасному етапі має дивідендна політика, яка включає визначення норми та особливостей порядку сплати дивідендів. Існує дві основні методики нарахування дивідендів: у залежності від моменту продажу акцій (позначимо її Н1), та незалежно від цього терміну (позначимо її Н2).

У результаті проведеного дослідження доведено, що:

- при однаковому річному дивіденді сума, яку необхідно буде витратити на сплату дивідендів, буде більшою при методиці Н2;
- в умовах зростаючої інфляції та проміжних виплат, які збільшуються, при однаковій сумі дивідендів, призначених для виплати акціонерам, методика Н1Б фактично забезпечує більший річний дивіденд, і навпаки: при однаковому річному дивіденді Н1А вимагає більшої суми на сплату дивідендів;
- за умов рівномірної емісії у випадку, коли попит на акції пропорційний прибутковості, а ціна продажу акцій не змінюється, методика нарахування дивідендів Н2 забезпечує більший попит на акції при первинному розміщенні, ніж методика Н1.

ЛІТЕРАТУРА

1. Алексеєнко М. Д. Капітал банку: питання теорії і практики : монографія / М. Д. Алексеєнко. – К. : КНЕУ, 2002. – 276 с.
2. Банківські операції : підручник / за ред. А. М. Мороза. – К. : КНЕУ, 2000. – 384 с.
3. Банківський менеджмент / за ред. О. А. Кириченка, В. І. Міщенко. – К. : Знання, 2005. – 831 с.
4. Банковский менеджмент / под ред. Е. Ф. Жукова. – [3-е изд., перераб. и доп.]. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2009. – 303 с.
5. Банки и банковское дело / под ред. И. Т. Балабанова. – СПб. : Питер, 2001. – 304 с.
6. Ларионова И. В. Управление активами и пассивами в коммерческом банке / И. В. Ларионова. – М. : Консалтбанк, 2003. – 272 с.
7. Примостка Л. О. Финансовый менеджмент у банку : підручник / Л. О. Примостка. – [2-ге вид., доп. і перероб.]. – К. : КНЕУ, 2004. – 486 с.

ОСОБЛИВОСТІ МІЖКУЛЬТУРНОЇ ПСИХОЛОГІЇ У ДІЛОВИХ СТОСУНКАХ

У статті визначено роль та проаналізовано основні критерії культурної диференціації на підставі результатів досліджень Г. Хофстеда; розроблено класифікацію основних культурних детермінантів бізнес-поведінки та проведено порівняльну характеристику країн за цими критеріями.

Ключові слова: культура, мужність, дистанція влади, невизначеність, індивідуалізм, колективізм, орієнтація на майбутнє.

В статье определена роль и проанализированы основные критерии культурной дифференциации на основе исследований Г. Хофстеда; разработана классификация основных культурных детерминантов бизнес-поведения и проведена сравнительная характеристика стран по этим критериям.

Ключевые слова: культура, мужественность, дистанция, неопределенность, индивидуализм, коллективизм, ориентация на будущее.

The role and the main cultural criteria according to the G. Hofstede were identified and analyzed in this article. The classification of the main cultural determinants of the business behavior was designed, and the corresponding comparative research of the countries was realized.

Key words: culture, manliness, distance, uncertainty, individualism, collectivism, orientation at the future.

Постановка проблеми. Для багатьох компаній, особливо тих, що функціонують на міжнародному рівні, вирішення проблеми культурної відмінності між партнерами має пріоритетне значення. В умовах інтернаціоналізації виробництва твердження, що люди незалежно від культурної приналежності залишаються однаковими є повністю вірним може призвести до ряду непорозумінь у міжнародних стосунках.

В рамках дослідження національних культурних відмінностей голландським вченим Г. Хофстедом було виділено критеріальні ознаки різних культур, використання яких значно підвищує ефективність ведення бізнесу з представниками інших країн. Правильне та послідовне використання цієї інформації може надати низку переваг при веденні міжнародних бізнес-переговорів та сприяти ефективному бізнес-партнерству. Використання цих відомостей українськими компаніями є актуальним, в т. ч. для підприємств, які поступово розширюють свою присутність на міжнародних ринках.

Метою статті є аналіз культурних критеріїв, які визначають психологічні особливості представників різних націй, з метою підвищення ефективності міжнародних ділових стосунків.

Виклад основного матеріалу. Численні дослідження західних вчених, зокрема Макса Вебера, підтвердили важливість дослідження проблем національної організаційної культури. Найбільш значущі результати у дослідженні цієї проблеми були отримані в 1970–1980 рр. голландським вченими Г. Хофстедом, співробітником компанії ІВМ. Його дослідження проводилися в період з 1967 по 1980 роки. Об'єктом дослі-

дження були працівники компанії ІВМ з 50 країн світу. Хофстед визначає культуру як колективну ментальну запрограмованість, частина умовленості сприйняття світу суб'єктами, спільну з іншими представниками даної нації, регіону чи групи і відрізняє їх від представників інших націй, регіонів та груп [1].

Можливо, це суперечить настановам багатьох людей щодо особистої свободи, але, за Хофстедом, всі люди запрограмовані. Іншими словами, незалежно від місця проживання, свідомо чи мимоволі, суб'єкти засвоюють з раннього дитинства образ думок і поведінку людей, що живуть поруч. Одну культуру від іншої відрізняють п'ять так званих «культурних вимірів»: індивідуалізм – колективізм; дистанція влади (велика – мала); неприйняття невизначеності (сильне – слабке); мужність – жіночність; короткострокова – довгострокова орієнтація на майбутнє [2].

Проаналізуємо вимір «індивідуалізм – колективізм», який відбиває ставлення індивідуума до суспільства і собі подібним. У індивідуалістичних суспільствах за Хофстедом, люди переймаються головним чином особистими інтересами та інтересами найближчих членів родини. Основними цінностями індивідуалістичних суспільств є повага прав людини і висока цінність людського життя. У колективістських суспільствах «кожен індивідуум з народження включений в певне співтовариство, таке як розширена сім'я, клан чи село». Слов'янські культури, а значить й Україна, історично склалися як колективістські культури. Колективізм в управлінні російських і українських фірм озна-

чає очікування співробітниками допомоги і захисту з боку керівництва, у разі якщо колективу чи комусь із співробітників загрожує небезпека (покарання, звільнення). Також колективізм є головною причиною дефіциту відповідальних співробітників. Не можна, однак, стверджувати, що Україна – країна з граничним рівнем колективізму. Нові бізнесмени і менеджери – це люди, як правило, з індивідуалістичної культурою [3].

Культурний вимір «дистанція влади» показує, наскільки в суспільстві нерівність за фізичними та інтелектуальними здібностями переростає з часом у нерівність у владі і багатстві, і наскільки в культурному плані це є допустимим. Там, де ця «дистанція» невелика, в суспільстві переважає прагнення до зменшення нерівності, люди володіють незалежністю і рівними правами, керівники і підлеглі мають порівняним соціальним статусом. У культурі протилежного типу, навпаки, вважається, що світ влаштований ієрархічно і в кожного своє певне місце, незалежних людей мало, а ті, хто має владу, мають і певні привілеї. Таке суспільство стратифіковано, влада централізована, і підтримується повагу до повноважень, статусу, накопиченому багатства [4].

Аналіз рівня даного показника показує, що в Україні існує велика дистанція влади, що стоїть як політичного, так і економічного життя. Велика дистанція влади призводить до двох негативних наслідків: існуванню ненормованого робочого дня і шкідливих умов праці.

Вимір «неприйняття невизначеності» показує, як суспільство та його окремі члени відносяться до того, що змушені жити в умовах невизначеності. Уникнення невизначеності відображає ставлення в суспільстві до невизначених, суперечливих і двозначних ситуацій. Якщо ставлення негативне, то в такому суспільстві відзначається прагнення до впорядкування системи через встановлення чітких формальних правил, які часом не підлягають критиці, через зміцнення віри в авторитет. У подібних системах занепокоєння порядком і агресивність створюють клімат для особливого трудового старання та ентузіазму. У той же час в цих системах спостерігається опір змінам і нововведень. Сильне неприйняття невизначеності є однією з причин страху перед змінами, а для деяких людей – бажання повернутися в минуле. Люди бояться змінити роботу, навіть якщо не влаштовують зарплата та умови праці. Соціальна захищеність – мрія багатьох людей, які не звикли до ризику [3].

Вимірювання «мужність – жіночність» являє собою спробу класифікувати суспільства по тому, наскільки сильно або слабо розвинене

соціальне розділення ролей між статями. Товариства з жорстким соціальним поділом ролей між статями названі Хофстедом «мужніми», а суспільства зі слабким розподілом ролей – «жіночними». У «мужніх» суспільствах домінують соціальні цінності, традиційно характерні для чоловіків, причому вони визначають навіть образ мислення жінок. Важливе місце в цій системі цінностей посідають результативність, прагнення до відчутних результатів, заробляння грошей.

У «жіночних» суспільствах як для чоловіків, так і для жінок домінуючими є цінності, що асоціюються з жіночими ролями: скромність, пріоритет людських взаємин в порівнянні з грошима, допомога іншим, особливо слабким, хворим, бідним. В Україні мужність і жіночність співіснують поруч. «Мужність» проявляється в поведінці молодих енергійних бізнесменів, які мріють заробити великі гроші, в поведінці злочинного співтовариства, що бажає жити за своїми «чоловічим» злодійським законам, в традиціях національних меншин [5].

Вимір «короткострокова / довгострокова орієнтація на майбутнє» показує, наскільки далеко люди в різних культурах зазирають у майбутнє. Згідно з цим дослідженням менеджери в одних країнах, наприклад в Японії, орієнтовані на довгострокове бачення майбутнього і відповідно до цього будують свій бізнес, в інших країнах бізнес будується на основі короткострокового бачення майбутнього [1].

Орієнтація на короткострокову перспективу – найбільш помітна риса російського і українського малого і середнього бізнесу. Не тільки бізнесмени, а й пересічні громадяни зізнаються, що не дивляться далеко вперед, не ставлять перед собою довгострокові цілі.

Узагальнену інформацію щодо п'яти культурних «вимірів» за Г. Хофстедом можна представити в табл. 1.

Г. Хофстедом і його колегами були згруповані різні показники за зазначеними критеріями і на основі опитувань дані відносні оцінки для менеджерів кожної з країн.

Наприклад, високий статус владних відносин спостерігався на Філіппінах, у Венесуелі, Мексиці, Індії, Сінгапурі; відносно низький – у Данії, Нової Зеландії, Австрії, Ізраїлі, Норвегії, Швеції. Менеджери уникали невизначеності насамперед у Греції, Португалії, Японії, Франції, але брали невизначеність у Сінгапурі, Данії, Швеції, Гонконгу. До країн з високим рівнем індивідуалізму були віднесені США, Великобританія, Австралія, Канада, Італія, тоді як високий рівень колективізму проявлявся в Пакистані, Таїланді, Колумбії, Сінгапурі, Перу.

Таблица 1.

Аналіз культурних «вимірів» Г. Хофстеда [2].

Вимір 1	Індивідуалізм:	Колективізм:
	- люди поділяються на друзів або ворогів; - стосунки в групі стоять вище ніж мета; - стосунки між керівником та підлеглим - на основі емоцій (країни третього світу, азіатські країни, Україна)	- інші люди – потенційні партнери; - мета вища ніж стосунки; - стосунки між керівником та підлеглим – на раціональній основі (Америка, Канада, Великобританія)
Вимір 2	Значна дистанція влади:	Незначна дистанція влади:
	- ідея, що люди є нерівними за фізичними та інтелектуальними якостями, тому велика дистанція між бідними та багатими; - сувора ієрархія в суспільстві, на роботі; - влада – централізована; - підлеглі очікують на накази (країни третього світу, азіатські країни, Франція)	- люди рівні в соціальних правах та свободах; - структура досить рухлива, люди активно переміщуються з різних рівнів; - делегування влади; - підлеглі ініціативні (Данія, Швеція, Ізраїль)
Вимір 3	Сильне неприйняття невизначеності:	Слабке неприйняття невизначеності:
	- люди бояться оновлення, додержуються традицій; - важко і неохоче йдуть на ризик; - страх перед майбутнім, спроби його контролювати; - очікування захисту від керівника (країни третього світу, азіатські)	- люди не бояться нової, інформації, нововведень; - не бояться ризику; - великі надії на майбутнє; - очікування просування вперед (Америка, Канада, Великобританія)
Вимір 4	Мужність:	Жіночність:
	- цінуються активність, енергія, підприємство; - люди активно прагнуть достатку; - ризик – благородна справа (Японія, Америка, Канада, Великобританія)	- цінується скромність, помірність; - люди прагнуть збереження стосунків; - повага до зважених дій (країни третього світу, азіатські країни)
Вимір 5	Довгострокова орієнтація на майбутнє:	Короткострокова орієнтація на майбутнє:
	- довгострокове планування життя; - цінується вклад на довгі роки; (Америка, Канада, Велика Британія)	- люди живуть сьогоднішнім днем; - правило – «починай витрачувати сьогодні»; (країни третього світу, азіатські)

Згідно табл. 2, до країн з найбільшим індексом дистанції влади було віднесено Китай, ОАЕ, Індію; з найменшим – Швецію, Велику Британію. Найбільший індекс індивідуалізму спостерігається в США та Великій Британії, най-

менший в Китаї. Більшість проаналізованих країн відносяться до категорії «мужності», окрім Швеції. Найбільша орієнтація на майбутнє спостерігається в Китаї та Індії.

