

Объектом повышенного внимания является государственная поддержка малых предприятий в сфере туризма. Необходимость и целесообразность такой поддержки определяется экономическими и социальными особенностями туристической сферы. Возможности малых предприятий в туризме по созданию новых рабочих мест, разработке и внедрению инноваций являются потенциалом, имеющим не только индивидуальную коммерческую, но и общественную ценность.

Стратегическая цель государственной поддержки сферы туризма заключается в обеспечении благоприятных условий функционирования для развития малого предпринимательства в целом и особо благоприятных условий для тех его направлений, в приоритетном развитии которых общество особо заинтересовано.

Вышеизложенное позволяет определить роль малого предпринимательства в сфере туризма как ключевого элемента системы социально-экономических отношений современного общества и, в немалой степени, как ее стабилизирующего фактора.

Литература

1. Олейник А.Н. Институциональная экономика / А.Н. Олейник. – М.: ИНФРА-М, 2002. – 416 с.
2. Институциональная экономика / Под рук. акад. Д.С. Львова. – М.: ИНФРА-М, 2001. – 318 с.
3. Литвинцева Г.П. Институциональная экономическая теория / Г.П. Литвинова. – Новосибирск: Изд-во НГТУ, 2003 – 336 с.
4. Лемещенко П.С. Институциональная теория фирмы / П.С. Лемещенко, Н.А. Мельникова. – Минск: «БГУ», 2005. – 121 с.
5. Хамидуллин Ф.Ф. Малый бизнес в условиях институциональных преобразований / Ф.Ф. Хамидуллин. – Казань: Академия управления «ТИСБИ», 2005, – 168 с.
6. Гурбик Ю. Інституційні проблеми державного регулювання туристичної сфери в Україні [Електронний ресурс] / Юрій Гурбик // Інституціональний вектор економічного розвитку. – 2008. – Вип. 1 (2). – Режим доступу: [http://www.nbuv.gov.ua/portal/Soc\\_Gum/iver/2008\\_1\\_2/chapters/chapter\\_2/chapter\\_2\\_part\\_16.PDF](http://www.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/iver/2008_1_2/chapters/chapter_2/chapter_2_part_16.PDF).
7. Папирян Г.А. Экономика туризма [Электронный ресурс] / Г.А. Папирян. – М., 1999. – 124 с. – Режим доступа : [http://buklib.net/component/option,com\\_jbook/task,view/Itemid,36/catid,165/id,6695](http://buklib.net/component/option,com_jbook/task,view/Itemid,36/catid,165/id,6695).

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

658.589:664 (477)

*Валінкевич Н.В., к.е.н., доцент,  
Житомирський державний технологічний університет*

**ПРОБЛЕМИ МОДЕРНІЗАЦІЇ: КОНКУРЕНТОЗДАТНІСТЬ ТА ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНІ ФАКТОРИ АДАПТАЦІЇ ПІДПРИЄМСТВ ДО УМОВ ЗОВНІШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА**

Забезпечення сталого розвитку та ефективного функціонування промисловості країни в умовах глобалізаційних викликів обумовлене необхідністю впровадження модернізації, яка включає інноваційний розвиток і забезпечення енергоефективності. Сутність та напрями модернізації підприємств визначаються її кінцевою метою, яка при наявності економічного та технологічного росту та конкурентоздатності, є підґрунтям для покращення добробуту населення, створення належних умов життя задля майбутніх поколінь. Проте, варто відмітити, що економічне зростання, як правило, пов'язано із забрудненням оточуючого середовища, порушенням балансу біосфери, що призводить до погіршення стану здоров'я людей, звужує їх можливості та не забезпечує необхідного рівня життєдіяльності. Такі важливі чинники визначають, на наш погляд, сутність організаційно-економічної модернізації підприємств харчової промисловості, забезпечуючи таким чином прогрес галузі, її економічний розвиток та формування екологічної безпеки країни.

