

Глобальна реклама за сегментами: поточні дані і прогноз до 2014 р., млн. дол. США

	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Інтернет	2576	3673	4885	5807	6056	6618	7364	8254	9266	10384
Телебачення	14617	15587	16204	16419	14856	15627	16127	17329	18190	19569
Відео ігри	173	655	1021	1337	1554	1843	2135	2388	2598	2845
Журнали для споживачів	3243	3358	3506	3414	2757	2652	2661	2726	2822	2943
Газети	11163	11436	11321	10431	8515	8002	7970	81422	8438	8811
Радіо	3292	3388	3412	3258	2793	2844	2942	3066	3213	3374
Зовнішня реклама	2405	2576	2769	2776	2408	2409	2499	2638	2801	2994
Довідники	3117	3283	3407	3324	3004	2876	2853	2860	2893	2948
Журнали у сфері торгівлі	1871	1958	2006	1895	1529	1398	1371	1418	1495	1598
Всього	41875	44509	46441	45988	40558	40928	42128	44409	46715	49765

Це потребує випереджаючого розвитку інформаційної і телекомунікаційної індустрії, на які за прогнозами ([10]) буде припадати «левова частина» реклами. У перспективних дослідженнях за даними напрямом передбачається розглянути причини прискорення і специфіку глобалізаційних процесів на рекламно-комунікаційному ринку.

Література

1. Землякова Л.М. Процессы глобализации, глокализации и модернизации медиасистем в трактовках современных зарубежных коммуникативистов [Текст] / Л.М. Землякова // Вестник Московского университета. Сер.10 «Журналистика». – 2006. – №5. – С. 44-48.
2. Лі С. Інтеграція у світовий інформаційний простір [Текст] / С. Лі // Україна-НАТО. – 2006. – №3. – С. 61-71.
3. Варганова Е.Л. Медиаэкономика: ключевые понятия [Текст] / Е.Л. Варганова // Вестник Московского университета. Сер.10 «Журналистика». – 2002. – №1. – С. 17-33.
4. Горохов В.М. Концепция рекламы и публик рилейшинз в теории массовых коммуникаций [Текст] / В.М. Горохов // Вестник Московского университета. Сер.10 «Журналистика». – 2002. – №1. – С. 58-64.
5. Плющ О. Трансформація ролі засобів маової інформації в умовах глобалізації [Текст] // Соціальна психологія. – 2007. – Спец. Випуск. – С. 62-70.
6. Іванова І.І. Сутність, роль і місце реклами у процесі розвитку міжнародного бізнесу [Текст] / І.І. Іванова // Стратегія розвитку України. – 2007. – №1/2. – С. 199-208.
7. Офіційний веб-сайт Всеукраїнської рекламної коаліції (російськ. мовою) // Режим доступу: <<http://www.adcoalition.org.ua>>
8. UNCTAD Statistics / Офіційний веб-сайт Конференція ООН з торгівлі і розвитку (англ. мовою) // Режим доступу: <<http://www.unctad.org>>
9. Офіційний веб-сайт MarketingProfs (англ. мовою) // Режим доступу: <<http://www.marketingprofs.com>>
10. Global entertainment and media outlook: 2010–2014 Industry overview Офіційний веб-сайт PricewaterhouseCoopers (англ. мовою) // Режим доступу: <http://www.pwc.com>

Рецензент докт. екон. наук, професор О.Б. Чернега

338.439:658.1

Харчишина О.В., к.е.н., доцент,
Національний університет харчових технологій

ЕКОНОМІЧНІ, ОРГАНІЗАЦІЙНІ ТА КУЛЬТУРНІ ЧИННИКИ РОЗВИТКУ ГАЛУЗІ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ УКРАЇНИ

