

качества человеческого потенциала. В связи с этим в регионах Украины, а также в АРК необходимо иметь полный комплекс управленческих механизмов и инструментов, чтобы обеспечить контроль и эффективное использование бюджетных средств. Эффективная государственная политика в сфере образования, занятости, охраны здоровья, направленная на увеличение продолжительности и улучшение качества жизни, сохранение и развитие человеческого потенциала в регионе может дать существенные результаты повышения национального уровня человеческого развития.

Литература

1. Безтелесна Л. Людський розвиток: підходи до трактування суті та умов його забезпечення /Л. Безтелесна // Економіка України.– 2009.– №7. – С.4 -12.
2. Буцька О.Ю. Освітня діяльність вищих навчальних закладів та її фінансове забезпечення на регіональному рівні / О.Ю. Буцька //Актуальні проблеми економіки. – 2009. – №4. – С. 96 -102.
3. Грішнова О.А. Людський розвиток: [навч. посіб.] / О.А.Грішнова. – К.: КНЕУ, 2006. – 308 с.
4. Кирьян Т. Человеческий капитал в истории экономической мысли / Т. Кирьян // Экономика Украины. – 2007.– №9. – С.64-73.
5. Мурава В. Пенсионная революция / Крымская Правда.- № 105.- 16 июня 2010 г.
6. Пепа Т.В. Фінансова складова комплексного розвитку продуктивних сил регіонів України / Т.В. Пепа // Фінанси України.–2007.– №10. – С.34 - 41.
7. Статистичний щорічник АР Крим за 2008 рік / За ред. О.І. Пітюренко. – С.- 2008.-С.380.
8. Уровень человеческого развития в АР Крым за 2007 год (статистическая оценка) / О.И. Питюренко. - С. - 2008. – 26 с.
9. Чухно А. Актуальні проблеми розвитку економічної теорії на сучасному етапі / А. Чухно // Економіка України.– 2009.– №5. – С.15 -34.
10. Шаульська Л.В. Стратегія розвитку трудового потенціалу України: [монографія] / Л.В. Шаульська. Ін-т економіки промисловості НАН України. Донець.- 2005.- С.93-94.

Рецензент докт. екон. наук, професор С.П. Наливайченко

334.722.24+332.02 (477.75)

*Киренкина Э.С., аспирант,
ТНУ им. В.И. Вернадского, г. Симферополь*

**РАЗВИТИЕ МАЛЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ СЕМЕЙНОГО ТИПА
НА РЫНКЕ СОПУТСТВУЮЩИХ
ТУРИСТИЧЕСКИХ ТОВАРОВ АР КРЫМ**

С момента образования независимого государства Украина, широкое распространение получила особая форма предпринимательства - семейная. Такие предприятия более популярны в сфере малого бизнеса, играющего важную роль в экономике страны. Подтверждением этого служит то, что доля малых предприятий семейного типа (на примере АР Крым) в зависимости от определенных Госкомстатом направлений деятельности может колебаться до 41 %. Хотя при выделении меньших сфер деятельности, доля семейных предприятий может достигать 80 % [1, с. 213-216]. По данным зарубежной статистики, 24 % семейных предприятий не выживают дольше одного поколения, и только одно из десяти продолжает свою деятельность до третьего поколения [2, с. 27]. Зачастую причиной этого служит неэффективное управление экономическим потенциалом предприятия. Таким образом, становится актуальной оценка наличного потенциала, выявление его резервов и разработка модели управления экономическим потенциалом непосредственно для семейных предприятий в Украине.

В зарубежной литературе семейному предпринимательству посвятили свои исследования К. Аронофф, Т. Богод, Ф. Каслоу, П. Лич, Д. Мэнгл, Д. Пендергаст, Н. Пипер, К. Рандел, Д. Уорд, О. Яффе-Янаи и др. [3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11]. В работах этих авторов рассмотрены сущность категории «семейное предприятие», методические основы изучения эффективности экономической деятельности семейных предприятий, специфика управления, достоинства и недостатки такой формы деятельности. Зарубежные исследовательские институты на базе высших учебных заведений разработали свои подходы к оценке хозяйственной деятельности семейных предприятий, изучили состояние семейного бизнеса в стране. В то же время в украинской научной литературе не уделяется

внимание специфике управления развитием семейного предпринимательства и не проводятся исследования потенциала отечественных семейных предприятий.