Під впливом глобальних процесів формуються якісні параметри нової економіки, в яких на різних стадіях виробництва, обміну та споживання ефективну участь можуть брати національні економіки з конкурентоспроможним потенціалом. Ці процеси діалектично взаємопов'язані, зміни їх обумовлені тенденціями постійного руху глобального фінансового капіталу, в результаті якого формуються особливі економічні відносини, перетворюючи виробничі відносини на господарські зв'язки [1, с.48]. Тому, все це зумовлює, зазначає О.А. Швиданенко, об'єктивну необхідність удосконалення конкурентоспроможності суб'єктів господарювання в умовах нової інноваційно-

інформаційної економіки. Такій економіці притаманні якісні параметри, за умовами якої участь у глобальному відтворювальному процесі беруть країни та суб'єкти господарювання лише з високим рівнем конкурентоспроможності. Але, на наше переконання, створення конкурентоспроможної економіки країни залежить в більшій мірі від успішного функціонування національного товаровиробника, зокрема в харчовій промисловості.

Вагомий внесок у розвиток визначення пріоритетів стратегії розвитку управління галузями здійснили такі вчені-економісти, як О.М. Алимов, О.І. Амоша, М.П. Бутко, В.М. Геєць, А.М. Федорищева. Зокрема, практичні положення оцінки конкурентноздатності підприємств, дослідження ефективного розвитку та функціонування на різних етапах галузей харчової промисловості відображені у працях вітчизняних авторів: П.П. Борщевського, О.Б. Бутнік-Сіверського, Л.В. Дейнеко, А.О. Заїнчковського, Д.Ф. Крисанова, І.І. Лукінова, М.П. Сичевського, Л.Г. Чернюк та багатьох інших дослідників. Питання взаємодії конкурентноздатності, організаційно-економічних факторів та адаптації підприємств харчової промисловості до умов зовнішнього середовища в контексті пошуку джерел економічного зростання є надзвичайно різноманітними й багатоплановими, тому потребують додаткового вивчення.

Метою статті є узагальнення та визначення існуючих проблем і підходів до сутності, місця і значення організаційно-економічної модернізації у взаємодії з конкурентноздатністю підприємств, обґрунтування конструкції модернізації суб'єктів господарювання.

Організаційно-економічна модернізація підприємств обов'язково повинна враховувати можливості підприємств щодо забезпечення їх економічної ефективності шляхом скорочення обсягів шкідливих викидів, раціонального використання природних ресурсів, безвідходного виробництва, тобто функціонувати на засадах збереження та підтримки стану оточуючого середовища, передбачати роль людського чинника на основі пріоритету підвищення цінності природи та людини. Наголосимо, оскільки природні ресурси та відношення до них визначають розвиток в найближчий перспективі, то впровадження ресурсозберігаючої політики підприємств харчової промисловості необхідне саме сьогодні. Все це зумовлює розробку та реалізацію екологічної політики, адже екологія сьогодні – це розвиток економіки країни. Саме такий підхід дозволить збільшити та покращити економічні показники, покращить добробут як працівників виробництва, так і населення в цілому. Водночас, успіх реалізації ідеї організаційно-економічної модернізації підприємств залежить від активної позиції та особистої зацікавленості кожного робітника. Очевидним є те, що це передбачає необхідність навчання персоналу та цілеспрямованих дій адміністративного персоналу. У зв'язку з цим зумовлено необхідність дослідження модернізації маркетингових технологій підприємств галузі.