Харчова промисловість є однією із найбільш стабільних галузей промисловості країни. В період ринкової трансформації саме харчопереробна галузь змогла найшвидше адаптуватись до нових умов господарювання. Незважаючи на суттєві зміни, які відбулись в галузі протягом останніх двадцяти років – структурні зрушення, зміна форм власності (часто неодноразова), зміна власників, постійні зміни порядку і форм фінансування дотацій сільськогосподарським виробникам, падіння споживчого попиту і, нарешті, фінансова криза 2008 р. – підприємства з виробництва харчових продуктів і напоїв змогли не тільки забезпечити беззбиткове господарювання, але й досягти у 2009 р. суттєвого зростання рівня рентабельності. Поряд із цим рівень рентабельності підприємств харчової промисловості протягом 2003-2009 рр. є значно нижчим, ніж у сільському господарстві, хоча

протягом 90-х рр. минулого століття ситуація була оберненою. На формування таких суперечливих тенденцій у галузі впливають не тільки економічні та організаційні чинники, значним є вплив організаційної культури. Якісні та кількісні характеристики організаційної культури знаходяться у тісній залежності із показниками організаційно-економічного розвитку підприємств.

Стан харчової промисловості України, фактори і перспективи її розвитку досліджуються такими вченими як: Юзефович А.Е., Крисанов Д.Ф., Л.В. Дейнеко, Т.Л. Мостенська, Г.М. Тарасюк та ін. [5; 6; 8]. У працях цих вчених основний акцент ставиться на забезпеченні інноваційного розвитку підприємств галузі, плануванні і реалізації відповідних стратегій. Дослідженнями окремих аспектів управління сучасними підприємствами із врахуванням організаційної культури як вагомого чинника сталого розвитку підприємств займаються такі вчені як Г.М. Захарчин, Н.Л. Гавкалова, В.П. Кукоба, О. І. Драган, Г. Л.Хаст [1; 2; 3]. Проте у більшості вітчизняних досліджень ще недостатньо уваги приділяється вивченню ролі організаційної культури як складової системи управління підприємствами харчової промисловості. Актуальність теми даної статті полягає в оцінці загальних тенденцій розвитку організаційної культури підприємств харчової промисловості через показники інноваційної та інвестиційної активності, соціальної відповідальності.

Завданням публікації є оцінка сучасного стану і перспектив розвитку підприємств харчової промисловості України, вивчення ролі організаційної культури у забезпеченні стабільної діяльності підприємств. Динаміка ви

робництва основних видів продукції харчової промисловості є позитивною, хоча індекси обсягу виробництва за основними видами продукції мають тенденцію до зниження. Найбільш різке зниження індексів обсягів виробництва спостерігалось протягом аналізованого періоду у переробці і консервування овочів і фруктів, найменше – у виробництві олії та тваринних жирів.

Незважаючи на таке падіння індексів обсягу промислової продукції у галузі та по продуктовим групам, за окремими видами продукції динаміка обсягу виробництва є позитивною. Так, серед м'ясної продукції хорошою динамікою обсягу виробництва протягом 2003-2009 рр. характеризуються: м'ясо і субпродукти свійської птиці, свіжі чи охолоджені (зростання майже у 5 разів), м'ясо і субпродукти свійської птиці, морожені (зростання у 2,3 рази) та свинина свіжа чи охолоджена (зростання у 1,6 рази). За усіма іншими видами м'ясної продукції обсяг виробництва скоротився (табл. 1) [7], найбільш суттєвим скорочення було у виробництві яловичини і телятини мороженої (у 3,6 рази), свинини мороженої (у 3,5 рази), яловичини і телятини свіжої чи охолодженої, баранини свіжої чи охолодженої, продуктів готових і консерви з яловичини і телятини (у 2 рази).

Виробництво молочної продукції протягом аналізованого періоду в цілому характеризувалось більш позитивною динамікою, ніж виробництво м'ясної продукції (табл. 2) [7].

