МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ХЕРСОНСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ ЕКОНОМІКИ І МЕНЕДЖМЕНТУ

НАУКОВИЙ ВІСНИК ХЕРСОНСЬКОГО ДЕРЖАВНОГО УНІВЕРСИТЕТУ

Серія:
ЕКОНОМІЧНІ НАУКИ
Випуск 9
Частина 4

Херсон
2014

РЕДАКЦІЙНА КОЛЕГІЯ:

Головний редактор:

***Шапошников Костянтин Сергійович**, доктор економічних наук, професор (декан факультету економіки і менеджменту, професор кафедри економічної теорії Херсонського державного університету).*

Заступник головного редактора:

***Соловйова Ніна Ігорівна**, доктор економічних наук (професор кафедри менеджменту і адміністрування Херсонського державного університету).*

Відповідальний секретар:

***Станкевич Юлія Юріївна**, кандидат економічних наук (доцент кафедри економічної теорії Херсонського державного університету).*

Члени редакційної колегії:

***Мохненко Андрій Сергійович**, доктор економічних наук, професор (завідувач кафедри економіки підприємства Херсонського державного університету).*

***Мармуль Лариса Олександрівна**, доктор економічних наук, професор (завідувач кафедри економіки підприємства Державного університету телекомунікацій).*

***Стратонов Василь Миколайович**, доктор юридичних наук, професор (декан юридичнго факультету Херсонського державного університету).*

***Іртищева Інна Олександрівна**, доктор економічних наук, професор (професор кафедри міжнародної економіки та економічної теорії Миколаївського національного університету імені В.О. Сухомлинського).*

***Сарапіна Ольга Андріївна**, доктор економічних наук, професор (завідувач кафедри обліку та аудиту Херсонського національного технічного університету).*

***Хрущ Ніла Анатоліївна**, доктор економічних наук, професор (завідувач кафедри фінансів та банківської справи Хмельницького національного університету).*

***Князєва Олена Альбертівна**, доктор економічних наук, професор (професор кафедри економіки підприємства та корпоративного управління Одеської національної академії зв'язку імені О. С. Попова).*

***Скидан Олег Васильович**, доктор економічних наук, доцент (проректор з наукової роботи та інноваційного розвитку Житомирського національного агроекологічного університету).*

***Лозова Тамара Іллівна**, доктор економічних наук, професор (завідувач кафедри бухгалтерського обліку Бориспільського інституту муніципального менеджменту Міжрегіональної академії управління персоналом).*

***Грегорі Гарднер**, Ph.D, професор економіки Державного університету штату Нью-Йорк у Потсдамі, США.*

***Едвін Португал**, Ph.D, професор економіки Державного університету штату Нью-Йорк у Потсдамі, США.*

***Римантас Сташис**, Ph.D, професор економіки, завідувач кафедри менеджменту Клайпедського університету, Литва.*

Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія «Економічні науки»
включено до переліку наукових фахових видань України з економіки
на підставі Наказу МОН України від 14 лютого 2014 року № 153

Рекомендовано до друку та поширення через мережу Internet
Херсонським державним університетом
на підставі Протоколу № 5 від 22.12.2014 р.

Свідоцтво про державну реєстрацію
друкованого засобу масової інформації серія КВ № 19747-9547Р,
видане Державною реєстраційною службою України 15.03.2013 р.

ISSN 2307-8030

© Херсонський державний університет, 2014
© Оформлення «Видавничий дім «Гельветика», 2014

ЗМІСТ

СЕКЦІЯ 1
СВІТОВЕ ГОСПОДАРСТВО І МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ

Галахова Т.О.
КРЕАТИВНІ ІНДУСТРІЇ: ТЕОРЕТИЧНО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ПІДХОДИ ВИВЧЕННЯ **9**

Марущак Д.Ю.
ІНВЕСТИЦІЙНА ПОЛІТИКА ЯК ЗАСІБ РЕАЛІЗАЦІЇ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ СТРАТЕГІЇ ІНТЕГРАЦІЙНОГО ОБ'ЄДНАННЯ АСЕАН **13**

Охріменко О.В.
СПІВВІДНОШЕННЯ КОНКУРЕНЦІЇ ТА КООПЕРАЦІЇ ПРИ ВЗАЄМОДІЇ ТНК ЗА РЕАЛІЗАЦІЇ СПІВПРАЦІ У РАМКАХ СТРАТЕГІЧНОГО АЛЬЯНСУ **17**

Павлюк О.О.
СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ СВІТОВОЇ БАНКІВСЬКОЇ СИСТЕМИ **22**

СЕКЦІЯ 2
ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ НАЦІОНАЛЬНИМ ГОСПОДАРСТВОМ

Вашай Ю.В., Поліщук Н.О.
СТВОРЕННЯ СПРИЯТЛИВОГО ІНВЕСТИЦІЙНОГО КЛІМАТУ ЯК ФАКТОР ІНВЕСТИЦІЙНОЇ БЕЗПЕКИ ДЕРЖАВИ **26**

Венжега Д.І.
ЕКОНОМІЧНА ОЦІНКА СТАНУ РОЗВИТКУ ПРОМИСЛОВОГО ВИРОБНИЦТВА УКРАЇНИ **29**

Верхоглядова Н.І., Завальнюк С.О.
ОЦІНКА РОЗВИТКУ ПАЛИВНО-ЕНЕРГЕТИЧНОГО КОМПЛЕКСУ УКРАЇНИ **33**

Голуб Т.І.
ДЕРЖАВНА ПІДТРИМКА АГРАРНОГО СЕКТОРУ ВІТЧИЗНЯНОЇ ЕКОНОМІКИ **38**

Зборовська О.М., Дивінець О.Л.
ОПТИМІЗАЦІЯ СТРАТЕГІЇ УПРАВЛІННЯ ВИТРАТАМИ ТРАНСПОРТНИХ ПІДПРИЄМСТВ **41**

Киризюк С.В.
РОЗВИТОК КРЕАТИВНОЇ СІЛЬСЬКОЇ ЕКОНОМІКИ **45**

Мікловда В.П.
ХАРАКТЕРИСТИКА СІЛЬСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА ЗАКАРПАТТЯ В КОНТЕКСТІ СТАЛОГО РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКИХ ТЕРИТОРІЙ **50**

Ніколаєнко Д.В.
МЕТОДИЧНА БАЗА ОЦІНКИ ЕКОНОМІЧНОЇ ІНТЕГРАЦІЇ ПІДПРИЄМСТВ **54**

Помянська Н.Ю.
УПРАВЛІННЯ ДІЛОВОЮ РЕПУТАЦІЄЮ НА СИНЕРГЕТИЧНИХ ЗАСАДАХ **57**

Світящук І.В.
ФАКТОРИ ІННОВАЦІЙНОГО ЗРОСТАННЯ МІСТА (НА ПРИКЛАДІ МІСТА ЛЬВОВА) **62**

Сибірцев В.В.
ОСВІТНЄ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ФУНКЦІОНУВАННЯ ТА РОЗВИТКУ НАЦІОНАЛЬНОГО РИНКУ ПРАЦІ **66**

СЕКЦІЯ 3
ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ

Аванесова Н.Е.
ОЦІНКА БЕЗПЕКОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ РОЗВИТКУ ОБОРОННОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ УКРАЇНИ В УМОВАХ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ **72**

Андрієнко Н.М.
РОЗВИТОК СУЧАСНИХ МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ (НА ПРИКЛАДІ БРЕНДІНГУ) **76**

Білецька О.О.
МОДЕЛЬ ОРГАНІЗАЦІЙНОЇ КУЛЬТУРИ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА **80**

Бояринова К.О., Ткачук М.В.
РОЗРОБКА ПРОГРАМИ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ
ДЛЯ ПІДПРИЄМСТВ ХІМІЧНОЇ ТА НАФТОХІМІЧНОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ **85**

Голей Ю.М.
ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ МАШИНОБУДІВНОЇ ГАЛУЗІ ДЛЯ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ
УСТАТКУВАННЯМ ПІДПРИЄМСТВ ЖИТЛОВО-КОМУНАЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА..... **89**

Гончаренко Д.С., Зорин А.В.
ОСОБЕННОСТИ ПРИМЕНЕНИЯ МАРКЕТИНГА В СФЕРЕ ТРАНСПОРТНЫХ УСЛУГ..... **94**

Захарченко Л.А.
МОДЕЛЬ ПРОЦЕССА ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ
СОВРЕМЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ..... **97**

Зибарева О.В., Раца О.Б.
ДОСЛІДЖЕННЯ ТЕОРЕТИЧНИХ ПІДХОДІВ
ДО ВИЗНАЧЕННЯ ПОВЕДІНКИ ПІДПРИЄМСТВА..... **101**

Коваленко Н.М.
РОЗВИТОК ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ВІТЧИЗНЯНИХ
АВТОМОБІЛЕБУДІВНИХ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ ІНТЕГРАЦІЇ УКРАЇНИ В ЄС..... **104**

Корнієцький О.В.
РОЗВИТОК ЛОГІСТИКИ ПІДПРИЄМСТВА НА ОСНОВІ ІННОВАЦІЙНОГО ПІДХОДУ..... **108**

Моргулець О.Б.
КЛІЄНТООРІЄНТОВАНА МОДЕЛЬ СЕРВІС-МЕНЕДЖМЕНТУ..... **111**

Мохонько Г.А., Лівандовська А.О.
ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ СТРАТЕГІЧНИМ ПОТЕНЦІАЛОМ
РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ ХЛІБОПЕКАРСЬКОЇ ГАЛУЗІ..... **115**

Партин Г.О., Мукан А.Р.
РИЗИКИ АУТСОРСИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ БУДІВЕЛЬНИХ ОРГАНІЗАЦІЙ..... **120**

Покуца І.В.
КОМПЛЕКСНА МОДЕЛЬ СИСТЕМНОГО ПЛАНУВАННЯ
КАПІТАЛЬНОГО РЕМОНТУ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ ПІДПРИЄМСТВ
ВОДОПРОВІДНО-КАНАЛІЗАЦІЙНОГО ГОСПОДАРСТВА..... **124**

Полозова Т.В.
БАГАТОКОНТУРНА ДІАГНОСТИКА
ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНОЇ СПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА..... **128**

Ракицька С.О., Жусь О.М.
ЕФЕКТИВНІСТЬ ІНТЕГРОВАНИХ КОРПОРАТИВНИХ СТРУКТУР
БУДІВЕЛЬНОГО КОМПЛЕКСУ УКРАЇНИ..... **132**

Рудківський О.А.
ФОРМУВАННЯ ЛОГІСТИЧНОЇ СТРАТЕГІЇ МОЛОКОПЕРЕРОБНОГО
ПІДПРИЄМСТВА ТА ЕФЕКТИВНІСТЬ ЇЇ РЕАЛІЗАЦІЇ..... **136**

Удовенко І.О.
ОСОБЛИВОСТІ СТАНОВЛЕННЯ НОВОГО ТИПУ ПРАЦІВНИКА
У СФЕРІ ТУРИЗМУ В ПОСТСОЦІАЛІСТИЧНОМУ СУСПІЛЬСТВІ..... **141**

Шевцова Г.З.
РОЗВИТОК ПІДПРИЄМСТВ ХІМІЧНОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ УКРАЇНИ:
СУЧАСНІ ТРЕНДИ І НАПРЯМИ МОДЕРНІЗАЦІЇ..... **145**

СЕКЦІЯ 4
РОЗВИТОК ПРОДУКТИВНИХ СИЛ І РЕГІОНАЛЬНА ЕКОНОМІКА

Волощук Н.Ю.
МАЛЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО ЯК ДИНАМІЧНИЙ СЕКТОР РОЗВИТКУ РЕГІОНУ..... **151**

Лаврів Л.А.
МЕХАНІЗМ УКЛАДАННЯ УГОД ЩОДО РЕГІОНАЛЬНОГО РОЗВИТКУ
У СИСТЕМІ ПІДТРИМКИ ТА ЗАХИСТУ ЕКОНОМІЧНОЇ КОНКУРЕНЦІЇ В РЕГІОНІ..... **155**

СЕКЦІЯ 5
ДЕМОГРАФІЯ, ЕКОНОМІКА ПРАЦІ,
СОЦІАЛЬНА ЕКОНОМІКА І ПОЛІТИКА

Гаврилець О.В., Дочинець Н.М., Кампо Г.М.
ТЕОРЕТИКО-КОНЦЕПТУАЛЬНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ТРУДОВОЇ МІГРАЦІЇ..... **161**

Дєліні М.М.
СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ВИЩОЇ ОСВІТИ В УКРАЇНІ **165**

Дьомкіна О.В.
РИЗИКИ ПРИ ІНВЕСТИЦІЯХ У РОЗВИТОК ПЕРСОНАЛУ ПІДПРИЄМСТВА:
КЛАСИФІКАЦІЯ ТА ПРИЧИНИ ВИНИКНЕННЯ **169**

Решетова Г.І.
ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД РЕГУЛЮВАННЯ МІГРАЦІЙНОГО РУХУ НАСЕЛЕННЯ **172**

Шильнікова З.М.
КАДРОВІ АСПЕКТИ АНТИКРИЗОВОГО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ **177**

СЕКЦІЯ 6
ГРОШІ, ФІНАНСИ І КРЕДИТ

Гринчишин Я.М.
ТЕОРЕТИЧНІ ПІДХОДИ ДО ІДЕНТИФІКАЦІЇ СИМПТОМІВ
ФІНАНСОВОЇ КРИЗИ ПІДПРИЄМСТВА **181**

Добровольська О.В.
ПРАВОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДІЯЛЬНОСТІ КРЕДИТНИХ СПІЛОК В УКРАЇНІ **185**

Єріс Л.М.
МІЖБАНКІВСЬКІ КРЕДИТИ У СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ
ГРОШОВИМИ ПОТОКАМИ БАНКУ **189**

Пастушенко А.І., Максимова С.В.
ФОРМУВАННЯ ПРИБУТКУ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОГО ПІДПРИЄМСТВА **195**

Цимбалюк І.О., Лущик В.Д.
ІНСТРУМЕНТИ ПОДАТКОВОГО СТИМУЛЮВАННЯ ЗАЛУЧЕННЯ
ІНВЕСТИЦІЙ У ЕНЕРГОЗБЕРЕЖЕННЯ В УКРАЇНІ **199**

Яременко С.М., Толстошеєва А.В.
БЕЗПЕКА КРЕДИТНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ БАНКУ ТА УМОВИ ЇЇ ОРГАНІЗАЦІЇ В УКРАЇНІ **203**

СЕКЦІЯ 7
БУХГАЛТЕРСЬКИЙ ОБЛІК, АНАЛІЗ ТА АУДИТ

Вовк М.О.
ЕТАПИ ПІДГОТОВКИ ЗВІТНОСТІ ЗА СЕГМЕНТАМИ **208**

Худик О.Б.
КАПІТАЛ ЯК ОБ'ЄКТ СТРАТЕГІЧНОГО АНАЛІЗУ **212**

СЕКЦІЯ 8
МАТЕМАТИЧНІ МЕТОДИ, МОДЕЛІ
ТА ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ЕКОНОМІЦІ

Маринчук С.Г.
МОДЕЛЬ РЕАЛІЗАЦІЇ МЕХАНІЗМУ ПОДАТКОВОЇ ОПТИМІЗАЦІЇ
СУБ'ЄКТА ГОСПОДАРЮВАННЯ З УРАХУВАННЯМ ЛОЯЛЬНОСТІ **216**

Паламарчук О.В.
ВИЗНАЧЕННЯ ГРАНИЧНИХ ЗНАЧЕНЬ ФІНАНСОВИХ ПОКАЗНИКІВ
ТА ФОРМУВАННЯ БАЗИ ПРАВИЛ ДЛЯ РЕЙТИНГОВОЇ ОЦІНКИ ПОЗИЧАЛЬНИКІВ –
ЮРИДИЧНИХ ОСІБ **221**

CONTENTS

SECTION 1
WORLD ECONOMY AND INTERNATIONAL ECONOMIC RELATIONS

Galakhova T.O.
CREATIVE INDUSTRY: THEORETICAL AND METHODOLOGICAL APPROACHES STUDY 9

Marushchak D.U.
INVESTMENT POLICY AS A MEANS OF INVESTMENT STRATEGY INTEGRATION ASSOCIATION ASEAN 13

Okhrimenko O.V.
CORRELATION OF COMPETITION AND COOPERATION IN THE INTERACTION OF TNCS, WHEN COOPERATION IS IMPLEMENTED IN THE FRAMEWORK OF A STRATEGIC ALLIANCE 17

Pavliuk O.O.
MODERN TRENDS IN GLOBAL BANKING 22

SECTION 2
ECONOMY AND OPERATION OF NATIONAL ECONOMY

Vashay Y.V., Polishchuk N.O.
CREATING A FAVORABLE INVESTMENT CLIMATE AS A FACTOR OF THE INVESTMENT SECURITY OF THE STATE 26

Venzhega D.I.
ECONOMIC ASSESSMENT OF INDUSTRIAL PRODUCTION UKRAINE 29

Verkhoglyadova N.I., Zavalnyuk S.O.
ASSESSMENT OF THE DEVELOPMENT OF THE FUEL AND ENERGY COMPLEX OF UKRAINE 33

Golub T.I.
STATE SUPPORT AGRICULTURE IN THE NATIONAL ECONOMY 38

Zborovska O.M., Divinec O.L.
TRANSPORT ENTERPRISIES EXPENSES MANAGEMENT STRATEGY OPTIMIZATION 41

Kyryziuk S.V.
DEVELOPMENT OF THE CREATIVE RURAL ECONOMY 45

Miklovda V.P.
DESCRIPTION OF AGRICULTURE OF TRANSCARPATHIA IN THE CONTEXT OF SUSTAINABLE RURAL DEVELOPMENT 50

Nikolaenko D.V.
THE ENTERPRISES INTEGRATION ECONOMIC EVALUTION METHODICAL BASE 54

Pomianska N.Y.
MANAGEMENT BUSINESS REPUTATION ON THE SYNERGISTIC PRINCIPLES 57

Svityashchuk I.V.
FACTORS OF INNOVATIVE GROWTH OF CITIES (CASE OF LVIV) 62

Sybirtsev V.V.
THE EDUCATIONAL PROVIDING OF FUNCTIONING AND DEVELOPMENT OF THE NATIONAL LABOR MARKET 66

SECTION 3
ECONOMY AND ENTERPRISE MANAGEMENT

Avanesova N.E.
EVALUATION OF POTENTIAL SECURITY DEFENSE INDUSTRY IN TERMS OF EUROPEAN INTEGRATION UKRAINE 72

Andrienko N.N.
DEVELOPMENT OF MODERN MARKETING COMMUNICATIONS (ILLUSTRATED BRANDING) 76

Biletskaja A.A.
MODEL OF ORGANIZATIONAL CULTURE OF INDUSTRIAL ORGANIZATIONS 80

Boyarynova K.O., Tkachuk M.V.
DEVELOPMENT OF INNOVATIVE PROGRAMS FOR THE CHEMICAL AND PETROCHEMICAL INDUSTRY 85

Goley Y.M.
PROBLEMS OF DEVELOPMENT OF THE ENGINEERING INDUSTRY FOR PROVIDING THE EQUIPMENT FOR ENTERPRISES OF HOUSING AND COMMUNAL SERVICES **89**

Goncharenko D.C., Zorin A.V.
FEATURES OF MARKETING APPLICATION IN THE SPHERE OF TRANSPORT SERVICES **94**

Zaharchenko L.A.
MODEL OF PROCESS OF ECONOMIC ACTIVITY OF MODERN ENTERPRISE **97**

Zybareva O.V., Ratsa O.B.
RESEARCH THEORETICAL APPROACHES TO DETERMINATION BEHAVIOR OF ENTERPRISES **101**

Kovalenko N.N.
THE DEVELOPMENT OF FOREIGN ECONOMIC POTENTIAL OF DOMESTIC AUTO COMPANIES IN TERMS OF INTEGRATION OF UKRAINE INTO THE EU **104**

Korniietskyi O.V.
DEVELOPMENT OF LOGISTICS OF ENTERPRISES BASED ON INNOVATIVE APPROACH **108**

Morhulets O.B.
CUSTOMER-ORIENTED MODEL OF SERVICE MANAGEMENT **111**

Mokhon'ko G.A., Livandovskaya A.O.
FEATURES OF THE STRATEGIC POTENTIAL OF ENTERPRISES BAKING **115**

Partyn H.O., Mukan A.R.
RISKS OF OUTSOURCING IN CONSTRUCTION COMPANIES **120**

Pokutsa I.I.
COMPLEX MODEL OF SYSTEM PLANNING REPAIRS FIXED ASSETS OF WATER SUPPLY AND SANITATION SECTOR **124**

Polozova T.V.
THE MULTICIRCUIT DIAGNOSTICS OF INNOVATIVE-INVESTMENT ABILITY OF THE ENTERPRISE **128**

Zhus O.N., Rakytska S.O.
EFFICIENCY INTEGRATED CORPORATE STRUCTURES OF UKRAINE BUILDING COMPLEX **132**

Rudkivskyi O.A.
FORMATION OF DAIRY COMPANY'S LOGISTICS STRATEGY AND ITS EFFECTIVENESS **136**

Udovenko I.O.
FEATURES OF FORMATION OF A NEW TYPE OF WORKER IN THE SPHERE OF TOURISM IN POST-SOCIALIST SOCIETY **141**

Shevtsova A.Z.
DEVELOPMENT OF THE UKRAINIAN CHEMICAL INDUSTRY ENTERPRISES: STATE-OF-THE-ART AND MODERNIZATION DIRECTIONS **145**

SECTION 4
DEVELOPMENT OF PRODUCTIVE POTENTIAL AND REGIONAL ECONOMY

Voloshuk N.Y.
SMALL BUSINESS AS A DYNAMIC SECTOR OF DEVELOPMENT OF THE REGION **151**

Lavriv L.A.
MECHANISM OF CONCLUDING THE AGREEMENTS ON REGIONAL DEVELOPMENT IN THE SYSTEM OF SUPPORT AND PROTECTION OF ECONOMIC COMPETITION IN THE REGION **155**

SECTION 5
DEMOGRAPHY, LABOR ECONOMY, SOCIAL ECONOMY AND POLITICS

Gavrylets O.V., Dochynets N.M., Campo G.M.
THEORETICAL AND CONCEPTUAL BASIS OF THE STUDY OF LABOR MIGRATION **161**

Dielini M.N.
SOCIAL RESPONSIBILITY OF HIGH EDUCATION IN UKRAINE **165**

Domkina O.V.
RISKS OF INVESTMENT IN THE DEVELOPMENT OF PERSONNEL OF A FIRM: CLASSIFICATION AND REASONS OF OCCURANCE **169**

Reshetova G.I.
REGULATION OF FOREIGN EXPERIENCE MIGRATION POPULATION **172**

Shilnikova Z.N.
PERSONNEL ASPECTS OF CRISIS MANAGEMENT.....177

SECTION 6
MONEY, FINANCES AND CREDIT

Hrynchyshyn Y.M.
THEORETICAL APPROACHES TO THE IDENTIFICATION OF THE SYMPTOMS OF THE ENTERPRISES FINANCIAL CRISIS.....181

Dobrovol's'ka O.V.
LEGAL SUPPORT OF ACTIVITY OF CREDIT UNIONS IN UKRAINE.....185

Eris L.N.
BETWEEN BANK CREDITS IN CONTROL SYSTEM BY MONEY STREAMS OF BANK.....189

Pastushenko A.I., Maksymova S.V.
FORMATION OF PROFITS AGRICULTURAL ENTERPRISES.....195

Tsymbaliuk I.A., Lushchyk V.D.
INSTRUMENTS OF TAX STIMULATING INVESTMENT IN ENERGYSAVING IN UKRAINE.....199

Yaremenko S.M., Tolstosheieva A.V.
SECURITY OF BANK'S LENDING ACTIVITIES AND CONDITIONS OF ITS ORGANISATION IN UKRAINE.....203

SECTION 7
ACCOUNTING, ANALYSIS AND AUDIT

Vovk M.O.
STAGES OF PREPARATION OF SEGMENT REPORTING.....208

Khudyk O.B.
CAPITAL AS AN OBJECT OF STRATEGIC ANALYSIS.....212

SECTION 8
MATHEMATICAL METHODS, MODELS AND INFORMATION TECHNOLOGIES IN ECONOMY

Marynchuk S.G.
MODEL IMPLEMENTATION MECHANISM FOR TAX OPTIMIZATION ENTITY BASED ON LOYALTY.....216

Palamarchuk O.V.
THE THRESHOLD VALUE DETERMINING OF FINANCIAL INDICATORS AND FORMING THE RULE BASE FOR RATING EVALUATION OF BORROWERS – LEGAL ENTITIES.....221

СЕКЦІЯ 1
СВІТОВЕ ГОСПОДАРСТВО І МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ

УДК 339.977

Галахова Т.О.
аспірант кафедри міжнародного менеджменту
Київського національного економічного університету імені Вадима Гетьмана

КРЕАТИВНІ ІНДУСТРІЇ: ТЕОРЕТИЧНО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ПІДХОДИ ВИВЧЕННЯ

Стаття присвячена узагальненню теоретичних підходів щодо дослідження креативних індустрій як авангардного сектору сучасної економіки. Представлена історична ретроспектива періодів розвитку креативних індустрій, висвітлено сучасні їх визначення та структурні характеристики на основі компаративного аналізу класифікаційних моделей. Визначені перспективи імплементації концепції креативної економіки, основою якої виступають креативні індустрії, у стратегії національного розвитку.
Ключові слова: креативна економіка, креативні індустрії, моделі креативних індустрій, креативний капітал, креативний сектор економіки.

Галахова Т.О. КРЕАТИВНЫЕ ИНДУСТРИИ: ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ ИЗУЧЕНИЯ
Статья посвящена обобщению теоретических подходов к исследованию креативных индустрий как авангардного сектора современной экономики. Представленно историческую ретроспективу периодов развития креативных индустрий, освещены современные их определения и структурные характеристики на основе компаративного анализа классификационных моделей. Определены перспективы имплементации концепции креативной экономики, основой которой выступают креативные индустрии, в стратегии национального развития.
Ключевые слова: креативная экономика, креативные индустрии, модели креативных индустрий, креативный капитал, креативный сектор экономики.

Galakhova T.O. CREATIVE INDUSTRY: THEORETICAL AND METHODOLOGICAL APPROACHES STUDY
The article is devoted to the finding of generalized theoretical and methodological approaches of the creative industries as the vanguard sector of modern economy. The historical periods perspective of creative industries was submitted, the modern determinations and structural characteristics based on comparative analysis of the classification models were highlighted. The perspectives of the implementation the creative economy concept the basis of which are creative industries in the national development strategies was determined.
Keywords: creative economy, creative industries, creative industries model, creative capital, creative economy sector.

Постановка проблеми. На початку XXI ст. формується нова парадигма глобального розвитку, чому сприяють насамперед процеси креативізації технічної, економічної, соціальної та культурної сфер діяльності. У методологічному плані центральне місце в концепції креативної економіки займають поняття «знання», «інформація», «інновація», «креативність». Саме вони відображають сучасну композицію факторів прогресу та конкурентоспроможності.

Імплементація концепції креативної економіки як у розвинених країнах, так і в країнах, що розвиваються стає основою їхнього економічного зростання, структурного оновлення та соціальної консолідації. Реалізація креативного потенціалу забезпечує лідерство країн у найбільш прибуткових високотехнологічних сегментах глобального ринку.

Креативні індустрії, які являють собою матеріальну основу концепції креативної економіки, починаючи з 1990-х років становлять окремий напрям економічних досліджень. Разом з тим, теоретичне обґрунтування поняття «креативні індустрії» та методологічні підходи до їх класифікації моделей є на сьогодні не тільки актуальними, а й дискусійними питаннями у форматі новітніх наукових досліджень.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання формування, класифікації та розвитку креативних індустрій розглядали у своїх наукових працях такі зарубіжні вчені як Річард Флоріда, Джон Хокінс, Девід Хезмондалш, Чарльз Лендрі, Джастин О'Коннор, Джон Хартлі, Пітер Кук, а також вітчизняні вчені: О.В. Зеленцова, М.В. Гладких, О.Х. Менвіль, С.В. Андреєва, О.С. Дорошенко, Л.І. Антошкіна, І.М. Вахович, О.М. Чуль та ін., а також експерти та аналітики впливових міжнародних організацій (ЮНКТАД, ЮНЕСКО, ВОІВ та ін.).

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Концептуалізація та системне узагальнення трактувань «креативних індустрій», а також їх класифікація з відображенням новітніх тенденцій економічного розвитку країн та реального бізнесу є відносно новим та дискусійним напрямом наукових досліджень. На сьогодні постає проблема універсальної ідентифікації креативних індустрій на основі узагальнення та селекції країнових класифікаційних моделей.

Постановка завдання. Ціль статті полягає в представленні сучасної природи поняття «креативні індустрії», проведенні на цій основі компаративного аналізу їх класифікаційних моделей задля універсалізації наукових підходів у даній проблематиці.

Виклад основного матеріалу дослідження. Поняття «творчі індустрії» було введено в науковий обіг у кінці XX століття (листопад 1998 року) Документом по картуванню творчих індустрій Департаменту культури, медіа та спорту уряду Великобританії з його розширенням в аналогічному документі 2001 року [1, с. 6]. За визначенням цього департаменту «креативні індустрії – це ті галузі промисловості, які ґрунтуються на індивідуальній

творчості, майстерності і таланті, маючи потенціал реалізації продуктів інтелектуальної власності, створення багатства та забезпечення робочих місць через покоління» [3, с. 5].

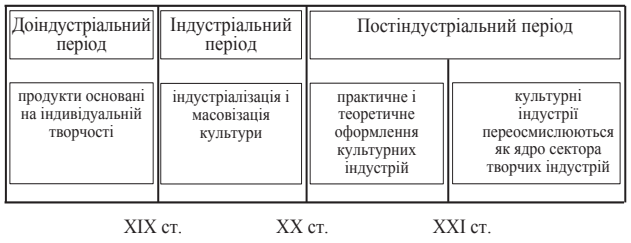
Організація Об'єднаних Націй з питань освіти, науки і культури (ЮНЕСКО) визначає креативні індустрії як такі галузі, що «поєднують у собі створення, виробництво і комерціалізацію товарів і послуг нематеріального і культурного характеру» [1, с. 5].

Конференція ООН з торгівлі та розвитку ЮНКТАД визначає креативні індустрії як: цикли створення, виробництва, обміну і розподілу товарів і послуг, які ґрунтуються на творчому та інтелектуальному капіталі; діяльність на основі знань, що сфокусована, але не обмежується мистецтвом, потенційно орієнтовану на отримання прибутку від торгівлі та прав інтелектуальної власності; матеріальні продукти та нематеріальні інтелектуальні або мистецькі послуги з творчим змістом та економічною цінністю, і в той же час такі продукти і послуги, що орієнтовані на досягнення та ринкових цілей. Загалом вони представляють собою динаміку нового сектора у світовій торгівлі [1, с. 8].

У історичній ретроспективі, можна виділити, на наш погляд, наступні періоди розвитку культурних креативних індустрій:

Таблиця 1

Історичний розвиток креативних індустрій



Складено автором на основі [2, с.19-21; 10, с. 104-139; 11, с. 24]

У доіндустріальний період розвитку креативних індустрій (до другої половини XIX ст.) на перший план вийшли продукти індивідуальної творчості, тобто додана вартість креативних продуктів створювалась за рахунок творчих здібностей, знань та досвіду окремих митців. Поширення продуктів культури відзначалося високими показниками працемісткості та матеріаломісткості: копіювання художніх зразків, перепис рукописів, ремісниче відтворення предметів побуту тощо. Інноваційність даного періоду проявлялась в інтенсивному розвитку індивідуальної творчості, який забезпечив основу формування культурних індустрій.

В індустріальний період розвитку креативних індустрій (друга половина XIX ст. – перша половина XX ст.) почали превалювати масові творчі продукти, реалізація яких стала можливою за рахунок науково-технічного прогресу індустріального типу. Додана вартість креативних продуктів створювалась за рахунок промислового виробництва. У цей період зближення культури (творчості) та економіки в її комерційному вираженні сприймалось інтелектуальною елітою як втрата статусу культури. Проте, дана точка зору поступово змінювалась у позитивному напряму цього взаємозв'язку, так як утверджувалися нові культурні та економічні цінності. Ключова інновація даного періоду – формування тісного взаємозв'язку «культура – економіка», а також утвердження культурних індустрій.

У постіндустріальний період розвитку креативних індустрій (друга половина XX ст. – XXI ст.) на перший план вийшли як продукти індивідуальної творчості, так і креативні масові продукти за рахунок розвитку науково-технологічного прогресу, насамперед, інформаційних технологій та новітніх комунікаційних систем. Додана вартість креативних продуктів створюється за рахунок інформаційних технологій та креативного капіталу, що являє собою синергійне поєднання людського, культурного, соці-

Таблиця 2

Офіційне відображення досліджень креативних галузей в європейських країнах за період 2007-2011 років

Країна	Публікація	Організація	Рік видання
Албанія	Картування креативних галузей в Албанії	Інститут сучасних досліджень за підтримки Британської Ради, Албанія	2007
Австрія	Четвертий звіт з креативних індустрій Австрії	Федеральна палата економіки Австрії	2010
Болгарія	Дослідження ВОІВ щодо індустрій авторського права Болгарії	ВОІВ, Центр інтелектуальної власності (Болгарія), Університет національної і світової економіки (Болгарія)	2007
Хорватія	Індустрії авторського права Хорватії	ВОІВ, Хорватське патентне відомство	2008
Естонія	Креативні індустрії Естонії, Латвії та Литви	Британська Рада	2010-2011
Фінляндія	Економічний внесок індустрій авторського права Фінляндії, 2005-2008	Організація авторського права Фінляндії, Фінський інститут авторських прав	2010
Німеччина	Культурні і креативні індустрії Німеччини, 2009	Федеральне міністерство економіки і технологій Німеччини	2010
Угорщина	Індустрії авторського права Угорщини	Угорське відомство інтелектуальної власності	2010
Італія	Біла книга з творчості: Італійська модель розвитку, 2009	Комерційний університет ім. Луїджі Бокконі	2009
Сербія	Експертний звіт з економічного аналізу креативного сектору Сербії	Група з креативної економіки	2011
Словенія	Культурні та креативні індустрії – стиль Словенії	Міністерство культури Республіки Словенії	2011
Швейцарія	Креативні індустрії Швейцарії (другий звіт)	Цюріхський університет мистецтв	2008
Великобританія	Креативна економіка: поза креативними індустріями	Національний фонд із підтримки науки, технологій тамистецтва у Великобританії (NESTA)	2011

ального та інституційного капіталу. Культурні індустрії переосмислюються як ядро сектора креативних індустрій, з притаманними їм інноваційно-інтелектуальними рисами. Цей період характеризується появою творчих кластерів і розвитком творчої сфери послуг.

У еволюції економічної думки концепція креативної економіки, основою якої є креативні індустрії, протистояла неоліберальній доктрині, що панувала в західній економічній теорії і практиці в кінці XX століття. Дійсно, концепція креативної економіки передбачає активну участь держави в економічному регулюванні, проте державне управління якісно переосмислюється і трансформується від директивного стилю до стилю направляючого партнера, який допомагає ефективно взаємодіяти бізнес- та культурному компоненту економічної системи. Більше того, державне управління в концепції креативної економіки орієнтоване саме на спрямування і стимулювання даної взаємодії.

Питання розвитку креативних індустрій на національному рівні становить не тільки значний науковий інтерес, але й стає предметом офіційних аналітичних звітів по відношенню до країн ЄС, що ілюструє таблиця 2 [9, с. 46-47].

Слід наголосити, що подальший аналіз розвитку креативних індустрій неможливий без з'ясування їх базових структурних характеристик. На рівні Міністерства культури, медіа та спорту Великобританії; Всесвітньої організації інтелектуальної власності; Інституту статистики ЮНЕСКО; некомерційної організації «Американці за мистецтво» (таблиця 3).

Модель класифікації креативних індустрій Міністерства культури, медіа та спорту Великобританії (DCMS – UK Department for Culture Media and Sport) була розроблена в 1998 році у Великобританії, і була пов'язана з утвердженням пріоритетності таких факторів соціально-економічного розвитку як креативність та інноваційність. Ця модель об'єднує в собі 13 різнопланових креативних індустрій (таблиця 3) [1, с. 6-7; 2, с. 21-22].

Модель Всесвітньої організації інтелектуальної власності (ВОІВ) була розроблена в 2003 році і включає галузі, що прямо чи опосередковано беруть участь у створенні, виробництві, обміні та розподілі об'єктів авторського права. Тобто основна увага в даній моделі приділяється інтелектуальній власності, що ґрунтується на креативності створених товарів та послуг, включених до класифікації. Згідно моделі розрізняють 3 підгрупи креативних індустрій: галузі, які виробляють інтелектуальну власність (основні галузі авторського права), і галузі, які необхідні для передачі товарів і послуг до споживача (взаємозалежні галузі авторського права) і проміжна група (проміжні галузі авторського права), де інтелектуальна власність є лише незначною частиною їх діяльності (таблиця 3) [6, с. 25; 1, с. 6-7; 2, с. 21-22].

Модель Інституту статистики ЮНЕСКО (2005 рік) розподіляє креативні індустрії на дві підгрупи: індустрії в основних (центральних) напрямах культурної сфери та індустрії зі значним діапазоном впливу в сфері культури (таблиця 3) [7, с. 13-15].

Модель креативних індустрій некомерційної організації «Американці за мистецтво» була розроблена в 2005 році і відзначається максимально стислим представленням креативних галузей без виділення підгруп, акцентуючи увагу саме на створенні доданої вартості за рахунок творчого потенціалу як окремих особистостей, так і організацій загалом (таблиця 3) [8].