Цель статьи состоит в анализе разработанных автором рекомендаций по развитию малых предприятий семейного типа, на примере предприятий, занимающихся производством и реализацией сопутствующим туристических товаров АР Крым.

В ходе проведенных автором исследований было установлено, что развитие малых предприятий семейного типа на рынке сопутствующих туристических товаров предусматривает осуществление следующих мер:

1) в сфере таможенного законодательства:

снизить таможенные пошлины;

упростить процедуру оформления импортных грузов;

снизить обязательные платежи для физических и юридических лиц, оформляющих груз (это позволит выйти из тени импортерам, т.е. грузы будут оформлены на реальных, а не фиктивных поставщиков товара);

способствовать занесению продукции, имеющей случаи импорта контрафактного аналога, в специальные таможенные реестры;

упростить процедуру официального оприходования товара;

2) в сфере маркетинга:

внедрить систему мерчендайзинга на всех предприятиях, а именно поддерживать порядок на торговой точке, расставлять товар по категориям и тематике; лучшие места отводить под товар, спрос на который требуется стимулировать; стимулировать продавцов для поддержания порядка на прилавке; размещать ценники на видном для покупателя месте;

разрабатывать стратегию развития предприятия;

расширять количество наименований высоко ликвидной продукции, а также количество ассортиментных групп;

разработать рекомендуемые цены поставщиками и производителями продукции;

3) в сфере управления персоналом и социальной политики:

при приеме на работу сотрудников, имеющих прописку в городах, удаленных от места их работы, осуществлять их тщательную проверку;

осуществлять устную договоренность с работниками персонала о невозможности увольнения их до окончания периода высокого сезона (для АР Крым);

стимулировать персонал, связанный непосредственно с торговлей, путем введения системы премий и штрафов за выполнение и невыполнение плана, а также комиссионного вознаграждения от суммы и количества реализованной продукции;

проводить курсы повышения квалификации для руководителей и работников на предприятии;

организовывать тренинги по особенностям управления семейным бизнесом, а также обучать организации эффективного взаимодействия систем «бизнес» и «семья»

издать на украинском и русском языках зарубежные книги в сфере семейного бизнеса;

на базе высших учебных заведений ввести необязательные спецкурсы для желающих быть участником семейного бизнеса;

создание и пропаганда позитивного образа предпринимателя в сфере малого семейного бизнеса;

развитие молодежного и женского предпринимательства;

4) в области регуляторной политики, разрешительной системы и законодательства в сфере хозяйственной деятельности малого предпринимательства:

разработать единый подход к определению «малого предприятия», которое будет применено во всей нормативно-правовой документации;

усовершенствование системы налогообложения путем введения налоговых каникул (например, на 3 года) или льгот на отдельные виды налогов для вновь созданных предприятий либо предприятий с очень маленьким оборотом. Также можно ввести гибкую шкалу ставки налогов для субъектов малого предпринимательства в зависимости от объема товарооборота и приблизительной рентабельности вида деятельности. Для малых семейных предприятий могут быть созданы дополнительные льготы по налогообложению;

в случае применения льгот по налогообложению малых предприятий семейного типа, дать четкое определения понятия «семейное предприятие»;

упростить процедуру регистрации предприятий;

упростить процедуру сдачи отчетности, а также упростить формы бланков таким образом, чтобы они были понятны широким массам населения;

выдачу справок в органах госрегистрации, Государственной налоговой инспекции, Пенсионного фонда Украины и Фонда социального страхования осуществлять сразу по требованию субъектов малого предпринимательства, а не через 10-30 дней (как сейчас);

разработать Положение (стандарт) бухгалтерского учета, в котором будут раскрыты все вопросы, касающиеся деятельности субъектов малого предпринимательства. На данный момент в Украине существует П(с)БУ 25 «Финансовая отчетность субъектов малого предпринимательства», в котором раскрыты только вопросы отчетности;