Таблица 2.

Результати аналізу показників культурних «вимірів» за країнами [3].

Культурні «виміри»/ країни	Дистанція влади, %	Індекс індивідуалізму, %	Індекс мужності, %	Неприйняття невизначеності, %	Довгострокова орієнтація на майбутнє, %
ОАЕ	80	38	52	68	–
Китай	78	20	50	39	118
Німеччина	31	62	60	60	25
Індія	72	41	51	32	57
США	37	88	60	41	22
Велика Британія	30	82	60	30	20
Швеція	22	67	3	22	28

Слід зазначити, що всі розглянуті п'ять «вимірів» культури підприємств знаходяться в тісній взаємодії і на основі їх поєднання можна встановлювати такі важливі характеристики, як стиль управління, можливості виникнення конфліктів, їх протікання та способи вирішення [6].

Висновки. У сучасній науці модель Хофстеда вважається однією з найбільш перспективних для аналізу організаційної культури підприємства.

Вона допомагає виявити не тільки зовнішні особливості тієї чи іншої організаційної культури-

ри, а й глибинні, психологічні зв'язки, що виникають між членами організації та впливають на продуктивність і ефективність підприємства самим безпосереднім і сильним чином. До того ж правильна оцінка організаційної культури допомагає виробити відповідну для даної моделі політику з управління організаційною культурою і сприяє розробці ефективної стратегії ведення бізнес-переговорів з іноземними компаніями.

В Україні міжкультурні комунікації розвинені недостатньо, тому необхідно сприяти посиленню інтеграції України в міжкультурні відносини з іншими країнами.

Для цього доцільно створити центри сприяння міжнародним економічним відносинам, що будуть надавати послуги з крос-культурного менеджменту.

УДК 159.98:658

ЛІТЕРАТУРА

1. Колонтай М. М. Культурные ценности [Электронный ресурс] / М. М. Колонтай. – Режим доступа : <http://www.kolontay.biz/article/000069.html>.
2. Национальные особенности ведения бизнеса [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://www.sales-tips.ru/post_1137737817.html.
3. Hofstede G. Cultural Dimensions [Электронный ресурс] / Geert Hofstede. – Режим доступа : http://www.geerthofstede.com/hofstede_sweden.shtml.
4. Грачев М. Менеджмент в «международной системе координат» [Электронный ресурс] / М. Грачев. – Режим доступа : http://www.inesnet.ru/magazine/mag_archive/free/1999_02/grachev1.htm.
5. Мясоедов С. П. Основы кросс-культурного менеджмента: как вести бизнес с представителями других стран и культур / С. П. Мясоедов. – М. : Дело, 2003. – 256.
6. Куриляк В. Є. Міжкультурний менеджмент / В. Є. Куриляк. – Тернопіль : Астон, 2004. – 239 с.

Іваненко І. А., Стефанова К. В.

ПСИХОЛОГІЯ ДІЛОВОГО СПІЛКУВАННЯ

У статті визначено необхідність застосування системного підходу до формування культури ділового спілкування та використання психологічних знань при веденні переговорів. Обґрунтовано психологічні закономірності ведення ділової бесіди і розроблено технологію організації ділового спілкування між суб'єктами професійної діяльності.

Ключові слова: ділове спілкування, ділова бесіда, проведення переговорів, невербальні засоби спілкування, діловий партнер.

В статье определена необходимость применения системного подхода к формированию культуры делового общения и использования психологических знаний при ведении переговоров. Обоснованы психологические закономерности ведения деловой беседы и разработана технология организации делового общения между субъектами профессиональной деятельности.

Ключевые слова: деловое общение, деловая беседа, проведение переговоров, невербальные средства общения, деловой партнер.

The necessary of system conception's using connecting with form of business conversation's culture and using of psychological knowledge during business negotiations is defined in this article. The authors explained the psychological prediction of business conversation's authority and have done the groundwork of technology of business conversation's organization between individuals of professional activity.

Key words: business communication, business conversation, negotiation, non-verbal means of communication, the business partner.

Постановка проблеми. В умовах посилення конкуренції на світовому ринку одним із визначальних чинників успішного функціонування суб'єктів господарювання є наявність компетенції керівництва у сфері ділового спілкування. Керівники підприємств, що діють на закордонних ринках, мають володіти не лише глибокими професійними знаннями та вміннями, а й сучасною технікою бізнес-комунікацій. Втім технікою ведення ділової бесіди володіють не всі люди, більш того, не всі керівники. Тоді як менеджери вищої ланки більшість свого робочого часу витрачають на спілкування: проведення нарад, засідань, бесід, дискусій, переговорів,

звітів перед керівництвом тощо. Оскільки більшість проблем в керівництві компаніями так чи інакше пов'язані зі спілкуванням, організація бізнес-комунікації є предметом багатьох досліджень вітчизняних та зарубіжних вчених.

Аналіз літератури. Теоретико-методологічні аспекти проблеми ділового спілкування відбито в дослідженнях Ю. Алешиної, А. Бодалева, Г. Бороздиної, Н. Леонова, Л. Петровської. У психологічних дослідженнях виділені види ділового спілкування (А. Бодалев, Н. Леонов), його форми (Ю. Алешина, Л. Петровська). Практичні аспекти застосування психологічних знань у діловому спілкуванні представлені у працях І.

Амінова, А. Столяренко, В. Лозниці, Г. Щокіна. Втім, не досить дослідженими залишається питання психології ділового спілкування, що обумовлює вибір теми дослідження.

Метою статті є обґрунтування психологічних закономірностей ведення ділової бесіди та розробка технології організації ділового спілкування між суб'єктами професійної діяльності.

Виклад основного матеріалу. Ділове спілкування – це комунікація, тобто обмін інформацією, важливою для учасників спілкування. Головною метою ділового спілкування є організація і оптимізація виробничої, наукової, комерційної чи іншої діяльності. Щоб досягти успіху в переговорах, треба досконало володіти їх предметом. Участь у переговорах беруть фахівці різних професій і від кожного вимагається висока компетентність.

Ділове спілкування визначається як специфічна форма контактів і взаємодії людей, які представляють не лише самих себе, а й свої організації. Воно включає обмін інформацією, пропозиціями, вимогами, поглядами, мотивацією з метою розв'язання конкретних проблем як всередині організації, так і за її межами, а також укладення контрактів, договорів, угод чи встановлення інших відносин між підприємствами.

Людина, яка спрямовує інформацію (комунікатор), і людина, яка її приймає (реципієнт), у діловому спілкуванні постійно міняються місцями, завдяки чому у людей, що спілкуються, має бути однакове розуміння не тільки значень, а й змісту слів. Ефективність ділового спілкування залежить не від обміну значеннями, а від обміну думками і пошуку спільного рішення [1].

Саме тому виникає необхідність у розробці технології організації ділового спілкування між суб'єктами професійної діяльності. Взагалі, процес організації спілкування між діловими людьми передбачає вибір певної моделі поведінки, яка в конкретній ситуації буде найбільш сприятливою у досягненні поставленої мети. При цьому цей процес ґрунтується на певних засадах. Так, найважливішим є наявність декількох варіантів поведінки в однотипній ситуації і сформованість вмінь у співрозмовників оперативно ними скористатись. При цьому важливо не допускати конфронтації чи конфліктів з діловим партнером, чого можна уникнути у разі вмілого використання механізмів людської взаємодії (прихильності, довіри, поваги і т. п.). Крім того, уважне ставлення до нових, хоч і незвичних на перший погляд ідей, думок; освоєння тих моделей поведінки, які приносять успіх у ділових стосунках; вміння подати себе, правильно оцінювати реакцію партнерів, помічати найменші зміни в ситуації тощо, все це сприяє ефективній організації ділової бесіди.

Використовуючи результати досліджень І. І. Амінова стосовно технології ділового спілкування [2], можна розробити технологію організації ділового спілкування між суб'єктами професійної діяльності (організатором та учасником ділової зустрічі). Вона включає такі етапи: підготовчий; мотиваційно-цільовий; діяльний; рефлексивний.

Підготовка та проведення ділової бесіди, згідно з розробленою технологією організації ділового спілкування між суб'єктами професійної діяльності, узагальнена і представлена на рис. 1.



Рис. 1. Підготовка та проведення ділової бесіди [3].

Кожний етап підготовки та проведення ділової бесіди передбачає спільну взаємодію її учасників, а саме: організатора зустрічі та ділового партнера. Так, на підготовчому етапі організатор зустрічі планує ділову бесіду, а саме: підбирає і систематизує необхідний матеріал, моделює ділову розмову, розробляє стратегію, тактику та техніку її ведення. При цьому діловий партнер бере участь у формуванні змісту ділової бесіди. Успіх ділової зустрічі залежить від підготовленості її учасників. Умілі співбесідники приступають до справи з думкою про те, як вони хотіли б її завершити. Такий підхід дозволяє їм намітити шлях досягнення своєї мети. Саме такий підхід до організації переговорів потребує того, щоб учасники називали один-два питання, із приводу яких вони хотіли б домовитися, наприклад, ціни і дату постачання [3].

На другому, мотиваційно-цільовому етапі, який розпочинається з моменту початку ділової зустрічі, відбувається взаємодія учасників. Вона передбачає коротке привітання, представлення учасників, оцінку індивідуально-особистісних і поведінково-психологічних особливостей співбесідників. Організатор зустрічі – формує ділову атмосферу, визначає мету бесіди, а діловий партнер – формує внутрішній настрій на успішну взаємодію та сприймає і усвідомлює спільну мету ділової зустрічі.

На третьому етапі підготовки та проведення ділової бесіди – діяльному – передбачається обмін інформацією між співбесідниками та її обробка. Організатор зустрічі реалізує план дій з організації ділового спілкування, а діловий партнер включається в цей процес. При цьому проходить обговорення поставленої проблеми, учасники обмінюються інформацією, поглядами,

наводять власні аргументи, виробляють компроміси, оцінюють гідні варіанти рішення задачі та недоліки, що виникають.

На останньому етапі підготовки та проведення ділової бесіди передбачається підведення підсумків його учасниками. При цьому можливо як формулювання певного рішення проблеми, так і визначення наступних шляхів у спільній діяльності. Учасники переговорів обмінюються роздумами над власними почуттями, думками, станами і визначаються мотиви для досягнення нової мети у ході реалізації спільної діяльності.

Головне на цьому етапі ще раз переглянути усі питання, щоб переконатися, що розбіжностей не залишилося. Всі учасники переговорів повинні бути задоволені рішенням проблем. Після цього сторонами підписуються необхідні угоди, договори, резюме переговорів. У цих документах повинні бути зазначені всі проблеми, домовленості і їх рішення [4].

Ділове спілкування, як комунікація повинно бути ефективним, сприяти досягненню цілей учасників спілкування. Воно передбачає вирішення наступних питань: які засоби комунікації і як правильно їх використовувати в процесі спілкування; як подолати комунікативні бар'єри нерозуміння і зробити комунікацію успішною.

Врахування всіх факторів невербального спілкування надзвичайно важливе у діловому спілкуванні. Іноді саме жести, міміка можуть дати значну інформацію для обох учасників переговорів. Від знання суб'єктами переговорного процесу різних нюансів невербального спілкування може залежати успішність результатів ділової бесіди [6]. В табл. 1 наведені загальноприйняті способи інтерпретації невербальної поведінки.