Класифікація креативних індустрій за авторськими підходами таких науковців як Девід Тросбі, Джон Хокінс та Девіда Хезмондалш представлено в таблиці 4:

Таблиця 3

Організаційний рівень класифікації креативних індустрій

Модель Міністерства культури, медіа та спорту Великобританії (2001)	Модель ВОІВ (2003)	Модель Інституту статистики ЮНЕСКО (2005)	Модель некомерційної організації «Американці за Мистецтво» (2005)
• Реклама • Архітектура • Мистецтво та ринок антикваріату • Ремесла • Дизайн • Мода • Кіно та відео • Музика • Виконавські види мистецтва • Видавнича справа • Програмне забезпечення • Радіо і телебачення • Відео-та комп'ютерні ігри	**Основні галузі авторського права:** • Реклама • Організація колективного управління майновими правами • Кіно та відео • Музика • Виконавські види мистецтва • Видавнича справа • Програмне забезпечення • Радіо і телебачення • Візуальне та графічне мистецтво **Взаємозалежні галузі авторського права:** • Записуючі матеріали (касети, диски, CD-плеєри, інше) • Побутова електроніка • Музичні інструменти • Паперова індустрія • Фотографічне обладнання **Проміжні галузі авторського права:** • Архітектура • Одяг, взуття • Дизайн • Мода • Предмети домашнього вжитку • Іграшки	**Індустрії в основних напрямах культурної сфери** • Музеї, галереї, бібліотеки • виконавські види мистецтва • Фестивалі • Образотворче мистецтво, ремесла • дизайн • видавництво • Телебачення, радіо • Фільми та відео • фотографія • Інтерактивні медіа **Індустрії в розширених областях культури** • музичні інструменти • звукове обладнання • архітектура • Реклама • Поліграфічне обладнання • програмне забезпечення • Аудіо-візуальне апаратне забезпечення	• Реклама • архітектура • Художні училища та художні послуги • дизайн • фільми • Музеї, зоопарки • Музика • виконавські види мистецтва • видавництво • Телебачення і радіо • Образотворче мистецтво

Таблиця 4

Особистісні підходи класифікації креативних індустрій

Модель концентричних кіл Девіда Тросбі (2001)	Модель класифікації креативних індустрій Джона Хокінса (2001)	Символічна текстова модель Девіда Хезмондалша (2002)
Основні творчі галузі (центральне коло): • Література • Музика • Виконавські види мистецтва • Образотворче мистецтво **Інші основні культурні індустрії (друге коло):** • Індустрія фільмів • Музеї і бібліотеки **Культурні індустрії (третє коло):** • Послуги щодо предметів культурної спадщини • Видавнича справа • Звукозапис • Радіо і телебачення • Відео-та комп'ютерні ігри **Суміжні галузі (останнє коло):** • Реклама • Архітектура • Дизайн • Мода	• Реклама • архітектура • образотворче мистецтво • Ремесла • Дизайн • Мода • Кіно • Музика • Виконавські види мистецтва • Видавнича справа • НДДКР • Програмне забезпечення • Ігри • Телебачення, радіо • Відеоігри	**Основні культурні індустрії:** • Реклама • Індустрія фільмів • Інтернет • Музика • Видавнича справа • Радіо і телебачення • Відео-та комп'ютерні ігри **Периферійні індустрії:** • Креативне мистецтво **Прикордонні культурні індустрії:** • Побутова електроніка • Мода • Програмне забезпечення • Спорт

Модель концентричних кіл була розроблена Девідом Тросбі в 2001 році і базувалась на розумінні креативної цінності товарів та послуг, завдяки якій креативні індустрії відрізняються від інших галузей економіки. Стверджується, що креативні ідеї можна представити у вигляді концентричних кіл, де центр – це ідеї креативного мистецтва (розглядаються у формі звуку, тексту і зображень) з високим ступенем вираження культурного змісту, а останнє коло – ідеї з високим рівнем вираження комерційного змісту. Тобто культурний контекст ідей з кожним колом поступається комерційному і навпаки. Модель об'єднує в собі наступні 4 підгрупи: основні креативні галузі, інші основні креативні індустрії, креативні індустрії, суміжні галузі (Таблиця 4) [5, с. 110-133; 1, с. 6-7; 2, с. 21-22].

Модель класифікації креативних індустрій Джона Хокінса була розроблена в 2001 році. Дана модель включає в себе 15 секторів креативної економіки без розподілу на підгрупи і основується на твердженні, що креативні індустрії охоплюють сферу створення та продажу креативних ідей та витворів, включаючи комерційну професійну та любительську діяльність (Таблиця 4) [10, с. 104-139; 1, с. 6-7; 2, с. 21-22].

Символічна текстова модель була розроблена Девідом Хезмондалшем у 2002 році. Культура суспільства формується в даній моделі на символічних текстах чи повідомленнях, які передаються за допомогою різних носіїв, таких як кіно, радіо та преса. Дана модель об'єднує в собі 3 підгрупи креативних індустрій (основні, периферійні, граничні) (Таблиця 4) [4, с. 97; 1, с. 6-7; 2, с. 21-22].

Як бачимо, модель Міністерства культури, медіа та спорту Великобританії; модель некомерційної організації «Американці за Мистецтво» та модель класифікації креативних індустрій Джона Хокінса не передбачають класифікацію креативних індустрій з виділенням підгруп на противагу іншим чотирьом моделям (Модель концентричних кіл Девіда Тросбі, Символічна текстова модель Девіда Хезмондалша, Модель ВОІВ, Модель Інституту статистики ЮНЕСКО). Такі відмінності пояснюються різними цільовими орієнтаціями та способами інтерпретації структурних характеристик креативних галузей. Ми вважаємо, що на сьогодні існує необхідність універсалізувати визначення та стандартизувати класифікації як основу для розробки стратегій розвитку креативних індустрій.

Висновки з проведеного дослідження:

1. Креативні індустрії, які являють собою матеріальну основу концепції креативної економіки, починаючи з 1990-х років проходять етап методологічної ідентифікації. На сьогодні вони є динамічним та високоприбутковим сектором світової економіки. Реалізація концепції креативної економіки як на національному, так і на міжнародному рівні відкриває нові горизонти соціально-економічного прогресу.

2. Узагальнюючим визначенням креативних індустрій, на нашу думку, може їх трактування як нового, динамічного, трансформаційного та транскордонного (перехрестя третинного і четвертинного) сектору сучасної економіки, що основується на реалізації креативного капіталу (синергійне поєднання людського, культурного, соціального та інституційного капіталу) на мікро- та макро- та глобальному рівнях.

3. Структурні характеристики креативних індустрій відображають порівняння класифікаційні моделі, що були розроблені в період 2000-2005 років на рівні організаційному рівні (модель Міністерства культури, медіа та спорту Великобританії; Модель Інституту статистики ЮНЕСКО, модель Всесвітньої організації інтелектуальної власності, модель некомерційної організації «Американці за Мистецтво») та особистісному, втіленому у наукових дослідженнях вчених-економістів (модель класифікації креативних індустрій Джона Хокінса, модель концентричних кіл Девіда Тросбі, символічна текстова модель Девіда Хезмондалша). На сьогодні актуальним залишається питання розробки універсалізованої системи класифікації креативних індустрій для одержання, акумуляції та суспільного використання уніфікованих та релевантних статистичних даних, що посилить наукову обгрунтованість подальших досліджень у даній сфері.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. UN Creative economy report (2010) «Creative economy: a feasible development opinion». – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://unctad.org/es/Docs/ditctab20103_en.pdf.
2. UN Creative economy report (2013) «Widening local development pathways.» – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.unesco.org/culture/pdf/creative-economy-report-2013.pdf.
3. DCMS (2001). The Creative industries mapping document 2001. London, HMSO.

4. David Hesmondhalgh (2002), The Cultural Industries,London: Sage Publications.
5. David Throsby (2001), Economics and Culture,Cambridge: Cambridge University Press.
6. World Intellectual Property Organisation (2003), Guide on Surveying the Economic Contribution of the Copyright-based Industries, Geneva: WIPO.
7. UNESCO Institute for Statistics (2005), International Flows of Selected Cultural Goods and Services 1994-2003: Defining and Capturing the Flows of Global Cultural Trade, Montreal: UIS.
8. Americans for the Arts. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.americansforthearts.org.
9. UNESCO (2012), Measuring the economic contribution of cultural industries: A review and assessment of current methodological approaches, UNESCO-UIS.
10. Джон Хокинс Креативная экономика. Как превратить идеи в деньги. – М.: Издательский дом «Классика – XXI», 2011. – 256 с.
11. Зеленцова Е.В., Гладких Н.В., Творческие индустрии: теории и практики. – М.: Издательский дом «Классика – XXI», 2010. – 240 с.

УДК 338(477):330:322

Марущак Д.Ю.
здобувач кафедри міжнародної економіки
Черкаського державного технологічного університету

ІНВЕСТИЦІЙНА ПОЛІТИКА ЯК ЗАСІБ РЕАЛІЗАЦІЇ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ СТРАТЕГІЇ ІНТЕГРАЦІЙНОГО ОБ'ЄДНАННЯ АСЕАН

Розкрито сутність впливу інвестиційної стратегії на розвиток економіки країн АСЕАН. Визначено та проаналізовано механізми реалізації інвестиційної політики, що вимагають стратегічного підходу. Проводиться аналіз масштабів міжнародних іноземних вливань в економіку країн АСЕАН, а також вивчаються особливості участі самих держав-членів інтеграційного угруповання в інвестуванні за кордоном.

Ключові слова: інвестиції, стратегія, інвестиційні можливості, конкурентоспроможність, інвестиційна стратегія, стратегічні напрями, державне регулювання.

Марущак Д.Ю. ИНВЕСТИЦИОННАЯ ПОЛИТИКА КАК СРЕДСТВО РЕАЛИЗАЦИИ ИНВЕСТИЦИОННОЙ СТРАТЕГИИ ИНТЕГРАЦИОННОГО ОБЪЕДИНЕНИЯ АСЕАН

Раскрыта сущность влияния инвестиционной стратегии на развитие экономики стран АСЕАН. Определены и проанализированы механизмы реализации инвестиционной политики, требующие стратегического подхода. Проводится анализ масштабов международных иностранных вливаний в экономику стран АСЕАН, а также изучаются особенности участия самих государств-членов интеграционной группировки в инвестировании за рубежом.

Ключевые слова: инвестиции, стратегия, инвестиционные возможности, конкурентоспособность, инвестиционная стратегия, стратегические направления, государственное регулирование.

Marushchak D.U. INVESTMENT POLICY AS A MEANS OF INVESTMENT STRATEGY INTEGRATION ASSOCIATION ASEAN

The essence of the impact of investment strategy for economic development of ASEAN. Identified and analyzed mechanisms for implementing investment policies that require a strategic approach. An analysis of international foreign inflows extent into the economy of the ASEAN countries, as well as study the features of participation of Member States themselves integration group to invest abroad.

Keywords: investment strategy, investment opportunities, competitiveness, investment strategy, strategic direction, and regulation.

Постановка проблеми. На тлі загальної мінливої ситуації в глобалізованому світовому просторі заслуговують особливої уваги економічні процеси, що відбуваються в одному з найдинамічніших регіонів світу, – Південно-Східної Азії. Лідером цієї організації є країна Сінгапур, яка в 2014 році зайняла перше місце серед 189 країн світу, по легкості ведення бізнесу [8].

Постановка завдання. На основі викладеного, можна сформулювати дослідження, яке полягає в аналізі основних інструментів інвестиційної політики АСЕАН.

Виклад основного матеріалу дослідження. Завдяки своєму вигідному географічному положенню, багатим запасам природних і трудових ресурсів країни АСЕАН є дуже привабливими для зарубіжних інвесторів. Оскільки інтенсивність припливу іноземного капіталу протягом періоду існування об'єднання була різною, то можна виділити кілька етапів у процесі формування системи взаємодії країн АСЕАН із зарубіжними інвесторами.

Уряд країн, що розвиваються намагається стимулювати інвестиції та створити сприятливий інвестиційний клімат, який приваблює іноземних інвесторів у свої країни. У результаті, приплив інвестицій розглядається як життєво важливе доповнення до зусиль в області розвитку.

АСЕАН підписав різні економічні угоди, які роблять значний вплив на поліпшення інвестиційного клімату в регіоні. Ці угоди спрямовані на підвищення, у тому числі конкурентоспроможності регіону і привабливості для інвестицій, виробництва, торгівлі та бізнесу взагалі. З точки зору інвесторів, ці угоди збільшити охоплення галузей, відкритих для інвестицій, лібералізація інвестиційного режиму, забезпечують значно збільшення розміру ринку, а також сприяють руху інвестицій і доступу на виробничі підприємства регіону.

Основним завданням Економічного співтовариства АСЕАН є створення єдиного ринку та виробничої бази з п'яти основних елементів: вільне переміщення товарів, послуг, інвестицій і робочої сили, і вільний потік капіталу. У свою чергу, мета комплексної інвестиційної угоди АСЕАН (АСІА), яка набрала чинності 29 березня 2012 складає зміцнення інвестицій АСЕАН шляхом створення вільного, відкритого, прозорого і комплексного інвестиційного режиму для вітчизняних та міжнародних інвесторів по всій

території країн-членів АСЕАН, що підтримує економічну інтеграцію регіону до і після інтеграції економічного співтовариства АСЕАН. Була розроблена модальність для усунення та вдосконалення інвестиційних обмежень і перешкод [1].

Дві попередні інвестиційні програми АСЕАН, угода АСЕАН про інвестиційну Площу (AIA) і угода з гарантування інвестицій (IGA), які складали основу інвестиційної діяльності АСЕАН вичерпали себе.

Основними перевагами нової угоди є наступні:

– перейняті кращі міжнародні інвестиційні програми, які допомагають захистити інвесторів і їхні вкладення;

– сприяння менш обмежувальних режимів;

– дозвіл громадянам третіх країн отримати вигоду від АСІА;

– заохочення високого рівня прозорості в інвестиційних нормативних документах;

– ухвалення інвесторами і державою механізмів врегулювання спорів, та впровадження методів альтернативного врегулювання спорів [2].

Інвестором по АСІА може бути фізична або юридична особа. Фізична особа визначається як національний громадянин, або постійний житель країни-члена АСЕАН. Юридична особа визначається як будь-яка юридична особа відповідно до чинного законодавства держави-члена АСЕАН, і може бути корпорація, трест, товариство, спільне підприємство, індивідуальний підприємець, об'єднання, або будь-який інший правовий суб'єкт підприємницької діяльності.

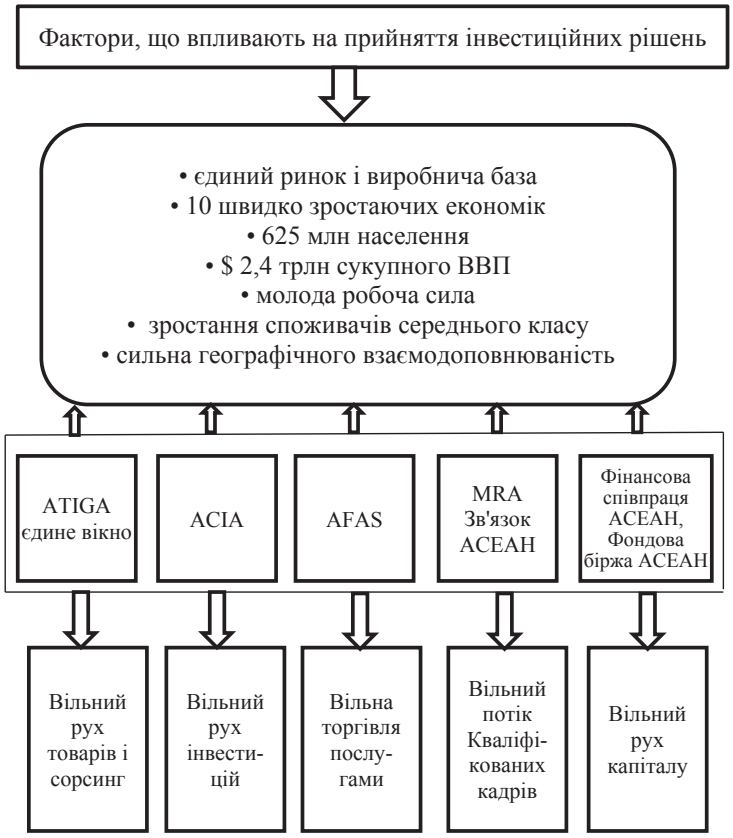


Рис. 1. Основні чинники, які мають вплив на прийняття інвестиційних рішень

Складено автором на основі джерела[1]

АСІА також забезпечує підвищений захист інвесторів і їхніх вкладень, включаючи справедливий і рівноправний режим. Держави-члени АСЕАН погодилися не заперечувати справедливість у судових або адміністративних процедурах відповідно до принципів належної правової процедури, і що приймаюча країна не братиме довільні рішення і стежити за його правилами і нормами. Для будь-яких юридичних дій, інвестор має право на юридичне представництво і право на оскарження. Держави-члени АСЕАН також беруть всі заходи, необхідні для захисту та безпеки інвестицій у всі часи, включаючи під час будь-яких заворушень чи заколоту. Будь-які збитки, отримані через збройний конфлікт, громадянську війну або при надзвичайному стані, відшкодовує АСІА [2].

Під АСІА, кожна держава-член має дозволити всі трансфери, пов'язані з вільно використовуваною валютою за ринковим курсом обміну, чинним на момент переказу. Трансфери можуть включати в себе:

1) Внески до капіталу в тому числі початкового внеску.

2) Прибуток, приріст капіталу, дивіденди, роялті, ліцензійні платежі, технічна допомога і технічні та управлінські збори, відсотки та інші поточні доходи.

3) Надходження від повного або часткового продажу або ліквідації гарантійний інвестицій.

4) Прибуток та інші винагороди персоналу.

Для запобігання виникнення серйозного балансу платіжних і зовнішніх фінансових труднощів, держава-член може накласти обмеження на вільний переказ коштів, але повинні слідувати певним критеріям.

Важливим елементом співпраці між інвесторами і державою є механізми врегулювання спорів. Потенційні інвестори можуть вирішити суперечки з використанням вітчизняних судів, у рамках міжнародного арбітражного розгляду, за допомогою альтернативних методів вирішення спорів: посередництво, примирення, консультації і переговори. Інвестор повинен показати, що він поніс збитки чи шкоду і сталося це з причини або приймаючої країни-члена своїх зобов'язань за АСІА.

Країни АСЕАН проводять безперервні реформи для поліпшення свого бізнесу та інвестиційної діяльності. Підтвердженням цьому є постійно зростаючий приплив іноземних інвестицій.

Таблиця 1

Приплив прямих іноземних інвестицій у країни АСЕАН

Країна	2011	2012	2013
	ПІІ, млн дол США		
Бруней	1 208,3	864,8	908,4
Камбоджа	891,7	1 557,1	1 274,9
Індонезія	19 241,6	19 137,9	18 443,8
Лаос	466,8	294,4	426,7
Малайзія	12 000,9	9 400,0	12 297,4
М'янма	2 058,2	1 354,2	2 620,9
Філіппіни	1 815,9	2 797,0	3 859,8
Сінгапур	48 474,5	59 811,5	60 644,9
Таїланд	3 861,1	10 699,2	12 999,8
В'єтнам	7 519,0	8 368,0	8 900,0
Разом АСЕАН	97 538,1	114 284,0	122376,5

Складено автором на основі [2]

Прямі іноземні інвестиції (ПІІ) в АСЕАН у 2013 році як і раніше постійно зростають і в 2013 році перевищив 122 млрд дол США. Більшість держав-членів АСЕАН мають високі показники в 2013 році, лише дві країни понизили свої дані.[3]

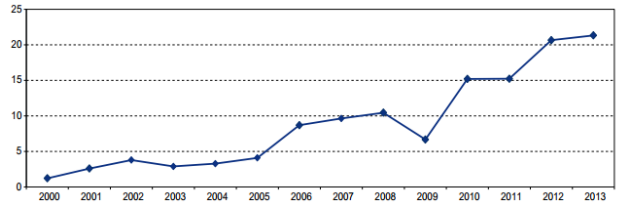


Рис. 2. Динаміка прямих іноземних інвестицій у середині АСЕАН за 2000-2013 р., млрд дол. США [3]

Компанії АСЕАН інвестували 21 млрд дол США в регіоні в 2013 році, що на 13% більше, ніж у поєднанні внутрішньо регіональних інвестицій між 2000 і 2005 рр. На інвестиції в середині АСЕАН припадало близько 17% від загального припливу капіталу в регіоні. Зростаючі корпоративні доходи і грошові резерви компаній АСЕАН сприяли сильному внутрішньо регіональному притоку інвестицій [3].

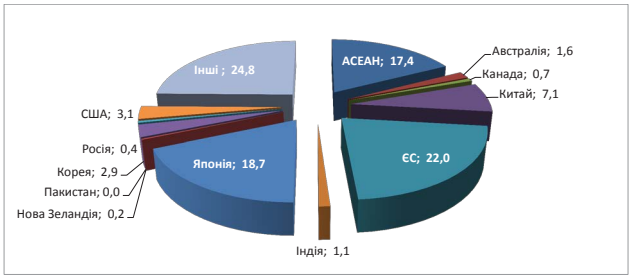


Рис. 3. Частка ПІІ за основними країнами/регіонами партнерами в 2013 р. [2]

Топ-10 інвесторів склали більше 70% припливу капіталу в 2012-2013 роках (рис. 3). Японія була найбільшим інвестором, а потім держави-члени АСЕАН в якості групи. Разом вони становили більше 36% інвестицій в обидва роки. Інвестиції від країн Європейського союзу були також значним (основними партнерами були Нідерланди, Великобританія, Люксембург). Китайські компанії також інвестують активно в АСЕАН і в 2013 році притік інвестицій склав $ 8,6 млрд дол США. Компанії США інвестували значно менше, в 2013 році – близько 3,8 млрд доларів, це становило лише 3% всіх прямих іноземних інвестицій в АСЕАН. Хоча їхні інвестиції в регіон скоротилися, багато американських компаній все частіше розглядають даний регіон як інвестиційно привабливий. Деякі почали розширювати свою діяльність в АСЕАН та інші планують зробити це в найближчі кілька років.

Крім того, держави-члени АСЕАН також вжили заходів щодо подальшої лібералізації інвестиційних режимів, провели реформи, щодо пом'якшення правил, створення стимулів, зниження оподаткування, організація заходів з просування, упорядкувати інвестиційних процедур, спрощення вимоги, встановлення комплексних центрів і економічних зон. Деякі країни-члени також підписали нові двосторонні інвестиційні договори або угоди про вільну торгівлю, а деякі ведуть переговори зі своїми потенційними партнерами.

Отже, реалізація Угоди АСЕАН про конкурентоспроможність інвестицій (АСІА), включає лібералізацію зобов'язань, які регулярно переглядаються з метою підвищення конкурентоспроможності регіону в залученні інвестицій. Для підвищення прозорості та легкості ведення бізнесу в регіоні був створений сайт, запущений 19 серпня 2013. Він служить в якості шлюзу для доступу до інвестиційної інформації про регіон та держави-члени АСЕАН.

Розглянемо більш детально по кожній країні-члені АСЕАН. У Брунеї створено систему ліцензування бізнесу (BLS), яка забезпечує єдине онлайн вікно для ряду процесів ліцензування бізнесу, які раніше забезпечувалися 13 урядовими установами. Були створені центри по спрощенню процедур, які також служать якості платіжних процедур.

Програма OneBiz була запущена в лютому 2013 року і надала підприємцям доступ і застосування необхідної документації з більшою легкістю і зручністю [4]. Реструктуризація інтелектуальної власності в країні відбулася в 2013 році, зі створенням у Брунеї відомства інтелектуальної власності (BruIPO). Станом на червень 2013 року, всі заявки патентів, товарних знаків і промислових зразків вводять BruIPO.

Угода про міжнародну реєстрацію промислових зразків набула чинності 24 вересня 2013 року.

Бруней продовжує вдосконалювати інвестиційний режим у країні, у тому числі шляхом надання більш якісних послуг інфраструктури. У міжнародному аеропорті Брунею ведеться модернізація, і роботу планується завершити до кінця 2014 року.

Проект спрямований на покращення умов аеропорту і збільшити як частоту польотів так і пасажирські перевезення.

Деякі з промислових парків країни модернізуються:

- Salambigar Промисловий парк, призначений для фармацевтичної, харчової, косметичної та галузі легкої промисловості;

- Sungai Liang Промисловий парк, газових та основних нафтопродуктів;

- Rimba Digital Junction, харчування для хай-тек індустрії;

- Bukit Panggal Промисловий парк, в якому розміститься енергоємне виробництво промисловості;

- Telisai Промисловий парк для аквакультури і змішаних галузей.

Зовнішньоекономічна політика Брунею передбачає укладання угод інвестиційного співробітництва в рамках Транс-Тихоокеанському регіону – Угода про партнерство (ТЕС), яка повинна бути завершена до кінця 2014 року [5].

У 2014 році Камбоджа уклала дві двосторонніх інвестиційних угоди.

23 квітня 2014 року з Білоруссю та інший 17 червня 2014 року з Бангладеш. Також Камбоджа ратифікувала протокол про внесення змін до двосторонніх інвестицій відносин між Камбоджею і В'єтнамом, яка була підписана 24 червня 2012 року.

Прийнято ряд реформ щодо подальшого вдосконалення інвестиційного середовища. Вони включають у себе наступне:

1) Закон про інвестиції. Переглянутий закон, прийнятий у 1994 році, щоб визначити основні можливості і зробити Камбоджу більш привабливим місцем для інвестицій.

2) Спеціальні економічні зони. Закон про особливі економічні зони в даний час розробляється. Мета полягає в тому, щоб зробити такі зони з більш функціональним і ефективним режимом на підтримку соціально-економічного розвитку в країні, у тому числі сприяння участі Камбоджі в новому розвитку.

3) Державно-приватне партнерство. Закон готується для залучення більше представників приватного сектору в економічному розвитку на основі державно-приватного партнерства.

4) Політика з промислового розвитку. Камбоджа завершує документ про політику з промислового розвитку 2015-2025 рр. Ця робота включає в себе консультації із зацікавленими сторонами. Надання інформації щодо реалізації політики механізмів розвитку конкурентоспроможної промисловості в Камбоджі, у тому числі виявлення потенційних галузей з високими темпами зростання [6].

Індонезія теж ввела ряд заходів і реформ для сприяння залученню інвестицій. Вони включають у себе наступне:

• Інвестори тепер можуть реєструвати їх основні ліцензії через інтернет-системи. Програма BKPM постійно вдосконалює систему онлайн, щоб дозволити інвесторам зареєструвати інші види ліцензій на ведення бізнесу по 2016 р., які схвалені BKPM.

• Реєстрація суб'єкта господарювання тепер може бути зроблена в Інтернеті, який прискорює час, тепер це займає лише 1 день замість 16 днів.

• Реєстраційна компанія сертифікат (TDP), прискорила час, необхідний для видачі ліцензій – тільки 3 дні замість 15 днів.

• Процес реєстрації працівників при Міністерстві трудових ресурсів був спрощений, тепер це займає лише 1 день замість 14 днів.

Процедури для отримання дозволу на будівництво були спрощені, і реєстрація для дозволу на будівництво може бути зроблена через інтернет-системи. Процес підключення води був прискорений, займе три дні замість восьми. Процедури для установки електрики були спрощені через інтернет-системи реєстрації, скорочуючи час, необхідний від 101 дня до 15-40 днів.

У червні 2014 року, Індонезія підписали 67 угод з потенційними партнерами, з яких 59 були ратифіковані [7].

З 1 липня 2013 року, між Лаоською Народно-Демократичною Республікою і Білоруссю укладена угода, яка охоплює заохочення і захист інвестицій.

Станом на червень 2014 року, Лаоська Народно-Демократична Республіка підписала угоди з 28 країнами. Основними країнами партнерами є Канада, Сербія та Пакистан [2].

Заохочення інвестицій у Малайзії буде здійснюватися в контексті якості інвестицій, які включають у себе проекти, що використовують високі технології, мають високу додану вартість, і наукомістких. Податок з продажів і послуг буде замінений податком на додану вартість, і починаючи 1 квітня 2015року встановлюється в розмірі 6%.

Малайзія веде переговори інвестиційної співпраці з країнами Європейського союзу і з країнами ТЕС [2].

М'янма оголосив низку заходів з ліквідації інвестиційного обмеження з метою поліпшення інвестиційного клімату в країні. Серед яких наступні: усунення мінімальних вимог до капіталу, надання податкових стимулів, лізинг нерухомості та енергозберігаючі стандарти для навколишнього середовища та соціального захисту. Переглянуті закони про СЕЗ для подолання відсутності інфраструктури, залучення прямих іноземних інвестицій, які приведуть до збільшення експорту.

Уряд вжив заходів для зниження операційних витрат, з якими стикаються внутрішні приватні фірми за рахунок скорочення обтяжливих правил і зменшення державного контролю.

Важливі реформи оподаткування були зроблені. Ставка податку на прибуток була знижена до 25% з 30%. М'янма також веде переговори з Європейським Союзом щодо угоди про захист інвестицій.

Сінгапур підписали низку угод про уникнення подвійного оподаткування в 2013 році з Барбадосом, Білоруссю, Чехією Еквадором, Ліхтенштейном, Люксембургом.

Проведені реформи і модернізація економік країн АСЕАН демонструють відданість держав цього регіону напряму на відкриття своїх економік та посилення їх інтегрування у світове господарство з індивідуальним урахуванням національних, етнічно-регіональних, історичних та соціально-економічних особливостей своїх господарських систем.

Національні уряди держав-членів АСЕАН стали ініціаторами економічних перетворень, чітко ставлячи цілі і намічаючи перспективи розвитку, оптимально вибираючи методи для досягнення поставлених цілей і коригуючи курс реформ відповідно до змін світової та регіональної ринкової кон'юнктури.

Дослідження було спрямоване на вирішення актуального наукового завдання щодо визначення стратегічних напрямів забезпечення реалізації інвестиційної політики в країнах АСЕАН. Отримані основні результати дають можливість сформулювати наступні висновки теоретичного і практичного характеру. Сформовано підхід щодо визначення факторів, що впливають на прийняття інвестиційних рішень, зокрема в країнах АСЕАН.

Обґрунтовано пріоритетні напрями формування інвестиційної політики інтеграційного об'єднання, що дозволило провести оцінку інвестиційного потенціалу кожної країни-члена. Визначено, що основним нормативним документом є угода АСІА, яка набрала чинності 29 березня 2012 року, складає зміцнення інвестицій АСЕАН шляхом створення вільного, відкритого, прозорого і комплексного інвестиційного режиму для вітчизняних та міжнародних інвесторів по всій території країн-членів АСЕАН, що підтримує економічну інтеграцію регіону до і після інтеграції економічного співтовариства АСЕАН.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. ASEAN Investment Report 2013-2014 АСЕАН // [Електронний ресурс] .– Режим доступу http://www.asean.org/images/pdf/2014_upload/AIR%202013–2014%20FINAL.pdf.
2. Інвестування в АСЕАН // [Електронний ресурс]. – Режим доступу http://www.asean.org/images/pdf/2014_upload/AIR%202013–2014%20FINAL.pdf.
3. АСЕАН Офіційний сайт // [Електронний ресурс]. – Режим доступу http://www.asean.org/news/item/foreign–direct–investment–statistics.
4. Програма OneBiz АСЕАН // [Електронний ресурс]. – Режим доступу http://onebiz.business.gov.bn/sop/process/MIPR_BBLS/Index.
5. Міністерство закордонних справ Брунею Офіційний сайт // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.mofat.gov.bn/Pages/tradeandinvestment1126–8985.aspx.
6. Міністерство закордонних справ Камбоджі Офіційний сайт // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.mfaic.gov.kh/?page&lg=en&menu1=213&ctype=article&id=213&lg=en.
7. Міністерство закордонних справ Індонезії Офіційний сайт // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.kemlu.go.id.
8. Ведення бізнесу. Офіційний сайт // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://russian.doingbusiness.org/rankings.

УДК 334.752+339.137.22

Охріменко О.В.
аспірант кафедри міжнародних економічних відносин і бізнесу
Національного авіаційного університету

СПІВВІДНОШЕННЯ КОНКУРЕНЦІЇ ТА КООПЕРАЦІЇ ПРИ ВЗАЄМОДІЇ ТНК ЗА РЕАЛІЗАЦІЇ СПІВПРАЦІ У РАМКАХ СТРАТЕГІЧНОГО АЛЬЯНСУ

У статті розглянуто сучасні особливості розгортання конкурентної боротьби та кооперації ТНК, зумовлені глобалізацією світогосподарського простору та розвитком епохи техноглобалізму. Виокремлено вектори виникнення конкуренції та співробітництва корпорацій, сфери їх перетину. Визначено вплив кооперації, що реалізується у формі стратегічних альянсів, на зміну структури ринків та характеру конкурентної боротьби на них. Проаналізовано специфіку та комбінацію конкуренції та співпраці при взаємодії ТНК у межах альянсу.

Ключові слова: конкуренція, кооперація, ТНК, стратегічні альянси.

Охрименко Е.В. СООТНОШЕНИЕ КОНКУРЕНЦИИ И КООПЕРАЦИИ ПРИ ВЗАИМОДЕЙСТВИИ ТНК, В СЛУЧАЕ РЕАЛИЗАЦИИ СОТРУДНИЧЕСТВА В ПРЕДЕЛАХ СТРАТЕГИЧЕСКОГО АЛЬЯНСА

В статье рассмотрены современные особенности развертывания конкурентной борьбы и кооперации ТНК, обусловленные глобализацией мирохозяйственного пространства и развитием эпохи техноглобализма. Выделены векторы возникновения конкуренции и сотрудничества корпораций, сферы их пересечения. Определено влияние кооперации, что реализуется в форме стратегических альянсов, на изменение структуры рынков и характера конкурентной борьбы на них. Проанализирована специфика и комбинация конкуренции и сотрудничества при взаимодействии ТНК в пределах альянса.

Ключевые слова: конкуренция, кооперация, ТНК, стратегические альянсы.

Okhrimenko O.V. CORRELATION OF COMPETITION AND COOPERATION IN THE INTERACTION OF TNCS, WHEN COOPERATION IS IMPLEMENTED IN THE FRAMEWORK OF A STRATEGIC ALLIANCE

The article deals with modern features of competition and cooperation of TNCs, caused by globalization of world economic space and the development of technoglobalizm era. Vectors of emergence corporations' competition and cooperation and the scope of their intersection are determined. Influence of cooperation, implemented in the form of strategic alliances, on changes in the market structure and the nature of marketing competition are defined. The specificity and combination of competition and cooperation in the interaction within the alliance are analyzed.

Keywords: competition, cooperation, TNCs, strategic alliance.

Постановка проблеми. Глобалізація світогосподарського простору зумовлює формування бізнес-одиниць нового типу, нових принципів та моделей конкуренції та взаємодії. Конкуренція вийшла за рамки національних кордонів та втратила товарну форму. Співробітництво та побудова конструктивних зв'язків між компаніями реалізується в законодавчо дозволених формах, що не призводить до викривлення конкуренції на ринках, і займає чільне місце в корпоративних стратегіях розвитку. У результаті конкуренція та кооперація стали невід'ємними складовими ефективного функціонування ТНК, зумовивши появу нового типу взаємодії між компаніями – конкурентної співпраці, яка реалізується у формі стратегічних альянсів.

Стратегічні альянси стали широко поширеними з 90-х років XX ст., поступово охопили всі галузі економіки та регіони світу і еволюціонували до рівня мереж – гнучкого об'єднання, що охоплює усіх учасників альянсу на основі численних угод, спрямованих на досягнення загальних цілей [1, с. 107]. У межах мереж утворюються окремі двосторонні чи багатосторонні стратегічні альянси, дії яких націлені на забезпечення інтересів учасників, але не суперечать стратегічним цілям мережі.

Такий стан речей актуалізує доцільність перегляду та нового погляду на теорії конкуренції та кооперації, їх порівняння із сучасною практикою розбудови глобального бізнесу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питанням конкуренції та кооперації присвячені чисельні праці науковців, розроблені відповідні теорії, але досі тривають запеклі дискусії. Особливості побудови конкурентних відносин на ринку в розрізі їх еволюційної трансформації та сучасних форм розглядали О. Швиданенко та О. Шпак. Комплексні дослідження особливостей реалізації співробітництва в рамках стратегічних альянсів здійснили Б. Гомес-Кассерес, І. До (Доз), Е. Манкін, Д. О`Ніл, К. Прахалад, Р. Реіх, Г. Томас та Г. Хемел. А. Магомедова проаналізувала вплив стратегічних альянсів на зміну структури ринку та моделей конкурентної боротьби.

Поряд з цим відсутнім залишається комплексний підхід до визначення співвідношення конкуренції та кооперації у відносинах між прямими чи потенційними конкурентами на міжнародному ринку при реалізації співробітництва в рамках стратегічного альянсу, а також між учасниками партнерства.

Постановка завдання. Метою статті є визначення особливостей співвідношення конкуренції та кооперації, що супроводжує активізацію співробітництва ТНК у формі стратегічних альянсів.

У відповідності до поставленої мети визначено коло завдань:

– виокремити сфери перетину конкуренції та кооперації, що виникають у процесі функціонування ТНК;

– розглянути еволюцію конкуренції та кооперації, виникнення їх нових форм, які призводять до зміни характеру конкурентної боротьби та структури ринків;

– проаналізувати характер взаємодії партнерів у рамках стратегічного альянсу.

Виклад основного матеріалу дослідження. Конкуренція та кооперація за своєю суттю є двома протилежними поняттями, але сучасні особливості розвитку міжнародного бізнесу дають змогу їх поєднати в рамках функціонування потужних ТНК.