ужесточить контроль за наличием сертификатов соответствия товара санитарным нормам на розничных торговых точках (но только при условии внесения выше перечисленных изменений в таможенное законодательство);

разработать на государственном уровне меры борьбы с коррупцией;

ликвидировать точки стихийной торговли;

5) в сфере поддержки малого предпринимательства:

создать ассоциацию семейных предприятий (для широкого круга предпринимателей, а не исключительно для представителей крупного бизнеса);

обеспечивать актуальной юридической и экономической информацией предпринимателей: проводить конференции, круглые столы, выпускать журналы при участии представителей органов государственной власти и предпринимателей; проводить за невысокую плату обучение по вопросам охраны труда, пожарной безопасности, соблюдения санитарных норм и др.;

доводить все изменения в законодательстве касательно малого бизнеса до субъектов малого предпринимательства путем рассылки почтой или в электронном виде;

издавать приложения к новым законопроектам с их изложением в доступной форме и проведением сравнительного анализа новых и заменяемых положений;

б) в области финансово-кредитной поддержки:

возобновить кредитование банками лиц, которые в связи с финансово-экономическим кризисом в истории кредитования получили негативную отметку;

организовать систему микрокредитования.

Для эффективного функционирования семейного предприятия на рынке сопутствующих туристических товаров и в других сферах деятельности следует особое внимание уделить управлению его потенциалом. Процесс управления потенциалом предприятий семейного типа рекомендуем рассматривать традиционно в 4 этапа: оценка, планирование, организация, контроль.

На первом этапе управления предлагается проводить оценку и анализ деятельности семейных предприятий с помощью усовершенствованной нами методики «Многоугольник потенциала». Первоначально на основе экспертной оценки выявляется наличный потенциал предприятия по выбранным направлениям, а также определяются резервы предприятия. Кроме того, на данном этапе может осуществляться анализ потенциала исследуемого семейного предприятия в сравнении с другими, занятыми в аналогичной сфере деятельности, после чего делается вывод о состоянии семейного бизнеса в рамках границ исследования (рис. 1).

Второй стадией управления экономическим потенциалом семейных предприятий является планирование значений потенциала по всем направлениям исследования с помощью доработанной нами методики «Метод анализа иерархий по шкале парных сравнений Саати».

На третьей стадии управления потенциалом малого семейного предприятия реализуется процесс организации управления для достижения запланированных уровней потенциала. Нами предлагается осуществлять этот процесс на уровнях государства, региона и предприятия.

Для повышения конкурентоспособности малых семейных предприятий необходимо использовать механизм управления их потенциалом, который должен включать следующие элементы: определение системы целей, задач и методов управления; построение структуры показателей экономического потенциала; анализ внутренних и внешних факторов, которые влияют на экономический потенциал; систематическую оценку и анализ резервов собственного потенциала, а также потенциала конкурентов; разработку конкурентных стратегий в изменяющихся условиях рынка; разработку наиболее приемлемых путей повышения наличного экономического потенциала.

Предложенный механизм управления потенциалом позволяет решить две основные задачи управления потенциалом: повысить эффективность деятельности малых семейных предприятий; стимулировать развитие семейного предпринимательства.