Модернізація маркетингових технологій підприємств харчової промисловості передусім обумовлена зростаючою конкуренцією між виробниками продуктів харчування. Йдеться, насамперед, про жорсткий відбір спеціалістів для відділів продаж, які несуть відповідальність за реалізацію продукції, проведення аналізу конкуренції як головного зовнішнього фактору. Здійснити аналіз конкурентних переваг можливо за кількістю конкурентів у галузі та їх розподілом за масштабами виробництва; визначенням ринкової частки кожного підприємства-конкурента та резервів їх ресурсного потенціалу; за допомогою прогнозу основних напрямів конкурентної боротьби на перспективу; за рівнем продуктивності праці та технологій; якості продукції, дизайну, іміджу товарів та торгової марки; прибутковості та поєднання різних комбінацій названих елементів. Матеріальною мотивацією до праці у працівників відділу є додаткова заробітна плата (бонуси, премії) за обсяги додаткових продажів. Спеціалісти даного відділу як правило головну увагу зосереджують на прогнозному аналізі запитів та уподобань споживачів (кон'юнктури ринку), відслідковують цінову (нецінову) політику конкурентів, а також приймають нетрадиційні рішення щодо активізації збутової мережі, пошуку нових каналів реалізації продукції, покращенню зовнішнього вигляду продукції. Організація таких заходів проходить за допомогою розробки нових товарів на основі аналізу потреби покупців та можливостей виробництва, реклами (враховуються її форми, види, ефективність), розробки упаковки (розглядається як засіб формування попиту) та фірмових знаків компаній, промислового дизайну, планування на основі цілей з урахуванням зовнішніх загроз. Разом з тим, сьогодні у виробників, на наш погляд, на перше місце стає питання як продати, а не як виробити, що обґрунтовується особливостями функціонування умов ринкової економіки. Як вдало відмічають М.С. Пушкар та Р.М. Пушкар, що в сучасних умовах проблема підприємств полягає саме не у можливості виробництва, а у збуті продукції за умови існування конкуренції товаровиробників [2, с.303]. Модернізація маркетингових технологій покликана вчасно реагувати та відслідковувати наміри споживачів, їх схильності, переваги, смаки, уподобання, купівельну спроможність, територіальний регіон проживання (регіональні особливості та традиції),

розробляти стратегію оптимізації прибутку, а також відстежувати частки продажу на кожному ринковому сегменті з метою досягнення статусу лідера. Тому, безперечно, така модернізація підприємств - маючи навіть високу якість продукції – пов'язана з пошуком як внутрішніх, так і зовнішніх механізмів адаптації до функціонування на ринку.

Стає цілком реальним, що одним з напрямів проведення організаційної модернізації підприємств є сучасні методи управління персоналом. Елементами такого управління є, на нашу думку, залучення і підбір персоналу; конкурсний відбір; формування його структури та визначення потреб; поліпшення морального клімату в колективі; виявлення потенційних можливостей працівників; навчання, перепідготовка та підвищення кваліфікації, яка забезпечує конкурентоспроможність продукції та якість; облік. Головною метою такого управління є створення постійних кадрів підприємства – використання людського фактору, який єдиний створює додаткову вартість і важливіший від фінансового та матеріального фактору. Як відомо, кадрова політика є складовою системи управління, вимагає певної системи. На неї впливають: високий освітній рівень керівників персоналу, розвиток здібностей кожного працівника, втрати продукції через надмірні витрати робочого часу, організація підвищення кваліфікації персоналу, зарплатоємність продукції, переміщення, звільнення, відпустки, дисципліна, безпека, оплата праці та управління адміністративним документами. Згідно з цими критеріями людські ресурси вимірюються не чисельністю (кількісними показниками), а якісними показниками та характеристиками, що вимагають надмірної уваги до управління персоналом на виробництві та передбачають використання праці з максимальною продуктивністю.