Таблиця 1.

Трактування невербальної поведінки [6].

Поведінка	Трактування	Рекомендації
Партнер легко стукає по столу	Нетерпіння	Переговори слід закінчити
Молитовно складені долоні, пальці	Почуття переваги, співрозмовник вважає, що він хитріший	Можливо, переговори слід перервати
Співрозмовник потирає очі	Недовіра	Намагатись зрозуміти співрозмовника
Легкий нахил голови вбік	Спокій, задоволеність	Переговори можна завершити
Підйом голови і погляд вгору або нахил голови з зосередженим виглядом	«Почекайте хвилину, я подумаю»	Контакт слід перервати
Рух головою та насуплені брови	«Не зрозумів, повторить»	Слід навести більш детальні пояснення
Усмішка, можливий легкий нахил голови	«Розумію, мені нічого додати»	Варто переходити до висновків
Ритмічне кивання головою	«Ясно, зрозумів, що вам потрібно»	Можна завершувати переговори
Довгий, нерухомий погляд в очі співрозмовнику	Бажання підпорядкувати співрозмовника собі	Слід діяти залежно від обставин
Погляд убік	Зневага	Уклін від контакту
Погляд на підлогу	Побоювання і бажання уникнути розмови	Уклін від контакту

На думку спеціалістів з менеджменту, для успішного ведення переговорів необхідно дотримуватися таких правил [2, с. 5]:

- необхідно підтримувати баланс між потребами організації та інтересами працівників або тих людей, з якими укладається угоду;
- на переговорах слід зберігати почуття симпатії до іншої сторони, враховувати її думку;
- необхідно займати чітку позицію при виникненні протилежних думок;
- слід враховувати культурні відмінності співрозмовника.

Отже, процес спілкування є надзвичайно складним явищем, який включає не тільки власне вербальний елемент, а й невербальне спілкування.

Висновки. Ділові переговори являють процес укладання угоди про майбутні дії кожної зі сторін. Для того щоб переговори могли вважатися успішними, дані зобов'язання повинні бути чіткими, добре продуманими і довгостроковими. При реалізації сторонами партнерських відносин центральною ланкою стає спільний аналіз проблеми, спільна творчість. Чим повніше і глибше буде проаналізована проблема, тим більше вірогідність знайти вихід з протиріч, що мають місце.

Слід зазначити, що особливого значення набуває розуміння невербальних аспектів спілкування при діловому спілкуванні, коли від тих чи інших дій може залежати успішність прове-

дених переговорів. Але при трактуванні різних проявів невербальної комунікації необхідно враховувати те, що існують істотні розбіжності в застосуванні окремих символів у різних культурних традиціях.

Для того, щоб досягти мети в переговорах слід бути твердим у захисті своїх інтересів, але м'яким у відносинах з опонентом.

ЛІТЕРАТУРА

1. Леонов Н. И. Психология делового общения : учебное пособие / Н. И. Леонов. – М. : Изд-во Московского психолого-социального института ; Воронеж : Издательство НПО «МОДЭК», 2010. – 247 с.
2. Аминов И. И. Психология делового общения / И. И. Аминов. – М. : Омега-Л, 2009. – 304 с.
3. Алешина Ю. Б. Психология общения: психологическая компетентность пропагандиста / Ю. Б. Алешина, Л. А. Петровская. – М., 1989. – 187 с.
4. Столяренко А. М. Психологические приемы в работе юриста : практическое пособие / А. М. Столяренко. – М. : Юрайт, 2007. – 250 с.
5. Психология и этика делового общения / под ред. проф. В. Н. Лавриненко. – [2-е изд.]. – М. : Культура и спорт ; ЮНИТИ, 1997. – 279 с.
6. Солошук Л. В. Принцип координативної взаємодії вербальних та невербальних компонентів комунікації / Л. В. Солошук // Мовні та концептуальні картини світу : збірник наукових праць. – К. : Київський нац. ун-т ім. Тараса Шевченка, 2005. – С. 7–11.

УДК 336.8

Стахно Н. Д.

ФИНАНСОВЫЙ ПОТЕНЦИАЛ И ПРОБЛЕМЫ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ РЕКРЕАЦИОННОГО КОМПЛЕКСА

У роботі представлений аналіз фінансового потенціалу підприємств рекреаційного комплексу з погляду проблем економічної безпеки для ефективного керування й своєчасного вживання заходів протидії погрозам.

Ключові слова: фінансовий потенціал, економічна безпека, динаміка туристичних потоків, податкові платежі, погрози економічної безпеки підприємства, індикатори фінансового потенціалу.

В работе представлен анализ финансового потенциала предприятий рекреационного комплекса с точки зрения проблем экономической безопасности для эффективного управления и своевременного принятия мер противодействия угрозам.

Ключевые слова: финансовый потенциал, экономическая безопасность, динамика туристических потоков, налоговые платежи, угрозы экономической безопасности предприятия, индикаторы финансового потенциала.

The analysis of the recreational complex enterprises from the point of view of economic safety problems for efficient control and timely acceptance of measures of threats counteraction is presented in this article.

Key words: financial potential, economic safety, dynamics of tourist streams, tax payments, threats of economic safety of the enterprise, indicators of financial potential.

Постановка проблемы. Финансово-экономические кризисы оказывают негативное воздействие на финансовый потенциал предприятий, сокращаются инвестиции в процессные инновации, стареет и изнашивается основная капитал. Перед предприятием возникает актуальная задача внутренней самооценки и прогнозирования своего финансового состояния с точки зрения выполнения свойственных им производственных функций, принятие мер защиты этих функций, то есть обеспечение экономической безопасности производства от различных негативных воздействий внешнего и внутреннего происхождения, создание системы мониторинга индикаторов безопасности, обоснование и установление их пороговых значений, принятие мер противодействия угрозам.

Анализ литературы. Финансовый потенциал и проблемы экономической безопасности предприятий рекреационного комплекса исследованы в научных работах Л. В. Давыдова, О. О. Бережной, В. Г. Быкова А. И. Тарянина, С. В. Климчук, Ю. М. Раснянского, Н. Н. Соколовой, Р. А. Фатхутдинова и др.

Так, А. И. Тарянин акцентировал внимание о необходимости развития рекреационного комплекса, что приводит к образованию региональных экономических выгод, интенсифицируя развитие смежных отраслей экономики. Л. В. Давыдова и Н. Н. Соколова определяют финансовый потенциал, как максимально возможный объем финансовых ресурсов, который рационально сформирован и эффективно используется для получения доходов и обеспечения его успешного развития.

В свою очередь В. Г. Быкова и Ю. М. Раснянский акцентируют внимание на умении предприятия максимально эффективно использовать собственный финансовый потенциал, который обуславливает его жизнедеятельность и конкурентоспособность. Р. А. Фатхутдинов определяет применение маркетинговых подходов при спаде в технологическом развитии предприятий и ухудшении финансовых результатов деятельности. О. О. Бережна определяет меха-

низмы инвестиционной деятельности предприятий рекреационного комплекса. С. В. Климчук определяет, что тенденция расширенного воспроизводства финансовых ресурсов обеспечивается постоянным притоком финансовых ресурсов и положительной динамикой уровня рентабельности, прибыль является внутренним источником финансирования капитала предприятий, при активном её использовании обуславливается поиск внешних источников финансирования.

Цель исследования – анализ управления финансовым потенциалом экономической безопасности предприятий санаторно-курортного комплекса.

Изложение основного материала. Экономические исследования в научной сфере финансового потенциала в основном связаны с оценкой эффективной работой предприятий с определением их финансового состояния и конкурентоспособности. Развитие хозяйственного субъекта является обязательным требованием его экономической безопасности, поскольку одно лишь поддержание достигнутого уровня не гарантирует предприятию сохранения его конкурентоспособности.

В условиях рыночных отношений принципиально меняется сущность финансового менеджмента санаторно-курортных учреждений как самостоятельно функционирующих хозяйственных субъектов. Финансовый потенциал санаторно-курортных учреждений должен оказывать существенное влияние на развитие всей финансовой системы АРК.

Рекреационные предприятия АРК максимального развертывания в месяц имеют свыше 120 тысяч мест и 63 тысячи мест функционируют круглосуточно. Вместе с тем финансовый потенциал предприятий санаторно-курортного комплекса используется не в полной мере.

В табл. 1 представлена динамика санаторно-курортных и оздоровительных заведений АРК. Анализ табл. 1 показал, что среднегодовой коэффициент наполняемости предприятий за 2008 год составил 63,2%, а за 2009 год – 58,2%.

Таблица 1.

Динамика санаторно-курортных и оздоровительных заведений АРК.

Период	Санатории и пансионаты с лечением		Санатории-профилактории		Дома и пансионаты отдыха		Базы и другие заведения отдыха		Детские оздоровительные лагеря	
	всего	мест, тыс.	всего	мест, тыс.	всего	мест, тыс.	всего	мест, тыс.	всего	мест, тыс.
1995	139	60,2	12	0,7	115	37,3	203	31,9	302	26,9
1996	135	57,6	10	0,6	119	38,6	187	29,7	301	25,6
1997	133	59,4	10	0,3	122	36,2	203	31,4	290	27,3
1998	137	60,7	9	0,4	125	35,6	252	30,2	336	28,5
1999	140	59,9	9	0,5	125	34,6	255	28,9	391	27,2
2000	146	57,0	10	1,1	107	27,6	256	31,1	257	26,2
2001	147	57,5	8	0,5	110	28,2	268	35,9	278	26,1

2002	145	56,6	6	0,3	121	28,5	268	38,7	319	28,8
2003	145	55,8	6	0,3	119	27,3	279	39,9	409	30,7
2004	141	55,6	6	0,3	129	29,6	291	42,3	497	32,9
2005	142	54,5	5	0,3	136	29,3	286	43,1	613	33,9
2006	141	53,8	5	0,4	131	28,9	288	43,2	640	33,4
2007	140	55,0	5	0,3	131	30,0	280	36,8	638	33,3
2008	141	54,1	4	0,3	130	29,9	278	36,8	665	32,3
2009	142	55,5	3	0,3	131	28,0	278	35,8	570	30,7

*Источник: <http://www.sf.ukrstat.gov.ua/ukgturizm.htm>.

Основной причиной недостаточно эффективной эксплуатации природных и материальных ресурсов курортной и туристической сферы является короткий период курортного сезона и неприспособляемость части здравниц к круглогодичной эксплуатации. Из анализа табл. 2 видно, что средняя продолжительность пребывания

одного отдыхающего в здравницах АРК в 2009 году составила 12,0 дней. Причем максимальное количество дней пребывания отдыхающих в г. Саки – 18,0 дней, что связано с лечебным профилем курорта и в г. Евпатории – 18,0 дней, наименьшее в г. Керчи (7,0 дней) и в Раздольненском районе (8,0 дней).

Таблица 2.

Динамика туристических потоков АРК.

Период	Количество туристов, обслуживаемых субъектами туристической деятельности Украины – всего	Из общего количества туристов			Количество экскурсантов
		Иностранцы туристы	Туристы-граждане Украины, которые выезжают за границу	Внутренние туристы	
2000	374631	128145	4056	242430	686657
2001	420391	152144	1833	266414	826290
2002	482182	161363	1755	319064	834895
2003	570235	200590	2064	367581	1379336
2004	334856	110702	2486	221668	294619
2005	359609	113387	4110	242112	436209
2006	335322	94967	6561	233794	575166
2007	392709	128009	8753	255947	662946
2008	351235	114108	9464	227663	556385
2009	254203	84801	7162	162240	509355

*Источник: <http://www.sf.ukrstat.gov.ua/ukgturizm.htm>.

Санаторно-курортный комплекс Крыма рассматривается как совокупность связанных между собой отраслей и предприятий хозяйственного комплекса, деятельность которого направлена на удовлетворение потребностей в санаторно-курортных услугах, в санаторно-курортном лечении и реабилитации, оздоровлении и отдыхе граждан Украины, ближнего и дальнего зарубежья и является основой создания конкурентоспособного санаторно-курортного и туристического продукта на основе эффективного и рационального использования природных, социально-культурных и производственно-экономических ресурсов региона.