Корпорації сьогодні – складні горизонтально чи вертикально інтегровані організаційні структури, з диференційованою структурою бізнесу, ознаками транснаціональності та глобальності діяльності, соціально-економічного та політичного впливу, сукупні активи яких можуть переважати за обсягом національні бюджети окремих країн. Такі ознаки ТНК роблять можливим поєднання конкуренції та кооперації з прямими чи потенційними конкурентами в рамках функціонування окремої компанії. За таких умов характерним явищем міжнародної економіки наприкінці XX-початку XXI ст. стала конкурентна співпраця – термін, який схильні використовувати західні економісти та науковці (наприклад, Д. О`Ніл, К. Прахалад, Г.Томас, Г. Хемел [2]) для позначення взаємовідносин між компаніями-конкурентами, що виникають у наслідок формування та реалізації співробітництва в межах стратегічного альянсу. Перетин конкуренції та кооперації прослідковується за кількома напрямами: 1) компанії конкурують на ринку як окремі бізнес одиниці, паралельно співпрацюючи в рамках стратегічного альянсу; 2) альянс – форма кооперації, але в його межах партнери не тільки здійснюють співробітництво, але й продовжують конкурувати.

Конкуренція та кооперація категорії, які увійшли в науковий обіг з повсякденного життя, так як характеризують два протилежні вектори взаємодії будь-яких суб'єктів. В економічній науці більш ранні дослідження присвячені питанням конкуренції, що можна пояснити її більшою поширеністю в Стародавні часи: ринок мав локальний характер, на ранніх етапах на ньому були представлені обмежені товарні групи місцевого виробництва (сільськогосподарські товари, вироби місцевих ремісників), на більш пізньому – товарна номенклатура розширилася за рахунок розвитку транспортного сполучення та торгівлі. Фактично не існувало об'єктивної необхідності для кооперації зусиль на ринку. Такому середовищу відповідала поява класичної теорії конкуренції А. Сміта [3], основні положення якої зводилися до принципу «невидимої руки» ринку, взаємозв'язку попиту і пропозиції, залежності ціни від пропозиції, умов ефективної конкуренції і теоретичної розробки її механізму.

Послідовники А. Сміта оновлювали класичну теорію конкуренції протягом багатьох століть, а представники інших шкіл – доповнювали власними теоріями, що було зумовлено змінами та еволюцією зовнішнього середовища.

Під дією процесів інтернаціоналізації, транснаціоналізації, глобалізації, інтеграції, розвитку засобів транспорту та зв'язку сформувалася конкуренція нового типу – глобальна. Основними її особливостями на початку XXI ст. є: зростання ролі ТНК як суб'єкта глобальної конкуренції; еволюція ТНК до рівня глобальних корпорацій з конкурентними перевагами, які формуються та розвивають за рахунок використання унікальних корпоративних стратегій та всіх доступних можливостей отримання синергетичних ефектів; інтенсифікація процесів злиття та поглинання; реалізація конкурентних відносин в інтегрованому, інтернаціоналізованому та глобалізованому просторі; переорієнтація суб'єктів глобальної економіки з максимізації прибутку на вивільнення ресурсів, що можуть бути перенаправлені на досягнення інших стратегічних завдань; присутність деструктивної складової [4, с. 57]. Появу глобальної конкуренції супроводжує постійна трансформація та модифікація традиційних форм ведення бізнесу.

В умовах виникнення та розвитку глобальної конкуренції спостерігається відхід від класичних постулатів теорії А. Сміта [3]: особливо щодо неможливості кожного продавця впливати на зміну ринкової ціни зі збереженням якості, що зумовлено обмеженим переліком ринків досконалої конкуренції, а також «природний відбір» за якого менш конкурентоспроможна фірма витісняється з ринку. Для подолання цих ринкових перешкод компанії використовують інструмент кооперації.

Однією із форм реалізації кооперації є стратегічні альянси, що охоплюють усю сферу взаємодії компаній від традиційних контрактів (короткострокових, одиничних) до повного злиття та поглинання із утворенням нової структурної одиниці чи припиненням існування однієї зі сторін.

Для відповідності співробітництва ТНК формі стратегічних альянсів, воно повинно задовольняти ряд характеристик: наявність стратегічної складової, фрагментарність зв'язків, незалежна діяльність компаній-партнерів поза межами альянсу, співпраця на довгостроковій основі, організаційна гнучкість об'єднання, досягнення синергетичного ефекту.

Сучасні альянси є відмінними від картелів, синдикатів та інших організаційних форм таємних змов й обмеження ділової практики, так як орієнтовані не на встановлення цін, розподіл ринку, здійснення інших неконкурентних дій, а на досягнення стратегічної мети, що є більш комплексною та масштабною, і передбачає отримання синергетичного ефекту.

Мотиви, що спонукають компанії до співробітництва, у тому числі й у формі стратегічних альянсів, знайшли відповідне теоретичне обґрунтування.

Теорія трансакційних витрат (О. Вільямсон, К. Бок, А. Вайс, Д. Даєр, С. Дутта, Р. Осборн, Д. Ріалп, В. Саллас) пояснює доцільність кооперації з позиції необхідності мінімізації витрат на транзакції, а стратегічні альянси – як метод досягнення результату.

Теорія промислової організації (М. Портер, Х. Мінтцбергер, К. Харріган, М. Фуллер) – кооперація як засіб побудови ефективної організації, що дозволяє скоротити витрати, отримати переваги від ефекту масштабу та доступ до ресурсів, навичок та знань партнера; стратегічний альянс – організаційна форма.

Ресурсна теорія (Х. Міцберг, Р. Кульпан) – кооперація як шлях до доступу до ресурсів, яких не вистачає ТНК, та їх об'єднання в рамках стратегічного альянсу.

Теорія мережі (Е. Аустер, Б. Гомес-Касерес, Г. Дуйстерс, А. де Ман, Дж. Хагедоорн) виходить з того, що на різних етапах функціонування компаній виникає необхідність здійснювати обмін, який найбільш ефективний за кооперації. Виокремлює такі види міжорганізаційних зв'язків як ліцензування, франчайзинг, обмін/трансфер технологій, спільна інноваційна діяльність, спільне виробництво, спільні підприємства.

Мотиви, що спонукають компанії до співробітництва, частково відображені в усіх визначених теоріях кооперації. Функціонування сучасного стратегічного альянсу передбачає одночасне отримання усіх можливих вигод від співпраці, тобто скорочення трансакційних витрат, отримання доступу до ресурсів, ефективну побудову міжорганізаційних зв'язків.

Кооперація, яка відіграє все більшу роль у функціонуванні бізнес-одиниць в умовах посилення глобальної конкуренції та глобалізації світогосподарського простору, зумовлює формування нового типу конкурентних відносин на ринку. Традиційні кон-

курентні структури ринків (ринок досконалої та монополістичної конкуренції, олігополії та монополії [5, с. 96]) вже не створюють чіткого уявлення про справжній стан ринкової кон'юнктури, а кордони між постачальниками, споживачами та конкурентами є нечіткими, оскільки конкуренція ТНК за одним напрямом супроводжується реалізацією ефективної співпраці, орієнтованої на отримання двосторонньої вигоди та синергетичного ефекту, за іншим. Також ТНК можуть співпрацювати та продовжувати конкурувати за одним і тим самим напрямом.

Зміна характеру конкурентних відносин між компаніями в наслідок їх співробітництва в межах стратегічного альянсу призводить до формування кількох сучасних моделей конкуренції: між компаніями-партнерами; між окремими учасниками альянсу та компаніями, що не входять до складу альянсу; між стратегічним альянсом та компаніями, що не є членами; між стратегічними альянсами [6, с. 48]. Кожна із моделей має свої особливості.

Конкуренція між компаніями-учасниками альянсу виникає переважно за напрямами, за якими співпраця не реалізується. Доцільність існування альянсу залежить від характеру взаємодії між компаніями та здатністю встановлювати спільні цілі, принципи та правила взаємодії, а також чітко відокремлювати сфери співпраці та конкуренції, оскільки надмірне загострення конкурентної боротьби в одній зі сфер може стати деструктивним чинником функціонування альянсу в цілому. Конкурентні відносини цього типу можуть призвести до втрати економічної та юридичної самостійності компаній, угод зі злиття та поглинання. Загострення конкурентної боротьби – до нівелювання чи повного зникнення синергетичних ефектів.

Конкуренція між компаніями-членами альянсу, та іншими, самостійно функціонуючими, фірмами змінює структуру ринку. Учасники альянсу отримують переваги над конкурентами завдяки злагодженим діям з партнерами, доступу до їх ресурсів, використання ефекту масштабу. У випадку формування альянсів горизонтального типу партнерство може бути розцінено як таємна змова, з метою розподілу ринку та придушення конкурентів. Формування вертикальних альянсів та дана модель конкуренції є об'єктивно зумовленими та не впливають на характер ринкової конкуренції.

Конкуренція між стратегічним альянсом та компанією, що не входить до його складу, подібна до попередньою моделі. Відмінність полягає в тому, що в конкурентну боротьбу вступають не окремі компанії-учасники, а альянс як цілісна одиниця. Реалізація моделі можлива у випадку формування широкого (багатостороннього) альянсу між компаніями чи адитивного альянсу, що передбачає розробку, спільне виробництво та реалізацію одного продукту.

Конкуренція між стратегічними альянсами (мережами альянсів) є однією з новітніх моделей конкурентних відносин та притаманна переважно альянсам невиробничої сфери (авіаперевезень, туристичної індустрії, оскільки компанії вичерпали резерв можливостей цінової конкуренції), а також інноваційної галузі (протистояння технічних стандартів, технологій за ринкову частку – як приклад, стандарти PLC-технології, боротьба операційних систем). Конкуренція між мережами альянсів може призводити до зміни конкуренції на ринку, оскільки учасниками конкурентних відносин виступають не окремі компанії, а великі структурні одиниці, тобто відбувається перехід від конкурентної моделі ринку до олігополістичної. Але, на думку Б. Гомеса-Кассереса [7], спотворення чи нівелювання конкуренції не відбувається. Основними чинниками цього дослідник [7] виокремив: функціонування достатньої кількості мереж альянсів; загострення конкуренції між ними, що нерідко стає дуже жорсткою; різний ступінь зв'язків між учасниками (мережа може поєднувати багатостороннє і двостороннє партнерство, тобто компанії частково зберігають свободу дії).

Отже, у схемі сучасної ринкової конкуренції (рис. 1) з'являється новий суб'єкт – стратегічний альянс як окрема конкуруюча одиниця. Разом з тим, учасники альянсу також можуть діяти як окремі конкуруючі одиниці, одночасно як по відношенню до окремих компаній, так і до компаній-партнерів. У більшості випадків партнери вступають у конкурентну боротьбу за напрями, співробітництво за якими не здійснюється.

Як приклад, можна навести міжнародний ринок авіаперевезень. Основна конкурентна боротьба ведеться між трьома стратегічними альянсами: Star Alliance, Sky Team та One World [8, с. 12]. Сучасні стратегічні альянси авіаперевізників відповідають критеріям мереж, у рамках яких функціонують окремі двосторонні та багатосторонні альянси, відбуваються злиття та поглинання. Перевезення також здійснюють і компанії, що не є учасниками жодного з альянсів, які конкурують як з альянсами, так і з їх окремими учасниками, і між собою. Компанії-партнери паралельно конкурують і один з одним, використовуючи засоби нецінової конкуренції (якість обслуговування, привітність персоналу тощо).

Зміна співвідношення між обсягом конкуренції та кооперації на ринку призводить до зміни його структури, до її поступової трансформації від досконалої конкуренції до монополії, чи в зворотному напряму. Але зміна характеру конкурентної боротьби на ринку при реалізації кооперації у формі стратегічних альянсів не зумовлює викривлення конкуренції, так як компанії-учасники альянсу продовжують конкуренцію між собою, оскільки поза альянсом діють як самостійні одиниці. Утворення партнерства орієнтованого на проникнення компанії на новий ринок зумовлює посилення конкуренції на національному ринку, так як з'являється додатковий конкуруючий суб'єкт.

Поряд з конкуренцією на ринках ведеться конкурентна боротьба в межах стратегічного альянсу. На поєднанні конкуренції та кооперації в рамках стратегічного альянсу, який є формою реалізації співробітництва, наголошує теорія ігор (Р. Аксельрод, І. До, М. Кей, К. Прахалад, А. Такер, Г. Хемел), яка розглядає функціонування стратегічного партнерства в динаміці, як постійний процес переходу від кооперації до конкуренції.

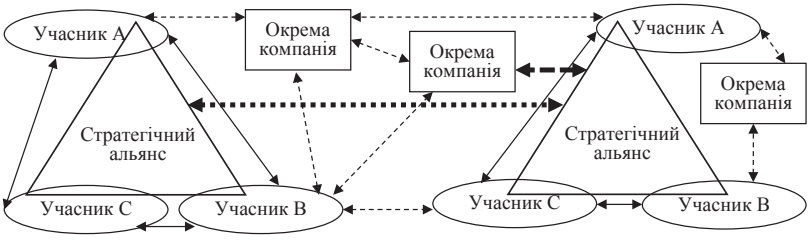


Рис. 1. Схема сучасної ринкової конкуренції

Розроблено автором

Г. Хемел, І. До (Доз) та К. Прахалад [9] виокремили правила отримання максимальної вигоди від функціонування стратегічного альянсу. Три з яких наголошують на присутності конкурентної складової в процесі взаємодії партнерів у рамках альянсу:

– співробітництво в межах партнерства альянсного типу – інша форма конкуренції;

– згода, злагода та гармонія у взаємовідносинах між учасниками альянсу – не основні показники успіху його функціонування (конфлікти, які виникають між партнерами під час взаємодії, є проявом конкуренції, що, в більшості випадків, розгортається за інформацію, і які, у випадку конструктивного вирішення, зумовлюють досягнення синергетичних ефектів);

– будь-яка кооперація має межі, тому партнери не повинні поступатися один одному як в конкурентній боротьбі на міжнародному ринку, так і за отримання більшої вигоди від співпраці.

Основні положення теорії ігор вказують на можливість опортуністичної поведінки. Тобто істинна стратегічна мета одного з партнерів полягає в одноосібному отриманні вигод від функціонування альянсу (доступ до компетенцій конкурента, отримання унікальних результатів маркетингових досліджень, інсайдерської інформації), а не в кооперації з метою отримання двосторонньої вигоди та не в ефективній роботі на досягнення, визначеного в угоді, результату.

В умовах формування інформаційного суспільства та в період розвитку епохи техноглобалізму швидкими темпами зростає динаміка боротьби за інформацію, технології та інновації. Ця боротьба стає як причиною формування стратегічних альянсів зі спільного здійснення НДДКР, так і зумовлює конкуренцію за доступ до новітніх технологій та інновацій у рамках партнерства.

Стратегічні партнерства, орієнтовані на спільні НДДКР, передбачають об'єднання наукових та виробничих ресурсів, у тому числі технологій та інновацій, направлені на створення чи розвиток нематеріальних ресурсів, забезпечення високого рівня інноваційності компаній-учасників [10, с. 72]. Результатом співпраці стає двостороннє патентування винаходів, створення нових конкурентних переваг, підвищення конкурентоспроможності партнерів, інноваційно-технологічний прорив. Вдалим прикладом є інноваційний альянс компаній Toyota та Matsushita Electric, реалізований у формі спільного партнерства Panasonic EV Energy, орієнтований на спільну розробку, виробництво та продаж акумуляторів для електродвигунів гібридних автомобілів [11, с. 100].

Спостерігається тенденція до формування мереж стратегічних альянсів, які вступають у конкурентну боротьбу технологій. Загальновідомим є альянс зі створення операційної системи LINUX, яка розповсюджувалася компаніями-партнерами безкоштовно з метою створення конкуренції операційній системі Windows.

Боротьба за технології в межах стратегічного альянсу проявляється через прагнення ТНК, що супроводжується діями, отримати доступ до найбільшої кількості патентів, ліцензій, досліджень, винаходів та ідей партнера, навіть, якщо вони не включені до переліку тих, які використовуються при здійсненні спільних НДДКР чи необхідні для забезпечення співпраці в рамках альянсу. Мотивом таких дій – є прагнення до підвищення конкурентоспроможності продукції та організаційної структури, домінування у високотехнологічному сегменті глобального ринку, досягнення технологічного лідерства в планетарному масштабі.

Отримання несанкціонованого доступу до інноваційно-технологічного потенціалу партнера здійснюється через контакти співробітників компаній-учасників альянсу. «Заволодіння» може бути наслідком промислового шпигунства, привласнення результатів НДДКР, яке не було обумовлено угодою про двостороннє ліцензування, і щоденних контактів на рівні окремих співробітників.

У випадку боротьби за патенти, ліцензії та винаходи більш поширеним є промислове шпигунство чи двозначне трактування питання щодо отримання права інтелектуальної власності на технологію чи інновацію, яка є результатом спільних НДДКР. Як приклад, різні погляди учасників альянсу на двостороннє ліцензування стали причиною розгортання патентних війн між компаніями Apple та Samsung, які спільно здійснювали розробку процесорів A4 та A5 для iPad, iPhone та iPod [12-13]. Загалом з 2010-2011 рр. динаміка патентних війн, виражена в кількості позовів у суди між компаніями-партнерами за стратегічними альянсами, суттєво зросла.

Контакти між окремими співробітниками є численними та реалізуються за широким колом питань. Такий метод ведення конкуренції за знання та навики компанії-партнера частіше використовується для отримання результатів маркетингових досліджень ринку, інформації щодо постачальників, організації виробничих процесів, логістики, внутрішньої організації та особливостей ведення бізнесу в рамках корпорації, ніж доступу до цілісних інновацій. Отримана інформація може бути частково технологічною, містити дані про технології та інновації, які використовує партнер, але не зумовлює «заволодіння» цілісною ліцензією чи патентом. Каналами передачі слугують запити до різних відділів під приводом затребуваності інформації, що запитується, для забезпечення ефективного функціонування стратегічного альянсу. Проблемою є контроль за змістом та обсягом інформації, обмін якою відбувається. Вирішення – чітке визначення напрямів за якими здійснюється співробітництво; найменувань технологій та інновацій, доступ до яких є відкритим; створення організаційної структури, орієнтованої на зменшення несанкціонованого обміну інформацією та контроль за ним (можливим є створення єдиного структурного підрозділу до якого надходять усі запити компанії-партнера на інформацію).

Р. Реіх та Е. Манкін [14] встановили, що ТНК Японії в рамках стратегічних альянсів виявляють більшу схильність до конкуренції за інформацію, ніж їх партнери з США та Європи. Основна причина – різність менталітетів: співробітники американських компаній схильні демонструвати результати власних досліджень та праці, особисті досягнення, а іноді і ключові компетенції компаній, які є предметом особливої гордості; японських – слухати, спостерігати, занотовувати та аналізувати. Таку особливість влучно охарактеризував один з японських менеджерів: «Ми не відчуваємо ніякої потреби повідомляти те, що ми знаємо. ... Ми готові сидіти і вислуховувати інших. І якщо ми виявляємо достатньо терпіння, то зазвичай дізнаємося те, чого прагнули» [9, с. 23].

Отже, у рамках стратегічних альянсів відбувається постійна конкурентна боротьба за інформацію, технології та інновації партнера, яка набуває різних форм і пов'язана, у більшості випадків, з контактами на рівні окремих співробітників. Перемога в конкуренції за інформацію зумовлює підвищення конкурентоспроможності за рахунок використання ресурсів партнера. Безпосередня умова отримання вигоди

від стратегічного партнерства – постійне навчання, отримання нових знань та навичок.

Висновки з проведеного дослідження. Розвиток світової економіки та глобального ринку поставили перед бізнес-структурами нові виклики, зумовили появу глобальної конкуренції та нові типи взаємодії ТНК. Конкуренція та кооперація у взаємодії корпорацій перетинається під новим кутом: у формі конкурентної співпраці – компанії продовжують конкурувати на ринку, але кооперують зусилля для досягнення мети за окремими напрямами; модель взаємодії «співпраця-конкуренція» у межах альянсу.

Компанії ефективно використовують інструмент співпраці для подолання ринкових перешкод. Зокрема, не припиняють існування через обмеженість ресурсів, необхідних для підвищення конкурентоспроможності до рівня, якого вимагає ринок, а кооперують зусилля з чинними та потенційними конкурентами, іншими фірмами та ТНК.

Сучасною формою кооперації, яка забезпечує досягнення стратегічних цілей партнерів та отримання синергетичних ефектів, при збереженні гнучкості об'єднання та автономності учасників, є стратегічні альянси. Партнерства орієнтовані на отримання усіх можливих вигод від співпраці: скорочення трансакційних витрат, отримання доступу до ресурсів, ефективну побудову міжорганізаційних зв'язків.

Зміна характеру конкурентних відносин між компаніями в наслідок їх кооперації, що реалізується в рамках стратегічного альянсу, призводить до трансформації структури ринку та формування сучасних моделей конкуренції. Хоча утворення альянсів супроводжується зміною структури ринку, так як виникає нова структурна одиниця, що обєднує ТНК, тобто охоплює більшу ринкову частку, ніж окремі компанії-члени, характер конкурентної боротьби загострюється.

Співробітництво, на яке безпосередньо орієнтований стратегічний альянс, супроводжується внутрішньою конкуренцією ТНК, націленою на оволодіння навиками та знаннями партнера, технологіями та інноваціями, які не визначені угодою про кооперацію. Отримання доступу здійснюється за рахунок міжособистійсних контактів працівників, тому вимагає вироблення цілісної корпоративної стратегії з обміну інформацією, необхідної для забезпечення ефективного функціонування альянсу.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Ємельянов В.М. Роль держави у формуванні та підтримці кластерного підходу до обґрунтування стратегій економічної політики і підвищення конкурентоспроможності регіонів / В.М. Ємельянов // Інвестиції: практика та досвід. – 2011. – № 16. – С. 106-109.
2. Хэмел Г. Стратегическая гибкость / Г. Хэмел, К. Прахалад, Г. Томас, Д. О`Нил. – СПб: Питер, 2005. – 386 с.
3. Сміт А. Добробут націй. Дослідження про природу та причини добробуту націй / А. Сміт. – К.: Port-Royal, 2001. – 596 с.
4. Швиданенко О.А. Глобальна конкурентоспроможність: теоретичні та прикладні аспекти: монографія / О.А. Швиданенко. – К.: КНЕУ, 2007. – 312 с.
5. Шпак О.Г. Еволюція теорії конкуренції в умовах динамічного зовнішнього середовища / О.Г. Шпак // Вісник Хмельницького національного університету. – 2011. – № 6. – Т.4. – С. 95-98.
6. Магомедова А.М. Утворення стратегічних альянсів як спосіб розвитку партнерських відносин / А.М. Магомедова // Інвестиції: Практика та досвід. – 2011. – № 19. – С. 47-49.
7. Гомес-Кассерес Б. Группа против группы. Как конкурируют сети альянсов / Б. Гомес-Кассерес // Стратегические альянсы: Пер. с англ. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2008. – С. 91-115.
8. Чужиков В.І. Авіаційні альянси в глобальній конкурентній моделі XXI століття / В.І. Чужиков // Ринок цінних паперів. – 2010. – № 3-4. – С. 9-16.
9. Хэмел Г. Сотрудничайте с конкурентами – и побеждайте / Г. Хэмел, И. До, К. Прахалад // Стратегические альянсы: Пер. с англ. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2008. – С. 9-32.
10. Каленська Т.В. Транскордонні стратегічні альянси ТНК: монографія / Т.В. Каленська. – Ірпінь: Національний університет ДПС України, 2010. – 150 с.
11. Лайкер Дж. Дао Toyota: 14 принципов менеджмента ведущей компании мира / Дж. Лайкер; Пер. с англ. – М.: АЛЬПИНА ПАБЛИШЕР, 2013. – 400 с.
12. Oliver C. Samsung needs to hit reset button / C. Oliver, S. Junga [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.ft.com/intl/cms/s/0/9f4d60a2-dc83-11e0-8654-00144feabdc0.html#axzz1eZFHQH2g.
13. Oliver C. Apple lawsuit deemed no threat to supply / C. Oliver, R. Kwong, J. Menn [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.ft.com/intl/cms/s/2/21578664-6ab4-11e0-80a1-00144feab49a.html#axzz1eZFHQH2g.
14. Reich R. Joint Ventures with Japan Give Away Our Future / R. Reich, E. Mankin [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.palgrave-journals.com/jibs/journal/v39/n3/full/8400341a.html.

УДК 336.711.713(100):339.9

Павлюк О.О.
кандидат економічних наук,
доцент кафедри міжнародних фінансів
Київського національного економічного університету
імені Вадима Гетьмана

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ СВІТОВОЇ БАНКІВСЬКОЇ СИСТЕМИ

Стаття присвячена вивченню сучасних еволюційних тенденцій світової банківської системи. Аналізуються зміни, які відбуваються в менеджменті та в банківських технологіях. Розглядаються проблеми світової банківської системи.
Ключові слова: світова банківська система, глобалізація банківського бізнесу, банківський менеджмент, банківські технології, банківські ризики.

Павлюк Е.А. СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ МИРОВОЙ БАНКОВСКОЙ СИСТЕМЫ
Статья посвящена изучению современных эволюционных тенденций мировой банковской системы. Анализируются изменения, которые происходят в менеджменте и в банковских технологиях. Рассматриваются проблемы мировой банковской системы.
Ключевые слова: мировая банковская система, глобализация банковского бизнеса, банковский менеджмент, банковские технологии, банковские риски.

Pavliuk O.O. MODERN TRENDS IN GLOBAL BANKING
The article is devoted to the study of evolutionary trends in the global banking system. Analyzed changes happening in management and banking technologies. Discusses the problems of the global banking system.
Keywords: world banking system, globalization of banking business, bank management, banking technology, banking risks.

Постановка проблеми. Банківська система будь-якої країни з її специфічними рисами не може функціонувати ізольовано, оскільки вона входить до світової банківської системи та є її складовою. Тому будь-які зміни, які відбуваються в світовій банківській системі у ході її еволюції, відбиваються на процесі функціонування національної банківської системи. Тому доцільним є визначення основних сучасних еволюційних тенденцій світової банківської системи. Такі тенденції є глобальними, оскільки вони, по-перше, є наслідком макроекономічних процесів, які відбуваються в світовій економіці, а саме: інтеграційних процесів та науково-технічної революції. По-друге, ці тенденції охоплюють усі банки світу незалежно від організаційної форми та права власності.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Дослідження закономірностей розвитку міжнародної банківської справи та, зокрема, сучасних тенденцій були і є предметом досліджень наукових діячів, банківських аналітиків та експертів міжнародних фінансових організації. Загальні питання щодо стратегії банківського менеджменту широко представлено в роботах О.В. Васюренко [1], А.М. Мороза та М.І. Савлука [3] Необхідно відзначити видатні досягнення української (київської) школи в теорії та моделюванні ризик-менеджменту в банках на чолі з такими вченими, як В.В. Вітлінський [2], та його численними учнями. Вчені цієї школи роблять суттєвий внесок як у методологічні питання щодо теорії ризику та невизначеності, так і стосовно його інструментарію.

Згідно з дослідженням, проведеним восени 2003 р. незалежним лондонським дослідницьким Центром вивчення фінансових інновацій (Centre for Study Financial Innovation), не останнє місце серед питань, які найбільш хвилюють банкірів в різних країнах, займають проблеми вдосконалення корпоративного інструментів, що використовуються. Тому сучасним тенденціям банківського менеджменту, інформаційним технологіям у банківській справі присвячують свої роботи такі вчені, як професор Sity University London Shelagh Heffernan [6], англійські професори K. Matthews та J. Thompson [7], американські професори Anthony Saunders та Marcia Millon Connett [5], швейцарські вчені, зокрема Johannes Wernz [8].

Основи банківської справи, сучасні тенденції розвитку міжнародної банківської справи та інформаційні технології в банківській справі досліджуються в роботах російського вченого А.Т. Тютюнника [4]. Разом з тим в умовах глобалізаційних процесів у світовій банківській системі існує необхідність досліджень сучасних викликів, які стосуються змін у менеджменті та в банківських технологіях.

Постановка завдання. Метою даної статті є обґрунтування теоретичних засад щодо сучасних тенденцій розвитку світової банківської системи.

Виклад основного матеріалу дослідження. Ключовим етапом розвитку світової економіки та міжнародної банківської справи є 80-90-ті роки минулого століття. Цей період знаменується тим, що відповідно на загострення конкуренції стала поява низки фінансових інновацій, які кардинально змінили світову фінансову систему та вивели її на принципово новий рівень розвитку. Такими новаціями стали: поява ринку ф'ючерсів та ринку опціонів, розвиток офшорного бізнесу. Таким чином, з початку 80-х років фінансові ринки набули світових масштабів. Внаслідок взаємопроникнення та взаємозалежності західних економік національні фінансові ринки вже не могли залишатися відокремленими. Прогрес у техніці, передачі та обробці інформації, дерегулювання та лібералізація валютного обміну поступово забезпечили інтернаціоналізацію національних ринків промислово розвинутих країн. Кінець XX століття та початок нового тисячоліття – відбувається процес глобалізації фінансових ринків, який полягає у посиленні їхньої ролі в процесі руху фінансових ресурсів між країнами. Цей етап продовжується сьогодні і проявляється не тільки в тому, що банки розширили спектр своїх операцій, а і в тому, що вони набули нової якості на світових фінансових ринках. Такі нові властивості пов'язані з роллю банків як суб'єктів, які діють на усіх сегментах світового фінансового ринку: на ринку валют, капіталу та цінних паперів. Завдяки цьому банки акумулюють великі ресурси та більшість їх перерозподіляють в розвинутих країнах.

Наслідком таких інтеграційних процесів є розвиток правової та нормативної бази, зростання міжнародної мережі фінансових організацій, виникненням якісних змін в їхній структурі управління та менеджменту, а також підсилення ролі нагляду за банками.

Однією з основних тенденцій розвитку банківської справи останніх десятиліть є зростання інноваційних технологій, які вплинули на весь подальший розвиток світової банківської справи. Інновації в банківській сфері почалися з появою електронних грошей, або цифрової готівки. Це стало можливим завдяки розвитку спеціальних технологій, які дозволяють формувати так звані електронні гаманці – картки з певною сумою коштів. Такі картки дуже поширені в розвинутих країнах, зокрема в країнах континентальної Європи. Переваги такої картки в тому, що клієнти можуть завантажувати готівку зі своїх рахунків на картку, а вся особиста інформація зберігається на чипі. Тому тільки власник може використовувати картку, що зменшує ймовірність шахрайства. Наприклад, картка The IBC Visa Cash Card дозволяє робити покупки, знімати готівку та депозитні кошти. Ця картка дає змогу користуватися коштами 24 години на добу. Грошова вартість картки зберігається в системі Visa, а не на картці. Ця система дозволяє обирати свій Pin-код, що забезпечує її захист. Такі картки можна використовувати для придбання товарів та послуг поштою через Internet або в фізичних магазинах, оскільки кошти переказуються з індивідуального рахунку до електронного гаманця. Вся інформація про стан рахунку та операції надходить до власника. Крім того, завдяки спеціальним засобам технологій банки можуть управляти ліквідністю рахунків клієнтів, що задовольняє і банк і клієнта. Мова йде про зменшення відсотків за депозит та розширення кредитних можливостей.

Поява електронних систем дала змогу використовувати основні банківські послуги незалежно від банків. Наприклад, компанія Pay Pal у штаті Каліфорнія (США) дозволяє приватним клієнтам здійснювати платежі по електронній пошті. Ця компанія може брати кредит, номер картки та сплачувати за будь-який товар від імені клієнта. Основним джерелом доходу компанії є платня за операцію, а клієнти використовують ці можливості, якщо не хочуть надавати свої особисті дані незнайомим інтернет-торгівцям.

Існує думка експертів, що електронні розрахунки є викликом для банків, які виконують традиційні банківські операції, мовляв в нашому світі наявність електронних грошей зменшує участь банків у виконанні їх функцій. Існує і протилежна думка, що немає ніяких концептуальних перешкод для переміщення фінансових активів з одного електронного рахунку на інший. Тому зростає кількість людей, які використовують електронні рахунки для купівлі або продажу активів.

Пошук істини, на мою думку, знаходиться у дослідженні ролі сучасної банківської системи в здійсненні депозитно-кредитних операцій. Велику роль у цьому процесі відіграють Центральні банки країн, оскільки вони можуть здійснювати платежі домогосподарств, бізнесових та урядових структур. Крім того, деякі банки можуть мати свої балансові рахунки в центральному банку. Центральні банки виступають кредитором останньої інстанції. Тому основна функція центральних банків полягає у наданні можливостей для всіх інших банків використовувати різноманітні технологічні можливості в своїй діяльності. Це стосується виконання банками своїх традиційних операцій (депозитні та кредитні операції) та новітніх операцій, таких як інвестування. Банки можуть використовувати передові технології для знаходження оптимального вирішення завдань на кредитному та депозитному ринку враховуючи всі ризики. Банки будуть підтримувати поширення електронної торгівлі, тому, що це є найбільш доступною формою розрахунків для клієнтів з точки зору економії та мінімізації ризиків. Про це свідчить дослідження в США, які провела компанія «Accenture 2014». Опитування показують, що існує розрив між тим, що хочуть клієнти, та тими послугами, які сьогодні надають банки. Тому компанія зробила висновок: для того щоб позбутися цього недоліку, банки повинні зосередитися на трьох ключових моментах – цифрові технології, зміни у відношеннях з клієнтами та широке застосування аналітичної інформації для прогнозування розвитку світової фінансової системи.

Електронні технології прискорили процес виконання платіжних трансакцій, а також розповсюджуються на всі банківські процеси від управління ризиками до виконання бек-офісних функцій. Технологічні зміни дозволяють банкам не тільки поліпшувати умови обслуговування клієнтів, а і якість послуг, значно скорочувати витрати по їх виконанню. Від цього виграють обидві сторони – банки більше заробляють, а клієнти – користуються послугами більш високої якості. Основними пріоритетами при розробці банківських продуктів сьогодні є добре прораховані технології простих продуктів, які розраховані на широке поле споживачів. Це вимагає від банків координації бізнес-процесів, зокрема, запровадження реінжинірингу послуг з метою спрощення механізму здійснення платежів або підвищення швидкості їх здійснення, а також розвинутих технологій за усіма напрямами та існування прозорого механізму взаємовідносин з клієнтами. Усі ці заходи впливають на підвищення ефективності бізнес-напрямків, тому призводить до зниження витрат та підвищення рентабельності банківського бізнесу. Якщо порівняти рентабельність банківського бізнесу за останні два десятиліття, то можна зробити висновок, що вона зросла у два рази. Основними причинами такого зросту також є зміни в технологіях банківського менеджменту, які дозволили здійснити структурні та операційні реформи, що вплинуло на ефективність банківських операцій.

Такі тенденції розвитку світової банківської справи мали наукове підгрунтя. Наприкінці XX століття в американській науковій школі виникає так звана теорія реінжинірингу. Теорія реінжинірингу була започаткована американським економістом, професором Гарвардської школи бізнесу М. Хаммером. Згідно з цією теорією, реінжиніринг передбачає радикальні зміни у бізнес-процесах з метою отримання економії часу та витрат та створення організацій, які реагують на зміну ринкової ситуації та досягнення найбільш актуальних в сучасному бізнесі конкурентних переваг. З 90-х років методологію реінжинірингу починають використовувати провідні світові компанії, такі як: General Motors, Procter and Gamble, IBM, Kodak. Сьогодні теорія реінжинірингу є основною у світовій економіці з вирішення проблем підвищення економічної ефективності підприємств. У теорії реінжинірингу фундаментальне значення має поняття «бізнес-процес». За визначенням М. Хаммера [9, с. 131], це сукупність різних видів діяльності, в межах якої «на вході» використовується один або більше ресурсів, а на «виході» в результаті діяльності створюється продукт, який є цінним для

споживача. Тому організації повинні концентрувати свої ресурси та управління навколо своїх бізнес-процесів (основних та допоміжних). Основними бізнес-процесами для банків є: кредитування обслуговування депозитів, касове обслуговування, розрахункова діяльність, валютні операції, факторингові послуги, лізингові послуги, операції з драгоцінними металами, депозитарні послуги. Допоміжними процесами банку є такі, які не створюють цінності для клієнта, але є необхідними для забезпечення здійснення основних бізнес-процесів. Це такі операції, як: ведення бухгалтерського обліку, здійснення господарської діяльності, забезпечення касових операцій. Реінжиніринг банківських процесів спрямовано на спрощення проведення банківських операцій завдяки сучасним технологіям та менеджменту.

Зміни в організації банківської справи повинні також здійснюватися в бік укрупнення та консолідації банківського бізнесу. Останні десятиліття в країнах Європи і в США спостерігається тенденція укрупнення банків. Так за останні 10 років кількість банків в Європі скоротилася на 10%. Аналітики виділяють де-кілька причин такого розвитку: перша причина, на їх думку, пов'язана з необхідністю досягнення максимального ефекту від використання ресурсів автоматизації та технологій. Друга причина – це дотримання певної стратегії розвитку банку.

Основними складовими успіху банківського бізнесу є:

1. Детальне дослідження специфіки клієнтської бази з метою виявлення основних потреб та очікувань клієнтів і розробки нових продуктів та послуг.

2. Реструктуризація доходів банку з метою підвищення частки комісійних доходів в загальній структурі доходів. З цією метою можливим є введення гнучких тарифів на обслуговування, які дозволяють варіювати рівень тарифного навантаження на клієнта в залежності від фінансового положення та потреб.

3. Дослідження структури кредитного портфеля з метою мінімізації кредитних ризиків.

Наслідком еволюції банківської справи є швидке зростання банківських ризиків. Цей процес є також основною ознакою сучасного етапу розвитку світової банківської справи. Як вже говорилося, банківські системи почали розвиватися у 70-80-ті роки минулого століття. За минулих два десятиліття вони стали достатньо великими з високими темпами інновацій та інтернаціоналізацією фінансових потоків. Також відбулися зміни у банківській справі, методах управління банками і формах обслуговування клієнтів. Конкуренція на ринку банківських послуг з року в рік стає все жорсткішою: банки повинні боротися за збереження своїх доходів, оскільки рентабельність їх діяльності поступово зменшується, але потенційно прибуткові напрями діяльності – це, з одного боку, можливості для розвитку, а з іншого боку – загрози, пов'язані з ризиками. Тому актуальним для банків є формування концепції ризик-менеджменту, що полягає у виборі банком допустимих обсягів ризиків, а також в дотриманні певних принципів управління ними в умовах конкуренції, інфляції та змінної політичної і економічної ситуації.