Таблиця 1

Виробництво окремих видів м'ясної продукції в Україні в 2003-2009 рр., тис. т

Вид продукції	2003 р.	2005 р.	2007 р.	2009 р.	2009 р. до 2003 р., %
Яловичина і телятина, свіжі (парні) чи охолоджені, т	186,0	143,0	160,0	94,3	50,7
Яловичина і телятина, морожені, т.	97,9	50,1	61,5	26,9	27,5
Свинина свіжа (парна) чи охолоджена, т	80,2	81,4	179,0	130	162,1
Свинина морожена, тис. т	18,9	18,0	24,0	5,4	28,6
Баранина свіжа (парна) чи охолоджена, тис. т	0,8	0,5	0,5	0,4	50,0
Баранина морожена, тис. т	0,5	0,1	0,01	-	-
М'ясо і субпродукти харчові свійської птиці, свіжі чи охолоджені, тис. т.	131,0	274,0	458,0	649,0	495,4
М'ясо і субпродукти харчові свійської птиці, морожені тис. т	38,5	58,0	90,1	90,1	234,0
Вироби ковбасні, тис. т	271,0	308,8	330,3	272,2	100,4
Продукти готові та консерви з м'яса свійської птиці, тис. т	4,2	3,9	4,2	3,1	73,8
Продукти готові та консерви зі свинини, тис. т	3,1	4,7	5,4	2,7	87,1
Продукти готові та консерви з яловичини і телятини, тис. т	10,4	17,8	11,0	5,2	50,0
Напівфабрикати м'ясні (включаючи з м'яса птиці), тис. т	72,5	142	178	73,3	101,1

Обсяги виробництва абсолютної більшості видів молочної продукції зросли в 1,2 – 1,6 разів. Виключенням стали такі види продукції як масло вершкове (зменшення у 1,8 рази), спреди та суміші жирів, сухі молоко та вершки (зменшення у 1,3 рази).

Таблица 2

Виробництво молочної продукції за видами в Україні в 2003-2009 рр., тис. т

Вид продукції	2003 р.	2005 р.	2007 р.	2009 р.	2009 р. до 2003 р., %
Молоко оброблене рідке	645	864	863	770	119,4
Вершки жирністю більше 8%	9,9	21,2	14,6	16,0	161,6
Масло вершкове	137	120	100	74,7	54,5
Спреди та суміші жирові	...	80,3	83,8	72,3	-
Продукти кисломолочні	427	499	532	492	115,2
Молоко і вершки сухі	88,5	113,0	125	66,7	75,4
Сир свіжий неферментований та сир кисломолочний	57,7	83,5	92,6	84,8	147,0
у тому числі вироби з сиру кисломолочного знежиреного	11,5	19,3	17,7	16,9	147,0
вироби з сиру кисломолочного жирного	46,2	63,9	75,0	67,4	145,9
Сири жирні	173,0	274,0	246,0	228,0	131,8
у тому числі сичужний	142,0	224,0	197,0	200,0	140,8
з нього твердий	134,0	216,0	191,0	194,0	144,8
м'який	2,2	1,8	2,0	1,5	68,2
розсільний	4,0	4,0	2,9	3,3	82,5
плавлений не тертий і не в порошок	31,3	50,2	48,7	28,0	89,5
Молоко і вершки, згущені з додаванням цукру або без додання цукру чи інших підсоложувальних речовин	80,6	107,0	106,0	81,9	101,6
Морозиво і харчовий лід	112,0	125,0	131,0	108,0	96,4

Динаміка і обсяг виробництва харчових продуктів і напоїв у значній мірі залежать від рівня розвитку сировинної бази. Динаміка виробництва продукції сільського господарства протягом 2003-2009 рр. в цілому сприяла зростанню обсягу продукції харчової промисловості: виробництво продукції рослинництва зросло майже на 50%, виробництво тваринницької продукції – на 12%. Виключення у цій позитивній динаміці становить лише молоко, виробництво якого щороку зменшується, починаючи із 1990 р.