Санаторно-курортный комплекс Крыма – это сложный объект, который может рассматриваться в рамках различных подходов:

- функционального (курортное дело, санаторно-курортное лечение, оздоровление, медицинская реабилитация и профилактика заболеваний, различные виды туристической деятельности);
- структурного (санаторно-курортные учреж-

дения, система управления рекреационным процессом, природно-ресурсный потенциал, туристический продукт, объекты инфраструктуры);

- отраслевого (по видам производственно-экономической деятельности);
- по направлениям принимаемых управленческих решений (нормативно-правовых, организационно-технологических, научно-методических, финансово-экономических, информационно-рекламных).

Санаторно-курортный комплекс тесно связан с развитием не только рекреационных предприятий, но и с предприятиями сферы услуг, отраслей хозяйственного комплекса, транспорта, связи, торговли и т. д.

Развитие рекреационного комплекса приводит к образованию региональных экономических выгод, интенсифицируя развитие смежных отраслей экономики [1]. Это определяет необходимость исследования финансового потенциала данных предприятий в системе экономической безопасности (табл. 3).

Таблица 3.

Средний объем реализации услуг на 1 отдыхающего по курортным регионам (грн.).

№	Регион	Средний объем реализации услуг на 1 отдыхающего, грн.		Абсолютное изменение (+,-)	Темп роста, %
		2009 г.	2008 г.		
1	г. Алушта	2416	1949	467	124,0
2	Бахчисарайский р-н	2375	1770	605	134,2
3	г. Евпатория	2804	2116	688	132,5
4	г. Керчь	579	675	-96	85,8
5	Ленинский район	1262	1162	100	108,6
6	Раздольненский р-н	1005	852	153	118,0
7	г. Саки	4534	3541	993	128,0
8	Сакский район	1870	1081	789	173,0
9	Симферопольский р-н	2057	1744	313	117,9
10	г. Судак	2837	1785	1052	158,9
11	г. Феодосия	1666	1366	300	122,0
12	Черноморский р-н	1685	888	797	189,8
13	г. Ялта	3163	2531	632	125,0
	Итого по АРК	2772	2143	629	129,4

*Источник: <http://www.sf.ukrstat.gov.ua/ukgturizm.htm>.

Согласно данным табл. 3, за последние 2–3 года финансовое состояние предприятий рекреационного комплекса ухудшается, об этом свидетельствует увеличение количества убыточных здравниц до 13 в 2009 году, если в 2008 их насчитывалось 9. Наибольшую опасность для предприятий представляет разрушение его потенциала и в частности финансового, как главного фактора жизнедеятельности предприятия [2; 3, с. 50; 4, с. 115]. При этом условия хозяйствования таковы, что не обеспечивается способность потенциала к воспроизводству. Ресурсы для этого предприятия могут приобретаться только исходя из полученных результатов своей деятельности, а также за счет заёмных средств.

Можно сказать, что причиной депрессивного развития предприятий санаторно-курортного комплекса является инерция сложившейся структуры производства, его технологической отсталости, отсутствия приоритетов государственной научно-промышленной политики, определение которых позволило бы провести необходимую реструктуризацию мощностей в условиях неэффективного управления финансового потенциала. Такое их положение представляет определенную опасность, как для экономики, так и социальной стабильности как в регионе, обществе в целом, так и для финансового потенциала каждого предприятия данной сферы [5]. Об этом свидетельствует и тот факт, что за последнее время сокращаются платежи в бюджет.

По данным государственной налоговой администрации в АРК, в 2009 г. налоговые платежи в бюджеты всех уровней составили 4297,6 млн. грн. (январь–декабрь 2008 г. – 4275,6 млн. грн.), что на 28,0 млн. грн. меньше, чем за аналогичный период в 2008 г. В том числе от ку-

рортных регионов сбор платежей составил 2293,1 млн. грн., что на 237, 6 млн. грн. больше чем за январь–декабрь 2008 г., темп роста составил 111,6%. Платежи в бюджет от курортных регионов за январь–декабрь 2000 г. составляют 54,0% всех поступлений по Крыму (в 2008 г. – 48,1%). Ни одно предприятие не может ощутить себя в экономической безопасности, если не осуществляется своевременное погашение налоговых платежей в бюджет при спаде в технологическом развитии и ухудшении финансовых результатов деятельности [6, с.121; 7].

Выводы. Финансовая составляющая экономической безопасности предприятий, характеризующая его финансовую устойчивость, является необходимым условием экономической безопасности с позиции финансового потенциала. Она представляет собой деловую активность, рентабельность, т. е. положительный результат финансово-хозяйственной деятельности. Именно наличие прибыли характеризует успешность и эффективность работы предприятия [8]. Рентабельная работа служит базой для достижения финансовой устойчивости предприятия в режиме расширенного производства.

ЛИТЕРАТУРА

1. Тарянин А. И. К вопросу о развитии санитарно-курортного комплекса Крыма / А. И. Тарянин // Вопросы физиотерапии и курортологии. – 2005. – № 1. – С. 109–111.
2. Давыдова Л. В. Финансовая стратегия и подходы к определению потенциала предприятия / Л. В. Давыдова, Н. Н. Соколова // Финансы предприятий. – 2005. – № 36(204). – С. 46–49.
3. Давыдова Л. В. Финансовый баланс территории и его использование / Л. В. Давыдова. – М. : Академия бюджета и казначейства, 2003. – 64 с.

4. Соколова О. В. Финансы, деньги, кредит / О. В. Соколова. – М. : Знание, 2000. – 201 с.
5. Быкова В. Г. Финансовый потенциал предприятий загалнодержавного значення – оцінка й управління / В. Г. Быкова, Ю. М. Раснянский // Финансы України. – 2005. – № 6. – С. 56–61.
6. Фатхутдинов Р. А. Стратегия маркетинга / Р. А. Фатхутдинов. – Спб. : Питер, 2002. – 301 с.
7. Бережна О. О. Шляхи інвестування діяльності та залучення природно-ресурсного потенціалу рекреаційно-оздоровчих комплексів / О.О. Бережна // Економіка та держава. – 2007. – № 7. – С. 34–36.
8. Климчук С. В. Оценка эффективности использования денежных потоков / С. В. Климчук // Научные труды МАДИ (ГТУ) РГАУ-МСХА, ЛНАУ. – 2007. – Т. 1. – С. 3–10.

УДК 336.8

Куніцин С. В.

ОЦІНКА ТУРИСТИЧНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ ТЕРИТОРІЙ ТА ОБ'ЄКТІВ ПРИРОДНО-РЕКРЕАЦІЙНОЇ СФЕРИ

У статті розглядаються проблеми оцінки туристичної привабливості території та об'єктів природно-рекреаційної сфери. Запропонована мережна структурна модель для оцінювання туристичної привабливості території, яка може бути використана при визначенні закономірностей взаємодії складових регіонального туристичного комплексу та удосконаленні процесу розробки відповідних стратегій розвитку, планів і прогнозів.

Ключові слова: природно-рекреаційна сфера, привабливість, оцінка, мережна модель.

В статье рассматриваются проблемы оценки туристической привлекательности территории и объектов природно-рекреационной сферы. Предложена сетевая структурная модель для оценивания туристической привлекательности территории, которая может быть использована при определении закономерностей взаимодействия составных регионального туристического комплекса и усовершенствовании процесса разработки соответствующих стратегий развития, планов и прогнозов.

Ключевые слова: природно-рекреационная сфера, привлекательность, оценка, сетевая модель.

The problems of estimation of tourist attractiveness of territory and objects of natural recreational sphere are examined in this article. A network structural model is offered for the evaluation of tourist attractiveness of territory which can be used for determination of conformities to the law of co-operation component regional tourist complex and improvement of development of the proper strategies of development, plans and prognoses process.

Key words: natural recreational sphere, attractiveness, estimation, network model.

Постановка проблеми. Дивовижне розмаїття розташованих на території України рідкісних і неповторних кліматичних, ландшафтних, водних, бальнеологічних, історично-красознавчих, культурних та інших рекреаційних ресурсів і можливостей для якісного відпочинку обумовлює існування потужного потенціалу розвитку вітчизняної туристичної галузі. В переважній більшості регіонів і місцевостей нашої держави знаходяться унікальні природні та створені людиною об'єкти, надзвичайна привабливість яких для відвідування й користування громадянами України та іноземними туристами сприяє формуванню виняткових переваг даних територій над зарубіжними курортами та пам'ятками історії й культури. Важливою вимогою для забезпечення продуктивного використання зазначених широких можливостей для активізації обслуговування мандрівників і розширення пропозиції якісних туристичних продуктів є необхідність всебічного удосконалення інфраструктури, модернізації матеріально-технічної бази, удоско-

налення організаційно-економічного забезпечення туризму.

Проте в сучасних умовах поглиблення світової фінансової кризи резерви акумулювання необхідних фінансово-інвестиційних, кадрових, інфраструктурних та інших ресурсів в регіонах України залишаються обмеженими, що обумовлює необхідність заострення уваги на розвитку найбільш привабливих та потенційно вигідних туристичних об'єктів.

Аналіз літератури. Теоретичні та методичні аспекти оцінки туристичної привабливості територій (ТПТ) розглядалися у роботах багатьох вітчизняних та зарубіжних науковців, таких як Алейнікова Г. [1, 3], Бобков О. [2], Маркова І. [2], Данильчук В. [3], Бовсуновська А. [3], Голубнича С. [3], Зорін І. [4], Каверіна Т. [4], Ігнат'єв А. [5], Кім Л. [7], Коваленко О. [8], Котлер Ф. [9], Боуен Дж. [9], Майкенз Дж. [9], Кравців В. [10], Гринів Л. [10], Копач М. [10], Кузик С. [10], Музиченко-Козловська О. [11], Правик Ю. [13], Степанова С. [14] та ін.

Проте увага дослідників звичайно зосереджується на розгляді окремих складових формування регіонального комплексу рекреації та відпочинку, в той час як питання комплексного оцінювання туристичної привабливості території, обґрунтування пріоритетів розвитку туризму залишаються недостатньо вивченими і не набули належного науково-методичного підґрунтя для ефективного вирішення.

Метою дослідження є теоретичне обґрунтування та розробка методичних підходів щодо оцінки туристичної привабливості територій та об'єктів природно-рекреаційної сфери.

Виклад основного матеріалу. Туристична привабливість територій звичайно вважається однією з найважливіших передумов розвитку регіонального комплексу надання послуг з відпочинку, проведення дозвілля, оздоровлення та рекреації. Проте навіть при встановленні економічної сутності даного поняття, а також при визначенні складових формування ТПТ серед дослідників відсутньою є погодженість думок.

Так, Музиченко-Козловська О. [11] вважає, що туристична привабливість є визначальною характеристикою наявного стану потенціалу туристичних ресурсів території, матеріально-технічної бази туризму, інформаційного забезпечення (належного до потреб туристів), що в комплексі мають сприяти досягненню максимального соціально-економічного ефекту від функціонування туристичної індустрії. С. Степанова [14], навпаки, пропонує зосередити увагу на суто економічних аспектах розвитку туризму в межах регіону, пов'язаних насамперед із фінансово-інвестиційним забезпеченням реалізації потенціалу туристичної привабливості території.

Ігнат'єв А. [5] віддає пріоритет впливу природних (кліматичні умови, ландшафт та ін.), соціокультурних (об'єкти, що виконують функцію «центрального місця») та інфраструктурних факторів, унікальність яких обумовлює виникнення відмінностей у туристичному потенціалі регіонів.

Кім Л. [7] звертає також увагу на необхідність обов'язкового урахування впливу транспортного фактору, використання якого певною мірою здатне компенсувати негативний вплив просторових відстаней між регіонами, що виступають реципієнтами, та місцевостями постійного проживання туристів.

Алейнікова Г. [1, с. 99] відзначає також необхідність урахування впливу сезонних коливань попиту на можливості надання послуг з оздоровлення і відпочинку в межах окремого регіону, що певною мірою визначається наявністю відповідної інфраструктури, культових і релігійних об'єктів, історичних пам'яток і т. ін.

Правик Ю. [13, с. 8] пропонує розширити склад факторів формування туристичної при-

вабливості за рахунок виокремлення продуктової складової (наявні та потенційні параметри послуг, що надаються; можливості для розвитку різних видів туризму та ін.).

Зорін І., Каверіна Т. [4] підкреслюють також значення соціальних параметрів людської спільноти (демографічні, економічні, соціальні, культурні та інші характеристики), представники якої приймають туристів, для формування ТПТ.

