

РОЗДІЛ 4

ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ

УДК 338.48–6(477.87):615.8

Варцаба В. І.

Сочка К. А.

Ужгородський національний університет

ВПЛИВ ФАКТОРУ СЕЗОННОСТІ НА ДІЯЛЬНІСТЬ МАЛОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА ТУРИСТИЧНО-РЕКРЕАЦІЙНОЇ СФЕРИ ЗАКАРПАТСЬКОЇ ОБЛАСТІ

Досліджено вплив фактору сезонності на формування потоків відвідувачів закладів розміщення туристично-рекреаційної сфери Закарпатської області (в т. ч. малого підприємництва) та обґрунтовано необхідність вироблення адекватних механізмів залучення відвідувачів у періоди їх меншої завантаженості.

Ключові слова: туристично-рекреаційна сфера, мале підприємництво, потоки відвідувачів, сезонні коливання, індекс сезонності.

Постановка проблеми. Одним з найбільш динамічних сегментів світового господарства останніх років є галузь туризму та рекреації. Важливим проблемним питанням розвитку цієї комплексної системи є сезонність пропозиції та попиту послуг, що визначається як природно-кліматичними так і іншими (економічними, соціальними, психологічними) факторами. Сезонність є складним та неоднозначним явищем, що зумовлює періодичне вивільнення людських ресурсів, зменшення завантаженості матеріально-технічної бази, нерівномірний в часі розподіл видатків та формування фінансових результатів закладів туристично-рекреаційної сфери. Оскільки абсолютна більшість закладів розміщення туристично-рекреаційної сфери Закарпатської області представлена малим бізнесом, який є більш чутливим до змін навколишнього економічного, політичного, соціального середовища, це обумовлює необхідність дослідження впливу фактору сезонності на діяльність таких закладів та вироблення практичних рекомендацій для мінімізації його наслідків.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженнями економічної суті та значення підприємництва займалося багато українських вчених, зокрема у наукових працях О.І. Амоші, З.С. Варналя, Л.І. Воротиної, О.В. Довгальова, М.І. Долішнього, Л.І. Донця, Л.П. Дядечка, С.М. Злупка, О.Г. Єрмоленка, П.С. Єщенко, М.А. Козоріз, В.П. Мікловди, І.М. Писаревського, К.А. Панасюк, Т.Г. Сокол, Т.І. Ткаченко, А.А. Чухна досліджено різні методологічні та організаційні аспекти функціонування малого підприємництва, в т. ч. малих підприємницьких структур різних форм у туристично-рекреаційній сфері.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Слід зазначити, що, незважаючи на ґрунтовні дослідження проблематики малого підприємництва, окремі аспекти теоретичного, методологічного та прикладного характеру не отримали належної розробки, зокрема, особливості діяльності закладів розміщення туристично-рекреаційної сфери в умовах сезонних коливань розглядаються переважно з точки зору статистичного аналізу. Тому необхідність обґрунтування та визначення реального рівня сезонних коливань закладів розміщення (в т. ч. малого підприємництва) туристично-рекреаційної сфери та розробка практичних рекомендацій щодо активізації їх ді-

яльності у періоди низького сезону зумовила вибір напрямку даного дослідження.

Мета статті. Метою статті є дослідження впливу фактору сезонності на діяльність закладів розміщення туристично-рекреаційної сфери та розробка і обґрунтування практичних заходів для його зменшення на фінансово-господарську діяльність таких закладів.

Виклад основного матеріалу. В сьогоденні умовах одним з вихідних елементів ринкової системи вважається підприємництво, зокрема функціонування малих підприємств, що забезпечує швидке насичення ринку потрібними товарами та послугами, зміцнює матеріально-технічну базу регіону, заповнює незайняті ніші у різних видах економічної діяльності, сприяє демонополізації галузей економіки, розвитку конкуренції. Загальновідомими перевагами малих підприємств порівняно з середніми та великими є можливість швидкого та ефективного реагування на кон'юнктуру ринку, здатність мобілізувати ресурси населення, істотно впливати на формування конкурентного середовища, мінімізувати витрати та економічні ризики, створювати стимули для підвищення кваліфікації працівників сфери, що забезпечує наближення рівня обслуговування до світових стандартів.