Отже, обсяг і динаміка виробництва продукції харчової промисловості протягом 2003-2009 рр. та за основними видами продукції, зокрема, мали позитивну динаміку, яка в значній мірі обумовлювалась позитивною динамікою сировинної бази. Незважаючи на те, що обсяг виробництва основних видів харчової продукції зріс, має місце стійка тенденція до зниження темпів приросту обсягів виробництва з одночасним незначним підвищенням рівня його рентабельності.

Важливими факторами формування організаційної культури підприємств виступають інвестиційна та інноваційна діяльність. Динаміка та обсяги інвестиційної діяльності впливають на оновлення і модернізацію основних фондів, покращення умов праці найманого персоналу (отже, впливають на формування комунікативно-управлінської підсистеми організаційної культури), а також виступають основними чинниками зростання обсягу виробництва (створюють фінансові передумови для розвитку організаційної культури) та якості продукції (впливають на підвищення лояльності споживачів і формування позитивного бренду). Інноваційна діяльність впливає на підвищення рівень адаптивності підприємств, дає уявлення про креативність і демократичність стилю управління, сприяє розвитку командного духу і покращення комунікацій.

В цілому показники інвестиційної діяльності покращились – обсяг інвестицій в основний капітал у фактичних цінах протягом 2003-2009 рр. зріс у 2,5 рази, проте темп цього зростання був нижчий, ніж у переробній промисловості в цілому (табл. 3) [7].

Таблица 3

Інвестиційна та інноваційна діяльність підприємств з виробництва харчових продуктів, напоїв і тютюнових виробів в Україні в 2003-2009 рр.

Показник	2003 р.	2005 р.	2007 р.	2009 р.	2009 р. до 2003 р., %
Інвестиції в основний капітал, млн. грн.	4109,0	6418,0	11830,0	10458,0	254,5
Обсяг прямих іноземних інвестицій, млн. дол. США	862,0	1127,6	1272,0	1685,9	195,6
Кількість інноваційно активних підприємств	332	156	343	336	101,2

В абсолютному виразі обсяг інвестицій протягом аналізованого періоду суттєво збільшився, проте з кожним роком приріст зменшується. Значна частина інвестиційних ресурсів має іноземне

походження. Динаміка обсягу іноземних інвестицій є позитивною – протягом аналізованого періоду обсяг іноземних капіталовкладень зріс майже у два рази. Частка іноземних інвестицій в основний капітал підприємств з виробництва харчових продуктів, напоїв та тютюнових виробів є невисокою – у 2009 р. цей показник становив лише 4,6% від загального обсягу інвестицій в Україну.

Показники інноваційної активності підприємств харчової промисловості не можна вважати задовільними. Індекс кількості інноваційно активних підприємств протягом 2003-2005 рр. був меншим одиниці, а з 2006 року - зростає, проте темп цього зростання є незначним. Підприємства харчової промисловості проявляють низьку активність щодо патентування і використання об'єктів інтелектуальної власності. Так у 2009 р. підприємства харчової промисловості подали до Державного департаменту інтелектуальної власності заявки на видачу охоронних документів на 53 винаходи, 56 корисних моделей, 65 промислових зразків. Незадовільним є також рівень використання об'єктів промислової власності та раціоналізаторських пропозицій: у 2009 р. використано 73 пропозиції щодо винаходів, 102 пропозиції щодо корисних моделей, 222 промислові зразки та 144 раціоналізаторських пропозиції. Це становить відповідно 12%, 14%, 31% та 2% від кількості використаних пропозицій у переробній промисловості [7].