При впровадженні сучасних методів управління важливу роль відіграє характер і кваліфікаційна підготовка керівника підприємства – його прагнення до радикальних змін, готовність до ризиків. Реалізація управлінських нововведень вимагає переорієнтацію мислення, зумовлює підготовчу роботу щодо забезпечення стійкого розвитку виробництва та його економічної безпеки. З метою попередження негативного впливу зовнішніх загроз необхідно вирішити методологічні питання управління підприємством, які є основою для побудови організаційної модернізації. У зв'язку з цим дослідження напрямів розвитку ефективного використання наявних трудових ресурсів опосередковано пов'язане із результатом діяльності підприємства. Тому проблеми управління стійким розвитком підприємства безпосередньо впливають на розробку мотиваційних стимулів підвищення продуктивності праці. Однак ринковий механізм передбачає створення матеріальної зацікавленості у виробництві продукції за допомогою змін ціни на цю продукцію у відповідності до кон'юнктури ринку. Цілеспрямоване використання особливостей процесу визначення зацікавленості дозволяє створити новий механізм управління – систему, яка має максимальне наближення до природного механізму формування інтересів, де ефективність виробництва працівників вимірюється розміром отриманої винагороди та витратами праці. Очевидним є те, що кадрові проблемні питання на підприємствах харчової промисловості передусім пов'язані з недостатнім рівнем залучення кваліфікованих спеціалістів, рівень яких би відповідав сучасному рівню обладнання на підприємствах. Однією з таких причин можливо назвати недостатній рівень заробітної плати працівників, відсутність у адміністрації бажання вкладати кошти в їх профільне навчання, які мають тенденцію до зростання, що вимагає додаткових витрат. Проте, більш успішні підприємства мають інший підхід з кращим результатом (зменшення плинності кадрів) - заохочують організацію праці елементами матеріальної винагороди з метою максимально можливої ефективності виробничих процесів, підвищуючи вимоги до якості праці та трудової дисципліни. Стимулювання праці будуть марними без моральних та матеріальних методів впливу на персонал. Також має важливе значення і формування та досягнення стратегічної мети підприємства. Таким чином, інвестуючи ресурси в підготовку кадрів, підвищення кваліфікації робітників, власники підприємств харчової промисловості отримують фахівців високого рівня, застосовуючи тим самим, опосередковано, принцип ефективної роботи всього підприємства, окремих підрозділів та робітників, а як кінцевий результат - мають збільшення та зростання співвідношення до продуктивності праці в динаміці. Взагалі зазначимо, що працівники повинні чітко усвідомлювати ключові фактори внутрішнього росту особисто та підприємства в цілому. Разом з тим, об'єднання зусиль розрізнених, самостійно функціонуючих підприємств аграрного та промислового секторів економіки, що спрямовані на створення єдиної цілісної виробничої, економічної та управлінської систем, забезпечать раціональніше використання як трудового, так і виробничого, інвестиційного потенціалів суб'єктів господарювання [3, с.12]. Все це створює реальне середовище, в якому реалізується трудова діяльність і яка, в свою чергу, зумовлює вибір кожної людини. Тому даний фактор є частиною загального механізму управління.

Для реалізації запропонованого механізму підприємство повинно мати необхідні ресурси, де якісна та кількісна зміна цих ресурсів повинна відповідати результатам функціонування виробництва.