Відповідно до ст. 42 Господарського кодексу України [1], підприємництво визначається як самостійна, ініціативна, систематична, на власний ризик господарська діяльність, що здійснюється суб'єктами господарювання (підприємцями) з метою досягнення економічних і соціальних результатів та одержання прибутку на основі визначених принципів.

Законом України «Про розвиток та державну підтримку малого і середнього підприємництва в Україні» [2] внесено зміни до Господарського кодексу [1, ст. 144], що визначає кількісні параметри виділення різних груп підприємств. Зокрема, в залежності від таких критеріїв, як кількість працюючих та річного доходу від будь-якої діяльності, запроваджено виділення суб'єктів малого підприємництва (для яких середня кількість працівників за звітний період (календарний рік) не перевищує 50 осіб та річний дохід від будь-якої діяльності не перевищує суму, еквівалентну 10 мільйонам євро, визначену за середньорічним курсом Національного банку України), у тому

числі суб'єктів мікропідприємництва (для яких середня кількість працівників за звітний період (календарний рік) не перевищує 10 осіб та річний дохід від будь-якої діяльності не перевищує суму, еквівалентну 2 мільйонам євро, визначену за середньорічним курсом НБУ), а також суб'єктів середнього та великого підприємництва.

Незважаючи на необхідність виділення фінансових, матеріальних та людських ресурсів для подальшого подолання складних наслідків глобальної фінансово-економічної кризи у багатьох країнах, у світовому масштабі показники туризму займають важливе значення, зокрема за звітами Світової туристичної організації сьогодні галузь формує близько 9% світового ВВП (з врахуванням прямого, непрямого та індукованого впливу), забезпечує створення робочих місць для близько 9% населення (з врахуванням прямого, непрямого та індукованого впливу), акумулює близько 6% світового обсягу експорту, а кількість міжнародних туристів у світовому масштабі з 1950 до 2012 року збільшилася у 41,4 рази [3, с. 2].

Останні роки в українському та зарубіжному науковому середовищі активно розгортається дискусія щодо теоретичного обґрунтування взаємозв'язку та співвідношення концепцій туризму та рекреації. Погоджуємося з думкою окремих авторів [4; 5], які підкреслюють, що в сучасних умовах теоретичні, методологічні та термінологічні відмінності між туризмом та рекреацією поступово розмиваються і стають менш чітко диференційованими і, як наслідок, посилюється конвергенція між цими поняттями у теоретичних питаннях, видах діяльності та впливах на економічні, соціальні та екологічні процеси, особливо із збільшенням комерціалізації рекреації та розвитком екологічних видів туризму. Тому у даному дослідженні пропонується розглядати туристично-рекреаційну сферу як складну відкриту систему, що об'єднує сукупність закладів, які задовольняють базові та супутні потреби у різних організаційних формах туризму та рекреації для споживачів, якими виступають як класичні туристи, так і місцеві жителі.

Активізація діяльності туристично-рекреаційного комплексу сприяє розвитку багатьох суміжних галузей (харчування, транспортне забезпечення, екскурсійне обслуговування, виробництво сувенірної продукції, розвиток традиційних народних промислів тощо), що накладає відбиток на структуру економіки країн в цілому та конкретних регіонів.

Слід зауважити, що туристично-рекреаційний бізнес характеризується досить високим рівнем комерційного ризику, що зумовлено не тільки економічними та соціальними тенденціями, але і впливом кліматичних та погодних факторів, що визначає суттєву нерівномірність у формуванні потоків відвідувачів туристично-рекреаційної

сфери. У Закарпатській області здійснюють діяльність майже 400 закладів розміщення туристично-рекреаційного характеру (кінець 2013 р.), з них близько 80 відсотків є закладами малого підприємства.