За останні декілька десятиліть відбувся розвиток банківської діяльності. Такі традиційні банківські операції як депозитні та кредитні операції залишилися основними, але поряд з ними сучасні банки почали здійснювати інші нові операції. Сучасний банк являє собою мультифункціональну фінансову установу зі спеціально тренованим персоналом, який здатен виконувати багато різноманітних операцій. Такому сучасному стану банківської справи сприяло зростання конкуренції як в банківському секторі, так і поза його межами, і, як наслідок, застосування докорінних змін у банківському менеджменті, а саме реструктуризації та диверсифікації. Такі зміни сприяли підвищенню ефективності та зростанню банківських ризиків.

Вчені багатьох країн світу досліджують різні напрями проблеми ризику в банківських установах. Якщо до 80-х років минулого століття проблеми ризику досліджувалися та регулювалися самостійно банківськими установами, то зараз частина досліджень відбувається в рамках і під егідою міжнародних організацій. Хоча функція банківського регулювання є складовою грошово-кредитної політики певної держави, нагляд та регулювання здійснюють також міжнародні фінансові організації. Основним елементом банківського нагляду є можливість проводити перевірки кредитних організацій на предмет дотримання дійсних правил банківського регулювання, а також отримання банківської звітності та іншої інформації про діяльність банку. Банківський нагляд та регулювання повинно складатися з двох основних частин, це:

1. Дотримання банками певних правил проведення банківських операцій, бухгалтерського обліку та звітності, організації внутрішнього контролю.

2. Встановлення для банків спеціальних нормативів діяльності, які спрямовані на обмеження їх ризиків та захист інтересів клієнтів.

Висновки. Таким чином, враховуючи вищесказане, можна зробити такі основні висновки:

1. Сучасні банківські системи концентрують основні економічні ризики, які пов'язані з недоліками певної економічної системи та циклічним характером економічного розвитку або з нерівномірною ціновою динамікою. Це впливає на коливання цін на ринках, а також на складність оцінки ризиків на фінансових ринках. Тому економічна криза країни або регіону викликає кризу банківської системи.

2. В умовах жорсткої конкуренції більш успішними є ті банки, які краще володіють сучасними технологіями банківської справи. Тому банки зацікавлені у запровадженні новітніх методів поточних бізнес-процесів, розробці різних програм розвитку та оптимізації своєї роботи.

3. Основними викликами розвитку світової банківської системи є підвищення рівня конкуренції на ринку фінансових послуг, розвиток електронних банківських технологій як новітніх каналів продажу банківських продуктів. Вирішення ключових викликів банківської системи можливе за умов дотримання правових та економічних основ діяльності банків.

4. Завданнями банківських систем є наближення основних норм функціонування банків до міжнародних стандартів. Оскільки основним елементом підвищення ефективності банківської системи є підвищення якості управління банком, то основними аспектами банківського менеджменту є: підвищення захисту прав споживачів банківських продуктів, запровадження норм банківського нагляду, валютне регулювання та контроль, забезпечення конкуренції на ринку банківських послуг.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Васюренко О.В. Банківський менеджмент : посібник / О.В. Васюренко. – К. : Видавничий центр «Академія», 2001. – 313 с.
2. Вітлінський В.В. Економічний ризик та методи його вимірюван-

ня : підруч. / Вітлінський В.В., Наконечний С.І., Шарапов О.Д. – К. : КНЕУ, 2000. – 354 с.
3. Мороз А.М. Банківські операції : підруч. / Мороз А.М., Савлук М.І., Пуховкіна М.Ф. – К. : КНЕУ,2000. – 384 с.
4. Турбанов А. Банковское дело. Операции, технологии, управление / Александр Турбанов, Александр Тютюнник. – М. : Альпина Паблишерз, 2010. – 682 с.
5. Saunders A. Financial institutions management / Antony Saunders, Marcia Millon Connett. – New York : Mc Graw-Hill, 2008. – 862 p.
6. Heffernan S. Modern banking / Shelagh Heffernan. – London : Wiley, 2005. – 716 p.
7. Matthews K. The economics of banking / Kent Matthems, John Thompson. – London : Wiley, 2005. – 246 p.
8. Wernz J. Bank management and control / Johannes Wernz. – Zurich : Springer, 2014. – 120 p.
9. Хаммер М. Реинжиниринг корпорации. Манифест революции в бизнесе / М. Хаммер, Дж. Чампи. – СПб. : Издательство С.-Петербургского ун-та, 1999. – С. 138-151.

СЕКЦІЯ 2
ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ НАЦІОНАЛЬНИМ ГОСПОДАРСТВОМ

УДК 338.2

Вашай Ю.В.
кандидат економічних наук,
доцент кафедри економічної теорії
Національного університету водного господарства та природокористування

Поліщук Н.О.
студентка
Національного університету водного господарства та природокористування

СТВОРЕННЯ СПРИЯТЛИВОГО ІНВЕСТИЦІЙНОГО КЛІМАТУ ЯК ФАКТОР ІНВЕСТИЦІЙНОЇ БЕЗПЕКИ ДЕРЖАВИ

У статті визначено взаємозв'язок інвестиційного клімату та інвестиційної безпеки держави. Наведено показники інвестиційного клімату в Україні: індекс легкості ведення бізнесу, індекс сприйняття корупції, індекс економічної свободи, індекс глобальної конкурентоспроможності, індекс людського розвитку. Проаналізовано стан та тенденції розвитку інвестиційної сфери України.
Ключові слова: інвестиції, інвестиційний клімат, економічна безпека, інвестиційна діяльність, іноземний інвестор.

Вашай Ю.В., Полищук Н.А. СОЗДАНИЕ БЛАГОПРИЯТНОГО ИНВЕСТИЦИОННОГО КЛИМАТА КАК ФАКТОР ИНВЕСТИЦИОННОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ГОСУДАРСТВА
В статье определена взаимосвязь инвестиционного климата и инвестиционной безопасности государства. Приведены показатели инвестиционного климата в Украине: индекс легкости ведения бизнеса, индекс восприятия коррупции, индекс экономической свободы, индекс глобальной конкурентоспособности, индекс человеческого развития. Проанализировано состояние и тенденции развития инвестиционной сферы Украины.
Ключевые слова: инвестиции, инвестиционный климат, экономическая безопасность, инвестиционная деятельность, иностранный инвестор.

Vashay Y.V., Polishchuk N.O. CREATING A FAVORABLE INVESTMENT CLIMATE AS A FACTOR OF THE INVESTMENT SECURITY OF THE STATE
The relationship of the investment climate and investment security is outlined in the article. The indicators of the investment climate in Ukraine such as: Ease of Doing Business Index, Corruption Perceptions Index, Index Economic Freedom, The Global Competitiveness Index, Human Development Index are shown. The state and trends in the investment sphere in Ukraine are analyzed.
Keywords: investments, investment climate, economic security, investment activity, foreign investor.

Постановка проблеми. Загострення кризових явищ, політична, економічна, соціальна нестабільність України призводять до виникнення необхідності комплексного дослідження всіх питань суспільного розвитку. Проблеми дотримання економічної безпеки держави постають на даний час гостро як ніколи. Інвестиційна діяльність у формуванні економічної безпеки посідає важливе місце, ключовим фактором якої є створення сприятливого інвестиційного клімату в Україні.

Актуальність дослідження питань інвестиційного клімату та його впливу на інвестиційну, а отже, і економічну безпеку, обумовлена ще й тим, що інвестиційні видатки є вагомою і найбільш мінливою складовою сукупних видатків на національному рівні, а тому від їх зміни значною мірою залежить динаміка ВВП країни. Тому на даному етапі в Україні постає нагальна потреба формування сприятливого середовища для залучення зовнішніх і внутрішніх інвестицій на основі принципів та критеріїв економічної безпеки.

Досягти економічного успіху й закласти основу для формування позитивних довгострокових тенденцій розвитку національної економіки України можна лише за умови успішного розв'язання актуальних проблем щодо обсягів ресурсів та структури інвестиційної діяльності.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Проблематикою створення привабливого інвестиційного клімату для залучення інвестицій від іноземних інвесторів, реалізації інвестиційного потенціалу та підтримки інвестиційної безпеки держави досліджуються в працях Т. Задніпрянної, Г. Євтушенка, С. Іваночко, Т. Лівківського, Д. Ляпіна, В. Кириленка, М. Карліна, В. Косова, В. Михайлів, С. Москвіна та багатьох інших вітчизняних та зарубіжних учених. Зважаючи на те, що інвестиції в сучасних умовах загострення кризових явищ в Україні слід досліджувати в контексті світових загальноекономічних та суспільних тенденцій, актуальність продовження таких досліджень не зникне на жодному з етапів економічного розвитку.

Постановка завдання. На основі викладеного можна сформулювати завдання дослідження, яке полягає в дослідженні проблем формування інвестиційного клімату в Україні та його впливу на рівень інвестиційної безпеки держави.

Виклад основного матеріалу дослідження. Основа нормативно-правової бази України, що регламентує здійснення інвестицій – Закон України «Про інвестиційну діяльність» [1] визначає сутність інвестицій як всі види майнових і інтелектуальних цінностей, які вкладаються в об'єкти підприємницької та інших видів діяльності, у результаті якої утворюється прибуток або досягається соціальний ефект.

Для того, щоб інвестиційна діяльність мала підґрунтя, вводиться поняття інвестиційного клімату, під яким слід розуміти сукупність політичних, соціально-культурних, соціально-економічних, організаційно-правових, фінансових і географічних факторів, що притаманні певній країні і визначають її привабливість для іноземного інвестора [2].

До основних параметрів, що визначають інвестиційний клімат у країні, відносяться політична і соціальна стабільність, фундаментальні основи правової системи, стан економіки, система прийому іноземного капіталу, зокрема, режим оподаткування, величина митних зборів і акцизів, порядок реєстрації підприємств з іноземною участю. На даний момент одним з сильних дестабілізуючих чинників є незавершеність і нестійкість українського законодавства по іноземних інвестиціях [2].

Іноземний інвестор робить перший висновок про державну економічну політику, коли він починає вивчення валютного регулювання і контролю і, зокрема, таких питань, як коливання національної валюти, імпортне регулювання.

Відповідно до Методичних рекомендацій щодо розрахунку рівня економічної безпеки України інвестиційна безпека є однією з найважливіших складових економічної безпеки [3].

Канадською службою безпеки економічна безпека визначається як підтримання таких умов, які необхідні для постійного і довгострокового підвищення продуктивності праці і нарощування капіталу, і, таким чином, високих і зростаючих стандартів життя громадян країни, включаючи підтримку справедливої, безпечної і динамічної ділової атмосфери, яка б сприяла інноваціям, внутрішнім і зовнішнім інвестиціям і постійному економічному зростанню [4].

Зважаючи на таке визначення, можна зробити висновок про тісний взаємозв'язок економічної безпеки та інвестиційного клімату в державі.

У нормативно-правовій базі України інвестиційна безпека визначена як рівень національних та іноземних інвестицій (за умови оптимального їх співвідношення), який здатний забезпечити довгострокову позитивну економічну динаміку при належному рівні фінансування науково-технічної сфери, створення інноваційної інфраструктури та адекватних інноваційних механізмів [3]. У цілому механізм реалізації інвестиційної безпеки має три складові: ринковий механізм реалізації як підсистема ринкового саморегулювання інвестиційної безпеки; державний механізм регулювання інвестиційних процесів й управління інвестиційною діяльністю; механізм співробітництва держави, підприємців і населення у вигляді інвестиційного партнерства.

Методика розробки Індексу інвестиційної безпеки ґрунтується на оцінці 23 показників, що характеризують інвестиційну активність, інвестиційний клімат, поточний стан економічного розвитку країн, інвестиційні ризики і очікування інвесторів [5]. До показників, що характеризують категорію «Інвестиційний клімат», належать індекс легкості ведення бізнесу, індекс корупції, індекс економічної свободи, індекс глобальної конкурентоспроможності, індекс людського розвитку.

Світовий банк розраховує індекс легкості ведення бізнесу за такими критеріями, як легкість відкриття нового бізнесу, отримання дозволу на будівництво, реєстрація власності, отримання позики, захист прав інвесторів, сплата податків, законодавчий захист контрактів, тощо [6]. У 2014 році Україна за цим показником посідала 112 місце порівняно із 137 місцем у 2013 році. Для розрахунку індексу брались дані 189 країн світу.

Індекс сприйняття корупції агрегує дані, отримані з різних джерел, що надають інформацію про сприйняття рівня корупції в державному секторі різних країн зі сторони ділових кіл та експертів по відповідних країнах [7].

За результатами нового Індексу сприйняття корупції 2014 від Transparency International Україна так і не подолала межу «корупційної ганьби». Отримавши лише один додатковий бал, у порівнянні з 2013 роком, Україна залишається в клубі тотально корумпованих держав. 26 балів зі 100 можливих і 142 місце зі 175 позицій – такі показники України в цьогорічному Індексі сприйняття корупції (Corruption Perceptions Index) від Transparency International. Україна вчергове опинилась на одному щаблі з Угандою та Коморськими островами як одна з найбільш корумпованих країн світу [8].

Індекс економічної свободи базується на 10-ти індексах, які оцінюються за шкалою від 0 до 100, причому, показник 100 відповідає максимальній свободі: свобода бізнесу; свобода торгівлі; податкова свобода; державні витрати; грошова свобода; свобода інвестицій; фінансова свобода; захист прав власності; свобода від корупції; свобода трудових стосунків [9].

За даним індексом у 2014 році Україна зі 178 країн знаходиться на 155 місці в групі країн з пригніченою економічною свободою із показником 49,3, що, втім, на 3 пункти вище попереднього року [10].

В Індексі глобальної конкурентоспроможності Всесвітнього економічного форуму (ВЕФ) Україна цього року посіла 76 місце зі 144 країн, піднявшись на 8 позицій [11].

Індекс глобальної конкурентоспроможності складений з 113 змінних, які детально характеризують конкурентоспроможність країн світу, що знаходяться на різних рівнях економічного розвитку. Сукупність змінних на дві третини складається з результатів глобального опитування керівників компаній (щоб охопити широке коло факторів, що впливають на бізнес-клімат у досліджуваних країнах), а на одну третину із загальнодоступних джерел (статистичні дані і результати досліджень, що здійснюються на регулярній основі міжнародними організаціями). Всі змінні об'єднані в 12 контрольних показників, що визначають національну конкурентоспроможність: якість інститутів; інфраструктура; макроекономічна стабільність; здоров'я і початкова освіта; вища освіта і професійна підготовка; ефективність ринку товарів і послуг; ефективність ринку праці; розвиненість фінансового ринку; рівень технологічного розвитку; розмір внутрішнього ринку; КС компаній; інноваційний потенціал [12].

Згідно із доповіддю ООН, Україна в 2014 році посіла 83 місце серед 187 країн світу в Індексі людського розвитку. У минулому рейтингу Україна посідала 78 позицію.

Загалом Індекс розраховується на базі трьох головних вимірів рівня розвитку тієї чи іншої країни: довге та здорове життя; доступ до якісної освіти; гідний рівень життя [13].

Значення наведених індексів для України свідчить про вкрай низький рівень сприятливості інвестиційного клімату, а відповідно, і інвестиційної безпеки держави.

Як вказує В. Кириленко, низький рівень інвестиційної безпеки України викликаний такими обставинами:

– по-перше, відсутністю цивілізованого фондового ринку й, відповідно, портфельних інвестицій, які можуть бути джерелом реальних доходів населення в майбутньому;

– по-друге, відсутністю рівня довіри населення до фінансових інститутів та органів державної влади;

– по-третє, відсутністю реальних механізмів залучення внутрішніх та зовнішніх інвестицій в економіку;

– по-четверте, наявністю несприятливою інвестиційного клімату в країні та ін. [14].

За даними Державної статистики України станом на 1 жовтня 2014 року в економіку України іноземними інвесторами вкладено 48522,6 млн дол США прямих іноземних інвестицій (акціонерного капіталу), що на 8012,6 млн. дол США, або на 14,2% менше відповідного періоду 2013 року. У І кварталі 2014 року вкладено 58156,9 млн дол США, в ІІ кварталі вкладено 52179,4 млн дол США, в ІІІ – 50021,8 млн дол США [15]. Таке зменшення обсягів іноземних інвестицій можна пояснити офіційним зниженням валютного курсу відносно інших валют, тобто девальвацією гривні. Динаміка прямих іноземних інвестицій в Україну за останні роки наведена на рисунку 1.

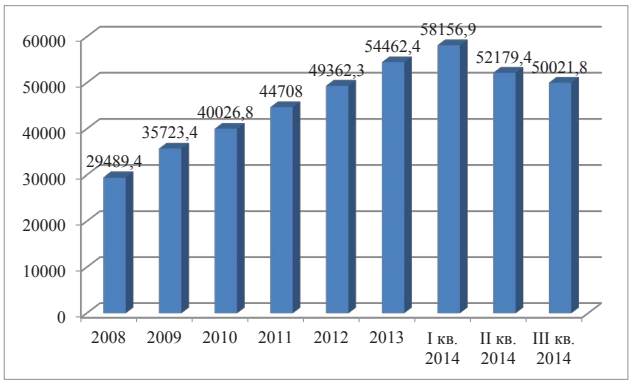


Рис. 1. Показники надходження прямих іноземних інвестицій в Україну 2008-2014 рр. (млн дол США) [15]

Інвестиційний фонд України представлений надходженнями з 130 країн світу. Десятка основних країн-інвесторів станом на 1 жовтня 2014 року представлена на рисунку 2.

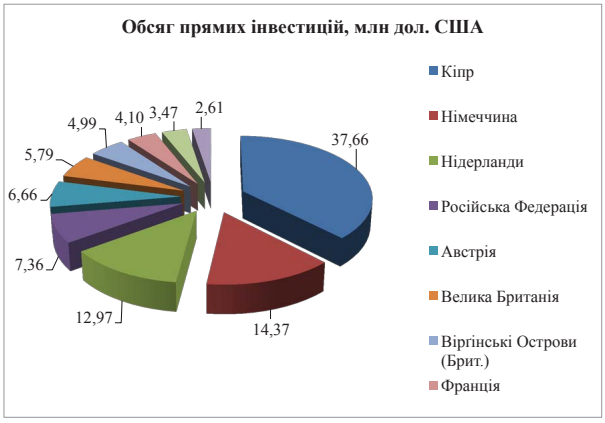


Рис. 2. Частка основних інвесторів України станом на 1 жовтня 2014 року [15]

Найбільш привабливими секторами для іноземних інвесторів з врахуванням поточної ситуації та перспектив подальшого розвитку є сільське господарство, національна інфраструктура, альтернативна енергетика та харчова промисловість.

Державне регулювання інвестиційних процесів з метою забезпечення інвестиційної безпеки передбачає сукупність форм та способів, що забезпечують: об'єднання державних і приватних інтересів; формування в економіці раціональних пропозицій між споживанням, нагромадженням та інвестуванням; сполучення прогнозування, індикативного регулювання і заходів державного впливу на інвестиційний ринок. Таким чином, інвестиційна складова економічної безпеки визначає початкові умови для розроблення інвестиційної політики, з одного боку, і є її результатом – з іншого [16, с. 77].

Інвестиційна діяльність несе в собі безліч ризиків; є складним видом діяльності, на яку впливають внутрішньодержавні та зовнішні фактори.

Глобальний виклик нашого часу полягає в переході від індустріальної стадії до постіндустріальної, тобто інтелектуально-інформаційної. Перехід до інтелектуально-інформаційної стадії розвитку економіки передбачає прискорене зростання не тільки індустрії інтелектуально-комп'ютерних технологій і комунікацій, але й галузей, які забезпечують удосконалення і зростання людського капіталу. Процес переходу до інтелектуально-інформаційної стадії передбачає зміну в структурі інвестицій, адже збільшується питома вага капіталовкладень у галузі удосконалення і зростання людського капіталу, тобто освіти та охорони здоров'я за рахунок зменшення капіталовкладень у сферу традиційного матеріального виробництва [17, с. 340]. Такий перехід має безпосередній вплив і на рівень економічної безпеки держави. Він має позитивний вплив на ті країни, які володіють та адекватно використовують вказаний інтелектуальний потенціал і, відповідно, стають менш залежними від енергетичних та матеріальних ресурсів. Під негативний вплив такого процесу підпадають ті держави, в яких зберігається низький рівень життя, освіти, науки та спостерігається «відтік кадрів».

Висновки. Значним кроком на шляху до підвищення рівня інвестиційної, а отже, і економічної безпеки, є створення сприятливого інвестиційного клімату. Цей процес залежить від багатьох економічних, політичних, соціальних факторів. Головними чинниками, що негативно впливають на інвестиційний клімат в Україні є надмірне податкове навантаження на бізнес, низький рівень захисту прав інвесторів, надмірна корумпованість, пригнічена економічна свобода, низька національна конкурентоспроможність та рівень людського розвитку. При цьому, нестача фінансових ресурсів, необхідність дослідження досвіду високо розвинутих країн щодо вдалої реалізації інвестиційних проектів, зумовлюють необхідність залучення іноземних інвестицій.

Потенційно Україна може бути однією з провідних країн вкладання прямих та портфельних іноземних інвестицій. Цьому сприяє її великий внутрішній ринок, значний промисловий і сільськогосподарський потенціал, а також вигідність геополітичного розташування України [18]. Отже, забезпечення інвестиційної безпеки України на сьогоднішній день є надзвичайно актуальним питанням, адже в умовах відкритості економічної системи і швидких темпів глобалізаційних процесів у світовому господарстві надзвичайно зростає роль інвестиційної діяльності. Від надходження іноземних інвестицій та інвестицій національних вкладників залежить рівень добробуту громадян і розвиток економіки країни в цілому.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Про інвестиційну діяльність: закон України від 18.09.1991 № 1560-XII [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1560-12.
2. Інвестування: навч.-метод. посібник для самост. вивч. дисц. / [А.А. Пересада, О.О. Смірнова, С.В. Онікієнко, О.О. Ляхова]. – К.: КНЕУ, 2001. – 251 с.
3. Про затвердження Методичних рекомендацій щодо розрахунку рівня економічної безпеки України: наказ Міністерства економічного розвитку і торгівлі України від 29 жовтня 2013 року N 1277 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://cct.com.ua/2013/29.10.2013_1277.htm.
4. Foreign Spy Agencies Threaten Canada's Economic Security, Warns New Study. Canada News Wire CSIS/SCRS 1996 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.csis-scrs.gc.ca.
5. Кириленко В.І. Інвестиційна складова економічної безпеки: [монографія] / В.І.Кириленко – К. : КНЕУ, 2005. – 232 с.
6. Doing Business 2014. Understanding Regulations for Small and Medium-Size Enterprises [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.doingbusiness.org/~/media/GIAWB/Doing%20Business/Documents/Annual-Reports/English/DB14-Full-Report.pdf.
7. Методологія складання індексу сприйняття корупції 2014 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://ti-ukraine.org/corruption-perceptions-index-2014/methodology.html
8. Індекс корупції CPI-2014. Прес-реліз [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://ti-ukraine.org/corruption-perceptions-index-2014.
9. Methodology for the 10 Economic Freedom [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.heritage.org/Index/PDF/Index09_Methodology.pdf.
10. 2014 Index Economic Freedom. Country Rankings [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.heritage.org/index/ranking.
11. Україна зайняла 76 місце зі 144 в Індексі глобальної конкурентоспроможності [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://ua.racurs.ua/news/34254-ukrayina-zaynyala-76-misce-zi-144-v-indeksi-globalnoyi-konkurentospromojnosti.
12. The Global Competitiveness Report 2014-2015 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.weforum.org/reports/global-competitiveness-report-2014-2015.
13. В Індексі людського розвитку ООН Україна – 83-я [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.bbc.co.uk/ukrainian/business/2014/07/140724_human_development_index_az.
14. Кириленко В.І. Інвестиційна безпека: сучасні тенденції та загрози [Електронний ресурс] / В.І. Кириленко // Інтернет-портал «Національна безпека». – Режим доступу: http://nationalsecurity.org.ua.
15. Прямі іноземні інвестиції (акціонерний капітал) з країн світу в економіці України [Електронний ресурс] / Державна Служба Статистики України. – Режим доступу: http://ukrstat.org/uk/operativ/operativ2014/zd/ivu/ivu_u/arh_ivu2014.html.
16. Губенко В.І. Монетарна обумовленість інвестиційної складової економічної безпеки національної економіки / В.І. Губенко // Економіка і регіон. – 2012. – № 5(36). – С. 75-80.
17. Лихолат С.М. Структурна перебудова економіки України в умовах глобалізації та інформатизації / С.М. Лихолат, І.І. Нестерович // Науковий вісник Національного лісотехнічного університету України: зб. наук.-тех. праць / Національний лісотехнічний університет України. – Львів, 2005. – Вип. 15.5. – С. 338-340.
18. Гончарова О.М. Інвестиційний клімат як фактор підвищення національної конкурентоспроможності / О.М. Гончарова // Теоретичні та прикладні питання економіки. – 2011. – № 26. – С. 219-226.

УДК 338.1

Венжега Д.І.
викладач кафедри економіки підприємства, фінансів та фінансово-економічної безпеки Уманського державного педагогічного університету імені Павла Тичини

ЕКОНОМІЧНА ОЦІНКА СТАНУ РОЗВИТКУ ПРОМИСЛОВОГО ВИРОБНИЦТВА УКРАЇНИ

Проведено економічну оцінку стану розвитку промислового виробництва України. Досліджено місце промислового виробництва в економіці України, зокрема визначено: внесок промисловості у формування валової доданої вартості; частку продукції промисловості у загальному випуску; питому вагу основних засобів промисловості у загальній вартості; частку зайнятих у промисловості; відсоток капітальних інвестицій у промисловості. Запропоновано періодизацію розвитку промислового виробництва. Досліджено вплив промислового виробництва на економічне зростання України.

Ключові слова: промислове виробництво, промисловість, валовий внутрішній продукт, оцінка, технологічний уклад, економічне зростання.

Венжега Д.И. ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ОЦЕНКА СОСТОЯНИЯ РАЗВИТИЯ ПРОМЫШЛЕННОГО ПРОИЗВОДСТВА УКРАИНЫ

Проведена экономическая оценка состояния развития промышленного производства Украины. Исследовано место промышленного производства в экономике Украины, в частности определены: вклад промышленности в формирование валовой добавленной стоимости; долю продукции промышленности в общем выпуске; удельный вес основных средств промышленности в общей стоимости; доля занятых в промышленности; процент капитальных инвестиций в промышленности. Предложена периодизация развития промышленного производства. Исследовано влияние промышленного производства на экономический рост Украины.

Ключевые слова: промышленное производство, промышленность, валовой внутренний продукт, оценка, технологический уклад, экономический рост.

Venzhega D.I. ECONOMIC ASSESSMENT OF INDUSTRIAL PRODUCTION UKRAINE

This article presents an economic assessment of the development of industrial production in Ukraine. The author investigated the place of the industrial production in the economy of Ukraine. It was determined contribution to the formation of industry gross value added; share of industrial output in total output; the proportion of fixed assets in the total industry value; share of employment in industry; percentage of capital investment in the industry. The author proposed a periods of industrial production. The impact of industrial production growth Ukraine investigated.

Keywords: industrial production, industry, Gross Domestic Product, assessment, techno-economic paradigm, economic growth.

Постановка проблеми. Основним завданням регуляторної політики державних органів влади є створення таких умов для розвитку економічних суб'єктів, за яких надходження до Державного бюджету будуть максимальними. Відповідно до цього завдання, забезпечення економічного зростання національної економіки є основоположним пріоритетом державного управління. Таким чином, економічну оцінку стану розвитку промислового виробництва України необхідно проводити з урахуванням динаміки економічного зростання.

Огляд останніх джерел досліджень і публікацій. Теоретичні та прикладні аспекти економічної оцінки стану розвитку промислового виробництва України досліджували В. Дегтярьова та М. Солод [1], авторський колектив у складі В. Бодрова, М. Гамана, В. Гусєва [2], Л. Дикань [3], Л. Середа [4], О. Соскін [5]. Проте вирішенню проблеми оцінки стану розвитку промислового виробництва приділено недостатньо уваги, що зумовлює вибір теми та мети дослідження.

Постановка завдання. Головна мета дослідження полягає у проведенні оцінки стану розвитку промислового виробництва України з урахуванням динаміки економічного зростання.

Виклад основного матеріалу дослідження. Найбільш суттєвий вплив на сучасний стан промислового виробництва в Україні чинить цінова кон'юнктура на сталь і прокат, які є основними експортними позиціями виробників, а також попит на продукцію машинобудування. Разом з тим питома вага металургійного виробництва в обсязі реалізованої продукції переробної промисловості склала на початок 2013 року 27,8%, частка машинобудування становила всього 18,7%, але це у 2-4 рази менше порівняно з розвиненими країнами.

Отже, доцільно вести мову про неоптимальність структури промисловості України та її невідповідність основним ознакам постіндустріального типу виробництва, що характерне для V технологічного укладу. Слід також зазначити, що у промисловому виробництві України переважають ключові характеристики III технологічного укладу (домінування чорної металургії, залізничного транспорту, електроенергетики, неорганічної хімії, споживання кам'яного вугілля, універсального машинобудування) та IV технологічного укладу (розвиток органічної хімії та полімерних матеріалів, кольорова металургія і нафтопереробка, автомобілебудування і розвиток військово-промислового комплексу, приладобудування і точне машинобудування, електронна промисловість, автоперевезення і широке споживання нафти).

Порівняємо відповідність технологічним укладам української промисловості з економікою США та Росії (табл. 1).

З даних, наведених у таблиці 1, видно, що промислове виробництво у США на 20% відповідає IV технологічному укладу, на 60% – V технологічному укладу і на 5% – VI технологічному укладу. У промисловості Російської Федерації 30% виробництва характеризується ознаками III технологічного укладу, тоді як у промисловості України цей показник сягає 58%. Сучасному V технологічному укладу в Росії відповідає 10% промислового виробництва, а в Україні – всього 4%. Можна також зробити висновок, що 58% промисловості України перебуває на рівні розвитку до 40-х років XX століття, 38% – до 80-х років XX століття, а всього 4% – сучасності. Показовим також є той факт, що нині 75% інвестицій вкладається у види промислового виробництва III технологічного укладу, з них капіталовкладення на технологічне переозброєння та модернізацію – 83%. При цьому 60% інноваційних витрат створюється на рівні промислового виробництва, що відповідає четвертому технологічному укладу, 30% – третьому і всього 8,6% – п'ятому. Питома вага фінансування наукових розробок четвертого технологічного укладу складає 69,7%, третього – 6%, а п'ятого – 23%.

Таблиця 1

Відповідність промисловості України технологічним укладам, у порівнянні зі США та Росією

Найменування показника	Технологічний уклад:			
	III	IV	V	VI
США				
Обсяг випуску продукції, %	-	20,0	60,0	5,0
Росія				
Обсяг випуску продукції, %	30,0	50,0	10,0	-
Україна				
1. Обсяг випуску продукції, %	57,9	38,0	4,0	0,1
2. Фінансування наукових розробок, %	6,0	69,7	23,0	0,3
3. Інноваційні витрати, %	30,0	60,0	8,6	0,4
4. Інвестиції, %	75,0	20,0	4,5	0,5
5. Капіталовкладення на технічне переозброєння та модернізацію, %	83,0	10,0	6,1	0,9

Джерело: сформовано автором на основі даних, наведених у [6; 7; 8]

Таким чином, можна зробити висновок, що основною фундаментальною вадою українського промислового виробництва є низький рівень розвитку та незначна питома вага тих видів економічної діяльності, які можна віднести до п'ятого технологічного укладу, зокрема виробництво обчислювальної техніки та інформаційних технологій, телекомунікації, роботобудування, мікро- й оптиковолоконні технології, штучний інтелект, біотехнології, літакобудування і виробництво космічних технологій тощо.

Іншими проблемними питаннями розвитку промисловості можна визначити такі:

– недосконалість інвестиційно-кредитної системи, що спричиняє відплив власного капіталу, зменшення фінансових ресурсів та зниження рівня інноваційно-інвестиційної активності суб'єктів господарювання;

– низький рівень задоволення потреб внутрішнього ринку у продукції вітчизняного виробництва (питома вага експорту вітчизняної продукції металургійного виробництва – більш як 60%, машинобудування – більш як 50%);

– висока енергоємність виробництва та споживання енергоресурсів, значна частка яких імпортується в Україну;

– висока матеріаломісткість і низька зарплатомісткість промислової продукції;

– відсутність зв'язку між наукою та виробництвом;

– істотне відставання України у сфері використання інформаційних технологій;

– залежність економіки України від зовнішньої кон'юнктури;

– низький рівень інноваційної активності;

– зменшення частки високотехнологічних виробництв, що призводить до скорочення попиту на власні науково-дослідні та прикладні розробки і стримує розвиток трансферу технологій.

Незважаючи на об'єктивні проблеми розвитку промислового виробництва, його частка у валовій доданій вартості є високою, а тому промисловість доцільно розглядати як основу національної економіки, від динаміки розвитку якої залежить і економічне зростання України. Оцінимо місце і роль промислового виробництва у національній економіці України (табл. 2).

Дані таблиці 2 свідчать про те, що промисловість України займає чільне місце в економіці. Так, частка валової доданої вартості промислового виробництва станом на кінець 2013 року склала 20%, зменшившись, порівняно з 2003 роком, на 8%. При цьому питома вага випуску продукції промисловості у загальному випуску була на рівні близько 40%. Порівнюючи внесок промисловості України у формування доданої вартості з іншими країнами (рис. 1), варто зазначити, що частка вітчизняного промислового виробництва у доданій вартості знаходиться на одному рівні з Польщею та Білоруссю, перевищує середньоєвропейський рівень, але має меншу вагу порівняно з Росією, де домінує добувна промисловість. Таким чином, Україна залишається важливим промисловим виробником у міжнародному порівнянні.

У структурі валової доданої вартості, станом на кінець 2013 року, частка добувної промисловості склала 5,5%, збільшившись на 1,4% порівняно з 2003 роком. Частка переробної промисловості у валовій доданій вартості за 11 останніх років зменшилася на 7,4%, склавши на кінець 2013 року 11,2%.

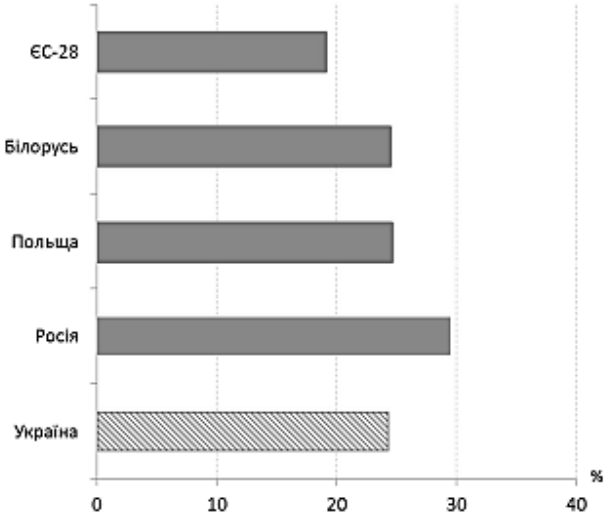


Рис. 1. Частка промисловості в економіці (за валовою доданою вартістю), міжнародне порівняння за 2012 р. [9]

Питома вага основних засобів промисловості у загальній вартості протягом останніх 11 років зменшилася з 35,3% до 16,8%, тобто на 18,5%, а ступінь їх зносу залишився на тому ж рівні – близько 57%, тоді як середній знос основних засобів, наявних у економіці, станом на кінець 2013 року сягнув 77,3%, збільшившись на 25,3% порівняно з 2003 роком. Це

Таблиця 2

Місце промислового виробництва в економіці України

Показник	Значення показника за роками											Зміни у 2013 р., порівняно з 2003 р.
	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	
1. Частка валової доданої вартості промисловості всього, %, у тому числі:	28,0	26,4	27,0	26,8	27,8	26,4	23,7	24,1	23,1	22,5	19,9	-8,1
- добувна промисловість, %	4,1	3,6	4,1	4,1	4,4	5,7	4,5	6,1	6,7	5,9	5,5	+1,4
- переробна промисловість, %	18,6	18,6	19,7	20,1	19,9	17,4	15,5	14,6	12,8	13,1	11,2	-7,4
- виробництво та розподі-лення електроенергії, газу та води, %	4,6	3,6	2,8	2,3	3,2	3,0	3,5	3,2	3,5	3,4	3,1	-1,5
2. Випуск продукції промисловості в загальному випуску, %	45,5	45,6	45	43,6	42,4	41,6	38,2	40,6	40,8	38,7	д/н	-
3. Основні засоби промисловості у загальній вартості, %	35,3	36,8	35,8	33,5	32,3	24,1	24,9	16,6	15,1	17,5	16,8	-18,5
4. Ступінь зносу основних засобів, %, у тому числі:	48,0	49,3	49,0	51,5	52,6	61,2	60,0	74,9	75,9	76,7	77,3	+25,3
- промисловості, %	56,4	58,3	57,9	58,6	59,0	58,0	61,8	63,0	56,8	57,3	56,9	+0,5
5. Частка зайнятих у промисловості, %	20,4	20,1	19,7	19,5	19,0	18,5	17,6	17,1	16,5	16,4	16,0	-4,4
6. Середня заробітна плата працівника промисловості: - грн/місяць	553	697	913	1145	1482	1937	2034	2570	3107	3478	3763	+3210
- у % до середньої по Україні	119,7	118,1	113,3	110,0	109,7	107,	106,7	114,8	118,0	114,9	115,3	-4,4
7. Частка капітальних інвестицій у промисловість, %	38,7	37,2	37,6	35,8	34,1	32,9	38,0	30,0	34,3	35,2	39,4	+0,8

Джерело: сформовано і проведено розрахунки автором на основі даних Державної служби статистики України

дає підстави стверджувати, що у промисловому виробництві відбувається оновлення основних засобів значно швидшими темпами, ніж у економіці в цілому. Цьому процесові сприяє у першу чергу залучення капітальних інвестицій у галузі промисловості, частка яких у загальному обсязі капітального інвестування у 2013 році склала 39,4%, що є максимальним значенням з 2003 року. Об'єктивно існуючі у промисловому виробництві процеси модернізації й автоматизації призводять до скорочення персоналу, у зв'язку з чим частка зайнятих у промисловості станом на кінець 2013 року склала 16%, зменшившись за 11 останніх років на 4,4%. Середній показник місячної заробітної плати працівника промисловості у 2013 році склав близько 3,8 тис. грн, збільшившись з 2003 року у 5,8 рази, будучи на 15,3% вищим, ніж у середньому по Україні.