У світлі розглянутих питань надзвичайно актуальним стає усвідомлення того, що стратегії організаційно-економічної модернізації притаманні різним типам підприємств, які відрізняються як можливостями, капіталом, так і структурою управління. Всі вони здійснюють пошук механізмів для компенсації негативного впливу зовнішнього середовища на господарську діяльність. Водночас, сьогодні увага зростає до фінансових посередників, їхньої ролі й місця у співпраці з виробниками продукції – які представляють реальний сектор економіки. При цьому для структурної модернізації підприємств харчової галузі однією з ключових умов є створення системи забезпечення виробників довгостроковим фінансовими ресурсами задля подолання наслідків світової економічної кризи у вітчизняній економіці та разом із тим формування передумов для їх стабільного економічного зростання [4, с.83]. У цьому контексті постає нагальна потреба виокремити можливі стратегії модернізації, на наш погляд, які можуть застосовуватись безпосередньо в сучасних умовах функціонування підприємств та нашого дослідження. Перша, або атакуюча модернізація підприємств, в повній мірі реалізує невикористані можливості управлінської модернізації. Її характерною ознакою, на нашу думку, є довгострокове планування, розробка власних «правил гри» в умовах невизначеності. Дана стратегія націлена на виробництво продукції в сучасних жорстких умовах – недоброякісної конкуренції та недосконалої нормативно-правової бази. Це обумовлює постійний пошук вірних рішень керівництва підприємства за умов його високої кваліфікації та наявності відповідного технологічного обладнання. Друга стратегія, стратегія стримування націлена на збереження іміджу підприємства, його репутації, за рахунок високої якості виробленої продукції на сучасному обладнанні. Маючи в резерві, як правило, фінансовий потенціал для подальшого збільшення обсягів виробництва, який не використовують в повному обсязі, за рахунок обмежень сировинної та збутової бази. Стримуючим фактором модернізації, на наш погляд, є статус даного підприємства. Третя стратегія модернізації – екстенсивна, або компенсаційна. Вона націлена на ринок масової дешевої продукції, тобто на масове виробництво. Такі підприємства не мають можливостей якісного прориву, тому досягають збільшення максимізації прибутку за рахунок збільшення фізичних обсягів виробництва. Сутність та відмінність такої модернізації полягає у розширенні виробництва і заміні зношених деталей та вузлів, які не мають в основі (підґрунтя) якісних змін в роботі підприємства. Дана стратегія буде ефективною лише в короткостроковому періоді для застосування на вітчизняному ринку і призначена лише для малих та слабких у фінансовому відношенні підприємств. За рахунок «рецептурних» інновацій вони націлені на зниження якості продукції - часто заміни аналогічною сировиною, досягаючи таким чином її цінової конкурентоздатності. Проте, таке виробництво перспектив для ефективного розвитку не має та можливості раціонально вижити в умовах загроз та ризиків теж, оскільки така стратегія модернізації забезпечує короткострокове лідерство шляхом мінімізації витрат. Отже, в кінцевому результаті організаційно-економічна модернізація - це оптимальний шлях розвитку, рух до економічного зростання, пріоритетне направлення інноваційної політики в умовах глобалізаційних викликів.

Водночас, реалізація економічних реформ в умовах євроінтеграції обумовлює функціонування механізму конкуренції. Створення конкурентного середовища, відхід від монополізму в економіці покликане забезпечити зростання інновацій в промисловості країни. За підрахунками вітчизняних економістів інновації в харчову промисловість – процес ризиковий та дорогий. Проте, саме вказана галузь має низький рівень інтенсивності НДКР. Пояснюють це виробництвом традиційних виробів і запровадженням з інших галузей таких складових інновацій як обладнання, упаковка, складові рецептів (інгредієнти). Хоча саме ці підприємства мають найбільшу швидкість обертання оборотних засобів, вивільняючи фінансові ресурси, що сприяє створенню умов для фінансування інноваційних заходів та проектів, забезпечуючи відносно швидку вигоду від вкладення капіталу. Наголосимо, що одним з чинників, який має надзвичайно важливе значення і гарантує сталу економічну рівновагу в процесі поширення глобалізації економіки і є новітні інноваційні технології. Але, як зазначає Ф. Хайек, відомий австрійський економіст та філософ, що в деяких галузях англійської промисловості часто зустрічаються випадки, коли технічно найбільш ефективні фірми одночасно знаходяться в найгіршому фінансовому стані. І тут жодна спроба зберегти вартість основного капіталу пригнічуючи конкуренцію з боку менш сучасних фірм, лише дозволить виробникам тримати більш високу ціну [5]. Отже, підсумовуючи, зазначимо, що впровадження інновацій та НДКР не завжди гарантують максимізацію прибутку та рентабельну діяльність підприємств. За спостереженням вітчизняних науковців майже половина нових вироблених продуктів харчування не окупаються в перший рік їх виробництва.