Наявність суттєвих розбіжностей серед науковців при визначенні сутності, виокремленні складових та встановленні закономірностей формування туристичної привабливості території цілком природно обумовлює розмаїття та недостатню узгодженість існуючих методичних підходів до оцінки стану цього явища (табл. 1).

Вивчення та узагальнення методик й інструментарію, який використовується для вирішення цього складного практичного завдання, дозволило автору відзначити наступні специфічні особливості, що притаманні методичному забезпеченню такого процесу.

По-перше, в переважній більшості випадків складові формування ТПТ розглядаються відособлено, у відриві від об'єктивно існуючих зв'язків та залежностей. Внаслідок поширення такої позиції оцінки впливу різних на туристичну привабливість території не враховують параметри релевантності, інтенсивності, періодичності такого роду впливу.

По-друге, недостатня увага приділяється особливостям формування ТПТ, пов'язаним із диференціацією просторових та адміністративних характеристик різних регіонів, що певною мірою відбиваються на особливостях обслуговування туристичних потоків. Так само, в багаті більшій мірі слід враховувати також потенційні можливості впливу національних і соціокультурних відмінностей, що можуть існувати між туристами з різних країн, а також між мандрівниками та аборигенами і т. і., на якість задоволення потреб у відпочинку, проведенні дозвілля і рекреації.

По-третє, глобалізація системи світогосподарських зв'язків, у тому числі й насамперед – в туристичній сфері, обумовлює неухильність зростання гостроти глобальної конкуренції, прояви якої вже помітно змінюють співвідношення попиту і пропозиції на туристичні продукти навіть на локальних ринках (або на окремих сегментах цих ринків). За такі умови доцільним здається перенесення акценту в ході оцінювання на вивчення широкого кола передумов утворення унікальних конкурентних переваг, неповторності яких має виступати запорукою сталості ринкових позицій території у суперництві за обслуговування туристичних потоків.

Таблиця 1.

Характеристика методичного забезпечення оцінки туристичної привабливості (ТП) території та об'єктів природно-рекреаційної сфери.

Методичний підхід	Складові оцінки туристичної привабливості	Характеристика підходу	Інструменти оцінювання	Характеристика підходу	
				переваги	недоліки
Travel & Tourism Competitiveness Index [15, с. 12–13]	Політичні правила і законодавство Екологічний стійкий розвиток Безпека і комфорт Здоров'я і гігієна Пріоритетність галузі туризму Повітряна транспортна інфраструктура Наземна транспортна інфраструктура Інфраструктура туризму Інфраструктура комунікацій Цінова конкурентоспроможність Людські ресурси Наявність споріднених галузей Природні ресурси Культурні ресурси	Вивчення стану трьох груп факторів, що визначають конкурентоспроможність об'єктів туристичної індустрії, туристичних продуктів, послуги з користування якими надаються в межах регіону або країни, та розрахунок (з подальшим узагальненням у вигляді інтегрального рейтингового показника) відповідних індексів: структурного; інфраструктурного, ресурсного	Індексний метод, рейтингове оцінювання	Широта охоплення предметної сфери дослідження, простота порівняння оцінок за різними об'єктами; наочність подання результатів	Необхідність акумулювання великих обсягів інформації; необхідність додаткового контролю достовірності вихідної інформації
Аудит інфраструктури, пам'яток, людей [9, с. 199–202]	Житло, дороги та транспорт Водо- та енергопостачання Якість навколишнього середовища Громадська безпека Розміщення та громадське харчування Обслуговування відвідувачів Природні красоти та об'єкти Історія та знамениті особистості Відпочинок та розваги, свята і події Культура, музеї, інші пам'ятки Дружелюбність населення Кваліфікація населення Громадянська активність Потенціал поліпшення	Комплексний аналіз умов і стану території з поглибленим вивченням таких аспектів формування ТП: можливості поліпшення середовища, інфраструктура, соціальна сфера, пам'ятки культури та історичної спадщини. Побудова морфологічної таблиці оцінок, позиціонування в площині якої характеристик території дозволяє розробити рекомендації щодо поліпшення туристичної привабливості	Матричний аналіз, експертне оцінювання, побудова профілю оцінки	Широта охоплення предметної сфери, підвищена увага до вивчення соціокультурних складових ТП. Орієнтація на розробку заходів щодо підвищення привабливості.	Недостатній рівень формалізації оцінок, нечіткість визначення використовуваних показників. Велика ймовірність неоднозначних трактувань отриманих результатів.
Критеріальна оцінка доцільності утворення туристсько-рекреаційних зон (ТРЗ) [12, с. 12]	Інженерна, транспортна інфраструктура Соціальна інфраструктура Туристсько-курортна інфраструктура Витрати на розвиток інфраструктури Кількість робочих місць Прогноз туристичних потоків Екологічний стан території Туристсько-рекреаційна спеціалізація Передбачувані доходи бюджету	Категоризація територій або об'єктів на основі перевірки ступеня відповідності показників їхнього стану нормативним вимогам та параметрам, що визначають доцільність утворення туристсько-рекреаційних зон	Експертне оцінювання	Можливість прямого узгодження результатів оцінки ТП та розробки заходів щодо розвитку туризму	Надмірна орієнтація на забезпечення інтересів держави, відсутність уваги до соціо-культурних аспектів формування ТП

Комплексна оцінка привабливості розвитку туристичної діяльності на промисловій території [3]	Екологічна забезпеченість Організаційна забезпеченість Економічна забезпеченість Державно-правова забезпеченість Соціально-культурна забезпеченість Використання ресурсного потенціалу Напрямки розвитку туризму Інші характеристики	Система математичних моделей, які дають якісну та кількісну оцінку, дозволяють упорядкувати характеристики території; встановити шляхи оптимізації співвідношення параметрів використання об'єкту або території для рекреаційних цілей	Економіко-математичне моделювання, експертне оцінювання	Можливість гнучкого відбору показників, орієнтація на оптимізацію стану території	Необхідність додаткових процедур уточнення складу факторів і показників оцінювання
Методика експертної оцінки ТП методом аналізу ієрархій [2, с. 92–93]	Види доступних природних об'єктів Економічна привабливість Естетична привабливість Рекреаційна привабливість Транспортна доступність Туристська інфраструктура Природно-екологічні умови Соціально-економічні умови	Формування ієрархії оцінок, вершиною якої є оцінка ТП, та попарне порівняння елементів цієї ієрархії, що проводиться експертом за шкалою інтенсивності дії з формуванням зворотно симетричної матриці інтенсивності прояву елементів	Експертне оцінювання, метод аналізу ієрархій	Високий рівень формалізації оцінок, можливість виявлення характеру зв'язків факторів	Обмеженість обсягів вихідної інформації, необхідність додаткової перевірки суджень експертів
Маркетинговий аналіз конкурентного середовища на туристичному ринку [13]	Туристично-рекреаційні ресурси Сфера гостинності Природні, соціально-економічні умови Територіальна організація ринку Параметри туристичного продукту Міжнародна інтегрованість ринку	Комплексний аналіз умов і стану території з поглибленим вивченням впливу конкурентних факторів на формування попиту і сегментацію туристичного ринку	Експертне оцінювання	Орієнтація на вивчення передумов інтеграції території до світового ринку	Недостатня формалізація оцінок, нечіткість визначення показників
Комплексний підхід до економічного оцінювання туристичної привабливості [11, с. 218–227]	Природні рекреаційні ресурси Антропогенні туристичні ресурси Засоби розміщення туристів Інвестиції в основний капітал галузі Середній рівень цін на послуги Доходи на душу населення Кількість економічно активного населення Кількість суб'єктів підприємництва Щільність автомобільних доріг Коефіцієнт злочинності Щільність шкідливих викидів Витрати на охорону природи Капітальні витрати на охорону природи	Структуризація та визначення стану чинників формування ТП з використанням результуючого показника як сукупності значень складових ТП, що характеризують рівні впливу: географічне розташування; матеріально-технічна база туризму; маркетингова політика; навколишнє середовище; загальний імідж регіону. Моделювання альтернатив підвищення результуючого показника	Експертне оцінювання, кластерний аналіз, індексний метод	Визначення структурно-логічних зв'язків між факторами. Широка охоплення предметної сфери. Посилена увага до екологічних параметрів формування ТП.	Відсутність об'єктивного підґрунтя для вибору еталонних значень показників. Необхідність додаткового контролю достовірності вихідної інформації

Комплексний аналіз можливостей підвищення туристичної привабливості території [6]	Географічне розташування і клімат Архітектурні і культурні пам'ятки Видатні природні об'єкти Оздоровчі ресурси Активна бізнес-діяльність Місця для активного відпочинку, спорту Діяльність туристичних фірм Безпека і комфорт	Використання кількісних і якісних методів соціологічного дослідження проблем розвитку туризму в регіонах з широким охопленням експертів (туроператори, туристичні фірми, представники туристичної інфраструктури)	Експертне оцінювання і ранжування, статистичний аналіз, глибокі інтерв'ю, семінари	Наявність тісного прямого і зворотного зв'язку, гнучкість оцінювання, проблемна орієнтація	Недостатній рівень формалізації оцінок, необхідність додаткового контролю інформації
Оцінка туристично-рекреаційного потенціалу території [10, с. 48–72]	Рекреаційна місткість Природні умови Комфортність проживання Населення Економічні параметри Археологічні об'єкти Пам'ятники, пам'ятні місця Архітектурні пам'ятки Художні промисли	Комплекс методик оцінювання рекреаційного потенціалу в контексті перспектив соціально-економічного розвитку регіону, економічної оцінки природних курортних ресурсів, встановлення рекреаційної місткості території, оцінки історико-культурних туристичних ресурсів	Експертне оцінювання, статистичний та економічний аналіз	Зосередження уваги на найважливіших аспектах формування ТП, простота порівняння оцінок за різними об'єктами	Відсутність інтегрального підходу; неможливість чіткого визначення пропозицій з поліпшення стану ТП

По-четверте, до складу визначальних сучасних тенденцій цивілізаційного розвитку належить також поступове розширення використання інформаційних технологій зокрема і утворення інформаційного суспільства (постіндустріального укладу) у цілому, наслідком чого стає, з одного боку, підвищення мобільності населення, а з іншого – збільшення кількості доступних широким колам споживачів альтернатив проведення дозвілля. З огляду на об'єктивний характер прояву таких тенденцій, слід відзначити, що на оцінки туристичної привабливості територій в майбутньому все в більшій мірі будуть впливати коливання ринкової кон'юнктури, джерелом виникнення яких стане не тільки фактор природної сезонності, але й зміни моди, перетворення смакових уподобань, демонстрація прихильності споживачів певному образу життя і т. ін., що має обов'язково знайти відображення у методиці оцінки ТПТ.

По-п'яте, зростання антропогенного деструктивного навантаження на навколишнє середовище в умовах обмеженості доступних природних і рекреаційних ресурсів обумовлює неухильність підвищення дефіцитності і вартості таких ресурсів. Обов'язковою вимогою для збереження і підвищення ефективності використання ресурсної бази розвитку регіонального туризму за такі обставини є забезпечення розширеного відтворення та навіть часткового обмеження доступу туристів до вільного користування певними об'єктами відпочинку, рекреації та оздоровлення. Отже, оцінка природно-ресурсного потенціалу території обов'язково має враховувати не тільки можливості залучення такого роду ресурсів до обслуговування туристичного потоку, але й свідомі обмеження для такого варіанту використання цього потенціалу. Крім того, у багатьох випадках дотримання вимог щодо збереження та розширеного відтворення рекреаційно-оздоровчих ресурсів буде перешкоджати задоволенню потреб розвитку інших галузей і секторів регіональної економіки (у т. ч. – навіть тих, що забезпечують стале функціонування туристичної індустрії). Тому при проведенні оцінки ТПТ вкрай необхідним є урахування наявності складних міжгалузевих зв'язків, регулювання яких потребує розробки і реалізації низки відповідних регіональних програмних документів стратегічного характеру.

По-шосте, в розглянутих методиках оцінювання туристичної привабливості території в недостатній мірі презентовані показники, спостереження за якими дозволяє контролювати динаміку змін, що відбуваються у цій сфері, здійснювати моніторинг таких процесів, своєчасно здійснювати підготовку заходів щодо адап-

тації регіонального туристичного комплексу до змін зовнішніх умов функціонування галузі. Тому важливою складовою оцінювання ТПТ, що вимагає на розробку і широке застосування, автор вважає визначення гнучкості потенціалу такого комплексу.