Динаміка введення в дію виробничих потужностей суттєво відрізняється за видами виробництв. Так, починаючи з 2006 р. нові потужності з виробництва цукру не вводились в експлуатацію, а в попередні роки обсяг їх введення був надзвичайно незначним. Змінною динамікою характеризується введення в дію потужностей з виробництва плодоовочевих консервів, в 3,7 рази збільшилось введення в експлуатацію потужностей з виробництва м'яса, в 4,8 рази – з виробництва молока незбираного. Разом з тим маємо значне зростання темпів введення протягом 2003 – 2009 рр. в дію потужностей з виробництва сиру (28,6 рази) та олії (77,5 рази) [7].

Важливими факторами формування організаційної культури на підприємстві виступають створення належних санітарно-гігієнічних умов праці та відпочинку, надання належних пільг і компенсацій працівникам.

Робочий час працівників на підприємствах харчової промисловості використовується відносно ефективно, показник частки відпрацьованого робочого часу є вищим, ніж у промисловості (83% та 78,2% відповідно). Аналіз динамічних змін структури використання робочого часу на підприємствах харчової промисловості свідчить про поступове зростання втрат робочого часу, зниження ефективності його використання. Аналіз структури втрат робочого часу свідчить, що такі втрати відбуваються в більшості випадків (майже 74% у 2009 р.) з вини адміністрації (відпустки з ініціативи адміністрації, переведення працівників на скорочений робочий день або тиждень) [4].

Стан умов праці є складним. Майже 60 тис. осіб працюють в умовах, які не відповідають санітарно-гігієнічним нормам (15,3% облікової чисельності працівників), з них майже половину складають жінки. Потрібно відмітити, що динаміка кількості працівників, які працюють в умовах, що не відповідають санітарно-гігієнічним нормам є позитивною: за останні п'ять років цей показник зменшився на 18% [7].

Значна кількість персоналу підприємств харчової промисловості працює у важких та шкідливих умовах праці. Станом на 2009 р. більше 65 тис. осіб було встановлено відповідні види пільг та компенсацій (16,9% облікової чисельності працівників), з них 30 тис. осіб – жінки (14,9% облікової чисельності працівників). Стан умов праці негативно позначається на показниках тимчасової непрацездатності персоналу: в 2009 р. 49% штатних працівників були відсутні на роботі через тимчасову непрацездатність, середня тривалість відсутності працівника складала 107 годин [4]. Потрібно відмітити, що, незважаючи на те, що показники використання робочого часу і стану умов праці у харчовій промисловості є кращими, ніж у промисловості в цілому, проте їх рівень не можна вважати високим. Аналіз даних показників свідчить, що керівництво переробних підприємств харчової промисловості приділяє мало уваги системі організації праці, що свідчить про недостатній рівень розвитку організаційної культури на досліджуваних підприємствах.

Фактична тривалість щорічних відпусток на підприємствах харчової промисловості зменшується. У 2009 р. у щорічних відпустках було тільки 82,5% штатних працівників (по промисловості цей показник складав 89,7%) [4].

Важливими показниками лояльності працівників є показники руху персоналу. Аналіз даної групи показників свідчить як про зменшення рівня вибуття персоналу, так і про зменшення рівня його прийому. Проте рівень цих показників є надзвичайно високим (у 2009 р. – 46,6% та 39,4% відповідно), ці показники перевищують аналогічні у промисловості приблизно у 2 рази [4]. Частково високі значення цих показників пояснюється сезонністю виробництва на більшості підприємств харчової промисловості. Темп вибуття персоналу перевищує темп прийняття, тому щорічно

коэффициент плинності кадрів у харчовій промисловості зростає. За умов такої високої плинності кадрів формування спільних цінностей, на основі яких базується організаційна культура є важким завданням, яке, до того ж, потребує додаткових витрат фінансових ресурсів.

Колективний договір на більшості підприємств харчової промисловості є головним і єдиним документом, яки регулює внутрішньо корпоративні відносини, дає працівникам уявлення про характер взаємовідносин між власником підприємства та найманим персоналом, описує цілі і очікування кожної сторони. У харчовій промисловості динаміка зареєстрованих колективних договорів є негативною: тільки за останні три роки їх кількість зменшилась майже на 15%. Колективними договорами у харчовій промисловості в 2009 р. було охоплено 84,6% штатних працівників [4].