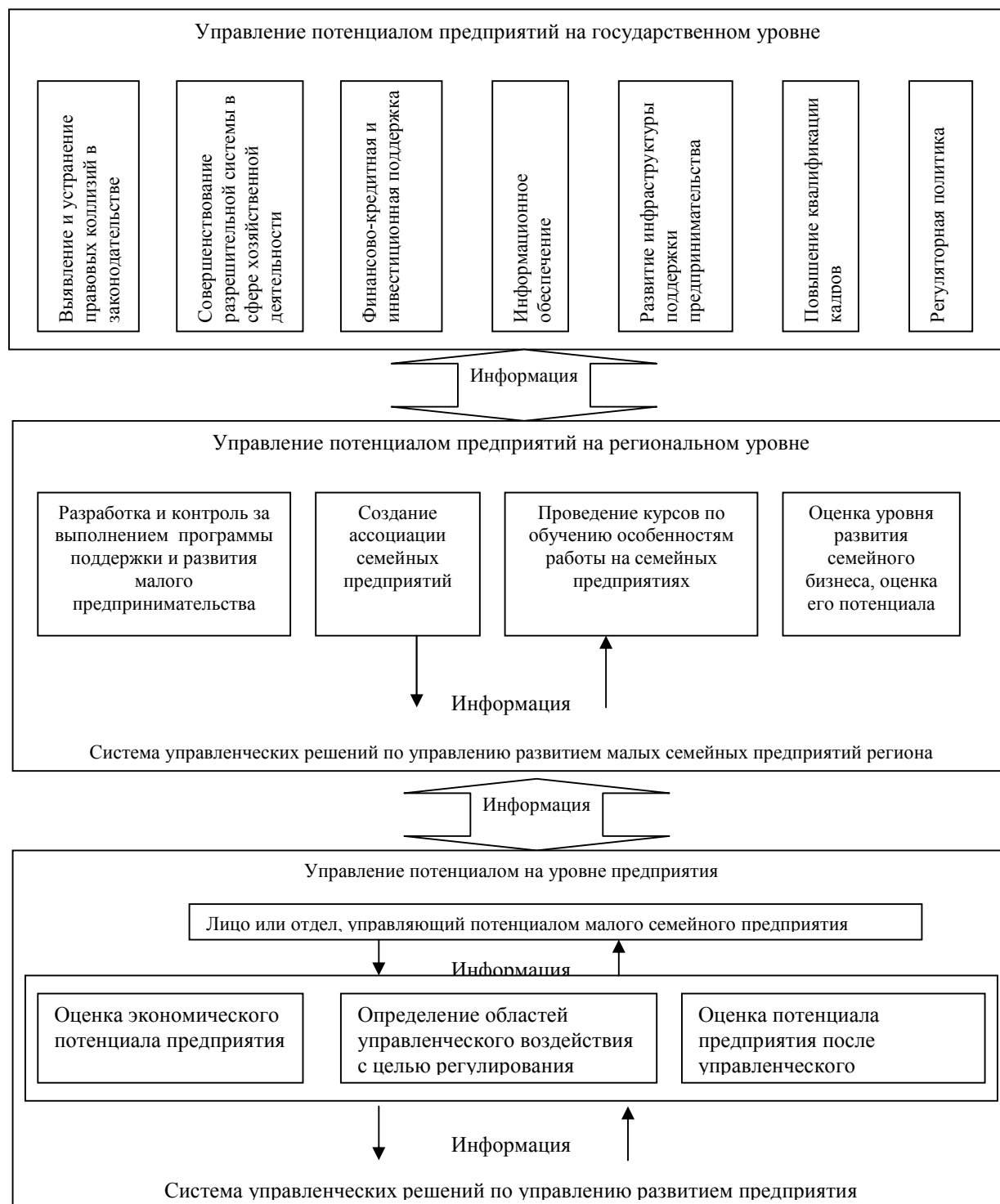


Рис. 1. Организационно-экономический механизм управления потенциалом малого семейного предприятия [составлено автором]

Для развития малых семейных предприятий на рынке сопутствующих туристических товаров требуется реализация комплекса мероприятий на уровне государства, региона и предприятия, применение которых позволят стимулировать экономический потенциал предприятий.

Литература

1. Бузни А.Н. Опыт маркетингового исследования предприятий семейного типа / А.Н. Бузни, Э.С. Киренкина // Экономика Крыма. – 2010.-№ 2 (31). – С. 213-216.
2. Кросби А. Наследование бизнеса. Кто продолжит ваше дело? / А. Кросби. – СПб: Питер, 2004. – 204 с.