Отже, промислове виробництво займає провідне місце в національній економіці України, оскільки створює 20% валової доданої вартості, акумулює 39% усіх капітальних інвестицій, випускає близько 40% всієї продукції та забезпечує роботою 16% всіх офіційно зайнятих.

Основним узагальнюючим показником національної економіки є валовий внутрішній продукт (ВВП), за реальною динамікою якого визначають рівень економічного зростання або спаду. Оскільки внесок промислового виробництва у ВВП складає 20% (тобто 5 частина) воно є ВВПутворюючим, а це дає підстави вважати, що його динаміка чинить безпосередній вплив на динаміку ВВП. Динаміка промислового виробництва є суттєвим фактором впливу на динаміку ВВП. Для доказу або спростування цього припущення сформуємо реальні ланцюгові прирости ВВП і промислового виробництва України за 1996–2013 рр. (рис. 2).

Рис. 2. Порівняльна динаміка реальних ланцюгових приростів ВВП і промислового виробництва

Джерело: побудовано автором на основі даних, наведених у [10]

З даних рисунка 2 видно, що зміна приросту або спаду промислового виробництва на 1 рік випереджує зміну ВВП. Так, з 1990 р. до 1998 р. відбувався реальний спад промислового виробництва в національній економіці, тоді як у 1999 році зафіксоване перше зростання, яке склало 4% (спад ВВП склав 0,2%). У 2000 році обсяг промислового виробництва зріс на 13,2%, а ВВП – на 5,9%. Реальне економічне зростання національної економіки відбувалося протягом 2000–2008 рр., причому максимальний приріст промислового виробництва 15,8% зафіксовано у 2003 році, а ВВП 12,1% – у 2004 році.

Загальновідомо, що у другій половині 2008 року розпочалася світова фінансова криза, вплив якої на національну економіку України був значним, оскільки вже на кінець 2008 року обсяг промислового виробництва зменшився на 5,2%, проте темп приросту ВВП склав 2,3% (найменше значення за 2000–2008 рр.). Станом на кінець 2009 року падіння обсягів промислового виробництва склало 21,9%, а ВВП – 14,8%, насамперед унаслідок відмови споживачів від української продукції будівельного призначення, девальвації національної грошової одиниці в 1,8 рази, зростання державного боргу для компенсації втрат фінансового капіталу та відпливу іноземного банківського капіталу з економіки України.

Наслідки світової фінансової кризи протягом 2008–2010 рр. вдалося усунути, і на кінець 2010 року обсяг промислового виробництва зріс на 11,2%, а ВВП – на 4,1%, порівняно з рівнем 2009 року. Темпи приросту промислового виробництва у 2011 році сповільнюються до 8%, і на кінець 2012 року вже відбувається спад -0,5%, а на кінець 2013 року -4,3%. Також сповільнюються темпи приросту ВВП – з 5,4% у 2011 році до 0% у 2013 році. Зростання і рецесія посткризового періоду 2010–2013 рр. у своїй основі має вже внутрішні причини і протиріччя:

- централізація кредитних ресурсів національної економіки з метою інвестування у непродуктивні інфраструктурні проекти та корупційного їх привласнення;
- усунення з ринку слабких банківсько-кредитних ринків та малого і середнього підприємництва;
- скорочення пошуку і реалізації інноваційних бізнес-рішень;
- зростання монополізації ринків і зменшення інвестиційного потенціалу економіки через зменшення обсягів прибутків і накопичень підприємств;
- зупинка процесів модернізації підприємств, зниження їх міжнародної та внутрігалузевої конкурентоспроможності тощо.

Таким чином, на графіку ланцюгових приростів промислового виробництва і ВВП, наведеному на рисунку 2, на думку автора, доцільно виокремити 4 періоди розвитку промислового виробництва України:

1) криза перехідного періоду – 1990–1998 рр.;
2) зростання промислового виробництва в період формування ринкових відносин – 1999–2007 рр.;
3) спад промислового виробництва періоду світової фінансової кризи 2008–2009 рр.;
4) зростання промислового виробництва та рецесія посткризового періоду 2010–2013 рр. і донині.

Проведемо дослідження впливу динаміки промислового виробництва на динаміку ВВП шляхом моделювання рівняння парної регресії, де незалежною змінною візьмемо реальні ланцюгові темпи приросту

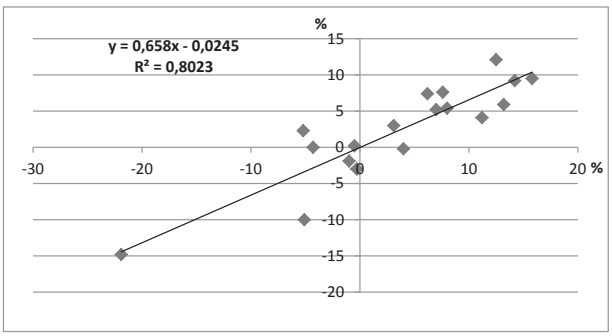


Рис. 3. Моделювання залежності динаміки ВВП від динаміки промислового виробництва у 1996–2013 рр.

Джерело: побудовано автором на основі даних, наведених у [10]

промислового виробництва, а залежною змінною – реальні ланцюгові прирости ВВП за 1996–2013 рр. і побудуємо лінію тренду (рис. 3).

Дані рисунка 3 ілюструють прямий вплив динаміки обсягу промислового виробництва на обсяг ВВП. При цьому, згідно з рівнянням лінійної парної регресії, кожен 1% річного приросту обсягу промислового виробництва спричиняє 0,66% приросту обсягу ВВП, і навпаки – кожен 1% спаду промислового виробництва призводить до спаду ВВП на 0,66%. Достовірність зв'язку складає 80,2%, тобто зміна результату на 80,2% обумовлюється зміною фактора. Отримана модель зв'язку стане основою для прогнозування ВВП з урахуванням динамічних змін промислового виробництва та закладе підвалини щодо формування бази для вдосконалення державного регулювання промисловості у посткризовий період.

Висновки з проведеного дослідження. Отже, за результатами проведеної економічної оцінки стану розвитку промислового виробництва України можна зробити такі висновки:

- по-перше, промислове виробництво займає провідне місце у структурі національної економіки України і є стратегічно важливим;

- по-друге, зміна динаміки промислового виробництва на 1 рік випереджує зміну динаміки ВВП;

- по-третє, виокремлено 4 періоди розвитку промислового виробництва України;

- по-четверте, обґрунтовано прямий вплив динаміки обсягу промислового виробництва на обсяг ВВП – кожен 1% річного приросту обсягу промислового виробництва спричиняє 0,66% приросту обсягу ВВП.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Дегтярьова В.М. Актуальні проблеми розвитку і капіталізації промисловості України / В.М. Дегтярьова, М.А. Солод // Стратегія і механізми регулювання промислового розвитку. – 2012. – № 2012. – С. 139-151.
2. Державне регулювання інноваційної модернізації промислового комплексу України : [наук. розробка] / авт. кол. : В.Г. Бодров, М.В. Гаман, В.О. Гусєв. – К. : НАДУ, 2010. – 72 с.
3. Дикань В.Л. Українська модель економічної системи як нова концепція розвитку національної економіки / В.Л. Дикань // Вісник економіки транспорту і промисловості. – 2013. – № 44. – С. 11-17.
4. Середа Л.О. Реструктуризація промисловості України у процесі посткризового відновлення / Л.О. Середа. – К. : НІСД, 2011. – 54 с.
5. Соскін О.І. Визначення національної економічної моделі України: порівняльний аналіз можливих альтернатив / О.І. Соскін // Актуальні проблеми економіки. – 2010. – № 1(103). – С. 3-12.
6. Василенко В. Технологические уклады в контексте стремления экономических систем к идеальности [Електронний ресурс] / В. Василенко // Соціально-економічні проблеми і держава. – 2013. – Вип. 1(8). – С. 65-72. – Режим доступу : http://sepd.tntu.edu.ua/images/stories/pdf/2013/13vvoski.pdf.
7. Каблов Е. Шестой технологический уклад [Електронний ресурс] / Е. Каблов // Наука и жизнь. – 2010. – № 4. – Режим доступу : http://www.nkj.ru/archive/articles/17800.
8. Рогозин Д.О. Робот встанет под ружьё [Електронний ресурс] / Д.О. Рогозин // Российская газета. – 2013. – № 264(6240). – Режим доступу : http://www.rg.ru/2013/11/22/tehnologii.html.
9. Радеке Й. Промисловий сектор України: Аналіз і останні тенденції : [технічна записка] / Йорг Радеке, Роберт Кірхнер, Дмитро Науменко. – Берлін-Київ, 2014. – С. 3-15.
10. Офіційний сайт Державної служби статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://ukrstat.gov.ua.
11. Лановий В. Загадка олігархономіки [Електронний ресурс] / Володимир Лановий // Економічна правда. – Режим доступу : http://www.epravda.com.ua/publications/2014/10/7/496321.

УДК 338.012

Верхоглядова Н.І.
доктор економічних наук, професор,
проректор з науково-педагогічної та навчальної роботи
Придніпровської державної академії будівництва та архітектури

Завальнюк С.О.
аспірант кафедри економічної теорії, національної та прикладної економіки
Класичного приватного університету

ОЦІНКА РОЗВИТКУ ПАЛИВНО-ЕНЕРГЕТИЧНОГО КОМПЛЕКСУ УКРАЇНИ

Стаття присвячена оцінці розвитку паливно-енергетичного комплексу України. Обґрунтовано, що розвиток паливно-енергетичного комплексу є запорукою забезпечення сталого розвитку національної економіки. Виявлено основні тенденції розвитку паливно-енергетичного комплексу України та проблеми, що його характеризують.

Ключові слова: енергетика, паливно-енергетичний комплекс, розвиток, сталий розвиток, національна економіка.

Верхоглядова Н.И., Завальнюк С.А. ОЦЕНКА РАЗВИТИЯ ТОПЛИВНО-ЭНЕРГЕТИЧЕСКОГО КОМПЛЕКСА УКРАИНЫ

Статья посвящена оценке развития топливно-энергетического комплекса Украины. Обосновано, что развитие топливно-энергетического комплекса служит залогом обеспечения устойчивого развития национальной экономики. Выявлены основные тенденции развития топливно-энергетического комплекса Украины и проблемы, которые его характеризуют.

Ключевые слова: энергетика, топливно-энергетический комплекс, развитие, устойчивое развитие, национальная экономика.

Verkhoglyadova N.I., Zavalnyuk S.O. ASSESSMENT OF THE DEVELOPMENT OF THE FUEL AND ENERGY COMPLEX OF UKRAINE

The article is devoted to assessment of the development of the fuel and energy complex of Ukraine. It was proved that the development of the fuel and energy complex is the basis to sustainable development of the national economy. The basic trends of the development of the fuel and energy complex of Ukraine and problems that characterize it were identified.

Keywords: energy, fuel and energy complex, development, sustainable development, national economy.

Постановка проблеми. Як зазначається в Енергетичній стратегії України на період до 2030 року, «розвиток енергетики має вирішальний вплив на стан економіки в державі та рівень життя населення» [2]. Згідно з прийнятою стратегією, енергетика України повинна перейти від орієнтування на забезпечення екстенсивного розвитку на ефективне забезпечення сталого розвитку економіки. Саме економічно обґрунтоване й екологічно безпечне задоволення потреб населення й економіки в енергетичних продуктах може стати запорукою формування соціально-орієнтованої держави, здатної створити всі умови для зростання добробуту громадян. З огляду на це, надзвичайної актуальності набуває визначення пріоритетних напрямів розвитку паливно-енергетичного комплексу України, якому має передувати його ретельний аналіз.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Паливно-енергетичний комплекс України, дослідження його стану та розвитку належать до кола інтересів багатьох сучасних науковців, які підкреслюють його пріоритетність для вітчизняної економіки. Варто відзначити дослідження В.С. Кудлай та Л.С. Селіверстової [3], присвячені актуальним питанням використання енергетичних ресурсів підприємствами та фізичними особами на території України. О.М. Рябчина [4] та Ю.В. Яковець [5] розглядали розвиток паливно-енергетичного комплексу України в умовах глобалізації крізь призму світових інтеграційних процесів. З точки зору О.М. Рябчиної, наша країна може розраховувати на перехід до нового рівня співробітництва на світовому ринку лише після проведення реструктуризації паливно-енергетичного комплексу [4, с. 70]. В.О. Вершиніна, досліджуючи стан та надаючи загальну оцінку розвитку паливно-енергетичного комплексу України, підкреслює, що він має бути підпорядкований «завданню стійкого забезпечення потреб України в усіх видах палива й енергії за умови планомірного проведення в усіх галузях і сферах народного господарства цілеспрямованої енергозберігаючої політики» [1, с. 127].

Постановка завдання. На основі викладеного можна сформулювати завдання дослідження, яке полягає в здійсненні ґрунтовної оцінки розвитку паливно-енергетичного комплексу України за 2009–2013 роки, яка дозволить встановити наявні проблеми та визначити орієнтовні напрями їх розв'язання.

Виклад основного матеріалу дослідження. Паливно-енергетичний комплекс – це крупна міжгалузева територіальна система, складова частина єдиного господарського комплексу країни; це базовий комплекс важкої індустрії. Кінцева мета його функціонування – надійне забезпечення потреб населення та всього господарського комплексу в паливі та електроенергії [5, с. 237].

Особливістю паливно-енергетичного балансу України за твердженням Ю.В. Ясковець є висока питома вага вугілля та атомної енергії і незначна гідроенергії та нафти [5, с. 237]. У таблиці 1 наведена динаміка обсягів загального постачання первинної енергії в Україні у 2009–2013 роках з його розподілом за основними джерелами.

З даних таблиці видно, що загальна величина постачання первинної енергії в Україні за досліджуваний період не відрізнялася стабільністю. У 2010 році обсяги постачання первинної енергії зросли з 115,5 до 130,3 млн т нафтового еквіваленту (млн тне), тобто на 14,8 млн тне або на 12,81%. Наступні роки характеризувалися зменшенням обсягів постачання первинної енергії, яке відбувалося прискореними темпами. Так, у 2011 році скорочення склало 2,99%, у 2012 році – 3,09%, а у 2013 році зменшення склало 5,39%. В цілому, за 2009–2013 роки обсяг постачання первинної енергії в Україні майже не змінилося – зростання склало 0,4 млн тне або 0,35%.

У 2009–2013 роках найважливішим джерелом енергії у структурі постачання первинної енергії залишався природний газ, хоча його частка скоротилася з 37,9% у 2009 році до 34,8% у 2012 році. Вугілля було другим за обсягами постачання джерелом енергії, однак його частка за 2009–2012 роки зросла з 30,8% до 34,6% і майже зрівнялася з часткою природного газу.

У 2013 році постачання первинної енергії характеризується структурними змінами, а саме: зменшенням частки природного газу до 34,1%, атомної енергії до 18,9%, нафти до 8,5%, при одночасному зростанні частки основного за обсягом джерела енер-

Таблиця 1

Розподіл джерел енергії в Україні у 2009–2013 рр., млн тне

Роки	Загальне постачання первинної енергії, млн тне	До обсягів загального постачання, %				
		Природний газ	Вугілля й торф	Сира нафта й нафтопродукти	Атомна енергія	Інші види палива й енергії
2009	115,5	37,9	30,8	11,3	18,8	1,2
2010	130,3	42,6	28,0	10,2	18,0	1,2
2011	126,4	36,9	32,7	9,8	18,6	2,0
2012	122,5	34,8	34,6	9,4	19,2	2,0
2013	115,9	34,1	35,8	8,5	18,9	2,7

Складено за даними джерела [6]

Таблиця 2

Структура кінцевого споживання палива та енергії

Роки	Кінцеве споживання палива та енергії, тис. тне	До обсягів кінцевого споживання, %					
		Природний газ	Вугілля й торф	Сира нафта й нафтопродукти	Електроенергія	Теплоенергія	Біопаливо
2009	64545	38,8	14,5	17,3	16,2	12,4	0,8
2010	73787	38,5	11,2	16,7	15,6	16,7	1,3
2011	75836	38,5	12,3	16,2	15,9	15,7	1,4
2012	73107	36,4	13,1	16,7	16,2	16,2	1,4
2013	69557	35,9	12,5	16,2	17,0	16,8	1,6

Складено за даними джерела [6]

гії – вугілля – до 35,8%. Частка інших (відновлюваних) джерел енергії (гідроенергія, геотермальна, сонячна, вітрова та біопаливо) збільшилася до 2,7%.

На початку досліджуваного періоду енергопостачання первинної енергії країни значною мірою забезпечувалося за рахунок імпорту паливно-енергетичних ресурсів. Водночас за останні роки спостерігається тенденція до скорочення обсягів імпорту в постачанні первинної енергії. Так, за даними експрес-випусків Державної служби статистики України, в яких представлені її енергетичні баланси за 2009–2013 роки [6] у 2010 році його обсяги порівняно із 2009 роком зменшилися на 0,6%. У 2011 та 2012 роках виробництво первинної енергії лишалося на рівні 85,2 млн тне, забезпечуючи при цьому 67,4 та 69,6% обсягів постачання енергії відповідно. У 2013 році виробництво первинної енергії збільшилося до 85,9 млн тне. Незначне зростання виробництва відбулося за рахунок вугілля, природного газу та відновлюваних джерел енергії (ВДЕ). Власне виробництво забезпечило 74,1% обсягів загального постачання первинної енергії.

Сектор кінцевого споживання відображає первинну та вторинну енергії, які використовували споживачі. Структура кінцевого споживання палива та енергії за 2009–2013 роки та її зміна наведена у таблиці 2.

Як видно з таблиці, обсяги кінцевого споживання палива та енергії за 2009–2011 роки зросли з 64545 тис. тне до 75836 млн тне. Наступні два роки характеризувалися зниженням обсягів кінцевого споживання палива та енергії до 69557 тис. тне у 2013 році. За 2009–2013 роки обсяги кінцевого споживання палива та енергії зросли на 5012 тис. тне або на 7,77%.

Як і на початку досліджуваного періоду, у 2013 році найбільшою серед джерел енергії лишається частка природного газу (35,9% кінцевого споживання), не дивлячись на її скорочення за 2009–2013 роки на 2,9%. Іншим важливим джерелом енергії стала електроенергія, частка якої складала 17,0%.

За даними джерела [6], у структурі кінцевого споживання за видами економічної діяльності у 2013 році переважають побутовий сектор (33,8%) та промисловість (31,5%). На третьому та четвертому місці серед найвагоміших споживачів палива та енергії перебувають транспорт (16,2%) і торгівля та послуги (8,2%). Неенергетичне споживання у 2013 році складало 7,1% кінцевого споживання.

Україна має достатньо потужні і розвинуті газо-, нафтотранспортні та електронні мережі, які поєднані з транспортними мережами ЄС і країн СНД [4, с. 70].

У нашій країні функціонує Об'єднана енергетична система – сукупність електростанцій, електричних і теплових мереж, інших об'єктів електроенергетики, що об'єднані спільним режимом виробництва, передачі та розподілу електричної й теплової енергії за їх централізованого управління.

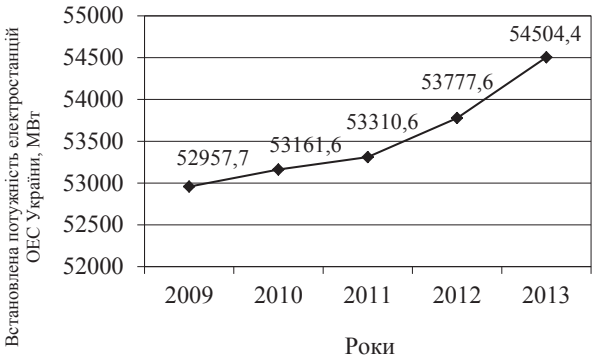


Рис. 1. Встановлена потужність електростанцій ОЕС України на кінець 2009–2013 років

Побудовано на основі даних джерела [6]

Об'єднана енергетична система (ОЕС), об'єднує 8 регіональних електроенергетичних систем – Дніпровську, Донбаську, Західну, Кримську, Південну, Південно-Західну, Північну і Центральну, пов'язаних між собою системоутворюючими та міждержавними високовольтними лініями електропередач.

Встановлена потужність електростанцій ОЕС України наведена на рисунку 1.

Як видно з рисунка 1, ОЕС України наприкінці 2009 року об'єднувала в паралельну роботу теплові, атомні, гідравлічні, вітрові та сонячні електростанції сумарною встановленою потужністю 52957,7 МВт. Щороку встановлена потужність електростанцій ОЕС України збільшувалася і наприкінці 2013 року досягла 54504,4 МВт.

За даними офіційного сайту ДП НЕК «Укренерго» [7], структура встановленої потужності генеруючого обладнання ОЕС України у 2009–2013 роках відзначалася відносною стабільністю. Встановлена потужність Енергогенеруючих компаній ТЕС (ТЕС ГК) наприкінці 2009 року становила 51,47% загальної величини встановленої потужності генеруючого обладнання ОЕС України, а наприкінці 2013 року – 50,67%. Вагомою є встановлена потужність АЕС, питома вага якої наприкінці 2009 року становила 26,12%, а наприкінці 2013 року – 25,39%. Питома вага встановленої потужності ТЕЦ та інших ТЕС за досліджуваний період зросла з 12,02 до 12,19%. Встановлена потужність гідроелектростанцій (ГЕС та ГАЕС) наприкінці 2009 року становила 10,23% загальної величини встановленої потужності генеруючого обладнання ОЕС України, а наприкінці 2013 року – 10,04%.

Індекс промислової продукції у виробництві та розподіленні електроенергії за 2009-2013 роки скоротився з 111,1% до 99,0%, тобто на 12,1% [6]. У таблиці 3 наведена динаміка виробництва електроенергії електростанціями ОЕС України за 2009–2013 роки в натуральних одиницях виміру.

Таблиця 3

Динаміка виробництва електроенергії електростанціями ОЕС України за 2009–2013 роки

Показник	Роки					Абсолютне відхилення		Відносне відхилення	
	2009	2010	2011	2012	2013	2013 від 2012	2013 від 2009	2013 - від 2012	2013 від 2009
Вироблено електроенергії ОЕС України, млрд кВт·год	172,9	188	194	198	194	-4	21,1	-2,02	12,20
у т.ч.									
атомними електростанціями	82,9	89,2	90,2	90,1	83,2	-6,9	0,3	-7,66	0,36
тепловими електростанціями	78,1	85,7	92,6	96,4	95,0	-1,4	16,9	-1,45	21,64

Складено за даними джерела [6]

Як видно з даних таблиці 3, у 2013 році ОЕС України вироблено 194 млрд кВт·год електроенергії, у тому числі атомними електростанціями – 83,2 млрд кВт·год, тепловими електростанціями – 95 млрд кВт·год. При цьому, за останній рік обсяг виробленої електроенергії скоротився на 4 млрд кВт·год або на 2,02%, у тому числі атомними електростанціями – на 1,4 млрд кВт·год (1,45%) та тепловими електростанціями – на 6,9 млрд кВт·год (7,66%).

У цілому за п'ять останніх років обсяг виробленої електроенергії ОЕС України зріс на 21,1 млрд кВт·год (12,20%). Обсяг електроенергії, вироблений атомними електростанціями за 2009-2013 роки зріс на 0,3 млрд кВт·год (0,36%), виробленої тепловими електростанціями – на 16,9 млрд кВт·год (21,64%).

Виробництво електроенергії за категоріями електростанцій наведено у таблиці 4.

Як свідчать дані таблиці 4, найбільша частка електроенергії в Україні виготовляється електростанціями загального користування. Питома вага такої електроенергії коливається в межах від 98,10% у 2009 до 98,29% у 2013 році. На інші категорії електростанцій припадає менше 2% всієї електроенергії. Частка електроенергії, виробленої пересувними електростанціями за 2009–2013 роки зросла від 0,92 до 1,21%.

За даними Державної служби статистики України [6], найбільшою потужністю електростанцій відрізняються Запорізька (11360 тис. кВт або 20,32%), Донецька (10278,6 тис. кВт або 18,38%), Дніпропетровська (5674,3 тис. кВт або 10,15%) та Миколаївська (3561,3 тис. кВт або 6,37%) області. Що стосується виробництва електроенергії, то за цим показником лідерами є Запорізька (50355,3 млн кВт·год або 25,91%), Донецька (28254,0 млн кВт·год або 14,54%), Рівненська (16291,1 млн кВт·год або 8,38%) та Хмельницька (2102,7 млн кВт·год або 7,55%) області.

Протягом 2009–2013 років експорт електроенергії щорічно збільшувався. Про це свідчать дані офіційного сайту Міністерства енергетики та вугільної промисловості [8]. Так, у 2009 році було експортовано 4000,3 млн кВт·год електроенергії. У 2010 році обсяг експорту склав 4218,1 млн кВт·год електроенергії, що на 217,8 млн кВт·год або на 5,44% більше за рівень 2009 року. Наступні 2011–2012 роки характеризувалися ще більш динамічним зростанням експорту електроенергії. Так, у 2011 році було експортовано 6433,0 млн кВт·год, що на 2214,9 млн кВт·год або на 52,51% більше за рівень 2010 року. У 2012 році обсяг експорту електроенергії склав 9745,3 млн кВт·год, що на 3312,3 млн кВт·год або на 51,49% більше за рівень попереднього року. Останній рік досліджуваного періоду характеризувався вповільненням темпів зростання експорту електроенергії. За 2013 рік експорт зріс на 116,2 млн кВт·год або на 1,19% та сягнув 9861,5 млн кВт·год. В цілому, за п'ять років експорт електроенергії з України збільшився на 5861,2 млн кВт·год або на 146,52%. При цьому основними країнами, до яких Україна експортує електроенергію, традиційно є Білорусь, Угорщина, Польща, Молдова, Словаччина, Румунія тощо.

Якщо говорити про нетто-споживання електроенергії галузями національної економіки та населення України, то, за даними джерела [8], у 2009 році воно становило 134558,4 млн кВт·год. У 2010 році було спожито 147330,1 млн кВт·год електроенергії, що на 12771,1 млн кВт·год, або на 9,5% більше за рівень 2009 року. Це відбулося, переважно, за рахунок збільшення обсягу споживання електричної енергії машинобудівною (на 17,4%), хімічною та нафтохімічною (на 17,1%), металургійною (на 14,0%) промисловістю. Нетто-споживання електроенергії галузями національної економіки та населенням протягом 2011 року становило 150768,3 млн кВт·год, що на 3438,2 млн кВт·год або на 2,33% більше аналогічного показника 2010 року. Це відбулося переважно, за рахунок збільшення обсягу споживання електричної енергії хімічною і нафтохімічною (на 17,3%), машинобудівною (на 7,3%) та іншою (на 7,5%) промисловістю, транспортом (на 4,6%) та населенням (на 2,1%). У 2012–2013 роках нетто-споживання електроенергії галузями національної економіки та населення України скорочувалося на 48,2 та 3456,6 млн кВт·год (0,03 та 2,29%, відповідно).

Найбільше зниження обсягів електроспоживання у 2013 році зафіксоване по групі «Промисловість» – на 4422,0 млн кВт·год або на 6,2%, у тому числі серед галузей промисловості: в металургійній – на 1843,3 млн кВт·год або на 5,0%, хімічній та нафтохімічній – на 1100,5 млн кВт·год або на 18,4, %, машинобудівній – на 542,1 млн кВт·год або на 9,3%, паливній – на 410,2 млн кВт·год або на 4,6%,

Таблиця 4

Динаміка виробництва електроенергії за категоріями електростанцій у 2009–2013 роках, млн кВт·год

Показник	Роки				
	2009	2010	2011	2012	2013
Вироблено – усього	173618,8	188828,0	194946,8	198877,7	194377,3
у т.ч.					
електростанціями загального користування	170328,3	185298,2	191293,6	195103,8	191058,5
електростанціями при підприємствах транспорту та зв'язку	2,9	4,2	3,2	2,4	8,3
електростанціями при підприємствах сільського господарства, мисливства, лісового господарства та рибальства, рибництва	39,2	74,9	104,4	130,9	80,3
електростанціями при підприємствах добувної, переробної промисловості та з виробництва і розподілення електроенергії, газу та води	3229,6	3425,4	3430,1	3246,3	2916,4
електростанціями при підприємствах будівництва	14,4	17,8	20,3	22,4	20,5
електростанціями при підприємствах, установах, організаціях інших видів діяльності	4,4	7,5	95,2	371,9	293,3
Із загальної кількості електростанцій – пересувними	15,9	21,6	25,4	27,2	24,1

Складено за даними джерела [6]

лісовій, деревообробній та целюлозно-паперовій – на 134,1 млн кВт • год або на 7,1%. Також зменшилося електроспоживання по групах «Транспорт» – на 589,1 млн кВт • год, або на 6,3% та «Будівництво» – на 10,4 млн кВт • год, або на 1,0% [7].

У той же час у 2013 році збільшилося електроспоживання по групах «Населення» – на 1111,2 млн кВт • год або на 2,8%, «Інші непромислові споживачі» на 311,8 млн кВт • год або на 4,4%, «Сільгоспспоживачі» – на 104,7 млн кВт • год або на 2,7% та «Комунально-побутові споживачі» – на 37,2 млн кВт • год або на 0,2% [7].

При загальному зниженні споживання електричної енергії у 2013 році в порівнянні з 2012 роком в цілому по Україні на 2,3%, серед регіонів України суттєво зменшилося сп оживання електроенергії в Івано-Франківській області – на 12,3%, Луганській області – на 7,6%, Донецькій області – на 5,5%, Дніпропетровській області – на 4,3%.

Якщо говорити про структуру споживання електроенергії, то вона за 2009–2013 р. не зазнала суттєвих змін. Як свідчать дані джерела [7], традиційно найбільшу питому вагу у структурі споживання електроенергії мають споживачі групи «Промисловість» (47,6% у 2009 році та 45% у 2013 році). При цьому серед галузей промисловості найбільшим споживачем електроенергії є металургійна промисловість (25,1% загального споживання електроенергії у 2009 році та 23,8% – у 2013 році). За 2009–2013 рр. зросла питома вага у споживанні електроенергії питома вага споживачів групи «Населення» (з 25,6% у 2009 році до 28,1% у 2013 році). Серед інших груп споживачів електроенергії найбільшу питому вагу має група «Комунально-побутові споживачі», яка за 2009–2013 роки зменшилася з 13,2% у 2009 році до 12,6% у 2013 році.

Якщо говорити про втрати електроенергії в мережах то за останні роки їх відсоток значно не змінився і сягав у 2013 році 10,7%.

Важливим показником, що характеризує розвиток паливно-енергетичного комплексу, є енергоємність ВВП, яка за останні чотири роки мала стабільну тенденцію до скорочення (з 0,284 кгне/тис. грн у 2010 році до 0,246 кгне/тис. грн у 2013 році [6].

Водночас більшість науковців відзначають, що енергоємність ВВП України лишається надмірно високою. В.С. Кудлай, Л.С. Селіверстова вважають, що високу енергоємність ВВП в Україні зумовлено в основному значним технологічним відставанням у більшості галузей економіки, причиною якого є застарілі енерговитратні технології та устаткування, неефективне споживання енергетичних ресурсів на виробництво одиниці продукції у відповідних галузях економіки [3, с. 52].

Висновки з проведеного дослідження. У ході дослідження виявлено, що, незважаючи на зміни у структурі постачання первинної енергії, основним її джерелом поряд з вугіллям та торфом залишається природний газ. Щодо кінцевого споживання палива та енергії, то у його структурі природний газ є найвагомішим енергоносієм. Саме природний газ лишається для України найбільш дефіцитним енергоносієм, від якого багато в чому залежить енергопостачання населення та провідних галузей економіки. Крім того, варто відзначити високу залежність України від імпорту енергоносіїв, що заважає Україні стати по-справжньому незалежною країною. Для вирішення цієї проблеми необхідно розробляти шляхи підвищення ефективності використання власних та імпортованих енергоресурсів за рахунок енергозбереження та пошуку альтернативних джерел палива та енергії. Це, у свою чергу, потребує вдосконалення інвестиційного забезпечення розвитку паливно-енергетичного комплексу України.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Вершиніна В.О. Стан та загальна оцінка розвитку паливно-енергетичного комплексу України / В.О. Вершиніна // Управління розвитком. – 2013. – № 22(162). – С. 127-129.
2. Енергетична стратегія України на період до 2030 р. від 24.07.2013 № 1071 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1071-2013-р.
3. Кудлай В.С., Селіверстова Л.С. Аналіз ефективності використання енергетичних ресурсів / В.С. Кудлай, Л.С. Селіверстова // Вісник КНУТД. – 2013. – № 6.– С. 49-64.
4. Рябчина О.М. Стратегія розвитку паливно-енергетичного комплексу України в рамках світових інтеграційних процесів / О.М. Рябчина // Сучасні питання економіки і права. – 2012. – № 1. – С. 70-74.
5. Ясковець Ю.В. Розвиток паливно-енергетичного комплексу України в умовах глобалізації / Ю.В. Ясковець // Культура народов Причерноморья. – 2010. – № 196, Т. 1. – С. 236-240.
6. Офіційний сайт Державної служби статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.ukrstat.gov.ua/.
7. Офіційний сайт ДП НЕК «Укренерго» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.ukrenergo.energy.gov.ua/ukrenergo/.
8. Офіційний сайт Міністерства енергетики та вугільної промисловості України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://mpe.kmu.gov.ua/minugol/control/uk/publish/.

УДК 338.43:316.422

Голуб Т.І.
здобувач
Уманського державного педагогічного університету імені Павла Тичини

ДЕРЖАВНА ПІДТРИМКА АГРАРНОГО СЕКТОРУ ВІТЧИЗНЯНОЇ ЕКОНОМІКИ

У статті розглянуті основні проблеми підвищення конкурентоспроможності українських аграрних товарів. Також у даній роботі виявлені основні напрями державного протекціонізму щодо підвищення рівня конкурентоспроможності вітчизняних товаровиробників в умовах членства України в СОТ. Досліджуються причини кризової ситуації в галузі виробництва сільськогосподарської продукції.

Ключові слова: аграрний сектор, конкурентоспроможність, державна підтримка, протекціонізм.

Голуб Т.И. ГОСУДАРСТВЕННАЯ ПОДДЕРЖКА АГРАРНОГО СЕКТОРА ОТЕЧЕСТВЕННОЙ ЭКОНОМИКИ
В статье рассмотрены основные проблемы повышения конкурентоспособности украинских аграрных товаров. Также в данной работе выявлены основные направления государственного протекционизма по повышению уровня конкурентоспособности отечественных товаропроизводителей в условиях членства Украины в ВТО. Исследуются причины кризисной ситуации в области производства сельскохозяйственной продукции.

Ключевые слова: аграрный сектор, конкурентоспособность, государственная поддержка, протекционизм.

Golub T.I. STATE SUPPORT AGRICULTURE IN THE NATIONAL ECONOMY
The article discusses the basic problem of increasing the competitiveness of Ukrainian agricultural products. Also in this study identified the main directions of state protectionism to improve the competitiveness of domestic producers in terms of Ukraine's membership in the WTO. Investigate the causes of the crisis in agricultural production.

Keywords: agriculture, competitiveness, state support, protection.

Постановка проблеми. Об'єктивна необхідність здійснення аграрних перетворень, спрямованих на забезпечення населення України якісними продуктами харчування, зумовлюється станом та тенденціями розвитку агропромислового комплексу, які протягом короткого періоду стали кризовими. Відсутність державної підтримки призвела до втрати зацікавленості господарств у виробництві сільськогосподарської продукції: почало різко скорочуватись поголів'я тварин, знижуватись продуктивність земельних угідь, ліквідовуватись племінний та селекційний потенціал. Ускладнює ситуацію засилля імпортованої сільськогосподарської продукції не завжди належної якості, що потрапляє на українські ринки через усунення бар'єрів після вступу до Світової організації торгівлі (СОТ).

Саме тому неабиякої актуальності набуває проблема розробки заходів державної підтримки вітчизняного товаровиробника щодо підвищення конкурентоспроможності за умов членства України в СОТ, тому, що самостійно підприємства впоратись з цим не здатні. Основним поточним завданням аграрної політики нині є зупинення негативних процесів у даному секторі економіки та забезпечення умов для нарощування виробництва сировини і продовольчих ресурсів.

Аналіз попередніх досліджень та публікацій та необхідність подальших досліджень. Питаннями відродження галузей аграрного сектора приділяється велика увага, тому що на сьогоднішній день у виробництві аграрної продукції України не спостерігаються тенденції постійного розвитку й у переважній більшості випадків сільськогосподарські підприємства не конкурентоздатні в порівнянні з товаровиробниками розвинених країн. Вагомий внесок у розробку теоретико-методологічних й організаційно-практичних основ державного протекціонізму аграрного сектора внесли такі вчені, як В. Алексейчук, В. Артюшин, М. Бетлій, І. Кобута, М. Кропивко, С. Кваша, М. Лерман, П. Саблук, В. Ситник, І. Чапко та ін. Але приєднання України до СОТ ставить нові вимоги й обмеження щодо загального змісту й деяких механізмів підвищення конкурентоспроможності товаровиробників. Все це вимагає подальших наукових досліджень.