Вивчення наведеної інформації свідчить, що за досліджуваний період кількість відвідувачів туристично-рекреаційних закладів розміщення регіону збільшилася на 96,6 тис. осіб (або 39,15%), при цьому спостерігається більш інтенсивне зростання кількості відвідувачів закладів малого бізнесу – абсолютне зростання становило 92,9 тис. осіб (або 91,28%). Слід зауважити, що спостерігається стабільна тенденція до підвищення питомої ваги відвідувачів, які користуються послугами саме закладів малого підприємства – якщо у 2004 році близько 41% відвідувачів скористалися їх послугами, то починаючи з 2009 року більше 50% споживачів даних послуг надають перевагу саме малим закладам розміщення, що свідчить про посилення його значення на регіональному ринку таких послуг.

Оскільки функціонування туристично-рекреаційної сфери має чітко виражений сезонний характер, для вироблення пропозицій та напрямків подальшого збалансованого розвитку індустрії, особливо в умовах фінансово-економічної та політичної нестабільності, необхідно оцінити характер таких сезонних коливань та визначити пікові періоди, що забезпечують максимальну кількість відвідувачів та періоди з мінімальними потоками відвідувачів.

Під сезонністю розуміють [7, с. 302] стійку закономірність внутрішньорічної динаміки певного явища, що відображається у внутрішньорічних підвищеннях (зменшеннях) рівнів визначених показників протягом декількох років. Сезонні коливання визначається переліком факторів, які узагальнено можна поділити на первинні (формується під впливом природно-кліматичних умов, кількості та якості специфічних благ для розвитку окремих видів туристично-рекреаційної діяльності) та вторинні (зокрема, економічні, демографічні, психологічні, технологічні, матеріально-технічні, політична та міжнародна ситуація).

Слід відмітити, що не усякі відмінності у місячних або кварталних рівнях є сезонними коливаннями, а тільки такі, що регулярно з року в рік повторюються. Саме тому для оцінки сезонних коливань необхідним є дослідження тривалого періоду часу.

За інтенсивністю подорожей автор [7, с. 302] виділяє такі сезони, як піковий (найбільш сприятливий для організації туристично-рекреаційної діяльності, характеризується максимальною щільністю відвідувачів та найбільш комфортними умовами для відпочинку), високий (період ділової активності на ринку та дії високих тарифів на послуги), низький (характерним є зниження

Таблиця 1
Динаміка кількості відвідувачів закладів розміщення туристично-рекреаційної сфери (ТРС)
Закарпатської області, 2004-2013 рр., тис. осіб

| | 2004 | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 |
|---|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| Кількість відвідувачів усіх закладів ТРС, у т.ч. | 246,8 | 315,9 | 376,4 | 322,6 | 431,5 | 387,9 | 322,1 | 317,2 | 328,1 | 343,4 |
| - кількість відвідувачів закладів малого підприємства | 101,8 | 142,3 | 189,8 | 139,8 | 154,1 | 213,0 | 187,6 | 159,9 | 181,5 | 194,6 |
| % до усього | 41,2 | 45,0 | 50,4 | 43,3 | 35,7 | 54,9 | 58,2 | 50,4 | 55,3 | 56,7 |

Джерело: розраховано авторами на основі [6]

ділової активності та найбільш низькі ціни на послуги) і мертвий (максимально несприятливий період для організації туристично-рекреаційної діяльності).

Для характеристики сезонних коливань важливе значення має форма «сезонної» хвилі, що досліджується з допомогою відносних показників – відношення місячних рівнів до середньомісячного за визначений період часу (індекси сезонності). Індекси сезонності розраховуються за допомогою різних методів залежно від характеру динаміки сезонних коливань [7, с. 303; 8; 9].

Оскільки аналізовані ряди динаміки відвідувачів рекреаційних закладів Закарпатської області містять певну тенденцію, яка протягом досліджуваних років залишалася відносно стабільною, то індекс сезонності (IS) доцільно розраховувати за формулою:

$$IS = \frac{x_i}{x} * 100 \quad (1),$$

де x_i – потік відвідувачів місяця i , x – середньомісячна кількість відвідувачів протягом року

Зведений індекс сезонності за визначений період часу розраховується за формулою:

$$ISn = \frac{\sum x_{ni}}{n} \quad (2),$$

де x_{ni} – значення показника i місяця n року, n – період дослідження (роки).

Показники щорічних індексів сезонності (IS) закладів розміщення малого підприємництва Закарпатської області представлені у таблиці 2.