Необхідність застосування ефективної організаційно-економічної модернізації підприємств харчової промисловості є, на нашу думку, першочерговим завданням сьогодення. За переконанням О. Попової, як і автора даного дослідження, стрімке зростання чисельності населення планети вимагає суттєвого збільшення виробництва продовольства. Якщо у 2000 році населення планети становило 6,1 млрд. осіб, то, за прогнозами вчених у 2025 воно буде 8,5 млрд., а у 2050 – 9 млрд. осіб. У той же час, за останні 50 років світовий попит на продовольство збільшився в 4 рази. Дана ситуація посилила продовольчу кризу на планеті, створює умови для недоїдання населення, а стрімке підвищення цін на продовольство призвело до збіднення людей. Тому, неблагополучний стан із забезпеченням продовольством, актуалізував необхідність розроблення нового курсу глобальної продовольчої політики [6, с.47].

Підсумовуючи зазначені вище та розглянуті питання, відмітимо, що наукові дослідження в галузі виробництва продуктів харчування є нагальною необхідністю, адже їх мета - це уникнення загроз і ризиків як світової, так і національної продовольчої кризи.

Поширення впливу процесів глобалізації, інтеграції та монополізації на формування вітчизняної конкурентоспроможної економіки зумовлює необхідність розроблення нових підходів до розв'язання та оцінювання цих проблем, потребує переосмислення та удосконалення конструкції модернізації суб'єктів господарювання у харчовій промисловості України. Саме це питання, на наш погляд, є актуальним дослідженням для визначення перспектив розвитку даної галузі. Аналізуючи вищевикладене, можна зробити висновки, що у світлі сучасного вектору розвитку стає цілком реальним застосування нових підходів організаційно-економічної модернізації підприємств, що відзначиться зростанням виробництва, і, як наслідок, зменшить масштаби бідності населення та підвищить його благополуччя. Взагалі ж, важливо сформувати нову економічну основу господарських відносин між виробниками та постачальниками сировини, яка за своїм змістом забезпечить цивілізовані конкурентні стосунки між всіма суб'єктами економіки.

#### Література

1. Швиданенко О.А. Основні тенденції трансформації глобальної конкурентоспроможності / О.А. Швиданенко // Актуальні проблеми економіки. – 2011. - №3. – С.46-55.
2. Пушкар М.С., Пушкар Р.М. Контролінг – інформаційна підсистема стратегічного менеджменту: [монографія] / М.С. Пушкар, Р.М. Пушкар. – Тернопіль: Карт-бланш, 2004. – 370 с.
3. Нагорний Є.В. Ефективність діяльності підприємств цукрової і спиртової промисловості в Україні / Є.В. Нагорний // Економіка. Фінанси. Право. – 2009. - №3. – с.12-14.
4. Школьник І.О., Семенов А.Ю. Взаємодія інститутів фінансового посередництва з реальним сектором економіки / І.О. Школьник, А.Ю. Семенов // Фінанси України. – 2011. - №1. – С.83-93.
5. Хайек Ф.А. Индивидуализм и экономический порядок / Ф.А. Хайек. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://libertarium.ru/10099>
6. Попова О. Рационалізація аграрного землекористування як національний пріоритет за посилення глобальних викликів щодо продовольчого забезпечення / О. Попова // Економіст. – 2010. - №12. – С.47-51.

*Рецензент докт. екон. наук, професор О.В. Олійник*

338.242:332.1

*Федяй Н.О., співробітник відділу просторово-економічного розвитку та місцевого самоврядування ДУ «Інститут економіки та прогнозування» НАН України*

### **СИСТЕМА ПРИНЦИПІВ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ПРОСТОРОВО-ЕКОНОМІЧНИМ РОЗВИТКОМ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ**

Сучасні наукові підходи до вивчення економічного простору, а зокрема стратегічного управління просторовим розвитком регіонів, потребують вдосконалення, або нового вектору наукового пізнання. В цій статті пропонуємо по-новому поглянути на проблеми цієї сфери, адже досі регіони України не мають дієвих стратегій соціально-економічного розвитку, що в свою чергу гальмує розвиток не лише окремих регіонів а і держави в цілому. Це стосується як регіонального так і муніципального рівня. Сьогодні завдання стратегічного управління просторовим розвитком істотно змінюються, на перший план виступають процеси ефективного місцевого управління та організації