По-сьоме, обслуговування туристичних потоків здійснюється на засадах поєднання зусиль (у т. ч. – через активізацію інтеграційних процесів) різних суб'єктів господарювання. Конкурентними перевагами інтегрованих туристичних комплексів слід вважати насамперед розширення ресурсної бази функціонування та розвитку, отримання доступу до великої клієнтської бази, можливість підготовки і пропозиції складних туристичних продуктів і т. ін. З іншого боку, негативними наслідками концентрації ринкової влади в межах діяльності такого роду об'єднань можуть стати як застосування державою заходів антимонопольного характеру, так і накопичення фінансових, організаційно-управлінських, адміністративних та інших проблем, пов'язаних із труднощами управління великими бізнесовими структурами. Оцінка такого роду перспектив і ризиків обов'язково має знайти відображення в ході дослідження туристичної привабливості території, в межах якої діють інтеграційні структури.

Для урахування зазначених специфічних особливостей сучасного етапу розвитку світового і регіональних туристичних ринків, а також для удосконалення методичних підходів до оцінювання ТПТ пропонується використання відповідної мережної структурної моделі даної предметної області (рис. 1).

В рамках мережної моделі залежно від характеру впливу на туристичну привабливість території виділено дві групи факторів: прямого (інформаційне забезпечення туризму; близькість до джерел формування туристичних потоків; природно-кліматичні умови; безпека і комфорт; економічна привабливість туристичного продукту; матеріально-технічна база туризму) і непрямого впливу (решта інших факторів).

Представлений підхід до структуризації предметної сфери оцінювання туристичної привабливості території може бути використаний для вирішення питань як теоретичного (визначення закономірностей взаємодії складових регіонального туристичного комплексу і т. ін.) та практичного (узагальнити і взяти до уваги складні зв'язки, що існують між факторами ТПТ; врахувати зазначені вище особливості, притаманні процесу оцінювання; удосконалити процес розробки відповідних стратегій розвитку, планів і прогнозів та ін.) характеру.

Таким чином, оцінка туристичної привабливості території буде складатися з трьох етапів: вивчення та узагальнення показників стану факторів непрямого впливу (у т. ч. – присвоєння вагових коефіцієнтів); подальше дослідження стану факторів, що прямо визначають рівень ТПТ; розрахунок інтегральних показників оцінки. Для узагальнення результатів проведеного дослідження в межах визначення інтегральних показників пропонується використання підходу, заснованого на використанні таксонометричного коефіцієнту розвитку багатомірних об'єктів або застосування радарного методу. Впровадження такого підходу дозволить не тільки достовірно визначити наявні тренди і тенденції розвитку туристичної привабливості території та провести порівняльний аналіз, але й сформулювати пропозиції щодо удосконалення стану окремих складових і факторів, від яких залежить сталість конкурентних позицій регіону у суперництві на глобальному і національному туристичних ринках.

Висновки. Наявні підходи до розробки методичного забезпечення процесу оцінки туристичної привабливості території визначаються значною кількістю розбіжностей, зокрема – при встановленні сутності, виокремленні складових та обґрунтуванні закономірностей формування ТПТ. Для урахування виділених автором специфічних особливостей сучасного етапу розвитку світового і регіональних туристичних ринків, а також для удосконалення методичних підходів до оцінювання ТПТ запропоновано використання мережної структурної моделі даної предметної області, в рамках якої залежно від характеру впливу на туристичну привабливість території виділено дві групи факторів: прямого і непрямого впливу. Представлений підхід до структуризації предметної сфери оцінювання туристичної привабливості території може бути використаний для вирішення теоретичних (визначення закономірностей взаємодії складових регіонального туристичного комплексу і т. і.) та практичних (узагальнити і взяти до уваги складні зв'язки, що існують між факторами ТПТ; врахувати зазначені вище особливості, притаманні процесу оцінювання; удосконалити процес розробки відповідних стратегій розвитку, планів і прогнозів та ін.) завдань. На додаткове дослідження та подальше методичне опрацювання заслуговують питання деталізації системи показників оцінки туристичної привабливості території, а також розробка методичних підходів щодо узагальнення цих показників.

ЛІТЕРАТУРА

- Алейникова Г. М. Системы технологий: общие положения, технология туристической деятельности / Г. М. Алейникова. – Донецк : Донец. ин-т турист. бизнеса, 2005. – 174 с.
- Бобков А. В. Оценка туристской привлекательности природных объектов методом анализа иерархий (программа для ЭВМ) / А. В. Бобков, И. С. Маркова // Успехи современного естествознания. – 2010. – № 2. – С. 92–93.
- Методология оценки рекреационных территорий: монография / [В. Ф. Данильчук, Г. М. Алейникова, А. Я. Бовсуновская, С. Н. Голубничая]. – Донецк : Донецкий ин-т турист. бизнеса, 2003. – 193 с.
- Зорин И. В. Менеджмент туризма. Туризм как вид деятельности / И. В. Зорин, Т. П. Каверина. – М. : Финансы и статистика, 2005. – 299 с.
- Игнатъев А. В. Российский туризм в эпоху глобализации: стратегия, конкурентоспособность, перспективы : монография / А. В. Игнатъев. – М. : Издательство «Палеотип», 2007. – 280 с.
- Итоговый аналитический отчет по результатам комплексного исследования по теме «Повышение туристической привлекательности регионов как стратегический фактор развития. Возможности кризиса: проблемы и методология их решения» [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://ns1.you2you.ru>.
- Ким Л. В. Оценка рекреационных зон Приморского края / Л. В. Ким // Известия Иркутской государственной экономической академии. – 2007. – № 4. – С. 51–55.
- Коваленко О. Методичний підхід до економічної оцінки ресурсів природно-заповідних територій регіону / О. Ю. Коваленко // Наукові праці. Серія «Економічні науки». – Миколаїв, 2008. – Том 99. Випуск 86. – С. 130–139.
- Котлер Ф. Маркетинг. Гостеприимство и туризм. / Ф. Котлер, Дж. Боуэн, Дж. Майкенз ; [пер. с англ. ; под ред. Р. Б. Ноздревой]. – М. : ЮНИТИ, 1998. – 787 с.
- Науково-методичні засади реформування рекреаційної сфери : наукове видання / [В. С. Кравців, Л. С. Гринів, М. В. Копач, С. П. Кузик]. – Львів : НАН України, ІРД НАН України. – 1999. – 78 с.
- Музиченко-Козловська О. В. Методика оцінки рівня туристичної привабливості регіону / О. В. Музиченко-Козловська // Регіональна економіка, 2006. – № 1. – С. 218–227.
- Постановление Правительства РФ «Об утверждении положения о проведении конкурса по отбору заявок на создание особых экономических зон» от 13 сентября 2005 г. № 563 // Российская газета – Федеральный выпуск. – 2005. – № 3878, 20 сентября. – С. 12.
- Правик Ю. М. Маркетинг туризму / Ю. М. Правик. – К. : Знання, 2008. – 303 с.
- Степанова С. Туристско-рекреационные территории: направления исследований, методы оценки привлекательности, принципы рейтингования / С. А. Степанова // Вестник ИНЖЭКОНа. Серия Экономика. – 2010. – Вып. 1(36). – С. 66–69.
- Blanke J. The Travel & Tourism Competitiveness Report / J. Blanke, T. Chiesa. – Geneva : World Economic Forum, 2009. – 525 p.

РОЛЬ КОРПОРАТИВНОГО УРОВНЯ УПРАВЛЕНИЯ В ДОСТИЖЕНИИ ЭФФЕКТИВНОСТИ

У статті розглядається роль корпоративного рівня управління в досягненні ефективності роботи; приділяється увага чинникам, що впливають на її досягнення; пропонуються дороги підвищення ефективності управління на корпоративному рівні.

Ключові слова: чинники, критерії, аспекти, напрями, підвищення, ефективність, корпоративний рівень, управління.

В статье рассматривается роль корпоративного уровня управления в достижении эффективности работы; уделяется внимание факторам, влияющим на её достижение; предлагаются пути повышения эффективности управления на корпоративном уровне.

Ключевые слова: факторы, критерии, аспекты, направления, повышение, эффективность, корпоративный уровень, управление.

The role of corporate level management in efficiency achievement is examined in the article; attention is paid to factors, influencing on its achievement; the ways of management efficiency increase at corporate level are offered.

Key words: factors, criteria's, aspects, directions, increase, efficiency, corporate level, management.

Постановка проблеми. Проблема ефективного управління являється актуальною для всіх країн світу. Однак для держав СНГ вона має свої особливості, обумовлені проблемами на корпоративному рівні управління. Україна не є виключенням. Річ йде про відсутність критеріїв, законодавчої бази і практики оцінки продуктивності праці на корпоративному рівні управління, відсутності аналізу відповідності витрат праці і отриманих результатів.

Крім того, не враховуються соціальна спрямованість управління, його економічна ефективність, орієнтованість на рішення як оперативних, так і стратегічних завдань, відсутність культури ефективного управління.

Аналіз робіт таких дослідників, як Алавіна Ю. Г. [1], Бондаренко І. [2], Гроув Е. [3], Звягін А. А. [4], Кларін М. В. [5], Корженко В. В. [6], Edward E. [7], Fleenor J. [8] показує, що вони стосуються різних аспектів питання досягнення ефективності управління.

Алавіна Ю. Г. [1] показує зв'язок між інформаційними технологіями і ефективністю управління. Це пов'язано з переходом суспільства до інформаційної економіки, в якій підвищується роль інформації для всіх учасників ринку. Таким чином слід вважати адміністративним, оскільки він вимагає регулярного і чіткого використання переваг інформаційних технологій в роботі менеджменту. Бондаренко І. [2] намагається знайти відповідь на питання, що таке ефективність і як її виміряти. Пропонується виділяти в управлінні дві складові частини – об'єктно-логічну

і соціально-психологічну. До першої складової частини відносяться вміння передбачити, прогнозувати, аналізувати, наказувати і т. д. До другої – здатності до мотивації, навчання, розвитку, наставлення, турботи. «Тільки гармонічне поєднання двох цих компонентів в результаті створює цінний менеджмент і відкриває шлях до ефективного управління: Ефективний менеджмент = ОЛУ+СПУ».

Пропонується підхід до оцінки ефективності управління можна назвати психологічним, оскільки він передбачає врахування особливостей поведінки об'єкта управління.

Гроув Е. [3] зв'язує ефективність праці менеджера з конкретними результатами (враховується віддача, як від роботи самого менеджера, так і підлеглих йому людей), здатністю особисто підвищити продуктивність праці організації (рычажное воздействие), вміння працювати з інформацією. Тут що об цьому пише Гроув: «Продукція менеджера = Продукція його організації + Продукція сусідніх організацій, які знаходяться під його впливом».

Таким чином слід вважати творчим, оскільки він вимагає грамотного і нестандартного поєднання знань і зусиль з боку менеджменту.

В роботі [4] пропонується розглядати управлінський процес на вибраних рекреаційних територіях з позиції послідовності управлінських етапів, які необхідно пройти, щоб досягти кінцевої ефективності. Для цього потрібно методами кластерифікації і ранжування визначитися з

экономическими, правовыми, геополитическими, природно-экологическими и иными факторами, отражающими специфику региона. Таким образом, эффективность управленческой деятельности напрямую связана с умением выявлять особенности рекреационного региона и чётким следованием этапам управленческого процесса для достижения конечной эффективности. Данный подход можно назвать административным, так как эффективность управления здесь связана с чёткостью соблюдения этапов.

Кларин М. В. [5] обращает внимание на необходимость повышения производительности труда и связывает это с улучшением процесса управления: «Отмечая недостаточный уровень производительности даже на лучших предприятиях страны, специалисты по управлению – аналитики и практики – выделяют два типа причин: 1) недоразвитость рыночной инфраструктуры и 2) недостаток управленческой культуры, навыков организации труда, отсутствие опыта коммерческой деятельности в условиях рыночной конкуренции, низкую квалификацию менеджеров. Если первый тип причин связан с макроэкономическими условиями, то с причинами второго типа нужно работать в масштабах самого предприятия. Итак, необходимо развитие менеджмента и развитие менеджеров».