Постановка завдання. Необхідність прийняття державної програми розвитку сільського господарства в умовах економічної кризи, здається, вже ні в кого не викликає сумнівів. Враховуючи особливості аграрної галузі, заходи державної підтримки щодо підвищення конкурентоспроможності продукції аграрного сектору мають формуватись з їх урахуванням зовнішнього впливу. Зокрема, розвиток агробізнесу та підвищення конкурентоспроможності сільськогосподарської продукції передбачає відродження великотоварного виробництва за умови надання пріоритетної позиції інноваційності процесів.

Отже, хоча останнім часом Україна досить суттєво просунулась вперед на шляху до зближення ринку сільськогосподарської продукції з європейськими аналогами, повністю скопіювати механізм державного протекціонізму країн ЄС не можна. Специфіка аграрного ринку в перехідній економіці та особливість дії на ньому законів попиту та пропозиції обумовлюють іншу спрямованість політики державного регулювання ринкових цін. Основна відмінність полягає в тому, що в сучасних умовах в Україні попит на продукти харчування еластичний за доходами населення, так як ще досі не досягнута межа насичення потреб на ринку. У зв'язку з цим державне регулювання аграрного ринку має бути спрямованим на розширення попиту на продовольство і сприяти зниженню рівня витрат аграрних виробників [1].

Така політика може створити сприятливу кон'юнктуру на ринку сільськогосподарської продукції і тим самим стимулювати зростання його пропозиції та виробництва.

Причини такої кризової ситуації в галузі виробництва сільськогосподарської продукції полягають у невідповідності ціни на продукцію її економічній характеристиці. Так як ціна є специфічно ринковим показником, який характеризує відповідність виробленої продукції суспільній потребі в ньому і відповідній її якості, вона повинна відображати кількісні

та якісні параметри виробленої продукції, а також встановлювати максимальний рівень індивідуальних витрат виробника. Покращенню ситуації, що склалася, сприяло б виконання прийнятого законодавчого рішення про дотування цін за проданих для забою переробним підприємствам свиней та ВРХ шляхом повернення їм ПДВ та своєчасної виплати встановлених Урядом доплат за здану кондиційну продукцію, згідно Закону України «Про державну підтримку сільського господарства України» та Постанови Кабінету Міністрів України № 243 від 2 березня 2006 р. Основна мета бюджетних дотацій у виробництві сільськогосподарської продукції полягає в підтримці товаровиробника, його стимулюванні до розвитку виробництва та покритті збитковості виробництва продукції.

Практика державного регулювання експорту зерна попередніх років показала, що експортні обмеження мають прямий ефект на зменшення посівних площ зернових в Україні. Експортні обмеження, квоти, експортні мита найбільше впливають на зменшення цін реалізації, суттєво дестабілізують ринки сільськогосподарської продукції в Україні, значно збільшуючи ризики для виробників зерна і обмежують виробництво.

За період 2008-2013 сільськогосподарські виробники недоотримали вартості виробництва тільки пшениці в розмірі 18 млрд грн або 2,3 млрд дол США. А бюджетне субсидування сільськогосподарських виробників зерна на тлі великого негативного відсотка показника PSCT по пшениці (-33% у середньому 2008-2013 рр.) виглядає несуттєвим і даремно витраченим державним ресурсом.

Ситуація ускладнюється тим, що зазначений Закон України «Про державну підтримку сільського господарства України» забезпечує регулювання ціни лише продукції рослинництва. Враховуючи той факт, що рентабельність виробництва продукції рослинництва складає в середньому 30%, а збитковість продукції тваринництва – 20%, державного протекціонізму потребують саме тваринники. Вони потребують кредитної підтримки за для оновлення основних фондів, модернізації виробництва, що у свою чергу підвищить ефективність виробництва та позитивно впливатиме на конкурентоспроможність продукції [1].

Україна набула членства в СОТ, що об'єктивно усуває ряд бар'єрів на шляху вітчизняної продукції до закордонних споживачів. Однак слід докласти ще багато зусиль для того, щоб вітчизняна продукція з року в рік посідала відповідне місце в переліку конкурентоспроможної пропозиції для іноземних переробників і кінцевих споживачів [2].

Так, наприклад, Україна взяла на себе зобов'язання скасувати обов'язкову сертифікацію імпортної харчової продукції, у той час як продукцію від вітчизняних товаровиробників перевіряють і вітчизняні контролери і лабораторії в країні-імпортері. Тому без політики протекціонізму в умовах членства в СОТ українські підприємства мають небагато шансів щодо освоєння ринкових експортних каналів, формування сталих ланцюгів просування продукції спільно з іноземними партнерами.

Одним із перших негативних наслідків приєднання України до СОТ, який проявився вже в перші роки, стало падіння конкурентоспроможності вітчизняної продукції.

У перший рік членства України в СОТ значно зріс імпорт м'яса та м'ясних продуктів. Головні причини – диспропорція між виробництвом і споживанням м'ясних продуктів, а також зниження імпортних тарифів у декілька разів. Але вже в 2009-2013 рр. відбувається падіння імпорту м'яса в Україну через структурні зміни в птахівництві та свинарстві.

Після вступу до СОТ продовжилася тенденція зростання імпорту свіжих овочів та фруктів. Їх імпорт збільшився в 3,3 і 2 рази відповідно, протягом 2010 р. порівняно з 2008 р. У 2013 р. порівняно з 2010 р. зростання імпорту цих груп товарів знову – на 67% і 16,1%. Серед причин:

* відсутність сучасних овочесховищ для зберігання продукції;

* підвищення доступності овочів і фруктів, які не вирощуються в Україні через природно-кліматичні умови, через зниження імпортних мит після вступу України до СОТ;

* збільшення імпорту цукру і кондитерських виробів з нього було обумовлене внутрішнім дефіцитом, для покриття якого імпортувався як білий цукор, так і цукор-сирець з тростини в обсягах імпортної тарифної квоти (32% імпорту з Білорусії). Зростання імпорту обумовлено неспроможністю вітчизняної цукрової промисловості задовольнити внутрішній попит по конкурентним цінам [3].

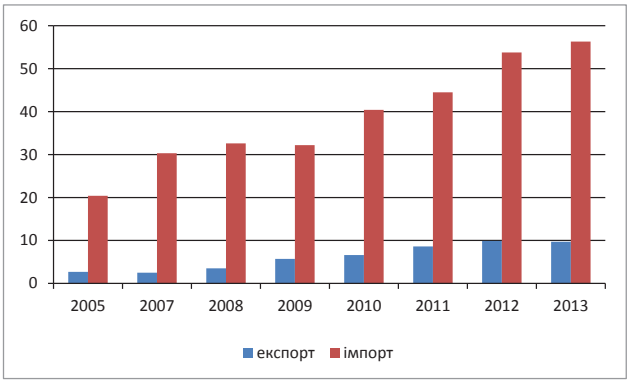


Рис. 1. Динаміка експорту-імпорту сільськогосподарської продукції, млрд дол. США

Джерело: за даними сайту Міністерства доходів і зборів

У 2013 році експорт сільськогосподарської продукції збільшився порівняно з попереднім роком на 4,2% й склав 9,9 млрд дол США, а імпорт – майже на 18% й склав 53,76 млрд дол США. Тобто, хоч у 2013 році і спостерігається стійка тенденція зростання експорту сільськогосподарської продукції, однак темп зростання імпорту починає випереджати темп зростання експорту. У результаті імпортна продукція почала витісняти продукцію національних виробників. Основною причиною стала економічна криза 2008 року, після якої зовнішньоторговельне від'ємне сальдо досягло найбільших показників.

Невтішною є ситуація при розрахунку порівняльної переваги щодо основних видів сільськогосподарської продукції. Підрахунки коефіцієнта порівняльної переваги (обчислений як співвідношення чистого експорту щодо кожної категорії продукції та суми експорту і імпорту в цій категорії) показують, що найбільшу порівняльну перевагу Україна в 2008-2013 роках мала у виробництві зернових культур, насіння і плодів олійних культур, жирів та олій тваринного або рослинного походження (табл. 1).

Також спостерігається порівняльна перевага у виробництві молока, молочних продуктів, яєць і меду. Проте така ситуація з молокопродуктами має місце лише за рахунок поставок молочної продукції українськими виробниками до країн СНД. Адже нині

українська молочна продукція за вмістом бактерій і наявністю соматичних клітин не відповідає жодним світовим стандартам. Тому надалі слід очікувати загострення конкурентної боротьби на ринку молочної продукції, що має змусити виробників впроваджувати новітні техніку та технології з метою покращання якості та розширення асортименту продукції.

Щодо іншої продукції, то Україна має стосовно неї найменшу порівняльну перевагу. Особливо гостро стоїть питання з цукром.

Через зростання імпорту цукру з цукрової тростини або з цукрових буряків відбулося падіння коефіцієнта порівняльної переваги у виробництві цукру з 0,42 у 2009 році до мінус 0,06 у 2011 році. Це зумовлено тим, що нині реалізовувати цукор без державної підтримки є невигідно через високу собівартість виробництва.

Таблиця 1

Розрахунок коефіцієнта порівняльної переваги за 2009–2013 роки

Код та назва продукції	Роки		
	2009	2011	2013
I. Живі тварини; продукти тваринного походження	0,37	0,36	0,23
01 живі тварини	0,85	0,77	0,9
02 м'ясо та харчові субпродукти	0,84	0,76	0,67
03 риба і ракоподібні	0,99	0,9	0,93
04 молоко та молочні продукти; яйця; мед	0,66	0,54	0,65
05 інші продукти тваринного походження	0,32	0,4	0,22
II. Продукти рослинного походження	0,58	0,6	0,44
06 живі рослини та продукти квітництва	0,96	0,95	0,95
07 овочі, коренеплоди	0,05	0,34	0,04
08 їстівні плоди і горіхи, цитрусові	- 0,54	- 0,56	- 0,56
09 кава, чай, прянощі	-0,94	-0,93	-0,92
10 зернові культури	0,92	0,95	0,89
11 продукція борошномельно-круп'яної промисловості	0,57	0,63	0,49
12 насіння і плоди олійних культур	0,72	0,77	0,7
13 камеді, смоли	0,98	0,96	0,94
14 інші продукти рослинного походження	0,5	0,7	0,3
III. 15 Жири та олії тваринного або рослинного походження	0,52	0,66	0,71
IV. Готові харчові продукти	0,03	0,01	0,01
16 продукти з м'яса, риби	-0,62	-0,35	-0,35
17 цукор і кондвироби з цукру	0,42	0,31	-0,06
18 какао та продукти з нього	0,17	0,19	0,18
19 продукти із зернових культур	0,23	0,36	0,34
20 продукти переробки овочів, плодів	0,24	0,14	0,03
21 різні харчові продукти	-0,7	-0,65	-0,58
22 алкогольні безалкогольні напої та оцет	0,25	0,42	0,24

Джерело: розраховано автором за даними сайту Міністерства податків і зборів

Підтвердилися побоювання щодо низької конкурентоспроможності м'яса і харчових субпродуктів, овочів і фруктів. У результаті насичення українського ринку дешевою імпортною м'ясною сировиною відбулося скорочення поголів'я у всіх категоріях господарств.

За оптимістичними прогнозами, у результаті зменшення на 36% ставки ввізного мита на сільськогосподарську продукцію протягом шести років після вступу України до СОТ національні товаровиробники втратять 7-8% внутрішнього агропродовольчого ринку, а за песимістичними – до 30% [4]. Крім того, з втратою частини позицій національних виробників на внутрішньому ринку потрібно очікувати підвищення рівня безробіття в сільській місцевості.

Враховуючи нинішній стан аграрного сектору, необхідно усвідомити, що Україна отримає позитивний ефект від членства в СОТ лише в довгостроковій перспективі, після виходу економіки на стадію сталого економічного зростання, коли відбудеться зростання конкурентоспроможності виробництва та зумовлений цим ріст експорту сільськогосподарської продукції. Зараз же ринки ЄС для нашої продукції є закритими через їх невідповідність вимогам ЄС щодо стандартів якості.

Застосування прозорих науково обґрунтованих методичних підходів до визначення критеріїв, за якими державна допомога розподілятиметься серед сільськогосподарських товаровиробників, і у відповідності до суспільного значення продукту за критеріями місця в забезпеченні продовольчої безпеки країни та конкурентними перевагами на зовнішньому ринку буде сприяти формуванню якіснішого інституційного середовища в цілому в економіці держави.

Ключовим критерієм оцінки результативності членства України в СОТ є ступінь внеску реформи торговельної політики в створення в середині країни високоякісного інституційного середовища зі значно вищою віддачею для суспільного добробуту, ніж ліберальний торговий режим або прихильність до правил СОТ. За умов вільної експортно-імпортної політики регулювання економічних взаємовідносин держави і бізнесу та соціальних інтересів суспільства мають стати пріоритетом державної політики підтримки, що неможливо досягти без відповідного інституційного середовища [5].

Державна підтримка аграрного сектора покликана забезпечити баланс інтересів виробників, споживачів та держави – достатній рівень рентабельності для розширеного виробництва, забезпечення продовольчої безпеки та економічне зростання. Зосередження бюджетних ресурсів на виробництві стратегічних сільськогосподарських продуктів забезпечить Україні завоювання стабільної частки у світовій торгівлі, а отже постійні валютні та податкові надходження для сталого соціально-економічного розвитку.

Для підтримання конкурентних можливостей різних організаційних форм сільськогосподарського виробництва держава повинна не обмежувати фінансову активність корпоративних структур, а забезпечити звуження тіньового обороту і спрямування частини його доходу для підтримки належного рівня соціального розвитку та захисту: оплати праці, соціальних гарантій та страхування, спільних державно-приватних житлових програм, вкладень у людський капітал села тощо.

Державна підтримка сільськогосподарського виробництва в Україні має бути спрямована на забезпечення отримання прибутковості виробництва на рівні, що забезпечує розширене відтворення, створення сприятливих соціальних умов життя сільських жителів та покращення добробуту їхніх сімей, формування передумов для збереження та комплексного

розвитку сільських територій, задоволення потреб населення України в якісних і доступних продуктах харчування, розширення експортного потенціалу країни.

Висновки. Вирішення зазначених проблем в аграрному секторі гальмується негативним впливом на економіку світової фінансової кризи, у результаті якої було зменшено видатки на підтримку розвитку підприємств АПК України. Водночас країни ЄС відновили для своїх виробників експортні субсидії та застосовують спеціальні захисні заходи від зростання імпорту та зниження цін.

Таким чином, в умовах відкритості економіки найменш конкурентоспроможними на внутрішньому ринку виявилися виробники молока, м'яса, овочів і фруктів, під загрозою опинилася цукрова галузь. Тобто найбільш вразливою групою серед товаровиробників сільськогосподарської продукції після приєднання до СОТ стали особисті селянські господарства, які є основними виробниками цієї продукції. Тому найвищу ефективність з погляду пом'якшення негативних наслідків від членства в СОТ матимуть заходи, спрямовані на підтримку особистих селянських господарств і розвиток сільської місцевості.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Гойчук О.І. Продовольча безпека: теорія, методологія, проблеми: Автореф. дис... д-ра екон. наук: 08.07.02 Миколаївський держ. аграрний ун-т. / О.І. Гойчук – Миколаїв, 2010. – 32 с.
2. Гайдуцький П.І. Україні потрібна нова аграрна політика / Урядовий кур'єр. – 2009. – 30 вересня [Електронний ресурс] / П.І. Гайдуцький. – Режим доступу: – http://www.kmu.gov.ua/control/uk.
3. Бородин К.Г. О регулировании продуктовых рынков Европейского Союза [Електронний ресурс] / Бородин. К.Г. – Режим доступу: – http://www.raf.org.ru/magazine/2003-2/1.htm.
4. Андрійчук В.Г. Економіка аграрних підприємств / Андрійчук В.Г. – [5–е вид.]. – К.: КНЕУ, 2012. – 624 с.
5. Борисюк П. Солодкі мрії / Борисюк П. // Агроперпектива. – 2005. – № 10. – С. 43.

УДК 338.47:658.5

Зборовська О.М.
доктор економічних наук,
професор, завідувач кафедри економіки підприємства
та міжнародного бізнесу
Дніпропетровського університету імені Альфреда Нобеля

Дивінець О.Л.
аспірант
Дніпропетровського університету імені Альфреда Нобеля

ОПТИМІЗАЦІЯ СТРАТЕГІЇ УПРАВЛІННЯ ВИТРАТАМИ ТРАНСПОРТНИХ ПІДПРИЄМСТВ

У статті доведено, що розроблені в теорії управління витратами математичні методи і моделі оптимізації відповідних стратегій управління не передбачають можливість урахування часової динаміки витрат. Визначено, що при урахуванні вартості грошей у часі завдання оптимізації стратегії управління витратами буде залежати від конкретної, прийнятої в рамках моделі схеми виплат витрат, що представляється специфікою відповідних контрактних умов виплат таких витрат. Зазначені виплати можуть бути прив'язані до різних варіантів виплати витрат як: пренумерандо; постнумерандо.

Ключові слова: потокові процеси, витрати, оптимізація, транспортне підприємство, математична модель.

Зборовская О.М., Дивинец О.Л. ОПТИМИЗАЦИЯ СТРАТЕГИИ УПРАВЛЕНИЯ РАСХОДАМИ ТРАНСПОРТНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

В статье доказано, что разработанные в теории управления расходами математические методы и модели оптимизации соответствующих стратегий управления не предусматривают возможность учета часовой динамики расходов. Определено, что при учете стоимости денег во времени задания оптимизации стратегии управления расходами будет зависеть от конкретной, принятой в рамках модели, схемы выплат расходов, которая определяется спецификой соответствующих контрактных условий выплат таких расходов. Обозначенные расходы могут быть привязаны к разным вариантам выплаты таким как пренумерандо и постнумерандо.

Ключевые слова: потоковые процессы, расходы, оптимизация, транспортное предприятие, математическая модель.

Zborovska O.M., Divinec O.L. TRANSPORT ENTERPRISIES EXPENSES MANAGEMENT STRATEGY OPTIMIZATION

The article proves that mathematical methods and models of optimization appropriate management strategies elaborated in the expense management theory do not provide temporal dynamics of costs. It has been determined that, when including the cost of money over time the expense management strategy optimization task will depend on the particular adopted within the benefits costs model scheme which is represented by the specifics relevant contractual terms of such costs payment. These payments may be linked to the different options costs payment as prenumerando; postnumerando.

Keywords: streaming processes, costs, optimization, transport enterprise, mathematical model.

Постановка проблеми. Управління витратами як складовою частиною діяльності на сучасних транспортних підприємствах повинні мати комплексний характер, беручи до уваги таку особливість матеріального потоку в транспортній галузі як безперервність, циклічність та динамічність, які визначають особливості фінансових потоків у даній сфері.

Відповідно планування витрат у загальному фінансовому потоці визначається як один з найважливіших напрямів удосконалення господарської

діяльності, у зв'язку з чим виникає необхідність поглибленого дослідження можливостей їх оптимізації.

Актуальність теми. Ситуація, що склалася в Україні, характеризується послабленням уваги до зниження витрат на виробництво продукції. Величина витрат втратила статус директивного і фондоутворюючого показника. Замість безпосереднього планового впливу на їх зниження почали застосовувати непрямі засоби регулювання, що приводить до екстенсивного шляху одержання прибутку. На транспортних підприємствах це супроводжується збільшенням тарифів за перевезення і втратою конкурентоспроможності. Формування механізму управління витратами вимагає відмови від деяких догматичних уявлень про економічну суть і природу витрат підприємств галузі, більш широкого використання економіко-математичних моделей з метою оптимізації витрат.

Ступінь розробленості проблеми. Значний внесок у розробку понять «оптимізація витрат», внесли Б. Промислов, Д. Сигел, Дж. Фостер, Д. Шим, та ін., які обґрунтовували точку зору про необхідність системного підходу до управління витратами і саме в процесі управління дані автори бачать сутність оптимізації [2; 4; 6].

Консервативність загальної технології вантажоперевезень створює в галузі ситуацію, в якій окремому підприємству важко добитися економічної переваги за рахунок технологічного удосконалення транспортних засобів і оптимізація витрат знову виступає на передній план і забезпечує підприємству перевагу над конкурентами, тому метою даної статті є розробка математичної моделі оптимізації витрат, пов'язаної з функціонуванням потокових процесів.

Виклад основного матеріалу. У дослідженні автор виходить із того, що оптимізація являє собою встановлення найкращої відповідності між транспортною системою і її оточенням, і на нашу думку, повинна охоплювати весь процес рішення завдань, включаючи з'ясування самого завдання, вибір системи цілей, аналіз і синтез систем, вибір найкращої системи.

Поняття потік і потоковий процес є основними для розуміння сутності процесів які відбуваються в транспортній галузі. Потік – це економічна величина, яка характеризує систему структурно взаємозалежних елементів, що сприймаються як єдине ціле і що піддаються динамічним змінам за певний період часу [2, с. 78]. Однак у такому твердженні присутня деяка частка невизначеності. Так, наприклад, при рівності поповнення і витрат запасів (а це стабільна, нормальна для підприємства ситуація) значення потоку буде нульовим, хоча потоковий процес при цьому може йти дуже інтенсивно. Тому, на наш погляд, потік необхідно розглядати як керовану підсистему в складі загальної системи управління підприємством, яка існує в просторі чотирьох змінних – часової, просторової, кількісної і фазової (якісної).

Зазначимо, що для просторового виміру потоку характерні такі категорії, як траєкторія, довжина, початкова і кінцева точки; для часового – тривалість; для кількісного – обсяг і т. ін.

Для відображення змін якісних станів у межах одного потоку необхідно, на нашу думку, ввести таке поняття, як фазовий простір, хоча для визначення потоку як такого воно не є новим. Наприклад, у наукових працях математичної спрямованості потік визначається через поняття динамічної системи з однопараметричним перетворенням фазового простору.

Під фазовим простором у спеціальній літературі звичайно розуміється сукупність будь-яких митєвих станів системи, що мають певну структуру. Така формалізація поняття системи, що включає визначення відповідного фазового простору, характерна для транспортних систем, що знаходяться під впливом різноманітних потокових процесів [5, с. 121].

Фазовий простір транспортної системи функціонує в сфері фазових переходів – якісної трансформації потоків. Таким чином, під фазовим переходом потокових процесів, на нашу думку, слід розуміти якісну трансформацію потокового процесу в межах однієї форми потоку або в процесі переходу з однієї форми в іншу. Введення поняття і авторського визначення фазового переходу функціонально пов'язане з метою визначення взаємодії потокових процесів у часовому просторі.

На наш погляд, трансформацію в межах однієї форми потоку або при переході з однієї форми в іншу доцільно уявляти як фазовий перехід з певною зміною доданої вартості, яка може бути оцінена через грошовий потік, що кількісно відображає вартість грошей у часі.

При цьому з погляду завдань оптимізації доцільно звернути увагу на вхідний матеріальний потік, обсяги якого визначають швидкість проходження ресурсу по транспортній системі, а оптимальна кількість ресурсів забезпечує ритмічність роботи транспортних підприємств, підвищує рівень оборотності коштів (ресурсів), в остаточному підсумку підвищує ефективність функціонування фінансової системи підприємства, сприяє збільшенню прибутку.

Таким чином, на даному етапі дослідження ми бачимо завдання оптимізації витрат у контексті визначення оптимальної кількості ресурсів, що входять у транспортну систему і оптимальний розподіл витрат, пов'язаних з формуванням потоків матеріальних ресурсів, необхідних для безперебійної і ритмічної роботи транспортних підприємств, оптимальній швидкості проходженням ресурсів.

Однак, при вирішенні проблеми оптимізації виникає ряд принципових питань:

1. Чи дійсно необхідно враховувати вартість грошей у часі при оптимізації стратегії управління витратами (наприклад, якщо існує система знижок на ресурс)?

2. Чи слід враховувати специфіку контрактних умов, пов'язаних з витратами?

Для того щоб одержати відповіді на ці питання, у роботі розглядається оптимальна стратегія в рамках класичної моделі управління витратами з урахуванням особливостей підприємств транспортної галузі.

Крім того, у роботі буде доведено, що специфіка різних схем управління витратами (постнумерандо і пренумерандо) незначно впливає на параметри оптимальної стратегії. При цьому, однак, підвищення ефективності системи за рахунок урахування вартості грошей у часі може бути досить істотним [6, с. 32].

Розроблені в теорії управління витратами математичні методи і моделі оптимізації відповідних стратегій управління не передбачають можливість урахування часової динаміки витрат [5, с. 89].

Зазначимо також, що при урахуванні вартості грошей у часі завдання оптимізації стратегії управління витратами буде вже залежати (на відміну від класичного випадку) від конкретної, прийнятої в рамках моделі схеми виплат витрат, що представляється специфікою відповідних контрактних умов виплат таких витрат. Зазначені виплати можуть бути прив'язані до різних варіантів таких схем, наприклад:

1) виплати витрат у відповідності зі схемою, називаною у фінансовому аналізі пренумерандо;

2) виплати витрат у відповідності зі схемою, називаною у фінансовому аналізі постнумерандо [1, с. 126].

У даній статті завдання оптимізації системи управління витратами буде розглянуто стосовно цих двох модифікацій, для яких як критерій оптимізації витрат буде виступати максимізація чистого доходу при заданих обсягах річних поставок певного виду виробничих ресурсів, матеріалів при заданій річній ставці нарощення в рамках схеми простих відсотків. При цьому враховується можливість знижок, а важливим завданням, у свою чергу, є максимізація суми доходів з урахуванням об'єктивно існуючих в рамках транспортних підприємств потоків.

Ми проаналізуємо класичну однопродуктову модель управління витратами з постійним попитом і з урахуванням вартості грошей у часі.

У першу чергу розглянемо основні її атрибути і їхні позначення, які будуть використовуватися далі.

D – обсяг річного споживання відповідного ресурсу;

C_0 – накладні витрати на поставку однієї партії ресурсу;

$C_П$ – вартість одиниці ресурсу;

$P_П$ – прибуток від реалізації одиниці продукції

$C_{0П}$ – витрати доставки одиниці ресурсу, що не включають накладні витрати на поставку відповідної партії;

C_h – річні витрати зберігання одиниці ресурсу;

q – розмір партії замовлення;

T – період поставки (рік), пов'язаний з показником q таким чином:

T = q /D (також оптимізована величина);

r- річна ставка нарощення, що діє на ринку.

У даній моделі урахування вартості грошей (витрат/доходів) у часі реалізується відповідно до схеми простих відсотків. Особливість розглянутої в цьому випадку оптимізаційної моделі управління витратами, крім відповідної специфіки урахування вартості витрат/доходів у часі, полягає також у наступному.

Будемо враховувати, що вартість партії закуповуваного ресурсу, що входить у потік буде залежати від розміру замовлення через пропоновану знижку. За умовами знижки ціна одиниці ресурсу буде знижена, якщо розмір партії замовлення виявиться не менше, ніж зазначене в договорі поставки відповідне граничне значення.

Уведемо наступні позначення:

q_1 – граничне значення розміру партії замовлення, починаючи з якого діють умови знижки;

$C_{П0}$ – ціна одиниці ресурсу без урахування знижки, тобто при розмірі партії замовлення, меншому чим q_1;

$C_{П1}$ – ціна одиниці ресурсу з урахуванням знижки, тобто при розмірі партії замовлення, більшому або рівному q_1 (має місце нерівність $C_{П0} > C_{П1}$).

Відповідно ціна одиниці ресурсу в рамках розглянутої моделі буде вже представлена у вигляді функції змінної q ($C_П = C_П(q)$), що задається в області $q > 0$ рівностями:

$$C_П(q) = C_{П0}, \text{ якщо } 0 < q < q_1;$$
$$C_П(q) = C_{П1}, \text{ якщо } q \geq q_1$$

Далі враховуємо, що має місце нерівність $C_{П0} > C_{П1}$.

Безумовно, у реальній ситуації може виявитися, що тарифи витрат також будуть залежати від вибору розміру партії замовлення. Тому, щоб аналізована модель була представлена у загальному вигляді, приймаємо, що $C_{0П}$ також є функцією q ($C_{0П} = Con(q)$), причому за аналогією з попереднім випадком:

$$C_{0П}(q) = C_{0П0}, \text{ якщо } 0 < q < q_1;$$
$$C_{0П}(q) = C_{0П1}, \text{ якщо } q \geq q_1,$$

де $C_{0П0}$ – витрати доставки одиниці ресурсу, що не включають накладні витрати на поставку відповідної партії, без урахування знижки;

$C_{0П1}$ – витрати доставки одиниці ресурсу, що не включають накладні витрати на поставку відповідної партії, з урахуванням знижки (має місце нерівність $C_{0П0} > C_{0П1}$).

Крім того, у рамках розглянутої моделі величину прибутку ($P_П$) від реалізації продукції, що залежить від ціни одиниці ресурсу, також необхідно надати у вигляді функції $P_П = P_П(q)$ від обсягу поставок партії ресурсу:

$$P_П(q) = P_{П0}, \text{ якщо } 0 < q < q1$$
$$P_П(q) = P_{П1}, \text{ якщо } q \geq q_1,$$

де $P_{П0}$ – прибуток від реалізації одиниці продукції при її вартості $C_{П0}$;

$P_{П1}$ – прибуток від реалізації одиниці продукції при її вартості $C_{П1}$ (має місце нерівність $P_{П1} > P_{П0}$).

У рамках аналізованої моделі стосовно до потоків, що характеризують роботу відповідної системи управління витратами, приймаємо наступне: платежі, що виходять, співвідносимо з початковими моментами кожного періоду часу між поставками ресурсу, а платежі, що надходять співвідносимо із серединами таких періодів, природно, з урахуванням їх тимчасової вартості. Тоді величина платежів, що виходять (ПВ) на одному періоді поставки, які співвідносимо з початком кожного такого періоду, визначається таким чином:

$$ПВ = C_0 + C_{0П}(q) \text{ Ч } q + C_п(q) \text{ Чq } + C_h \text{ ЧqЧT/2}. \quad (1)$$

Зазначимо, що в цьому випадку C_0 ураховує виплати на початку періоду поставки, що обумовлюються накладними витратами на поставку замовлення, які не залежать від обсягу ресурсів у партії, що поставляється; доданок (C_0П(q)Чq) враховує відповідні витрати на поставку, які залежать від обсягу замовлення; доданок ($C_П$(q)Чq) враховує витрати, що обумовлюються вартістю партії замовлення; нарешті, доданок (C_hЧqЧT/2) представляє витрати зберігання у період поставки, які, як ми вже зазначали вище, ми співвідносимо з початком періоду поставки, тобто в рамках розглянутої модифікації моделі відповідні виплати приймаються пренумерандо.

Величину платежів, що надходять (ПН) на одному періоді поставки, що співвідносять із серединою кожного періоду часу між поставками, можна визначити таким чином:

$$ПН = (C_П(q) + P_П(q)) \text{ Ч } q, \quad (2)$$

де ($C_П$(q)Чq) – «повернута» вартість партії замовлення після реалізації відповідного ресурсу, а ($P_П$(q)Чq) – відповідний прибуток.

Також слід зазначити, що вся зазначена грошова сума ПН у певний період поставки може бути співвіднесена із серединою інтервалу часу між поставками (незважаючи на те, що такі надходження для моделі з постійним попитом будуть рівномірно розподілені на зазначеному інтервалі), оскільки у рамках розглянутої моделі для урахування вартості грошей у часі прийнята схема простих відсотків.

Далі перед нами стоїть завдання оптимізації стратегії управління при виплаті витрат пренумерандо.

Класичний підхід до стратегічного управління витратами припускає знаходження такої стратегії, при якій мінімізуються сумарні (річні) витрати на поставку і зберігання, переміщення ресурсу.

У цій статті, на відміну від класичного підходу, оптимізація стратегії управління витратами розглядається саме як відповідне завдання фінансового ана-

лізу, що полягає в максимізації чистого наведеного доходу для відповідних грошових потоків, що надходять і виходять, причому на основі використання введеного нижче показника інтенсивності потоку доходів (або прибутку).

Показник інтенсивності потоку доходів для систем управління витратами в потокових процесах розглянутого типу зручно ввести, використовуючи періодичний характер розглянутих грошових потоків, що надходять і виходять, з відповідним періодом, рівним T.

Нагадаємо, що при аналізі грошових потоків відповідні ПВ на кожному періоді часу між поставками ми співвідносимо з моментом початку такого періоду, а ПН – з його серединою.

Різниця між відповідними платежами, що надходять і виходять визначає доход (або прибуток) у період між загальними поставками, причому він співвіднесений саме із серединою такого інтервалу.

Після того як значення зазначеного доходу буде додатково помножено на 1/T, одержимо показник інтенсивності потоку доходів, тобто доход за одиницю часу (T), у якості якої обраний один рік.

Той факт, що відповідний доход (або прибуток) за інтервал часу між загальними поставками товару співвіднесений саме із серединою такого інтервалу, дозволяє легко інтерпретувати показник інтенсивності потоку доходів стосовно будь-якої іншої, зручної, одиниці виміру часу.

Таким чином, показник інтенсивності потоку доходів є зручним, доступним для розуміння і простим в обігу засобом оцінки ефективності логістичних потокових процесів.

Чим більше значення цього показника, тим більше і сумарний, одержуваний під кінець року прибуток при заданій ставці нарощення і заданих річних обсягів поставок для розглянутого виду ресурсу. Інакше кажучи, що при зазначених умовах будь-який менеджер буде намагатися максимізувати саме такий показник ефективності роботи системи.

Вимога максимізації інтенсивності сумарного потоку доходів стосовно даного виду ресурсу в рамках розглянутої модифікації моделі системи управління витратами з урахуванням вартості грошей у часі і запропонованих умов знижки на партію замовлення призводить до завдання максимізації наступної цільової функції (позначимо її через F):

$$F > \max,$$

де функція:

$$F = 1/T \times [q \times (C_{П}(q) + P_{П}(q)) - (1 + r \times T/2) \times (C_0 + C_{0П}(q) \times q + C_{П}(q) \times q) + C_h \times q \times T/2)] \quad (3)$$

визначена у сфері $T > 0$ і $q > 0$, причому q і T пов'язані рівністю:

$$T = q/D. \quad (4)$$

Зазначимо, що в цьому випадку, відповідно до принципів фінансового аналізу і фінансової математики, відповідні платежі вже наведені до загального моменту часу, тобто до середини періоду поставок, у зв'язку із чим платежі, що виходять (на початку такого періоду) нарощені з урахуванням ставки r до моменту T/2.

Нагадаємо, що згідно із прийнятими вище позначеннями параметр T виміряється в роках, тому відповідну розмірність має і представлений тут показник інтенсивності потоку доходів (F).

Його легко приводити до будь-якої іншої одиниці виміру часу завдяки прийнятій у рамках аналізованої моделі схеми нарахування простих відсотків (для урахування вартості грошей у часі) і обраному способу подання еквівалентного результуючого грошового потоку (співвіднесення його з моментами, що відповідають серединам інтервалів часу між загальними поставками).

Позбувшись від змінної T у вираженні для F (з урахуванням рівності $T = q/D$) цільова функція $F = F(q)$ як функція змінної q приводиться до вигляду:

$$F(q) = D \times (РП(q) - З_{0П}(q)) - З_0 \times \left(\frac{D}{q} + \frac{r}{2}\right) - C_h \times \frac{q}{2} - \frac{r}{2} \times q \times \left(C_{0П}(q) + \frac{C_h \times q}{2D}\right) \quad (5)$$

Далі, опускаючи доданок, що не залежить від q, міняючи знак цільової функції на протилежний і додатково множачи при цьому на 2 (для зручності запису), перепишемо завдання оптимізації у вигляді:

$$f(q) > \min,$$

де функція f(q) визначається рівністю:

$$f(q) = [2C_0 \times D/q + q \times C_h] + q^2 \times \frac{r}{2} \times C_h/D + q \times r \times (C_{0П}(q) + C_{П}(q)) + 2D \times (C_{0П}(q) - P_{П}(q)) \quad (6)$$

у сфері $q > 0$ з урахуванням відзначених вище значень для функцій $C_{П}(q)$, $C_{0П}(q)$ і $P_{П}(q)$.

При цьому f(q) уже характеризує відповідні втрати в інтенсивності потоку доходів при конкретному виборі обсягу q партії замовлення (через зазначений вище «перехід» до протилежного знаку цільової функції). Виділимо фрагмент цільової функції f(q), що не залежить від впливу пропонованих умов знижки. А саме, визначимо для цього функцію <p(q) рівністю:

$$\varphi(q) = [2C_0 \times D/q + q \times C_h] + q^2 \times \frac{r}{2} \times C_h/D. \quad (7)$$

Тоді цільова функція може бути задана рівностями:

$$f(q) = \varphi_0(q) \text{ якщо } 0 < q < q_1;$$

причому

$$f(q) = \varphi_1(q), \text{ якщо } q \geq q_1,$$

$$\varphi_0(q) = \varphi(q) + q \times r \times (C_{0П0} + C_{П0}) + D \times (C_{0П0} - P_{П0}), \quad (8)$$

$$\varphi_1(q) = \varphi(q) + q \times r \times (C_{0П1} + C_{П1}) + D \times (C_{0П1} - P_{П1}), \quad (9)$$

Нагадаємо, що відповідно до умов знижки справедливі нерівності $C_{П0} > C_{П1}$; $C_{0П0} > C_{0П1}$ і $P_{П} > P_{П0}$. Отже, для будь-якої точки q (у сфері $q > 0$) справедлива нерівність $\varphi_0(q) > \varphi_1(q)$.

Крім того, функція φ(q) є опуклою вниз (у зазначеній сфері виконується $\varphi > 0$) і має єдину точку мінімуму, яка буде перебувати лівіше точки $q_0 = \sqrt{2\tilde{N}_0 D / C_h}$, що дає стосовно до класичної моделі управління витратами, яка не враховує особливості розглянутої тут модифікації (вартість грошей у часі і пропоновану знижку) [3, с. 186].

Зазначені особливості (опуклість униз і існування єдиної точки мінімуму, розташованої лівіше q_0) належать також і до обох функцій $\varphi_0(q)$ і $\varphi_1(q)$.