Аналіз даних таблиці 2 підтверджує тезу про те, що діяльність закладів малого підприємництва у Закарпатській області має дуже сильно виражений сезонний характер з абсолютним піковим періодом у літні місяці (червень–серпень). Протягом січня–лютого формується менш виражений і менш стабільний період активізації потоків відвідувачів.

Решта місяців весняного та осіннього періодів забезпечували формування потоків відвідувачів на значно нижчому від середньомісячного за відповідний рік показника. Така ситуація, що проявляється у нерівномірності формування потоків відвідувачів вимагає систематичної роботи по виробленню заходів для зменшенню розривів у завантаженості закладів, яка безпосередньо впливає на рівень зайнятості населення, формування фінансових результатів діяльності закладів і відповідно обсягах платежів до державного та місцевих бюджетів.

Для залучення відвідувачів у періоди мінімального попиту та згладжування економічних проблем в різні сезони року заклади туристично-рекреаційної сфери використовують такі методи як диференціація ціни, проведення спеціальних акцій (для пенсіонерів, сімей з дітьми), запровадження програм лояльності та знижок постійним клієнтам, а також розвиток поза сезонних форм відпочинку та обслуговування (хобі тури, організація фестивалів, проведення конгресів, семінарів, майстер-класів з виготовлення національних страв та традиційних народних промыслів – гончарство, лозоплетіння, вишивання тощо).

Для закладів, розташованих у різних природно-економічних зонах (низинна, передгірська, гірська), необхідним є врахування особливостей формування відповідних пікових сезонів (літній чи зимовий) та розробку адекватних механізмів залучення відвідувачів протягом решти періоду року як на рівні окремих господарюючих суб'єктів, так і регіональному рівні.

Для вивчення довгострокових тенденцій діяльності та виявлення рівня чутливості до сезонних коливань закладів туристично-рекреаційної сфери Закарпатської області вважаємо доцільним дослідити у динаміці зведені індекси сезонності за 5, 7 та 10-річний часові проміжки (IS_5 – 5 років (2004 – 2008 р.р.), IS_7 – 7 років (2004 – 2010 р.р.), IS_{10} – 10 років (2004-2013 рр.) окремо для усіх закладів розміщення туристично-рекреаційної сфери Закарпаття та закладів малого підприємництва за формулою (2), узагальнена інформація про що наведена у таблиці 3.

Результати дослідження, узагальнені у таблиці 3, засвідчують про наступні довгострокові тенденції у діяльності всіх закладів туристично-рекреаційної сфери Закарпатської області як посилення концентрації кількості відвідувачів в окремі місяці літнього пікового періоду (липень – від 180,8 до 192,57%, серпень – від 161,42 до 184,8% середньомісячних показників відповідних періодів); стабільне формування менш вираженого пікового сезону у зимовий період (січень – в межах 95,21–100,41% середньомісячних показників відповідних періодів); стійка тенденція до продовження літнього пікового періоду на вересень, що підтверджується досить високими показниками зведених індексів сезонності (в межах 90,51–95,73% до середньомісячних показників відповідних періодів); негативною є стійка тенденція до поступового зменшення зведених індексів сезонності у періоди зимово-весняного та осінньо-зимового міжсезон-

Таблиця 2

Індекси сезонності (IS) закладів розміщення малого підприємництва туристично-рекреаційної сфери Закарпаття, 2004-2013 рр., %