Именно на последнюю группу факторов можно и нужно воздействовать с целью повышения эффективности работы менеджмента организации. Предлагается это делать посредством тренингов, которые призваны повысить прибыльность работы. В зависимости от сложности проблем, которые стоят перед организацией, выделяют 3 типа тренингов: ситуативный – направлен на совершенствование профессиональных навыков, системный – призван помочь обеспечить взаимодействие внутри организации и стратегический – ориентирован на взаимодействие с внешней средой.

Такой взгляд на процесс управления будет ситуативным, поскольку эффективность управления здесь зависит от умения организации выявлять проблемы. Наилучшим образом в этом и помогут тренинги.

В работе [6] процесс управления рассматривается как социальная деятельность. Причём делается это как с позиции субъекта, так и объекта: «Індивідуально-спільний характер виявляється в тому, що навіть коли суб'єкт одноосібно приймає рішення, він користується інформацією, яка підготовлена підлеглими, крім того, він завжди орієнтується на можливості об'єкта, яким керують (умови, здібності, здатності)». Для того чтобы оценить эффективность управления, данный процесс надо рассматривать как сово-

купность действий, таких как оценка ситуации, формулирование проблемы, выбор альтернатив и их оценка, принятие, реализация и оценка результатов решения. Конечная эффективность управления для субъекта зависит от уровня его знаний и знаний объекта, наличия общей и индивидуальной целей. Для объекта – от уровня организации труда, ситуации с мотивацией, а также от форм и методов контроля.

Данный взгляд на процесс управления будет психологическим, поскольку предполагает поиск точек соприкосновения между субъектом и объектом управления.

Edward E. [7] делает акцент на трёх составляющих эффективного управления – административной, бизнес и стратегической. Административный аспект отвечает за непосредственное руководство процессами в организации. Бизнес аспект – за поддержку и развитие бизнеса. Стратегический – за повышение ценности организации. Edward E. задумывается над тем, как лучше обеспечить выполнение этих трёх условий: «An interesting question is whether the head of the three product lines should be called the HR vice president, the chief organizational effectiveness officer, or perhaps OE VP. The latter options might be more descriptive of what the role involves». Данный подход следует считать творческим, поскольку он требует грамотного и нестандартного сочетания знаний и усилий со стороны менеджмента.

В работе [8] уделяется внимание существованию тесной корреляции между эффективностью управления и организационной культурой: «This paper investigated relationships between leadership effectiveness as measured by 360-degree ratings and responses to an organizational culture survey». К факторам, влияющим на возможность достижения эффективности управления, относятся проблемы межличностного взаимодействия, сложности в подборе сотрудников и принятии стратегических решений, отсутствие последовательности. Оценивая же культуру организации, нужно обращать внимание на вовлечённость сотрудников в рабочий процесс, последовательность со стороны руководства, способность организации адаптироваться к внешней среде, умение сформулировать долгосрочную миссию.

Представленная точка зрения автора имеет психологическую направленность, так как ориентируется на анализ культуры принятия управленческих решений.

Таким образом, анализ литературы указывает на необходимость системного подхода к проблеме эффективности управления на корпоративном уровне. Речь идёт о выявлении составляющих, определении их характера и осо-

бенности воздействия на достижение конечной эффективности.

Целью данной работы является определение факторов поведения менеджмента корпоративного уровня управления, взаимосвязей между ними, которые влияют на достижение эффективности управления.

Изложение основного материала. Анализ литературы позволяет выделить административный, ситуативный, психологический и творческий аспекты, которые влияют на достижение эффективности корпоративного уровня управления. Однако проблему достижения эффективности управления не стоит сводить к анализу различных подходов. Гораздо важнее подойти комплексно к данной проблеме, то есть выявить все влияющие факторы и определиться во взаимосвязях между ними. При этом в процессе управления необходимо обратить внимание на субъективные и объективные факторы, влияющие на достижение эффективности. Здесь является важным определение взаимосвязи между ними. Так, учёт субъективных факторов позволяет сделать, вообще, возможным процесс осуществления управления. Например, несоблюдение законов не позволит в долгосрочной перспективе осуществлять управление. Объективные же факторы призваны помочь добиться оптимальных результатов в управлении, несмотря на действия сдерживающих субъективных моментов. Поэтому субъективные факторы являются для управления первичными, а объективные – вторичными. Если субъективные составляющие в целом трудно предсказуемые, а потому носят главным образом форс-мажорный характер, то объективные моменты могут и должны отслеживаться со стороны менеджмента корпоративного уровня управления. Рассмотрение объективных факторов следует начинать с изучения теоретического аспекта. Речь идёт о важной составляющей, от которой зависит достижение конечной эффективности. Формирование теоретического аспекта происходит в процессах обучения и самообучения менеджмента корпоративного уровня управления. Начинается такой процесс ещё в стенах учебного заведения. Поэтому от того, какие здесь даются знания и формируются умения и навыки, и зависит мировоззрение будущих менеджеров корпоративного уровня управления, а также их способность принимать грамотные и эффективные управленческие решения. Стоит отметить, что процесс обучения в вузе нередко отстаёт от запросов общества. В результате специалистам приходится многие знания получать посредством самообразования, что не всегда есть хорошо. Особенно, если речь идёт о фундаментальных

понятиях, в которых без консультации с педагогом сложно разобраться.

Говоря о теоретической составляющей для менеджмента, следует обратить внимание на такие моменты, как формирование способности к анализу, синтезу, обобщениям, моделированию ситуаций и предсказыванию возможных последствий от управленческих действий. В этом участвуют такие дисциплины, как математика, экономика, статистика и прочие. Они учат работать с цифрами, отделять достоверную информацию от недостоверной, моделировать и прогнозировать различные ситуации, принимать решения в условиях неопределённости. Однако многие представители менеджмента корпоративного уровня управления такими знаниями не обладают, поскольку получали образование в другой стране и при ином общественном строе. Отсюда возникают проблемы с адаптацией управленческих решений практическим реалиям. Нехватка теоретической подготовки приводит к тому, что решения являются слабо проработанными, не учитываются различные важные моменты.

Кроме того, возникает непонимание между сотрудниками, получившими знания в новых условиях, и менеджментом корпоративного уровня, учившемся при другом общественном строе. Такие разногласия не всегда удаётся преодолеть особенно при авторитарном стиле управления. Широко распространённой становится подготовка управленческих решений «втихую», когда к их разработке не привлекается персонал организации. Отсюда возникает недоверие к этим решениям, нежелание их исполнять. В организации формируются свои центры силы, которых беспокоит собственное благополучие, а не интересы компаний. Это в конечном итоге ослабляет такую организацию перед воздействием агрессивного внешнего окружения. К таким последствиям может привести слабая теоретическая подготовка. Поэтому приходится нехватку знаний в области теории компенсировать самообучением. Это предполагает как обращение к соответствующей учебной и научной литературе, так и попытка осмысления полученной информации. Затем надо задуматься, как применить полученные знания на практике. И здесь могут помочь методы наблюдения, анализа, когда менеджмент отслеживает всё происходящее и пытается понять, почему это происходит так, а не иначе. Этот процесс может облегчить большое количество литературы, которая есть в настоящий момент и которая способна дать ответ практически на любой вопрос, волнующий менеджмент корпоративного уровня управления. Главным является определиться с

правильными методами получения такой информации. Большое количество проводимых семинаров, тренингов способно также внести свой вклад в решение данной проблемы. Часть проблем может быть снята путём получения высшего управленческого образования. Такое образование способно помочь менеджменту корпоративного уровня выстроить грамотное и эффективное управление организацией, где принимаемые решения будут хорошо теоретически проработаны.

Протекающие сегодня процессы глобализации, интеграции, обмена создают для менеджмента корпоративного уровня управления, как новые трудности, так и новые возможности. Становится реальным изнутри, на месте, ознакомиться с тем, как осуществляется процесс управления в других странах. Кроме того, это может позволить завести новые связи и открыть новые возможности. Знакомство с процессом управления, который протекает за рубежом, позволяет не только улучшить процесс управления, но и по-новому и нестандартно обратить внимание на многие составляющие.

Практический аспект для менеджмента корпоративного уровня – это, прежде всего, конкретный накопленный опыт осуществления управленческой деятельности. Он включает в себя список проблем, которые могут возникнуть в ходе управления, пути их решения, возможные направления развития процесса управления. Однако в ходе процесса управления нередко возникают неопределённости. Решить их не всегда удаётся шаблонно. Поэтому в процессе осуществления текущей управленческой деятельности приходится поступать и ситуативно.

Это означает, что в решении возникающих проблем доля накопленного опыта будет незначительной. Много места будет отводиться творчеству, основанному на теоретических знаниях и практических достижениях. Практическую деятельность менеджмента корпоративного уровня следует рассматривать и как хорошую возможность что-то улучшить, опираясь на глубокие фундаментальные знания. Поэтому практика выступает хорошим стимулом обратиться к теории, найти научные ответы на возникающие в ходе осуществления процесса управления проблемы.

Поскольку мы живём в быстро меняющемся мире, когда количество информации удваивается каждый 10 лет, процесс обучения должен быть непрерывным. В противном случае происходит разрыв теории и практики, что сказывается на результатах работы менеджмента корпоративного уровня. Непрерывность процесса обучения может быть обеспечена посредством

периодического повышения квалификации, участия в различных тренингах и семинарах. Важное место в процессе деятельности менеджмента корпоративного уровня управления отводится творчеству, которое нужно понимать в широком смысле слова. Речь идёт о создании чего-то нового, выбора нестандартных путей решения проблем, инновативности мышления.

Ориентация на творчество должна выступать не только, как особенность управленческой деятельности на корпоративном уровне, но и как средство, обеспечивающее выживание организации в условиях агрессивного внешнего воздействия. Поэтому должны быть созданы все необходимые условия для возможности проявления этого творчества – соответствующая атмосфера, наличие взаимопонимания между членами организации, система поощрений. Творчество должно зарождаться на корпоративном уровне управления и выступать в качестве сигнала, который будет остальными уровнями управления.

Важное место в практическом аспекте управления на корпоративном уровне отводится стилям управления, которые могут быть авторитарным, демократическим и либеральным.

Главный недостаток авторитаризма – это ориентация не непогрешимость решений, которые принимаются на корпоративном уровне управления. При таком стиле управления все решения менеджеров корпоративного уровня принимаются единолично. При этом они редко обращаются за консультациями к своим сотрудникам.

Слабость демократического стиля управления заключается в участии большого количества людей в принятии решений. Это может сделать такие решения неэффективными, поскольку в них будут учитываться интересы всех сторон, принимающих участие.

Недостаток либерального стиля управления – это отсутствие ориентации на эффективность принимаемых решений. Здесь важен сам факт принятия решения, а не полученные результаты.

Поэтому менеджменту корпоративного уровня нужно определиться со стилем управления. Здесь важно выбрать умелое сочетание децентрализованных и централизованных подходов к принятию решений. Это может быть сочетание авторитарного и демократического стилей управления. Речь идёт о том, что менеджмент корпоративного уровня управления принимает решения единолично, но, если ему не хватает информации для принятия решений или он хочет получить мнение специалистов по этим вопросам, он может обратиться за консультациями

на нижестоящие уровни управления. Здесь важным является обеспечение непрерывности процесса взаимодействия всех уровней управления, поскольку компетенция по многим практическим вопросам на корпоративном уровне управления и на других уровнях может сильно отличаться.

При этом если компетенция по теоретическим вопросам на корпоративном уровне управления будет выше, то компетенция в сфере практики будет выше у нижестоящих уровней управления. Поэтому необходимо обеспечить процесс непрерывного взаимодействия корпоративного и прочих уровней управления. Это может значительно повысить эффективность решений, принимаемых на корпоративном уровне управления.

Очень важное место в практическом аспекте должно отводиться ответственности менеджмента корпоративного уровня управления за происходящее в организации. Поэтому любые принимаемые решения должны тщательно взвешиваться, ведь вся тяжесть последствий от них ляжет на менеджмент корпоративного уровня управления. Поэтому должна быть и готовность со стороны менеджмента корпоративного уровня брать на себя эту ответственность.