Висновки: У розглянутій модифікації моделі системи управління витратами з урахуванням вартості грошей у часі і запропонованої знижки на ціну партії замовлення, передбачалося, що виплати витрат здійснюються за схемою пренумерандо, тобто моменти виплати співвідносяться з початком періоду поставки. Залежно від контрактних умов схема виплат таких витрат може припускати також реалізацію відповідних платежів і наприкінці періоду поставки, тобто при надходженні чергової партії замовлення.

Наведена в даній роботі модель оптимізації витрат допоможе менеджерам, що працюють у сфері управління витратами на підприємствах транспортної галузі, по новому ставити і вирішувати завдання оптимізації відповідних стратегій управління, досягаючи при цьому кращих результатів, причому без додаткових витрат капіталу.

Окрім того, отримані результати можуть бути використані підприємствами інших галузей промисловості, які впровадили або планують впроваджувати сучасну концепцію управління для обліку та управління витратами.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Лопатников Л.И. Популярный экономико-математический словарь. 3-е изд. М.: Знание, 1990. – 256 с.
2. Промыслов Б.Д., Жученко И.А. Логистические основы управления материальными и денежными потоками. (Проблемы, поиски, решения). – М.: Нефть и газ, 2004. – 245 с.
3. Терехов Л.Л. Математика для экономистов. М.: Финансы и статистика, 1983 – 347 с.
4. Хорнген Ч.Т., Фостер Дж. Бухгалтерский учет: управленческий аспект. – М.: Финансы и статистика. 1995. – 416 с.
5. Шеннон Р.Ю. Имитационное моделирование систем – наука и искусство / Пер с англ. Под. ред. Е. К. Масловского. – М.: Мир, 1978.
6. Шим Д., Сигел Д. Методы управления стоимостью и анализа затрат: Пер. с англ. М.: Информ изд. дом «Филинъ», 2002. – 44 с.

УДК 330.34:338.46

Киризюк С.В.
докторант відділу економіки і політики аграрних перетворень
Інституту економіки та прогнозування
Національної академії наук України

РОЗВИТОК КРЕАТИВНОЇ СІЛЬСЬКОЇ ЕКОНОМІКИ

У статті розкрито зміст та особливості розвитку креативного типу сільської економіки. Визначено передумови, ключові фактори та базові принципи її формування. Розкрито окремі механізми та інструменти розвитку креативної моделі сільської економіки.
Ключові слова: сільська економіка, креативна економіка, креативний сектор, сільське середовище.

Киризюк С.В. РАЗВИТИЕ КРЕАТИВНОЙ СЕЛЬСКОЙ ЭКОНОМИКИ
В статье раскрыто сущность и особенности креативного типа сельской экономики. Определено предпосылки, ключевые факторы и базовые принципы её развития. Раскрыто отдельные механизмы и инструменты развития креативной модели сельской экономики.
Ключевые слова: сельская экономика, креативная экономика, креативный сектор, сельская среда.

Kyryziuk S.V. DEVELOPMENT OF THE CREATIVE RURAL ECONOMY
The article deals with the nature and the features of the creative type of the rural economy. Defined the background, the key factors and the basic principles of its development. Disclosed certain mechanisms and tools of the creative rural economy.
Keywords: rural economy, creative economy, creative sector, rural environment.

Постановка проблеми. Розвиток глобальної економічної системи відбувається досить нерівномірно у всіх його проявах – хронологічному, географічному й ін., підтвердженням чого є загострення проблеми поляризації розподілу економічних благ на всіх рівнях: від глобального (між Північною та Південною півкулями) та міжрегіонального (між Північною Америкою, Європою, з одного боку, й Африкою та країнами Азії, з іншого) до внутрішньо-національного та локального. Сільські території особливо гостро піддані впливу цієї проблеми, що виражається не лише в наздоганяючій місто ролі, а й посилені поляризації між їх окремими одиницями. Наслідком цього є поява деградуючих та зникаючих сіл, а причинами з точки зору традиційної економічної науки – їх низька конкурентоспроможність, обумовлена обмеженістю ресурсів, просторовою віддаленістю тощо. У сучасному науковому середовищі визріла нова ідея економічного розвитку, основою якої є не обмежені традиційні ресурси (земля, капітал, праця), а безмежний ресурс людського розуму – креативне мислення, що стало базою формування нової економічної системи – креативної економіки.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Розвідки та пошук нових моделей економічного розвитку, зокрема на основі креативного потенціалу людини, з об'єктивних причин значно раніше стали предметом наукових досліджень у розвинених країнах (Великобританії, Австралії, Канаді, США та ін.), що обумовлено високим ступенем розвитку суспільства. Зарубіжним вченим вдалося не лише розробити теоретико-методологічні та методичні основи розвитку креативної економіки [1-3], а й опробувати отримані знання [4-5]. Оскільки концепція креативної економіки генерувалась під впливом процесу урбанізації суспільного розвитку, можливість її імплементації в умовах сільських територій вимагає спеціального дослідження. Незважаючи на те, що в зарубіжному науковому середовищі перші такі спроби уже започатковано [6-7], все ж залишається відкритими багато питань та аспектів щодо адаптивності креативної моделі розвитку в інших країнах.

Постановка завдання. З огляду на це в даному дослідженні ми спробували виділити особливості становлення креативної сільської економіки, основуючись на емпіричному досвіді зарубіжних країн, та узагальнити рекомендації щодо можливостей застосування креативної моделі для соціоекономічного розвитку сільських громад в Україні.

Виклад основного матеріалу. Креативна економіка досить нове явище в економічній теорії (друга половина 1990-х – перша половина 2000-х рр.), кристалізація основних положень якої ще не завершена. Розроблені теоретичні підходи до креативної економіки (галузевий, просторовий, професійний) хоч і мають певні специфічні вихідні положення, все ж єдині в твердженні щодо рушійної ролі людини з її креативним потенціалом, що генерує нові форми,

зміст та корисність, у розвитку нової моделі економіки. Окрім цього в згаданих підходах наголошується на міській природі креативної економіки. Незважаючи на це, феномен креативної економіки має місце і в сільській місцевості. Одним із найбільш успішних прикладів по праву можна назвати модель економіки графства Принца Едварда[1], яке позиціонується як «перша канадська креативна економіка».

За порівняно коротку історію графства (засновано в 1792 р.) пройшло декілька хвиль економічного зростання та занепаду, які створили передумови для становлення нової моделі економіки: розвинені судноплавні бухти (наслідок лісозаготівельної та лісосплавної доби розвитку – до 1860 р.); архітектурна спадщина григоріанського стилю (наслідок інвестування надвисоких прибутків фермерів від експорту зернових та хмелю в розвиток житлового будівництва протягом 1860-1890 рр.); декілька десятків забутих об'єктів доби промислового буму (наслідок активного розвитку харчової промисловості в 1890-1980 рр.). Нова хвиля економічного підйому регіону в значній мірі була обумовлена екзогенними процесами. Перш за все, сільська економіка регіону піддавалася впливу трансформацій, що мали місце в міській та глобальній економіках:

• зростання ролі третинного сектору;

• підвищення зайнятості працівників офісного типу – так звані «білі комірці» (протягом 1961-1991 рр. частка «білих комірців» у зайнятості в міській економіці в Канаді подвоїлась, досягнувши значення 28% від загальної кількості);

• зростання нестандартних форм зайнятості (підвищення рівня часткової зайнятості, зайнятості за контрактом, віддалена зайнятість);

• зростання технологічності та технічної оснащеності праці, у результаті чого цінність підвищення трудової кваліфікації зменшувалась, натомість зростала значимість рівня освіти та соціального капіталу працівника;

• необхідність постійного підвищення рівня інноваційності виробничих процесів та підходів, у результаті чого відбувається зростання попиту на новаторські / креативні ідеї;

• з підвищенням рівня ІКТ відбулись зміни в розміщенні та прив'язці до місця розташування видів діяльності міської економіки (переміщення з фабрик та заводів в офісні приміщення, а також зростання частки виконаних робіт на дому або віддалено, у тому числі в сільській місцевості);

• міська економіка стала високо інтегрованою у світову господарську систему, де кожна з них (економіка міст) зайняла своє місце. Так, провідні мегаполіси, такі як Лондон, Нью-Йорк, Токіо, стали світовими фінансово-економічними центрами, інші великі мегаполіси, як, наприклад, Торонто, функціонують як «передавальні станції», забезпечуючи зв'язок регіону чи країни з глобальною системою, у свою чергу невеликі міста виконують функцію проміжного елементу зв'язку з міською економікою для великої кількості сільських економік [8, с. 121-123].

Крім того, з розвитком якісної транспортної інфраструктури (у 1960-х рр. було збудовано магістраль Торонто-Монреаль) та поліпшення доступності приватного автотранспорту, відбувалось підвищення комунікаційних зв'язків регіону із зовнішнім середовищем. На початку 1980-х рр. розпочинається процес імміграції міських жителів у регіон. Більшість іммігрантів були середнього та старшого віку, що шукали нове якісне середовище для життя, а також комфортні умови праці. Регіональні особливості графства Принца Едварда більш ніж відповідали їх запитам:

• привабливий природний ландшафт та безпечне екологічне середовище;

• висока якість та історична цінність існуючого житла (григоріанський стиль);

• вдале географічне розташування (практично посередині транспортного коридору, що з'єднує Торонто-Оттаву-Монреаль, будучи на відстані 3-х годин автомобільного сполучення з крайніми пунктами), що дозволяло зберігати зв'язки з основними мегаполісами Канади.

Особливо користувався попитом регіон серед працівників творчих та креативних професій (художників, фотографів, дизайнерів, письменників тощо), для яких гармонія з природою мала цінність не лише для проживання, а й праці (через усамітнення з природою, пошук нових ідей, практичної реалізації проектів тощо). Протягом 1990-х рр. відбувалось активне насичення та урізноманітнення діяльності в сфері культури та креативу: на початку 2000-х рр. кількість зареєстрованих суб'єктів економічної діяльності в сфері креативної діяльності перевищувала 30 одиниць, у тому числі 10 художніх, 5 гончарних, 4 скло-майстерень, 2 фотостудії та ін., що забезпечували постійну зайнятість декільком десяткам жителів регіону. Крім того, додатково (не на постійній основі) у сфері креативних видів діяльності було зайнято понад три сотні сільських жителів. Таким чином, у регіоні сформувалась стала тенденція зростання ролі креативного сектору в сільській економіці, що заклало основу нового економічного підйому економіки регіону на засадах творчого та креативного потенціалу.

Якість природного та життєвого середовища відіграє ключову роль для приваблення, залучення й утримання творчих, креативних людей й відповідно розвитку креативної економіки. Якщо в епоху індустріального розвитку конкурентні переваги тої чи іншої території визначались станом інфраструктури, податковими стимулами, вартістю робочої сили, то в епоху економіки знань та інновацій визначальними факторами розвитку креативної економіки на певній території стали якість середовища – *специфічне сільське середовище*, що включає наступні компоненти:

• природне середовище – збереження природної первозданності оточуючого природного середовища;

• життєве середовище – гармонійне поєднання побутово-господарської діяльності членів сільського соціуму та суб'єктів сільської економіки з оточуючим середовищем на засадах традиційної культури господарювання;

• інституційне середовище – сукупність норм та правил, що регулюють соціально-економічні взаємовідносини між членами суспільства, суб'єктами господарської діяльності в сільській місцевості, й створюють сприятливі умови для зародження, розвитку та реалізації ідей.

Сільське середовище епохи постіндустріального розвитку відрізняється від того, яке існувало в індустріальну добу (табл. 1). Найбільш важливими характеристиками нового сільського середовища, на нашу думку, є, по-перше, переоцінка джерела економічного потенціалу сільських територій, яким стали знання та навички сільських жителів тобто людський капітал сільських територій, змістивши природний фактор на другий план, й по-друге, внаслідок скоро-

[1] Регіональний муніципалітет, розташований у південно-східній частині провінції Онтаріо (Канада) на узбережжі однойменного озера, займає територію 1,05 тис. км² з населенням 25,26 тис. осіб (густота – 24 осіб / км², 2011 р.) й відноситься до категорії сільських територій.

Таблиця 1

Порівняння властивостей старого та нового сільського середовища

Характеристики	Старе сільське середовище	Нове сільське середовище
База економічного розвитку	Наявність природних ресурсів є вирішальним й формує виробничу функцію території на локальному та глобальному рівнях	Наявність природних ресурсів менша важлива, натомість вирішальну роль у формуванні економічної функції відіграє якість людського капіталу (зокрема, освітньо-кваліфікаційна та творча складова)
Доступність капіталу	Ринок капіталу чітко розподілений, у результаті чого розвиток сільської економіки залежить від наявності внутрішніх резервів капіталу	Ринок капіталу менш розподілений, тому сільські території виступають рівноправним членом конкурентної боротьби на ринку капіталу
Транспортні витрати	Високі, що обмежує розвиток торгівлі та розширення ринку	Низькі, що сприяє розміщенню виробництв за принципом мінімізації витрат, сприяючи при цьому розвитку торгівлі
Зв'язок та взаємодія	Передача даних здійснюється досить повільно за високої ціни, що обмежує координацію й поширення інформації	Зв'язок – швидкий та відносно дешевий, що сприяє легкій координації та взаємодії
Конкуренція	Сільські території конкурують між собою в рамках країни	Сільські території конкурують між собою як у рамках країни, так і на глобальному рівні

Джерело: удосконалено автором за [9, с. 28]

чення транспортних витрат та полегшення комунікації віддалених територій зі світом нова економіка позбулася географічної прив'язки до місця розташування й у сучасних умовах оперує в просторі: регіональному, національному, глобальному. Варто відмітити, що природна складова хоч і відіграє певну роль у становленні нової сільської економіки, проте воно набуває цінності лише за умови високої якості всіх компонентів сільського середовище – природного, життєвого та інституційного.

Сільські території з якісним середовищем створюють певні *просторові переваги* для здійснення господарської діяльності на них, внаслідок перенесення цінності цього середовища на створений продукт. Проте в умовах постіндустріального середовища (економіки знань) просторові переваги приносять економічний результат за умови наявності високого рівня людського капіталу – *творчого креативу*, що є джерелом нових ідей, творчої діяльності, креативності. Сільські жителі з притаманною їм специфічною традиційною культурою мислення, господарювання, суспільної взаємодії, використовуючи просторові переваги можуть реалізувати свій творчий потенціал через реалізацію господарської функції тобто *креативної діяльності*, що формують сферу креативної сільської економіки (рис. 1).

Рис. 1. Компоненти креативної сільської економіки

Джерело: адаптовано автором за [7, с. 10]

Якісне сільське середовище як необхідна умова формування креативної сільської економіки має відповідати декільком базовим принципам:

• гармонійне включення природної компоненти в економічну діяльність, яка не порушує екологічного балансу;

• дотримання особистісної свободи людини-члена сільського соціуму, яка не обмежує колективні права й інтереси;

• відкритість та сприяння творчого індивідуального потенціалу.

Дотримання цих принципів у графстві Принца Едварда стало основою прискорення розвитку сільської економіки на нових засадах – креативного розвитку. Зростання ролі креативної сфери в сільській економіці регіону супроводжувалось трансформаціями й в традиційних галузях, перш за все, сільському господарстві й туристичній сфері.

У сільському господарстві регіону в післявоєнний період почалися процеси, що мали характер стагнації та поступового занепаду. У 1990-х рр. переважна більшість сімейних фермерських господарств були поглинуті великими агрохолдингами і втягнуті у глобальну агропродовольчу систему. Решта невеликих сімейних фермерських господарств своїм відновленням завдячують розвитку туризму та імміграції в регіон нових жителів, які стали для сільськогосподарської сфери джерелом як доходів, так і нових ідей. Однією з креативних ідей для розвитку сільського господарства регіону стало виноробство, яке ніколи не було притаманним для даних територій. Для підтримки розвитку нової галузі агропродовольчого виробництва була розроблена ціла низка заходів стимулювання внутрішнього попиту:

• включення місцевих вин до меню закладів харчування;

• включення відвідування місцевих виробників вин до туристичного «Дегустаційного маршруту»;

• рекламування та дегустація місцевих вин під час проведення регіональних кулінарних фестивалів та сільськогосподарських виставок;

• сприяння реалізації вин у торгівельній мережі регіону та ін.

Протягом перших восьми років від початку реалізації ідеї в регіоні було висаджено близько 300 га виноградників, інвестовано 45 млн дол у розвиток виноробства. У результаті розроблених заходів щорічні надходження від продажу вина, виробленого місцевими виробниками (12 винокурень), у 2004-2006 рр. у середньому складали 18 млн дол, маючи значний потенціал зростання (50-75 млн дол), що оцінюється приблизно у 40-50% ВДВ сільського господарства регіону.

Виноробство розглядається дещо більшим, ніж просто новітньою ідеєю диверсифікації аграрної складової економіки регіону, воно стало спільною

об'єднуючою метою для всієї сільської громади. Цінність виробленого продукту в даному випадку не обмежується лиш вина як такого, а має вищу вартість внаслідок специфічних природно-кліматичних умов, а також внаслідок соціальної взаємодії та духу підтримки цілої громади. Виноробство для регіону стало успішним прикладом виробництва сільськогосподарської продукції з високою доданою вартістю, що стало базовою стратегією розвитку дрібного фермерського господарства. Цьому сприяли декілька факторів, головні з них наступні:

• кількісне зростання попиту на агропродовольство, що обумовлено зростанням як постійного населення регіону (на 2% протягом 1996-2006 рр.), так і тимчасово прибулих туристів;

• якісні зміни попиту на продовольство за рахунок зростання споживчого попиту на традиційну, органічну та специфічну продукцію.

Сімейним фермерським господарствам досить важко конкурувати з великими агрокорпораціями, які за рахунок ефекту масштабу цілком повністю виграють цінову боротьбу на ринку агропродукції. Проте місцевим фермерам вдалося побудувати цілісну регіональну політику, пропагуючи ідею особливої цінності місцевої сільськогосподарської продукції та аграрного виробництва в цілому – аграрної автентичності. Вона будувалася на декількох вихідних положеннях:

• природно-кліматична сприятливість й екологічна безпека виробництва сільськогосподарської продукції в регіоні;

• сільськогосподарська традиція регіону, відповідно до якої історично сформованою формою організації сільськогосподарського виробництва в регіоні були невеликі сімейні ферми, функціонування яких розглядається невід'ємною складовою сільського середовища.

Пропагування ідеї аграрної автентичності забезпечувало місцевим фермерам постійний попит на сільськогосподарську продукцію, реалізовуючи її напряму кінцевим споживачам на основі сформованих коротких ланцюгів доданої вартості.

Як уже згадувалося раніше, збільшення потоку туристів та іммігрантів з достатнім рівнем доходів сприяло розвитку сфери харчування. Оскільки більшість таких закладів відкривалися місцевими жителями (у тому числі власниками фермерських господарств) та іммігрантами, які були зацікавлені в збереженні існуючого сільського середовища, вони активно підтримували ідею аграрної автентичності у своїй діяльності, пропонуючи унікальні традиційні страви й напої, приготовані з місцевих продуктів. Проте їх унікальність обґрунтовувалася не лише природно-сировинною цінністю, а доповнювалася цінністю історико-культурної спадщини місцевого кулінарного мистецтва. Також ідея аграрної автентичності підтримувалась завдяки розміщенню туристів у фермерських господарствах, що дозволяло відвідувачам повною мірою відчути особливості та переваги життя в традиційному сільському середовищі, а власникам отримати вищу економічну вигоду, проявивши високий рівень не лише гостинності й сервісу, а й нетрадиційності та творчості щодо оформлення садиб, приготування страв тощо. Більше того ідея здорового харчування з використанням місцевих продуктів, вирощених за традиційними технологіями в сприятливому природно-екологічному середовищі, переросла в масове явище, притаманне розвиненим країнам з високим ступенем урбанізації. На цій хвилі сільські господарі почали пропонувати туристам та іммігрантам спеціальні послуги з навчання кулінарному мистецтву: разові майтер-класи, кулінарні курси. Зокрема, й у графстві Принца Едварда члени фермерських родин почали відкривати кулінарні школи, які користуються високою популярністю серед міських господинь, які піклуються про здоров'я власних родин.

Цілком зрозуміло, що способи отримання додаткової вартості на основі сільськогосподарського виробництва обмежуються виключно людською здатністю генерувати новітні креативні ідеї, джерелом яких є креативний клас суспільства.

Реалізації нових ідей була націлена й підтримувалась розвитком сфери туризму в регіоні. Основна ідея розвитку туризму регіону полягала в урізноманітненні його видів та постійний пошук нових джерел приваблення та утримання туристів, розширюючи масштаби та період туристичної активності в регіоні.

Однією з таких креативних ідей, що використовувалась для підтримання розвитку туризму, стало використання місцевої традиції сільського способу життя та культурно-історичної спадщини. З цією метою реалізовувалось комплекс заходів, спрямованих на відновлення історичних будівель, виробництв, промислів тощо. У першу чергу, зусилля були спрямовані на реставрацію об'єктів історичної архітектури, що знаходились у комунальній власності: міської ратуші, паромної пристані тощо. Як уже згадувалось раніше, в регіоні збереглося багато будівель григоріанського стилю, що стало основною ідеєю для розробки туристичного «Архітектурного маршруту». Незважаючи на те, що більшість з них знаходились у приватній власності, власники були зацікавлені у включенні їх до туристичного маршруту як ефективної реклами, оскільки більшість з них надавали послуги щодо розміщення туристів у власних оселях.

Інша складова «Архітектурного маршруту» базується на відновленні старих традиційних виробництв (сироварні та консервного цеху), що мають історичну цінність як невід'ємні об'єкти господарського життя місцевої сільської громади. Підтримання їх діяльності здійснювалось цілим комплексом заходів, спрямованих на формування попиту не лише як пам'ятки архітектури, а й як виробника автентичного продовольства (включення до числа об'єктів «Дегустаційного маршруту», реалізація продукції в мережах закладів харчування та торгівельній мережі регіону тощо). Соціально-економічний ефект від реалізації даного проекту не обмежується лише надходженнями від приваблення туристів, а створює ланцюг взаємопов'язаних позитивних впливів внаслідок створення нових робочих місць у промисловості, підтримці попиту на традиційні види сільськогосподарської діяльності, що позитивно впливають на підтримання сільського середовища регіону.

Ще однією важливою креативною ідеєю для регіону стало створення театрального колективу, що було підтримано місцевою владою шляхом виділення для цих цілей будівлі, яка відповідала запитам даної діяльності й, крім того, мала важливу історичну цінність. Внаслідок залучення професіоналів до місцевого театру за декілька років він став осередком нової культурної традиції місцевих жителів, а також привабив туриста якісно нового типу – сімейних пар з середнім та високим рівнем доходів, які прагнули поєднати активний відпочинок з культурними заходами та якісним рівнем дозвілля. Як відповідь на зростаючий новий тип попиту в регіоні активно розширювалась мережа ресторанного бізнесу, що пропо-

нували широкий асортимент традиційних та нетрадиційних страв, підтримуючи та нарощуючи попит на сільськогосподарську сировину місцевих виробників. Крім того, результатом задоволення сформованого попиту на якісне дозвілля стало відродження або виникнення декількох десятків творчих спеціалістів та колективів сфери виконавчого мистецтва. Для підвищення популярності та сприяння розвитку місцевого виконавчого мистецтва на початку 2000-х рр. було ініційовано проведення джазового фестивалю в останній тиждень серпня. У цілому ідея масових культурних заходів у регіоні набула надзвичайної популярності серед відвідувачів, тому місцеві жителі та владні органи всіляко підтримують нові ідеї. Так, у середині 2000-х рр. було ініційовано проведення мистецького фестивалю, який проходить у другій половині вересня, свято місцевого кулінарного мистецтва, що відбувається в жовтні, фестиваль «Кленова провінція» (19-20 березня) та інші. Важливість цих заходів полягає в розширенні туристичного сезону, що не обмежується виключно літніми місяцями. Проте головна ідея таких креативних починань полягає в створенні системи взаємопов'язаних елементів розвитку сільської економіки, що охоплює більшість сфер економічної діяльності: від виробництва до обслуговування. З-поміж усіх згаданих масових заходів хотілось би зосередитись на останньому – «Кленова провінція». Це достатньо нова ідея для регіону (започаткована в 2002 р.), але ґрунтується на історичній традиції добування кленового соку й виробництва з нього сиропу корінного населення та перших поселенців. Політика збереження традиційних видів виробництв має багато позитивних ефектів, що сприяють сталому розвитку: з екологічної точки зору – збереженням природних ландшафтів як ареалів виробництва, з соціальної – підтримання зайнятості та збереження традиційних знань, з економічної – отримання доходів та розвиток віддалених сільських територій. Залучення споживачів до масових заходів, присвячених виробництву кленового сиропу, дозволяє «вдихнути життя, придати цінності» здавалося б «безликому» товару, розміщеному на одній із полиць супермаркету. Таким чином, сам споживач включається в процес підтримання сталого розвитку сільської економіки та сільських територій.

Успішність реалізації креативного потенціалу сільської території графства Принца Едварда підтверджується прискореним зростанням потоку туристів. Так, у результаті узгодженої й системної місцевої політики за 5-ть років (1999-2004 рр.) потік туристів зріс на 74%, а їх витрати збільшилися в понад 2,5 рази (з 25 до 65 млн дол). Крім того, постійно відбувається урізноманітнення туристичної діяльності (історико-культурний, мистецький, кулінарний та ін.).

У 2004 р. роль креативних видів діяльності в локальній економіці була визнана як осново формуюча поряд з традиційними для регіону секторами: сільським господарством, туризмом, харчовою промисловістю та сферою послуг, й запропоновано нову модель сільської економіки, основаної на реалізації творчо-креативного потенціалу (рис. 2).

У новій моделі сільської економіки креативний сектор розглядається як джерело та генератор нових ідей, впровадження яких відбувається не лише в даній сфері, а й в інших галузях. Креативний сектор виконує функціонально-комунікаційну функцію, що забезпечує ефективний зв'язок між традиційними галузями сільської економіки, прирощуючи створену ними вартість. Роль сільського господарства в новій моделі

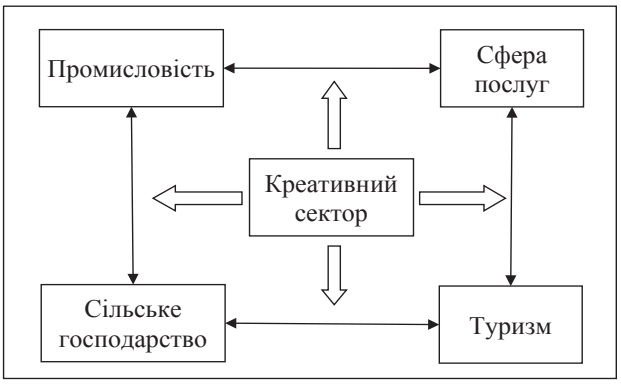


Рис. 2. Модель креативної сільської економіки: графство Принц-Едвард

Джерело: розроблено автором

не обмежується лиш виробничою функцією, а розширюється за рахунок сприйняття його як невід'ємного джерела збереження сільського середовища. При цьому туризм виконує важливу економічну (отримання прибутку) та інтеграційну (об'єднання галузей економіки) функції. Завдяки реалізації креативної моделі сільської економіки в графстві Принца Едварда було відновлено традиційні галузі промисловості (місцевий завод із виробництва твердих сирів, консервів та ін.), а сфера торгівлі набула нових рис динамічного розвитку. Таким чином, сільська економіка графства стала більш диверсифікованою, зменшивши рівень залежності та вразливості від впливу глобалізацій них процесів, використовуючи при цьому можливості, що генеруються зовнішнім середовищем.

Висновки. Підсумовуючи, треба зауважити, що виклики, загрози й руйнування усталеного економічного порядку потрібно розглядати як стимули для нових процесів розвитку.

У постіндустріальну епоху значно посилюються функціональні зв'язки між різними рівнями господарських систем й особливо актуалізується зовнішній вплив на сільську економіку. Структурні зміни в глобальній економіці створюють додаткові можливості для тих сільських економік, що володіють якісним середовищем для утримання творчих, креативних людей, що здатні генерувати нові ідеї.

Розвиток креативної моделі сільської економіки висуває підвищені вимоги до якості і середовища, і суб'єктів господарської діяльності, і споживачів креативної продукції. Ці вимоги стосуються не лише матеріальної частини – тобто високого рівня добробуту для придбання креативних товарів та послуг, а й духовної – усвідомлення їх цінності, що не обмежується їх функціональною корисністю, а насичує позитивними емоціями піднесення, задоволення та радості.

Стратегія розвитку креативної економіки графства Принц-Едвард досить унікальна, що накладає певні обмеження для її реалізації в інших сільських громадах без врахування специфічних особливостей. Незважаючи на це, важливість досвіду графства Принц Едвард полягає в здатності до постійної адаптації, використання внутрішніх переваг та відповідності потребам зовнішнього попиту.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Howkins J. (2001) The Creative Economy: how people make money from ideas. Penguin Group (USA) Incorporated.
2. Флорида Р. Креативный класс: люди, которые меняют буду-

щее. Пер. с англ. – М.: Издательский дом «Классика-XXI», 2005. – 421 с.
3. Лэндри Ч. Креативный город. – М.: Издательский дом «Классика-XXI», 2011. – 399 с.
4. Ling C., Dale A. (2011) Nature, place and creative class: Three Canadian case studies. Landscape and Urban Planning 99 (2011), PP. 239-247.
5. Альжанова Ф. Креативная экономика: теоретическая концепция и ее практическое применение [Електронний ресурс] / Ф. Альжанова – Режим доступу: www.kazinvestexpo.org/ru/lecture/view/473.
6. Клоудова Й. Влияние развития креативной экономики на экономически отсталые регионы / Й. Клоудова // Журнал новой экономической ассоциации. – 2010. – № 5. – С. 110-125.
7. Taylor D., Baeker G. (2008) Economic Restructuring through Culture in Small Towns and Rural Areas: Building Creative Rural Economies. The International Forum for the Creative Economy. 17 March 2008.
8. Coffey, W. J. (2000). Canadian Cities and Shifting Fortunes of Economic Development. Canadian Cities in Transition. T. Bunting and P. Filion. New York, Oxford: 121-150.
9. Hracs B. Culture in the Countryside: a Study of Economic Development and Social Change in Prince Edward County, Ontario. Graduate Program in Geography. York University. Toronto, Ontario. 2005, 148 p.

УДК 332

Мікловда В.П.
доктор економічних наук, професор
Ужгородського національного університету,
член-кореспондент
Національної академії наук України

ХАРАКТЕРИСТИКА СІЛЬСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА ЗАКАРПАТТЯ В КОНТЕКСТІ СТАЛОГО РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКИХ ТЕРИТОРІЙ

Стаття присвячена оцінці сучасного стану розвитку сільського господарства Закарпатської області. Визначено актуальність розвитку аграрного виробництва для забезпечення соціально-економічного піднесення сільських територій. Охарактеризовано особливості розвитку сільських територій Закарпаття. Стратегічними пріоритетами розвитку агропромислового комплексу Закарпатської області визначено органічне виробництво.
Ключові слова: сталий розвиток, сільські території, сільське господарство, органічне виробництво.

Микловда В.П. ХАРАКТЕРИСТИКА СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА ЗАКАРПАТЬЯ В КОНТЕКСТЕ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ СЕЛЬСКИХ ТЕРРИТОРИЙ
Статья посвящена оценке современного состояния развития сельского хозяйства Закарпатской области. Определена актуальность развития аграрного производства для обеспечения социально-экономического подъема сельских территорий. Охарактеризованы особенности развития сельских территорий Закарпатья. Стратегическими приоритетами развития агропромышленного комплекса Закарпатской области определено органическое производство.
Ключевые слова: устойчивое развитие, сельские территории, сельское хозяйство, органическое производство.

Miklovda V.P. DESCRIPTION OF AGRICULTURE of TRANSCARPATHIA IN THE CONTEXT OF SUSTAINABLE RURAL DEVELOPMENT
Article is devoted to assessing of current state of agricultural development in Zakarpattya region. Is determined the relevance of the development of agricultural production to ensure social-economic uplifting of rural areas. Are characterized features of the development of rural areas of Zakarpattya. Organic production is defined as strategic priorities of the development of agro industrial complex of Zakarpattya region.
Keywords: sustainable development, rural areas, agriculture, organic production.

Постановка проблеми. У період глобальних викликів світової економіки виникає потреба розробки заходів та механізмів сталого розвитку. Перед світовою спільнотою стоїть завдання вирішення проблем кліматичних змін, вичерпаності невідновлюваних ресурсів, особливо енергоносіїв, забруднення повітря і води тощо.

Ефективне подолання негативних тенденцій у розвитку сільського господарства та українського села, сприятиме вирішенню вищезазначених проблем та забезпеченню конкурентоспроможності нашої держави з економічними системами розвинених країн.

Сучасний етап розвитку України характеризується необхідністю пошуку нових, притаманних культурним та історичним особливостям суспільства, форм реалізації господарської діяльності, які б одночасно відповідали світовим тенденціям та механізмам досягнення мети раціонального використання наявних природних ресурсів [1].

Аналіз останніх досліджень. Слід зазначити, що проблеми сталого розвитку сільських територій і агропродовольчої сфери України знаходяться в центрі уваги вітчизняних вчених-економістів, політиків, господарників, громадських діячів, експертів, а також багатьох пересічних громадян, що переймаються питаннями забезпечення еколого-соціально-економічного розвитку сіл. Питання пов'язані із вище означеною проблематикою широко дискутуються в наукових працях провідних вчених. Серед яких дослідження О.М. Алимова, І.А. Іртищевої, І.М. Лицура, Е.М. Лібанової П.Т. Саблука, М.А. Хвесика та інших. Ними вже напрацьовані теоретичні положення, на базі яких можна робити певні узагальнення і проводити подальші дослідження. Проте вивчення даної проблематики в сучасних умовах господарювання залишається актуальним і потребує безперервного подальшого моніторингу і розробки спеціального інструментарію розвитку українського села.

Постановка завдання. На основі викладеного можна сформулювати завдання дослідження, яке полягає в оцінці сучасного рівня сільськогосподарського виробництва Закарпатської області в контексті сталого розвитку сільських територій.

Виклад основного матеріалу досліджень. Оптимального варіанту розв'язання проблем щодо формування достатніх масштабів розвиненості потенціалу сталого розвитку України та забезпечення результативності стратегічного управління загальноекономічними зрушеннями в державі можна досягти лише в разі: а) запровадження процесно-алокаційної технології, сформованої при синхронному використанні положень макросистемної еволюції, структурно-інформаційної надійності систем, засобів процесного та алокаційного управління; б) генерування в межах національної економічної системи організаційно-економічних передумов задля регенерації реального сектору української економіки, що уможливить його еволюційну стійкість функціонування, яка передбачатиме інваріантність реалізації інтеграційних процесів вибору держави; в) формування адекватної системи оцінювання та прогнозування результативності управління формуванням потенціалу сталого розвитку на засадах реалізації базових положень відповідної концепції задля: нарощення сукупних ресурсів, резервів і можливостей різної природи; убезпечення збалансованого розвитку вітчизняної промисловості; визначення об'єктивної траєкторії та оптимальної для України макроекономічної моделі управління формуванням, нарощення та раціоналізацією освоєння потенціалу сталого розвитку в контексті реалізації інтеграційного вибору держави [2].

Заслуговує схвалення трактування сутності цивілізаційного прогресу на засадах людиноцентричності соціуму, економіки та екології. Головною передумовою і водночас результатом успішного розвитку визначено справедливість по відношенню до тих поколінь, які нині живуть, і до тих, які прийдуть у цей світ у майбутньому [3].

В умовах децентралізації для економіки багатьох європейських країн та України, питання розвитку аграрного виробництва є надзвичайно актуальним, особливо, для забезпечення соціально-економічного піднесення сільських територій. Сільську місцевість розглядають не тільки як місце проживання значної частини населення, а також як невід'ємну частину аграрного сектора, якому належить вагома роль у забезпеченні продовольчої безпеки країни.

Для Закарпатської області можна виділити ряд особливостей, які мають вплив на розвиток сільських територій:

• незначна кількість земель сільськогосподарського призначення, близько половини цих земель знаходиться в гірській та передгірній місцевості, де природно-кліматичні умови не є сприятливими для ефективного землеробства;

• найбільша серед регіонів, за винятком Криму, кількість комфортних днів за кліматичними умовами. Враховуючи наявні в області цілющі родовища мінеральні і термальні води, живописні лісові комплекси, багаті історико-культурні надбання, створюються унікальні можливості для розвитку рекреаційно-туристичної галузі області;

• вигідне геоекономічне розташування між чотирма країнами Центральної Європи (Польщею, Словаччиною, Угорщиною і Румунією) і двома областями України (Львівською та Івано-Франківською), з якими є автомобільне і залізничне сполучення;

• переважаюча частка сільського населення та низька зайнятість економічно активного населення, його висока трудова міграція, що спричинює низку соціально-економічних проблем;

• зайнятість значної кількості населення (переважаюча частка в області є сільським населенням) низькопродуктивною працею (нетоварне землеробство, випасне скотарство та ін.) для забезпечення суто фізіологічних потреб. Це спричиняє негативний вплив на психологію певної частини людей, і віддаляє їх від загальнонаціональних і євро інтеграційних процесів та проявляє пасивність у громадсько-політичному житті.

Відсутність власних енергогенеруючих потужностей для самозабезпечення потреб області, за умови наявності найбільшого в Україні потенціалу відновлюваних енергетичних ресурсів, зокрема унікального потенціалу гірських річок та геотермальних джерел.

Традиційно в Закарпатті розвиваються лісова і деревообробна промисловість (виробництво меблів, пиломатеріалів, шпону, паркету), лісохімічна (продукти переробки деревини), харчова промисловість (виробництво вина, коньяку, плодоконсервної продукції, безалкогольних напоїв та мінеральної води), легка промисловість (швейні і трикотажні вироби, білизна, пальта, куртки, костюми чоловічі, взуття, головні убори), машинобудування (металорізальні верстати, електродвигуни, арматура трубопровідна, побутові газові конвектори, газові лічильники), промисловість будматеріалів (виробництво щебеню, облицювальних матеріалів), добувна промисловість (сіль, цеоліт, золото тощо), переробна промисловість.