| | 2004 | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 |
|----------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| січень | 73,2 | 70,6 | 127,8 | 68,7 | 69,7 | 172,6 | 78,0 | 96,9 | 70,0 | 63,3 |
| лютий | 101,9 | 98,7 | 108,4 | 82,9 | 85,3 | 85,8 | 88,2 | 85,4 | 47,4 | 51,8 |
| березень | 110,6 | 73,7 | 59,1 | 56,7 | 71,5 | 39,4 | 65,3 | 61,0 | 36,7 | 36,4 |
| квітень | 40,4 | 60,7 | 39,0 | 56,6 | 56,1 | 31,7 | 36,6 | 44,4 | 38,0 | 35,3 |
| травень | 56,9 | 54,7 | 48,0 | 79,9 | 76,7 | 64,4 | 49,2 | 64,0 | 61,3 | 52,5 |
| червень | 154,4 | 188,0 | 171,2 | 167,7 | 160,2 | 130,0 | 138,2 | 151,5 | 181,3 | 142,5 |
| липень | 226,5 | 215,0 | 279,3 | 230,7 | 204,8 | 310,9 | 260,0 | 183,3 | 248,6 | 279,7 |
| серпень | 178,5 | 181,7 | 183,4 | 214,0 | 232,8 | 194,9 | 281,6 | 252,3 | 291,2 | 303,4 |
| вересень | 87,4 | 106,6 | 61,3 | 69,1 | 65,7 | 60,9 | 47,1 | 94,5 | 80,2 | 66,4 |
| жовтень | 77,1 | 45,0 | 41,7 | 65,9 | 53,1 | 40,1 | 49,3 | 68,8 | 60,7 | 60,2 |
| листопад | 45,5 | 35,5 | 37,0 | 49,8 | 35,1 | 24,7 | 37,6 | 43,3 | 38,5 | 46,8 |
| грудень | 47,4 | 69,8 | 43,7 | 58,0 | 88,9 | 44,6 | 69,0 | 54,4 | 46,3 | 61,8 |

Джерело: розраховано авторами на основі [6]

Таблиця 3
Зведені індекси сезонності діяльності
закладів туристично-рекреаційної сфери
Закарпатської області, %

| | Усі заклади розміщеня туристично-рекреаційної сфери | | | Заклади розміщення малого підприємництва | | |
|----------|---|-----------------|------------------|--|-----------------|------------------|
| | IS ₅ | IS ₇ | IS ₁₀ | IS ₅ | IS ₇ | IS ₁₀ |
| січень | 95,6 | 100,4 | 95,2 | 82,0 | 94,4 | 89,1 |
| лютий | 81,3 | 82,5 | 77,4 | 95,5 | 93,0 | 83,6 |
| березень | 70,5 | 69,0 | 63,6 | 74,3 | 68,1 | 61,0 |
| квітень | 64,3 | 61,1 | 59,1 | 50,6 | 45,9 | 43,9 |
| травень | 82,1 | 83,6 | 83,4 | 63,2 | 61,4 | 60,8 |
| червень | 137,9 | 137,3 | 136,6 | 168,3 | 158,5 | 158,5 |
| липень | 180,8 | 191,7 | 192,6 | 231,3 | 246,8 | 243,9 |
| серпень | 161,4 | 168,6 | 184,8 | 198,1 | 209,6 | 231,4 |
| вересень | 95,7 | 90,5 | 92,7 | 78,0 | 71,2 | 73,9 |
| жовтень | 87,2 | 80,6 | 81,0 | 56,5 | 53,2 | 56,2 |
| листопад | 65,5 | 60,4 | 61,3 | 40,6 | 37,9 | 39,4 |
| грудень | 77,5 | 74,3 | 72,3 | 61,6 | 60,2 | 58,4 |

Джерело: розраховано авторами на основі [6]

ня, що підтверджує тезу про подальше посилення концентрації відвідувачів закладів сфери протягом літнього «пікового» періоду та посилення рівня сезонних коливань.

Для закладів розміщення малого підприємництва характерними є більш різкі коливання зведених індексів сезонності між літнім піковим періодом та міжсезоннями; також зафіксовано збільшення концентрації відвідувачів протягом

окремих місяців літнього пікового періоду (липень – від 231,3 до 243,9%, серпень – від 198,4 до 231,4% середньомісячних показників відповідних розрахункових періодів); зимовий високий сезон є менш вираженим, але тривалішим (січень–лютий); спостерігається суттєве зменшення зведених індексів сезонності у період весняного міжсезоння.

Таким чином проведений аналіз свідчить про суттєвий вплив сезонного фактору на формування потоків відвідувачів туристично-рекреаційної сфери.