Проанализировав субъективные и объективные факторы, можно выделить те моменты, которые влияют на достижение эффективности на корпоративном уровне управления. Сюда относятся:

- качество полученных знаний и сформированных навыков – здесь важным являются показатели объёма соответствия запросам общества, способность применять полученные знания и пользоваться навыками на практике;
- уровень владения специфическими навыками – умение анализировать, синтезировать, обобщать, моделировать являются главными навыками, которыми должны обладать прежде всего менеджеры корпоративного уровня управления;
- ориентация на тщательную проработку принимаемых решений с позиции теории и практики;
- готовность к самообучению – диктуется необходимостью поддержания соответствия между практическим опытом и данными науки;
- способность к творчеству – речь идёт как о нестандартном осмыслении происходящих процессов, так и о творческом подходе к принятию решений;
- правильно выбранный стиль управления – должен способствовать принятию грамотных

решений, а затем обеспечить их простое, правильное и результативное исполнение;

- готовность брать на себя ответственность – это означает, что менеджмент корпоративного уровня управления должен отвечать за всё происходящее в организации и прежде всего за принимаемые решения.

Взаимосвязь между вышеперечисленными факторами заключается в следующем. Качество полученных знаний и сформированных навыков определяют саму возможность осуществления управления на корпоративном уровне. Остальные же составляющие позволяют повышать эффективность управления.

При этом если некоторые из них формируются в процессе обучения и практики – уровень владения специфическими навыками, то осознание важности других факторов приходит в процессе проб и ошибок – ориентация на тщательную проработку принимаемых решений, готовность к самообучению, способность к творчеству, правильный выбор стиля управления, готовность брать на себя ответственность.

К направлениям повышения эффективности управления на корпоративном уровне следует отнести:

- ранжирование факторов, влияющих на достижение эффективности управления по степени важности;
- выявление проблем, мешающих достижению эффективности управления, опираясь на учёт предлагаемых факторов;
- устранение возникающих проблем, выявление причины их появления и определение возможных путей решения;
- рассмотрение проблемы достижения эффективности на корпоративном уровне управления с позиции экономической выгоды работы всех уровней управления – от корпоративного до функционального.

Выводы. Перечисленные выше факторы, а также направления повышения эффективности работы на корпоративном уровне управления способны стать фундаментом для разработки критериев, принятия законов, позволяющих повысить производительность труда менеджмента и делающие такой труд более результативным. С другой стороны, закладывается база для превращения труда менеджмента в социально ориентированный, экономически привлекательный, делающий ставку на эффективное управление.

Вместе перечисленные выше факторы и направления повышения эффективности работы на корпоративном уровне могут позволить сделать управление современным, учитывающим имеющиеся преимущества и недостатки, гибким

к запросам микроуровня, ориентированным на учёт общемировых тенденций. Предполагается дальнейшая разработка проблемы повышения эффективности управления со стороны менеджмента корпоративного уровня управления посредством создания организационно-экономического механизма эффективности работы.

ЛИТЕРАТУРА

1. Алавина Ю. Г. Повышение эффективности управленческого труда на основе использования информационных технологий : дис. ... канд. экон. наук : спец. 08.00.05 / Юлия Глебовна Алавина. – Саратов, 2007. – 180 с.
2. Бондаренко И. Эффективность управления предприятием – ключевая задача менеджеров [Электронный ресурс] / И. Бондаренко. – Режим доступа : <http://www.e-executive.ru/knowledge/announcement/1390035/>.
3. Гроув Э. Высокоэффективный менеджмент / Э. Гроув. – М. : ФилинЪ, 1996. – 280 с.
4. Звягин А. А. Корпоративная маркетинговая стратегия в алгоритме управленческих действий ключевых менеджеров предприятий рекреационной сферы : дис. ... канд. экон. наук : спец. 08.00.05 / Александр Анатольевич Звягин. – Сочи, 2005. – 180 с.
5. Кларин М. В. Корпоративный тренинг – инструмент развития менеджмента / М. В. Кларин // Менеджмент в России и за рубежом. – 2000. – № 3. – С. 77–85.
6. Корженко В. В. Особенности управленческой деятельности / В. В. Корженко // Теория и практика государственного управления. – 2010. – Вып. 2(29). – С. 1–8.
7. Edward E. From human resource management to organizational effectiveness / E. Edward // Human Resource Management. – 2005. – Vol. 44, № 2. – P. 165–169.
8. Fleenor J. Leadership Effectiveness and Organizational Culture: An Exploratory Study / J. Fleenor ; Center for Creative Leadership. – Toronto, 2002. – 21 p.

НАШИ АВТОРЫ

Абдулгасис Венера Сеяровна – преподаватель кафедры экономической теории и международной экономики Республиканского высшего учебного заведения «Крымский инженерно-педагогический университет», г. Симферополь

Абдураимова Эльвина Диляверовна – преподаватель кафедры учета и аудита Республиканского высшего учебного заведения «Крымский инженерно-педагогический университет», г. Симферополь

Абибуллаева Джемиле Серверовна – преподаватель кафедры экономической теории и международной экономики Республиканского высшего учебного заведения «Крымский инженерно-педагогический университет», г. Симферополь

Абдуллаев Раэт Алядинович – доктор экономических наук, заведующий кафедрой учета и аудита Республиканского высшего учебного заведения «Крымский инженерно-педагогический университет», г. Симферополь

Аджимет Гульнара Халидовна – кандидат экономических наук, преподаватель кафедры экономической теории и международной экономики Республиканского высшего учебного заведения «Крымский инженерно-педагогический университет», г. Симферополь

Барков Яков Иосифович – доктор экономических наук, доцент кафедры экономики и менеджмента Республиканского высшего учебного заведения «Крымский инженерно-педагогический университет», г. Симферополь

Бурлуцкий Сергей Витальевич – кандидат экономических наук, доцент кафедры экономической теории Донбасского государственного машиностроительной академии, г. Краматорск

Бузний Артемий Николаевич – доктор экономических наук, профессор, профессор кафедры менеджмента предпринимательской деятельности Таврического национального университета им. В. И. Вернадского, г. Симферополь

Ваниева Эльвина Ариповна – кандидат экономических наук старший преподаватель кафедры учета и аудита Республиканского высшего учебного заведения «Крымский инженерно-педагогический университет», г. Симферополь

Головань Ольга Алексеевна – кандидат физико-математических наук, доцент кафедры теории и практики менеджмента Запорожского национального университета, г. Запорожье

Джаферова Севиль Эдемовна – кандидат экономических наук, преподаватель кафедры учета и аудита Республиканского высшего учебного заведения «Крымский инженерно-педагогический университет», г. Симферополь

Джеппарова Зоре Ризаевна – кандидат экономических наук, доцент преподаватель кафедры экономической теории и международной экономики Республиканского высшего учебного заведения «Крымский инженерно-педагогический университет», г. Симферополь

Долгополова Анна Владимировна – старший преподаватель кафедры менеджмента Крымского экономического института ДВНЗ «Киевский национальный университет им. В. Гетмана», г. Симферополь

Дубина Анастасия Юрьевна – кафедра международной экономики Донецкого национального университета и торговли имени Михаила Туган-Барановского, г. Донецк

Егорченко Татьяна Ивановна – кандидат экономических наук, доцент кафедры учета и аудита Национальной академии природоохранного и курортного строительства, г. Симферополь

Жиленкова Екатерина Евгеньевна – кафедра международной экономики Донецкого национального университета экономики и торговли им. Михаила Туган-Барановского, г. Донецк

Землячов Сергей Викторович – кандидат экономических наук, доцент кафедры банковского дела Крымского экономического института ДВНЗ «Киевский национальный университет им. В. Гетмана», г. Симферополь

Зиятдинова Нияра Раатовна – кандидат экономических наук, преподаватель кафедры экономической теории и международной экономики Республиканского высшего учебного заведения «Крымский инженерно-педагогический университет», г. Симферополь

Иваненко Ирина Анатольевна – кандидат экономических наук, доцент кафедры международной экономики Донецкого национального университета и торговли имени Михаила Туган-Барановского, г. Донецк

Иванова Виктория Витальевна – кандидат экономических наук кафедры экономика предприятий Макеевского экономико-гуманитарного института, г. Макеевка

Каджетова Тамил Наримановна – кандидат экономических наук, доцент кафедры учета и аудита Республиканского высшего учебного заведения «Крымский инженерно-педагогический университет», г. Симферополь

Куницын Сергей Владимирович – кандидат экономических наук, доцент кафедры менеджмента и маркетинга Таврического национального университета, г. Симферополь

Майорова Татьяна Владимировна – кандидат экономических наук, доцент, заведующий кафедрой банковских инвестиций Киевского национального экономического университета им. Вадима Гетмана, г. Киев

Морева Виктория Владимировна – кандидат химических наук, доцент кафедры экономика предприятий Макеевского экономико-гуманитарного института, г. Макеевка

Мусаев Эрвин Кязимович – аспирант кафедры учета и аудита Республиканского высшего учебного заведения «Крымский инженерно-педагогический университет», г. Симферополь

Османов Исмаил Халикович – доктор экономических наук, профессор заведующий кафедры экономики и менеджмента Республиканского высшего учебного заведения «Крымский инженерно-педагогический университет», г. Симферополь

Сейдаметова Зарема Сейдалиевна – доктор педагогических наук, профессор, заведующий кафедрой информационно-компьютерных технологий Республиканского высшего учебного заведения «Крымский инженерно-педагогический университет», г. Симферополь

Падерин Алексей Владимирович – аспирант кафедры экономики и менеджмента Республиканского высшего учебного заведения «Крымский инженерно-педагогический университет», г. Симферополь

Петрашко Людмила Петровна – кандидат экономических наук, доцент кафедры международного менеджмента Киевского национального экономического университета им. Вадима Гетмана, г. Киев

Пивоваров И. А. – старший преподаватель кафедры экономической теории Крымского экономического института ДВНЗ «Киевский национальный университет им. В. Гетмана», г. Симферополь

Полякова Юлия Владимировна – кандидат экономических наук, доцент кафедры международной экономики Донецкого национального университета и торговли имени Михаила Туган-Барановского, г. Донецк

Русанов Александр Николаевич – аспирант кафедры менеджмент организаций Макеевского экономико-гуманитарного института, г. Макеевка

Рыбинцев Вячеслав Александрович – доктор экономических наук, профессор, заведующий кафедрой менеджмента и маркетинга Запорожского института экономики и информационных технологий, г. Запорожье

Саранцев Владимир Николаевич – кандидат экономических наук, доцент кафедры денег и кредита СГСЭУ Саратовского государственного социально-экономического университета, г. Саратов

Смедлаева Эльзара Мусаевна – аспирант кафедры учета и аудита Республиканского высшего учебного заведения «Крымский инженерно-педагогический университет», г. Симферополь

Смитюх Алена Юрьевна – аспирант кафедры международного менеджмента Киевского национального экономического университета им. Вадима Гетмана, г. Киев

Сташно Наталия Дмитриевна – преподаватель кафедры бухгалтерского и товароведческого отделения Государственного высшего учебного заведения «Киевский национальный экономический университет им. Вадима Гетмана», г. Симферополь

Стефанова Екатерина Валерьевна – доцент кафедры международной экономики Донецкого национального университета и торговли имени Михаила Туган-Барановского, г. Донецк

Темненко Валерий Анатольевич – кандидат физико-математических наук, доцент, доцент кафедры прикладной математики Таврического национального университета им. В. И. Вернадского, г. Симферополь

Челебжанова Эмилия Бахтияровна – аспирант кафедры учета и аудита Республиканского высшего учебного заведения «Крымский инженерно-педагогический университет», г. Симферополь

ДЛЯ ЗАМЕТОК

НАУКОВЕ ВИДАННЯ

*ВЧЕНІ ЗАПИСКИ КРИМСЬКОГО ІНЖЕНЕРНО-
ПЕДАГОГІЧНОГО УНІВЕРСИТЕТУ*

Випуск 30

Економічні науки

(Мовою оригіналу)

Головний редактор Абдуллаєв Р. А.
Відповідальні за випуск Фазилова А. Р., Сейдаметова Л. Д.
Верстка Бахіча Е. А., Сеітяг'яєва Т. Р.

Підписано до друку 31.10.2011 р. Формат 60×84¹/₈.
Папір офсетний. Гарнітура Times New Roman.
Обл.-вид. друк. арк. 17,15. Об'єм 21,5 друк. арк.
Тираж 100 прим.

Підготовлено до друку та віддруковано
у редакційно-видавничому відділі Науково-інформаційного центру
Республіканського вищого навчального закладу «Кримський інженерно-педагогічний університет»
95015, м. Сімферополь, вул. Севастопольська, пров. Учбовий, 8