3. Aronoff Craig E. Preparing Your Family Business for Strategic Change / Craig E. Aronoff, John L. Ward. - Marietta: Family Enterprise Publishers, 1997. - 70 p.
4. Kaslow W. Florence. Handbook of Family Business / W. Kaslow Florence. – Mumbai: JAICO Publishing House, 2009. - 464 p.
5. Лич П. Семейный бизнес: Опыт успешного ведения бизнеса, управляемого семьей; [пер. с англ.] / П. Лич, Т. Богод. – Днепропетровск: Баланс Бизнес Букс, 2005. – 256 с.
6. Мэнгл Д. Бенеттон: семья, бизнес, бренд / Д. Мэнгл. – М.: Издательство «ДеНово», 2002. – 346 с.
7. Pendergast Jennifer M. Healthy Growth for the Family Business / Jennifer M. Pendergast. - Marietta: Family Enterprise Publishers, 2008. - 62 p.
8. Піпер Н. Історія бізнесу; [пер. з німецької] / Н. Піпер. – К.: «КІС», 2006. – 172 с.
9. Randel S. Carlock. Strategic Planning for the Family Business / Carlock S. Randel, L. Ward John. – NY: Palgrave, 2001. – 270 p.
10. Уорд Джон Л. Управление семейным бизнесом / Джон Л. Уорд // Экономические перспективы. - 2005. - № 1. – С. 21.
11. Яффе-Янаи О. Генетический код личности. Как найти и реализовать свое призвание / Орения Яффе-Янаи; [пер. с англ. Е. Сысоева]. – К.: Издательство Алексея Капусты, 2009. – 244 с.

Рецензент докт. экон. наук, профессор А.Н. Бузни

334.012.82: 369.223.23

*Онищенко С.К., аспирант,
ТНУ им. В.И. Вернадского, г. Симферополь*

КЛАСТЕРНАЯ МОДЕЛЬ ИНТЕГРАЦИИ ПРЕДПРИЯТИЙ САНАТОРНО-КУРОРТНОЙ СФЕРЫ

Потребность выживания субъектов хозяйствования рекреационной сферы и обеспечения их развития посредством интеграции усложняется в первую очередь недостаточным теоретическим обоснованием существующих подходов к данной проблеме. Различные пути и организационные формы интеграции затрудняют поиск эффективных групповых образований предприятий. Следовательно, возникает необходимость рассмотрения существующих и перспективных форм интеграции и выбора наиболее приемлемых организационных форм деятельности предприятий курортно-рекреационной сферы. Как свидетельствует мировой и отечественный опыт хозяйствования в условиях рыночной экономики, предприятия и другие первичные субъекты хозяйствования имеют право на добровольной основе объединять свою научно-техническую, производственную, коммерческую и др. виды деятельности, могут создавать различные по принципам и целям объединения: ассоциации, корпорации, консорциумы, концерны, картели, синдикаты, тресты, холдинги и финансово-промышленные группы [1, с. 32-34]. Ученые Орехов С.А., Селезнев В.А., выделяют дополнительные виды объединений предприятий: конгломератное объединение, конгломератное слияние, союз и франчайз [2, с. 16]. Профессор М. Портер в своей работе «Clusters and the New Economics of Competention» выделяет принципиально новый тип объединения предприятий – кластер. «Кластеры - это сосредоточение в географическом регионе взаимосвязанных предприятий и учреждений в пределах отдельной области» [3, с. 78]. Далее М. Портер уточняет «...кластеры охватывают значительное количество поставщиков специального оборудования, новых технологий, услуг, инфраструктуры, сырья, дополнительных продуктов и т. п». Затем дополняет: «...множество кластеров включают правительство и другие учреждения – такие, как университеты, центры стандартизации, торговые ассоциации, обеспечивающие специализированное обучение, образование, информацию, исследование и техническую поддержку» [3, с. 79]. Кластер – (англ. cluster – кисть, пучок, гроздь, куст, группа, скопление [4, с. 142]) имеет много значений в русском и украинском языках, но его специфическим признаком является объединение равноправных отдельных элементов (составных частей) в единое целое для выполнения определенной функции или реализации поставленной цели [5, 6]. Войнаренко М.П., рассматривая первые кластеры в Украине, определяет их, как «отраслевые территориальные добровольные объединения предприятий, которые тесно сотрудничают с научными учреждениями и органами местной власти с целью повышения конкурентоспособности собственной продукции и экономического роста региона» [5, с. 257].

Цель статьи - построить кластерную модель интеграции предприятий санаторно-курортной сферы.