Висновки і пропозиції. Вищезазначене дослідження дозволяє стверджувати про суттєвий вплив сезонного фактору на показники діяльності закладів туристично-рекреаційної сфери Закарпатської області, зокрема заклади малого підприємництва є більш чутливими до таких впливів, для них характерними є більш різка нерівномірність потоків відвідувачів у пікові періоди порівняно з місяцями з мінімальною кількістю відвідувачів, що проявляється у більш виражених коливаннях зведених індексів сезонності через вищі ризики їх діяльності та впливи зовнішніх економічних, соціальних та політичних факторів. З метою згладжування таких коливань обґрунтовано необхідність вироблення відповідних механізмів залучення відвідувачів у періоди міжсезоння як на рівні окремих закладів розміщення (через використання диференційованої цінової політики, розвиток несезонних форм відпочинку), так і на рівні окремих регіонів, в т. ч. з урахуванням природно-економічних чинників.

Список літератури:

1. Господарський кодекс України [Електронний ресурс] // [Закон України : станом на 24.10.2013: № 436-15]. Верховна Рада України – Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/436-15/page2>.
2. Про розвиток та державну підтримку малого і середнього підприємництва в Україні України [Електронний ресурс] // [Закон України : станом на 22.03.2012 : № 4618-17]. Верховна Рада України – Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/4618-17/print1392551568229922>.
3. World Tourism Organization. UNWTO Tourism Highlights, 2013 edition [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://tourlib.net/wto/WTO_highlights_2013.pdf.
4. Смаль І.В., В.В. Смаль. Рекреація, туризм і довкілля: тлумачення і співвідношення понять [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://tourlib.net/statti_ukr/smal.htm.
5. Дутчак С.В. Ще один погляд на «туристику» – як наукову систему. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://tourlib.net/statti_ukr/dutchak8.htm.
6. Дані оперативного моніторингу Головного управління з питань європейської інтеграції, зовнішньоекономічних зв'язків та туризму Закарпатської ОДА за 2004-2013 роки [Текст].
7. Яковлев Г.А. Экономика и статистика туризма : [учебное пособие] / Яковлев Г.А. – 4-е изд., перер. и доп. – М. : Издательство РДЛ, 2007. – 480 с.
8. Юдина А.В. Статистика : [учебник] / Юдина А.В. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://abc.vvsu.ru/Books/statistika_up/page0018.asp.
9. Елисеєва І.І. Общая теория статистики : [учебник] / Елисеєва І.І., Юзбашев М.М [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://techlibrary.ru/b/2m1m1j1s1f1f1c1a_2q.2q.,_3m1i1b1a1z1f1c_2u.2u._2w1b2a1a2g_1t1f1p1r1j2g_1s1t1a1t1j1s1t1j1l1j._2004.pdf.

Варцаба В. И.

Сочка Е. А.

Ужгородский национальный университет

ВЛИЯНИЕ ФАКТОРА СЕЗОННОСТИ НА ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА ТУРИСТИЧЕСКО-РЕКРЕАЦИОННОЙ СФЕРЫ ЗАКАРПАТСКОЙ ОБЛАСТИ

Резюме

Исследовано влияние фактора сезонности на формирование потоков посетителей заведений размещения туристско-рекреационной сферы Закарпатской области (в т. ч. малого предпринимательства) и обоснована необходимость выработки адекватных механизмов привлечения посетителей в периоды их меньшей загруженности.

Ключевые слова: туристско-рекреационная сфера, малое предпринимательство, потоки посетителей, сезонные колебания, индекс сезонности.

Varstaba V. I.
Sochka K. A.
 Uzhhorod National University

INFLUENCE OF SEASONAL FACTOR ON ACYIVITIES OF SMALL ENTREPRENEURSHIP ON TOURISM AND RECREATION IN ZAKARPATTYA REGION

Summary

The influence of seasonal factor on formation of visitor flows for accommodation facilities of tourism and recreation sphere in Zakarpattya region (including small entrepreneurship) was investigated and the need to elaborate the adequate tools of attracting visitors during the periods of their less intensity.

Key words: tourism and recreation sphere, small entrepreneurship, visitor flows, seasonal fluctuations, seasonal index.