Номинальна заробітна плата у харчовій промисловості протягом 2003-2009 рр. зростала (у 3,6 рази). Проте рівень її залишається низьким. Так, у 2009 р. розмір середньомісячної номінальної заробітної плати у харчовій промисловості був на 16% нижчим, ніж у промисловості в цілому [7]. Низький рівень оплати праці є негативним фактором, який свідчить про недостатній рівень організаційної культури, та не сприяє підвищенню лояльності персоналу, його розвитку, залученню на підприємства харчової промисловості кваліфікованих працівників.

В цілому проведений організаційно-економічний аналіз харчової промисловості свідчить про наявність певних передумов для формування організаційної культури на підприємствах досліджуваної галузі (позитивна динаміка обсягу виробництва, рівня рентабельності, обсягу інвестиційної та інноваційної діяльності, соціально-економічних показників), проте рівень значної кількості показників (особливо соціально-економічних, показників плинності кадрів та показників інноваційної активності) ще залишається недостатнім. Результати аналізу переконливо свідчать про недостатню увагу керівництва підприємств харчової промисловості до розвитку персоналу та покращення умов праці, про недостатній рівень соціальної відповідальності керівництва перед працівниками та суспільством, а отже, про невисокий рівень організаційної культури.

Література

1. Гавкалова Н.Л. Соціально-економічний механізм ефективності менеджменту персоналу: методологія та концепція формування: [монографія] / Н. Л. Гавкалова. – Харків: Вид. ХНЕУ, 2007. – 400 с.
2. Драган О.І. Організаційно-методологічне забезпечення конкуренто-спроможності підприємств м'ясної промисловості України: проблеми теорії і практики: [монографія] / О. І. Драган. – К.: НУХТ, 2007. – 251 с.
3. Захарчин Г.М. Механізм формування організаційної культури машинобудівного підприємства [Текст]: [монографія] / Г.М. Захарчин. - Л.: Видавництво Нац. ун-ту "Львівська політехніка", 2009. - 276 с.
4. Праця України у 2009 році / Відповідальний за випуск І. В. Сенік. - К.: Державний комітет статистики України, 2010. – 241 с.
5. Пріоритети інноваційного розвитку АПК України: наукова доповідь / Юзефович А.Е., Крисанов Д.Ф. – К.: Об'єднаний інститут економіки НАН України, 2005. – 55 с.
6. Продовольчий комплекс України: стан і перспективи розвитку / Л.В. Дейнеко, А.О. Коваленко, П.І. Коренюк, Е. І. Шелудько; За ред. чл.-кор. НАН України Б. М. Данилишина. – К.: Наук. Думка, 2007. – 276 с.
7. Статистичний щорічник України 2009 / За ред. О.Г. Осауленка. - К.: Державний комітет статистики України, 2010. – 566 с.
8. Тарасюк Г.М. Потенціал підприємств харчової промисловості Житомирської області: основні тенденції і планування розвитку: монографія / Г.М. Тарасюк. – Житомир: ЖДТУ, 2008. – 277 с.

Рецензент докт. екон. наук, професор В.К. Данилко

338.054.23

*Полищук Е.А., к.э.н., доцент,
ТНУ имени В.И. Вернадского*

ОБ ИНСТИТУЦИОНАЛЬНОЙ СИСТЕМЕ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В СФЕРЕ ТУРИЗМА

Роль малого предпринимательства в сфере туризма в современном обществе может быть наиболее полно определена только при рассмотрении его в качестве целостной экономической системы. Анализ такой системы предполагает необходимость обязательного учета комплекса внешних условий, создающих предпосылки для успешной деятельности основных субъектов экономических отношений, в данном случае – малых предприятий в туризме. Эти внешние условия