УДК658:005.6 (043.3)

Бурдейна Л. І.
Вітюк М. О.
 Вінницький національний аграрний університет

ПРИЙНЯТТЯ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ ЗА УМОВИ НЕВИЗНАЧЕНОСТІ ТА РИЗИКУ В АПК

У статті проаналізовано особливості прийняття інвестиційних рішень в умовах ризику. Окреслена сутність управлінських рішень в сільському господарстві. Результатом дослідження є розгляд розв'язку задачі за основними критеріями.

Ключові слова: ризик, інвестиції, прийняття рішення, процес управління, оптимізація.

Постановка задачі. Поняття ризику прийнято пов'язувати насамперед з усвідомленням небезпеки, загрози, ненадійності, невизначеності, непевності, збитку.

В економічній літературі відомі численні спроби формулювати теоретичні визначення поняття ризику. Найбільш послідовним серед них є твердження, згідно з яким, ризик у своїй першооснові є невизначеністю.

Доцільно зауважити, що стан невизначеності можливий у кожній суспільно-економічній ситуації. Невизначеність породжується непередбачуваністю кінцевого результату, який може або збігатися з очікуваним, або бути кращим чи гіршим за нього [2].

Поняття ризику, на протипагу поняттю невизначеності, має практичне застосування, а тому його зміст потребує об'єктивного визначення.

Усі типи рішень, які приймає управлінець, мають безпосередній зв'язок із ризиком та невизначеністю. Сільське господарство – це галузь, де виробництво безпосередньо пов'язане із ризиком і невизначеністю та значною мірою відрізняється від інших галузей народного господарства, що й зумовлює певні особливості в аграрному управлінні.

Особливості сільського господарства тісно пов'язані з чинниками ризику та невизначеності роботи в даній галузі, що безумовно, зобов'язаний урахувати менеджер сільськогосподарського підприємства при плануванні та прийнятті управлінських рішень, що, в свою чергу, й зумовлює актуальність даної тематики.

Аналіз останніх досліджень. Проблемам невизначеності та ризику, їх впливу на діяльність суб'єктів господарювання присвячені праці вітчизняних та іноземних вчених: Ансоффа І.Г., Бабаєвої Ю.А., Бланка І.О., Бреда М.Ф., Вітлинського В.В., Галагана А.М., Гесця В.М., Задой А.О., Ілляшенка С.М., Ільєнкової Н.Д., Камаліяна А.К., Кузьміна О.Є., Мельника Л.Г., Момота В.Є., Лабскера Л.Г., Найта Ф., Старостиної А.О.

Тихомирова М.П., Томпсона А.А., Трухаєва Р.І., Шендела Д., Янкового А.Г., Яновської О.В., та ін.

Але у цих дослідженнях невизначеність розглядається або як агрегована властивість зовнішнього середовища, або змістовність її аналізу суттєво звужується до вивчення особливостей впливу нестабільності на поведінку підприємств.

Потреба у вирішенні проблем забезпечення обґрунтування процесу прийняття рішень в умовах невизначеності середовища господарювання зумовлює необхідність подальшого дослідження.

Виклад основного матеріалу. Для більш точної кількісної оцінки невизначених величин необхідно обчислити ймовірність їх появи. Ця ймовірність має ту характерну особливість, що вона одночасно як два необхідні компоненти загальної оцінки враховує такі взаємодовнювальні випадковості:

1) частоту настання події щодо місця та часу:

2) розмір збитку, тобто абсолютну величину від'ємного відхилення фактичного результату від очікуваного [1].

Показник ризику – це не лише ймовірність появи випадкової події, а й ймовірність настання негативного результату [4].

Ризик – це ситуація, коли результат здійснення якогось процесу невідомий, але відомі його можливі альтернативні наслідки. Невизначеністю, в свою чергу, називають ситуацію, де ймовірність одержання різних результатів невідома [1].

Отже, бачимо, що поняття ризику та невизначеності не є тотожними поняттями. Поняття ризику є ширшим.

Методологічною базою аналізу і ризику інвестиційних проектів є розгляд вихідних даних як очікуваних значень певних випадкових величин з відомими законами ймовірнісного розподілу.

Прикладом ризику може бути рішення управління завтра косити траву на сіно, хоча він не впевнений, що завтра чи протягом кількох наступних днів не буде опадів. За багаторічним