За підсумками 2013 року індекс виробництва промислової продукції області в порівнянні з 2012 роком зменшився на 3,1%, тоді як у цілому по Україні мало місце спадання на 4,3 відсотка. Загальне виробництво продукції сільського господарства за розрахунками у всіх категоріях господарств за 2013 рік збільшилося на 2,5%, у тому числі в сільськогосподарських підприємствах відбулося зменшення на 3,4%, а в господарствах населення зростання – на 2,9%. За рейтинговим показником обсягу продукції сільського господарства за підсумками 2013 року область займає 25 місце, за поголів'ям великої рогатої худоби – 18 місце, за поголів'ям корів – 12 місце, свиней – 15 місце, овець та кіз – 3 місце [4].

За роки незалежності змінилося співвідношення площі сільськогосподарських угідь Закарпаття на користь господарств населення, розмір землеволодіння яких зріс більше ніж у шість разів. Важливий крок зроблено у формуванні нової організаційної структури аграрного сектора – сільськогосподарського підприємства на засадах приватної власності на землю та інші засоби виробництва.

Важливу частину земель Закарпаття займають сільськогосподарські угіддя – пасовища, сінокоси та орні землі. Згідно форми 6-зем Головного управління земельних ресурсів у Закарпатській області сільськогосподарських земель нараховується 470,2 тис га.

Узагальнюючим показником розвитку агропромислового комплексу, що входить до комплексної оцінки соціально-економічного розвитку регіонів України є темп зростання (зменшення) валової продукції сільського господарства.

Зокрема, рейтинговий показник індексу обсягу сільськогосподарського виробництва за підсумками 2013 року становить 102,5 відсотка, за 2012 рік – 104,0 відсотка, за 2011 рік – 105,4 відсотка, 2010 рік – 97,1 відсотка.

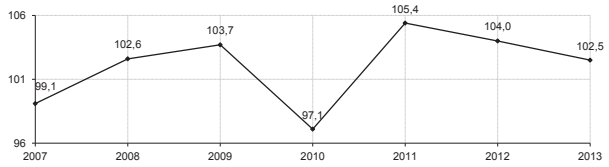


Рис. 1. Динаміка індексу обсягу сільськогосподарського виробництва Закарпатської області (відсотків до попереднього року) [4]

Починаючи з 2011 року, з кожним роком на Закарпатті спостерігається поступове збільшення обсягів валової продукції сільського господарства, переважна більшість якої виробляється в господарствах населення.

Галузева структура валової продукції сільського господарства Закарпаття характеризується рівномірним розподілом між результатами виробництва рослинництва і тваринництва.

Тенденція змін валової продукції сільського господарства свідчить про рівномірне нарощування обсягів виробництва і може бути представлена у вигляді полінома третього степеня $y=5{,}9563t^3+64{,}434t+3807{,}6$.

Прогнозні значення валової продукції Закарпатської області визначені з високим рівнем істотності (рис. 2).

Рис. 2. Динаміка галузевої структури валової продукції сільського господарства Закарпатської області

Авторські розрахунки на основі статистичних даних

Щодо фінансових результатів діяльності, то слід відмітити про значну частку збиткових сільськогосподарських підприємств Закарпаття. У 2013 році частка збиткових підприємств становила 41,7%. Проте, у цілому, по всій сукупності сільгосппідприємств, фінансовий результат становив 7,6 млн грн,

Таблиця 1

Валова продукція сільського господарства Закарпатської області

(у постійних цінах 2010р.; млн грн)

	2009	2010	2011	2012	2013
Валова продукція – всього	**3951,7**	**3838,3**	**4044,8**	**4207,3**	**4312,9**
у тому числі					
сільськогосподарські підприємства	187,4	144,5	205,1	233,2	225,2
господарства населення	3764,3	3693,8	3839,7	3974,1	4087,7

Джерело: [4]

Таблиця 2

Динаміка галузевої структури валової продукції сільського господарства Закарпатської області

(у постійних цінах 2010 р.;млн грн)

	2009	2010	2011	2012	2013
Продукція рослинництва	1911,2	1771,2	1968,2	2078,6	2128,6
у тому числі					
сільськогосподарські підприємства	109,6	82,7	138,5	160,4	148,5
господарства населення	1801,6	1688,5	1829,7	1918,2	1980,1
Продукція тваринництва	2040,5	2067,1	2076,6	2128,7	2184,3
у тому числі					
сільськогосподарські підприємства	77,8	61,8	66,6	72,8	76,7
господарства населення	1962,7	2005,3	2010,0	2055,9	2107,6

Джерело: [4]

Таблиця 3

Основні фінансово-економічні показники діяльності сільськогосподарських підприємств

	2009	2010	2011	2012	2013
Кількість сільськогосподарських підприємств, од	68	59	55	44	48
Збиткові підприємства кількість, од.	33	27	26	20	20
питома вага в загальній кількості, %	48,5	45,8	47,3	45,5	41,7
Фінансовий результат від сільськогосподарської діяльності, прибуток, збиток (–), млн грн	–13,2	–10,4	-0,6	10,0	7,6
Рівень рентабельності, збитковості (–) фінансово-господарської діяльності сільськогосподарських підприємств, %	–10,9	–11,7	-0,4	6,8	4,9
Рівень рентабельності, збитковості (–) реалізації, %					
продукції сільського господарства	–11,1	–13,3	-0,5	6,3	4,5
продукції рослинництва	4,5	–11,3	3,3	13,1	10,6
продукції тваринництва	–24,1	–15,7	-5,4	-2,7	-3,8

Джерело: [4]

а рівень рентабельності фінансово-господарської діяльності склав 4,9%. У 2012 та 2013 роках додатне значення рентабельності реалізації сільськогосподарської продукції досягнуто виключно за рахунок прибуткового рівня реалізації продукції рослинництва, а рентабельність реалізації продукції тваринництва за весь досліджуваний період носить від'ємні значення.

Внаслідок малоземельності, ведення сільського господарства в області має свою специфіку і особливості. Площа сільськогосподарських угідь, на яких вирощується сільськогосподарська продукція займає 35 відсотків території області. Область характеризується вертикальною зональністю – наявні низинна, передгірська і гірська підзона, дві третини території області відносяться до гірської місцевості, що знижує потенційні можливості збільшення приросту отримання сільськогосподарської продукції.

Тривалий час головне завдання сільського господарства полягало в нарощуванні обсягів виробництва продукції та розширенні її асортименту для задоволення потреб населення. Перевага при цьому надавалася індустріалізованим методам агровиробництва, які не володіють ґрунтозахисними функціями. Все це призвело до стрімкого збільшення витрат вичерпних природних ресурсів і деградації ґрунтів.

Заслуговує на увагу думка [5], що для забезпечення передумов формування системи сталого розвитку сільських територій, одним першочергових напрямів є розроблення механізмів раціонального землекористування.

Протягом останніх років відбувається зміна пріоритетів розвитку агропромислового комплексу Закарпатської області шляхом реформування великотоварних колективних підприємств, що призводить до їх подрібнення. Незначна кількість сільськогосподарських підприємств, що займаються виробництвом продукції органічного землеробства, зумовлена тим, що органічні або екологічно чисті продукти або так звані продукти харчування під логотипами (organic food), повинні вироблятися за принципами, правилами та методами органічного виробництва з дотриманням всіх етапів його виробництва (вирощування, переробки, транспортування, сертифікування).

Більш позитивна тенденція спостерігається на Закарпатті у виробництві органічної продукції в галузі тваринництва та при вирощуванні картоплі, овочів та фруктів, де застосовується органічне землеробство майже повністю.

Гостра необхідність збереження навколишнього середовища і забезпечення населення якісними продуктами харчування актуалізує пошук та використання нових альтернативних інтенсивних моделей сільськогосподарської діяльності, в основі яких лежить концепція одержання високоякісного врожаю без шкоди довкіллю завдяки вивченню і врахуванню природних процесів. До альтернативних методів сільськогосподарського виробництва відносять органічне землеробство (organic farming).

Органічне виробництво характеризується наступними перевагами: зменшення залежність від промисловості й інших галузей економіки, зростання самозабезпечення та самопідтримання господарств, захист навколишнього середовища, консервація обмежених ресурсів, виробництво екологічно чистих, корисних для здоров'я людини продуктів харчування, зменшення споживання енергії, налагодження прямих зв'язків із споживачами продукції.

За визначенням, наведеним у Постанові Ради ЄС 834/2007 [6], «органічне виробництво – цілісна система господарювання та виробництва харчових продуктів, яка поєднує в собі найкращий досвід з огляду на збереження довкілля, рівень біологічного різноманіття, збереження природних ресурсів, застосування високих стандартів належного утримання тварин та метод виробництва, який відповідає певним вимогам до продуктів, виготовлених із застосуванням речовин і процесів природного походження».

Органічна продукція вирізняється своєю корисністю та смаковими якостями.

З метою розширення органічного виробництва в Україні, необхідно:

- здійснити перехід до політики перехресної відповідальності, за якою запроваджується залежність виплати субсидій від дотримання базових екологічних вимог щодо стану сільськогосподарських угідь, умов гігієни та догляду за тваринами;
- запровадити цільову підтримку спеціальних заходів агроекологічного спрямування в процесі виробництва сільськогосподарської продукції (органічне сільське господарство);
- забезпечити екологічно доцільне заліснення та консервацію сільськогосподарських земель, залуження сільськогосподарських угідь; збереження сільських ландшафтів, пейзажів, зелених насаджень, заболочених ділянок, канав, лісопосадок, флори і фауни тощо.

Висновки. Розвиток сільського господарства та сільських територій Закарпаття необхідно розглядати в загальнонаціональній системі. Підтримку сільського розвитку можна забезпечити шляхом диверсифікації доходів у сільській місцевості, поліпшення якості аграрної продукції та її маркетингу, дотримання базових стандартів захисту навколишнього природного середовища, навчання новим технологіям. Технології органічного землеробства, які стрімко поширюються в усьому світі підтверджують і доводять стратегічні пріоритети даного виду сільськогосподарського виробництва для Закарпатської області та України, у цілому.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Системні аспекти капіталізації природних ресурсів / [за наук. ред. акад. НААН України, д.е.н., проф. М.А. Хвесика]; Державна установа «Інститут економіки природокористування та сталого розвитку Національної академії наук України». – К.: ДУ ІЕПСР НАН України, 2013. – 72 с.
2. Потенціал сталого розвитку України на шляху реалізації інтеграційного вибору держави: монографія / О.М. Алимов, І.М. Лицур, В.В.Микитенко та ін. – К.: ДУ ІЕПСР НАН України, 2014. – 520 с.
3. Сталий людський розвиток: забезпечення справедливості: Національна доповідь / кер. авт. колективу Е.М. Лібанова / Інститут демографії та соціаль-них досліджень ім. М.В. Птухи. – Умань: Видавничо-поліграфічний центр «Візаві», 2012. – 412 с.
4. Статистичний збірник «Сільське господарство Закарпаття за 2009-2013 роки». – Ужгород: Головне управління статистики в Закарпатській області. – 2014. – 52 с.
5. Іртищева І.О. Раціональне природокористування як елемент сталого розвитку сільських територій / І.О. Іртищева, Т.В. Стройко // Економіст. – 2014. – № 2. – С. 34-37.
6. Постанова Ради (ЄС) № 834/2007 від 28 червня 2007 року стосовно органічного виробництва і маркування органічних продуктів, та скасування Постанови (ЄЕС) № 2092/91 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http:// www. organicstandard. com.ua/.../Постанова%20Ради.

УДК 334.716:339.9

Ніколаєнко Д.В.
аспірант
Дніпропетровського університету імені Альфреда Нобеля

МЕТОДИЧНА БАЗА ОЦІНКИ ЕКОНОМІЧНОЇ ІНТЕГРАЦІЇ ПІДПРИЄМСТВ

У статті розглядається цілий ряд питань, пов'язаних з аналізом економічної інтеграції. Автором представлений детальний огляд існуючих систем індикаторів які застосовуються для вимірювання ступеня секторальної економічної інтеграції. Вивчено теоретичні підходи до проведення процедури аналізу вигідності інтеграції. Наведено алгоритм побудови зведених індикаторів. Визначено, що процеси секторальної інтеграції не протікають автономно, а значить повинні аналізуватися в контексті глобалізації світової економіки в цілому.
Ключові слова: методика, економічна інтеграція, система індикаторів.

Николаенко Д.В. МЕТОДИЧЕСКАЯ БАЗА ОЦЕНКИ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ИНТЕГРАЦИИ ПРЕДПРИЯТИЙ
В статье затрагивается целый ряд вопросов, связанных с анализом экономической интеграции. Автором проведен подробный анализ существующих систем индикаторов, используемых для измерения степени секторальной экономической интеграции. Изучены теоретические подходы к проведению процедуры анализа выгодности интеграции. Приведен алгоритм построения сводных индикаторов. Определено, что процессы секторальной интеграции не протекают автономно, а значит должны анализироваться в контексте глобализации мировой экономики в целом.
Ключевые слова: методика, экономическая интеграция, система индикаторов.

Nikolaenko D.V. THE ENTERPRISES INTEGRATION ECONOMIC EVALUTION METHODICAL BASE
The article covers a number of important issues related to the analysis of economic integration. The author provides a thorough overview of the existing systems of indicators that are used to measure regional economic integration. The theoretical approaches have been studied to utility integration analysis procedure conducting. The summary indicators construction algorithm is shown. It has been determined that the sectorial integration processes do not occur independently, and hence should be analyzed in the context of the world economy globalization.
Keywords: economic integration, system of indicators.

Постановка проблеми. Сучасний стан промисловості України свідчить про її структурне розгалуження й ускладнення взаємодії між окремими секторами, для яких характерні глибокі відмінності в темпах і стійкості економічного зростання, продуктивності основних відтворювальних процесів, інституційних характеристиках, інфраструктурному забезпеченні та ін. Проте, у процесі такого структурного розгалуження виникають нові можливості для ефективної взаємодії між сумісними в організаційному та інституційному відносинах (комплементарними) секторами промисловості з метою формування конкурентних переваг.

Актуальність теми. На сьогоднішній день у науковій літературі домінують якісні оцінки ефективності функціонування інтеграційних об'єднань, які звичайно підкріплені деяким набором статистичних даних. Типове дослідження інтеграційних об'єднань починається з історичного екскурсу, далі розглядаються інституційна структура та договірна база угруповання, аналізуються статистичні дані по об'єднанню, велика частина з яких, слід зазначити, відноситься до економік окремих країн-членів, ніж об'єднанню в цілому. Часто при характеристиці сучасного стану та перспектив розвитку угруповання керуються заявами політичним лідерів країн-членів та інших високопоставлених осіб. Не применшуючи важливості вищенаведених аспектів аналізу, слід зазначити, що відчувається явна нестача комплексного підходу до оцінки позитивних і негативних ефектів секторальної економічної інтеграції (СЕІ), ступеня інтегрованості, результативності об'єднань, а також визначення об'єктивних кількісних критеріїв, які дозволили б більш строго віднести те чи інше об'єднання до категорії «успішних» або «неуспішних». У наявності відсутність цілісної методологічної бази оцінки економічної інтеграції.

Ступінь розробленості проблеми. Останнім часом з'явилося чимало робіт, націлених на заповнення даного пробілу. У більшості з них автори пропонують як інструмент вимірювання СЕІ використовувати систему індикаторів, до якої включаються численні статистичні індекси різного рівня складності.

Необхідно виділити наступні основні напрями розробки зазначеної проблеми:

– концептуальні аспекти розвитку складних соціально-економічних систем, що володіють високим рівнем розгалуження розроблені в класичних працях В. Андерсона, Дж. Гилберта, М. Мікика та ін. [4; 8];

– інтеграційна взаємодія між секторами однієї і тієї ж системи або різними системами соціально-економічних відносин в умовах формування глобального світового господарства і постіндустріальних перетворень знайшла відображення в роботах І. Ансоффа, П. Ліндерта та ін. [1-2].

Разом з тим, аналіз робіт вітчизняних і зарубіжних дослідників дозволяє дійти висновку про недостатню розробленість низки суттєвих аспектів заявленої наукової проблеми і, насамперед: обґрунтування методичного підходу до дослідження процесу оцінки економічної інтеграції. Дані обставини зумовили визначення наступної мети статті: здійснити критичний аналіз існуючих систем індикаторів які застосовуються для вимірювання ступеня економічної інтеграції.

Виклад основного матеріалу. Серед сучасних робіт з питання секторальної економічної інтеграції слід особливо виділити публікацію Євразійського банку розвитку (ЄАБР), в якій запропонована оригінальна методологія вимірювання рівня інтеграції, яка використовується для оцінки ефективності інтеграційного співробітництва [3]. По-перше, автори проводять відмінність між кооперацією та секторальною інтеграцією. Перша являє собою співробітництво держав, тоді як друга – економічних суб'єктів країни.

У рамках секторальної інтеграції вироблено два аспекти, що вимагають окремого розгляду: інтеграція ринків і конвергенція економічних систем. У рамках інтеграції ринків аналізуються масштаби потоків товарів, послуг і капіталу, структура цін, поведінка споживачів і масштаби секторальної спеціалізації. Конвергенція економічних систем розглядається з позицій зближення ключових економічних показників членів угруповання. Підхід ЄАБР підкреслює багатогранність і складність форм секторальної взаємодії, а також необхідність комплексного підходу до вимірювання різних проявів секторальної інтеграції.

Вибір індексів являє собою важливий етап побудови системи індикаторів. Зокрема, у літературі з даної тематики часто посилаються на підхід В. Андерсона, який виділив наступні критерії відбору індикаторів [4]:

a. критерії «від протилежного»:

– індикатори самі по собі мають нести описовий характер, ніж оціночний;

– індикатори не обов'язково повинні бути прив'язані до інструменту реалізації будь-якої політики;

– індикатори не обов'язково повинні бути новими;

– індикатори не повинні базуватися на будь-якій теорії економічного, людського та соціального розвитку;

b. власне критерії:

– індикатори або інформація, на основі якої вони розраховуються, повинні бути доступними і недорогими;

– індикатори повинні бути простими для розуміння;

– індикатори повинні ставитися до вимірюваним величинам;

– індикатори повинні вимірювати щось, що має самостійну важливість і значення;

– часовий лаг між реальним станом справ і виходом індикаторів які їх описують повинен бути коротким;

– бажано, щоб індикатори базувалися на інформації яка може бути використана для порівняння, різних підприємств, груп і т.п.;

– індикатори повинні бути придатні для міжнародних зіставлень.

Система індикаторів СЄІ може охоплювати всі аспекти інтеграційного процесу, або ж обмежуватися аналізом окремих її зрізів, секторів. Наприклад, у Системі індикаторів економічної інтеграції яка запропонована Економічною комісією для Африки, пропонуються 4 рівня: становий, регіональний, секторальний і континентальний [8]. Окрему проблему представляє членство значного числа країн у декількох об'єднаннях, що ускладнює завдання виділення ефектів окремих інтеграційних угод.

Ряд дослідників фокусують аналіз на потенційної (апріорної) вигідності інтеграції. Ці дослідження багато в чому сходять до відомої гіпотези «природних торгових партнерів», згідно з якою інтеграційні процеси найбільш успішні в рамках країн, ступінь економічної взаємодії між якими була високою ще до моменту створення об'єднання. Ф. Де Ломберде і Л. Ван Лангенхов як приклад наводять підхід Є. Бесту, який запропонував вимірювати складності, перед якими стоять перед суб'єктами які планують інтегруватися [7] (табл. 1).

Враховуючи весь спектр перерахованих підходів і труднощів, що виникають при аналізі процесів економічної інтеграції, Де Ломберде і Л. Ван Лангенхова пропонують свою власну класифікацію змінних економічної інтеграції (табл. 2).

Таблиця 1

Ключові параметри складності в інтеграційних об'єднаннях за Є. Бесту [5]

Ключові змінні	Конкретні показники
Число суб'єктів-учасниць	
Різні рівні розвитку	
Ступінь охоплення	Кількість охоплених секторів. Число виключених «чутливих» секторів. Число винятків.
Тип впливу	Сила впливу: на макроекономічні змінні, потоки, населення і т.п. Тип впливу: розподіл вигод і витрат, ступінь невизначеності, тимчасові лаги і т.п.
Перспективи	
Ступінь реальної взаємозалежності	Ступінь комплементарності. Внутрішньо-групова торгівля. Ступінь транснаціональної взаємодії. Ступінь транс-управлінської взаємодії. Важливість політичних зв'язків.
Погляди, цінності і норми	Схожість поглядів на природу, цілі і важливість інтеграційного процесу. Ставлення до інституціоналізації. Сприйняття єдиної (секторальної) ідентичності.

Таблиця 2

Підхід Ф. Де Ломберде і Л. Ван Лангенхова до класифікації змінних в економічної інтеграції [7]

Категорії	Субкатегорії
I. Учасники	Число інтеграційних об'єднань. Число і якісні характеристики учасників процесу прийняття рішень. Рівень активності учасників. Думки і погляди учасників (за результатами опитувань). Паралельне членство в інших інтеграційних об'єднаннях.
II. Структурні фактори	Близькість учасників. Структурна комплементарність. Структурна асиметрія. Історичні форми співробітництва, інтеграції, конфліктів.
III. Інституціоналізація	Число договорів і угод. Зміст договорів та угод. Тимчасові рамки договорів і угод. Створення інститутів. Домовленості з загальних політикам і їх координації Поступовість, винятки та диференційований підхід.
IV. Виконання	Статус виконання спільних договорів. Статус виконання спеціальних угод. Ступінь досягнення критеріїв конвергенції.
V. Ефекти	Людський розвиток. Економічне зростання. Торгівля. Потоки капіталу.
VI. Взаємозалежність	Мобільність громадян. Політична взаємозалежність. Економічна взаємозалежність (торгівля, потоки капіталу, кореляція рівнів активності, симетрія шоків і т. п.). Інформаційні потоки.

Серед найбільш істотних труднощів, які виникають у процесі дослідження економічної інтеграції є наступні: знаходження балансу між якісними і кількісними індикаторами, а також облік паралельного членства в декількох інтеграційних об'єднаннях.

Підхід Г. Хуфбауера і Дж. Шотта заснований на відомій послідовності стадій економічної інтеграції, запропонованої Б. Балассом. Автори виділяють дві категорії індикаторів: індикатори досягнутого рівня інтеграції та індикатори готовності до подальшої інтеграції (табл. 3).

Таблиця 3

Підхід Г. Хуфбауера і Дж. Шотта до економічної інтеграції [9]

Індикатори успіху економічної інтеграції	Індикатори готовності до подальшої інтеграції
– вільна торгівля товарами та послугами; – вільний рух капіталу; – вільний рух робочої сили; – надрегіональні інститути; – координація монетарної політики; – координація фіскальної політики.	– стабільність цін; – бюджетна дисципліна; – зовнішній борг; – стабільність валютного курсу; – політики, засновані на ринкових принципах; – опора на торгові мита; – функціонуюча демократія.

Кожен індикатор оцінюється за шкалою від 0 до 5, після чого розраховується середнє арифметичне для кожної категорії індикаторів. Запропонована методика відрізняється простотою розрахунків і прозорістю одержуваних результатів, однак кілька грубувата і не враховує безліч раніше зазначених факторів.

Продовжуючи використовувати запропонвану Балассом схему в якості основи свого аналізу Е. Дорруччі, С. Фірпо, М. Фратцшер і Ф. Монгеллі пропонують використовувати індекс інституційної економічної інтеграції, що розраховується послідовним підсумовуванням балів по кожному етапу економічної інтеграції. Кожен етап оцінюється за шкалою від 0 до 25, а значить сам індекс варіюється в межах від 0 (відсутність економічної інтеграції) до 100 (повна економічна інтеграція, у тому числі монетарна та фіскальна). Крім індексу інституціональної економічної інтеграції автори оцінюють фактичну економічну інтеграцію на основі набору індикаторів:

– синхронізація економічних циклів;
– конвергенція темпів інфляції;
– мінливість валютного курсу;
– торгова відкритість і інтеграція;
– інтеграція фінансових ринків;
– конвергенція процентних ставок;
– конвергенція доходів.

Наступний аналіз економічної інтеграції пов'язаний з вимірюванням взаємодії індексу інституціональної економічної інтеграції з індексом фактичної економічної інтеграції за допомогою кластерного аналізу та векторної авторегресії.

Оригінальна система індикаторів була запропонована Д. Дж. Деннісом і А.З. Юсофом. Даний підхід також базується на запропонованій Балассом схемою [6]. У повній версії даної системи економічних індикаторів включено 145 індикаторів, з яких окремо визначимо 9 ключових індикаторів для початкових етапів моніторингу:

– експорт всередині учасників об'єднання;
– імпорт всередині учасників об'єднання;
– внутрішньорегіональна торгівля;
– внутрішньогалузева торгівля;
– застосування загального ефективного преференційного тарифу;
– прямі іноземні інвестиції;
– транснаціональність учасників об'єднання;
– іноземні активи і пасиви;
– портфельні інвестиції.

Економічна і соціальна комісія для Західної Азії розробила індекс секторальної інтеграції для арабських країн який вимірює відкритість і взаємопов'язаність окремих країн по відношенню до всього регіону [10]. У розрахунку індексу використовуються лише чотири змінних:

– відкритість до внутрішньо-секторальної торгівлі;
– відкритість до внутрішньо-регіональних інвестицій;
– відкритість до внутрішньо-регіональних грошовим переказам робітників;
– відкритість до внутрішньо-регіональних туризму.

На завершення автори наводять низку рекомендацій і вимог для побудови надійної системи індикаторів PEI. Зокрема, автори конкретизують і доповнюють запропонований Андерсоном список критеріїв до індикаторів такими властивостями, як доречність і концептуальна ясність (особливо при паралельному членстві в кількох об'єднаннях), точність і надійність використовуваних технічних процедур та статистичних даних, доступність даних (особливо в разі найменш розвинених країн), своєчасність і порівнянність індексів. Відносно класифікації індикаторів можуть бути використані наступні критерії:

– залежно від сфери політики (економічна, соціальна, міграція, сільське господарство, тощо);
– дисциплінарний підхід (політологія, економіка, географія і т.п.);
– логіко-функціональний підхід (вхідні/вихідні змінні, процесні змінні).

Важливо розрізняти індикатори, що вимірюють інституційний аспект інтеграції та реальну інтеграцію. Більш того, для інтегральної оцінки ступеня економічної інтеграції пропонується використовувати зведені індекси, які могли б потім використовуватися в якості пояснень змінних в економетричних моделях. У таблиці 4 наведено покроковий алгоритм побудови зведених (композитних) індикаторів:

Таблиця 4

Алгоритм побудови композитних індикаторів

Крок	Опис
1	Розвиток теоретичної концепції
2	Відбір даних
3	Дослідний багатовимірний аналіз
4	Оцінювання відсутніх даних
5	Нормалізація індикаторів
6	Зважування і агрегування індикаторів
7	Аналіз на працездатність і чутливість звідних індикаторів
8	Зв'язок з іншими змінними / індикаторами
9	Візуалізація результатів
10	Зв'язок з іншими компонентами, суб-індикаторами та індивідуальними змінними

Особлива увага приділяється процедурі нормалізації індикаторів, яка може виконуватися такими способами:

– ранжирування суб'єктів об'єднання для кожного окремого індикатора;
– визначення (якісної або кількісної) категоріальної шкали для кожного індикатора;

– повторне масштабування індикаторів з метою отримання однакової області значень (наприклад, від 0 до 100);

– стандартизація (центрування і нормування) індикаторів

– визначення для кожного індикатора відносної відстані від бажаного значення;

– перетворення кожного індикатора в (процентну, річну) різницю за період часу.

Процедура зважування здійснюється на основі змістовного аналізу та експертних оцінок із залученням необхідних багатовимірних статистичних методів, таких як факторний аналіз, метод головних компонентів. Агрегування може бути лінійним або геометричним.

Висновки. Процеси секторальної інтеграції, незважаючи на всю свою специфічність, не протікають автономно, а значить повинні аналізуватися в контексті глобалізації світової економіки в цілому. Аналізуючи в першу чергу торгову інтеграцію, зазначимо, що вимірювання секторальної торговельної інтеграції повинно розглядатися в двох аспектах: по-перше, з точки зору співвідношення процесів регіоналізації та глобалізації; по-друге, у контексті спеціального дослідження процесів секторальної інтеграції. У першому випадку пріоритет мають показники які характеризують відкритість економіки та взаємодію інтеграційного блоку з рештою світу, у другому – показники які характеризують структуру блоку, інтенсивність взаємодії та взаємозалежність учасників. Такий підхід має на увазі істотне розширення списку індикаторів, в першу чергу за рахунок згаданих показників відкритості економіки.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Ансофф И. Стратегическое управление / И. Ансофф. – М.: Экономика. – 1989. – 519 с.
2. Линдерт П. Экономика мирохозяйственных связей / П. Линдерт. – М.: Прогресс. – 1992. – 520 с.
3. Система индикаторов евразийской интеграции. Евразийский банк развития. 2009. http://www.eabr.Org/media/img/rus/publications/proiects/p 2009 full.pdf.
4. Anderson V. Alternative economic indicators. Routledge, London, 1991.
5. Best, E. Capacities for regional integration: Conceptual framework for comparative analysis, in M. O. Hosli & A. Saether, eds, 'Free trade agreements and customs unions: Experiences, challenges and constraints', TACIS/Europear Commission—EIPA, Maastricht, 1997.
6. Dennis, D. J. & Yusof, A. Z. Developing indicators of ASEAN integration-a preliminary survey for a road map, Final report. – 2003.
7. De Lombaerde P. and Van Langenhove L. Indicators of Regional Integration: Conceptual and Methodological Aspects, in: De Lombaerde P. (ed), Assessment and Measurement of Regional Integration, London: Routledge, 2006.
8. Gilbert J., Mikic M. Trade statistics in policymaking. A Handbook of commonly used trade indices and indicators. United Nations, 2007. http://www.unescap.org/tid/publication/tipub2491.pdf.
9. Hufbauer, G. C. & Schott, J. J. Western hemisphere economic integration, Institute for International Economics, Washington, D. C. 1994.
10. Nardo, M. et al. Handbook on constructing composite indicators: methodology and user guide, OECD: Paris. 2005. http://www.oecd.org/dataoecd/37/42/42495745.pd1.

УДК 658.14

Помянська Н.Ю.
студентка магістратури факультету аграрного менеджменту
Національного університету біоресурсів і природокористування України

УПРАВЛІННЯ ДІЛОВОЮ РЕПУТАЦІЄЮ НА СИНЕРГЕТИЧНИХ ЗАСАДАХ

Стаття присвячена дослідженню управління діловою репутацією як невід'ємної частини нематеріальних конкурентних переваг підприємства, вияву параметрів, показників та чинників ділової репутації, за допомогою яких формується позитивна репутація підприємства, заснована на синергетичних засадах. Розглянуто один із методів оцінки ділової репутації та вплив репутації підприємства на ефективність її діяльності.

Ключові слова: ділова репутація, управління репутацією, параметри, показники, синергетичний ефект, стратегія, формування, оцінка репутації.

Помянская Н.Ю. УПРАВЛЕНИЕ ДЕЛОВОЙ РЕПУТАЦИЕЙ НА СИНЕРГЕТИЧЕСКИХ ПРИНЦИПАХ

Статья посвящена исследованию управления деловой репутацией как неотъемлемой части нематериальных преимуществ предприятия, проявлению параметров, показателей и факторов деловой репутации, с помощью которых формируется положительная репутация компании, основанная на синергетических принципах. Рассмотрен один из методов оценки деловой репутации и влияние репутации предприятия на эффективность его деятельности.

Ключевые слова: деловая репутация, управление репутацией, параметры, показатели, синергетический эффект, стратегия, формирование, оценка репутации.

Pomianska N.Y. MANAGEMENT BUSINESS REPUTATION ON THE SYNERGISTIC PRINCIPLES

The article deal exploration reputation management as an integral part of the intangible benefits of the enterprise. Expression of parameters, indicators and factors of goodwill with which the company formed a positive reputation based on synergetic principles. Considered one of the methods for assessing goodwill and reputation impact on the effectiveness of its operations.

Keywords: business reputation, reputation management, options, parameters, synergies strategy, formation, evaluation of reputation.

Постановка проблеми. В умовах глобалізації та інтернаціоналізації економіки важливого значення набуває підвищення конкурентоспроможності підприємств як на місцевому, так і на міжнародному рівні. З моменту свого створення та протягом усього життя будь-яке підприємство постає перед вирішен-

ням життєво важливої для нього проблеми – конкурентоспроможності. Нині конкурентоспроможність визначається вже не лише матеріальними цінностями підприємства, а і його діловою репутацією.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Всебічний аналіз різноманітних механізмів формування і управління репутацією діють такі вчені, як Г. Даулінг та Е. Дюркгейм. Формулюванням дефініцій понять та змісту «репутації» і «іміджелогії» займалися С.В. Горін, М.М. Малеїна. Безпосередньо управління діловою репутацією розкривають у свої працях К.С. Букша, Е. Орлова, тоді як Ф.В. Зинов'єв досліджував методику оцінки репутації організації.

Постановка завдання. На основі викладеного можна сформулювати завдання дослідження, яке полягає в узагальненні досвіду зарубіжних та вітчизняних компаній та робіт науковців щодо оцінки ділової репутації компанії та пошуку науково-методичних підходів до формування системи оцінювання ділової репутації сучасного підприємства.

Виклад основного матеріалу дослідження.

«Репутація – це гарантія,
за яку люди платять гроші»
Барух Лев,
Школа бізнесу Штерна при Університеті Нью-Йорка

Сучасні ринкові умови вимагають розширення масштабів діяльності та відповідного ускладнення структури суб'єкта господарювання. Оцінка реальної цінності активів компанії є основою для прийняття управлінських рішень щодо розвитку організаційних систем. Власники та менеджери компаній потребують опанування методикою ефективного управління нематеріальними активами організації. Одним із таких нематеріальних активів є позитивна ділова репутація організації. Проблема управління репутацією переживає справжній «бум». «Репутація – цінний нематеріальний актив компанії, який накопичується роками і може бути зруйнований відразу» – ця фраза в тих чи інших варіаціях звучить на конференціях, миготить на сторінках ділових видань, з'являється в корпоративних бізнес-планах.

Інтерес управлінців і власників компаній до репутаційного менеджменту пояснюється зростаючою орієнтацією корпоративного управління на капіталізацію і ринкову вартість компанії як ключових показників ефективності бізнесу. Глобальне дослідження компанії Interbrand і журналу Business Week показало, що вартість «невловимих цінностей» – торговельної марки, бренду компанії і т. і. може становити до 70% її ринкової капіталізації. Зниження індексу репутації всього на 1% викликає падіння її ринкової вартості на 3% [3]. Іншими словами, розмір ринкової вартості і капіталізації компанії істотно залежить від сили її бренду, рівня довіри до компанії та її менеджменту з боку основних стейкхолдерів (покупців, акціонерів, інвесторів тощо) та від їх очікувань. Отже, питання формування сприятливої репутації як фактору стійкості потребують особливої уваги з боку керівництва компанії. Особливо це актуально для великих акціонерних компаній з диверсифікованим бізнесом, для яких стає необхідним наявність внутрішньофірмових стандартів управління репутацією і її регулярної оцінки.

Формування репутації вимагає систематичних спрямованих зусиль. Поняття іміджу й репутації часто вважають синонімами, тоді як «імідж» та «ідентичність» є складовими репутації, «імідж – це зовнішнє уявлення про організацію, ідентичність – внутрішнє, «як ми уявляємо себе», репутація – колективне уявлення всіх стейкхолдерів, зовнішніх і внутрішніх, яке включає імідж та ідентичність» [4]. За тлумачним словником Вебстера, імідж – це штучна імітація, наслідування або репрезентація зовнішньої форми, манери якогось об'єкта або особи [7, с. 312]. Той же тлумачний словник поняття «репутація» пояснює як «оцінку, загальну думку про когось», або ж «авторитет», «вплив», «кредит», «престиж», «сила» і синонімом до нього вважає «славу» [7, с. 495].

Уперше поняття «репутація» в науці з'явилося у 1996 р. завдяки Ч. Фомбрану [5]. Тривалий час репутацію вважали синонімом «слави». Пізніше Н. Макіавеллі відзначав, що «державці, як і звичайні люди, мають репутацію, якою при необхідності, вони повинні вміти управляти» [8, с. 260].

С.В. Горін зазначає, що репутація – це спільна думка про якості, достоїнства, недоліки організації, яка «складається з асоціацій, образів у різноманітних осіб, але вона єдина. Вона цілком визначається минулим, а не теперішній чи майбутнім» [2, с. 73]. На мою думку, найбільш оптимальне наукове визначення ділової репутації, запропоноване М.М. Малеїною. На її думку, ділова репутація – це сукупність якостей і оцінок, з якими їх носій асоціюється в очах своїх контрагентів, клієнтів, споживачів, колег по роботі, прихильників, виборців та персоніфікується серед інших професіоналів у цій галузі [9, с. 18].

Ключовим питанням при дослідженні репутації є поняття стереотипу. У рамках когнітивного підходу стереотип є елементом мислення. По-перше, це – саме уявлення, що відображає певні аспекти реальності, по-друге, ментальні механізми, які призводять до виникнення подібних «картинок у голові» [6, с. 230]. У процесі дослідження доповнено огляд характеристик стереотипу та репутації [14, с. 332], що показано у таблиці 1.

Таблиця 1

Порівняльна характеристика стереотипу та репутації

Стереотип	Репутація
Узагальнює схожі явища	Стосується конкретного об'єкта, є його оцінкою
Постійна «формула, яка закріплює традиції і звички	Рухома – змінюється внаслідок зміни несвідомих або цілеспрямованих дій, поведінки об'єкта або досвіду контактування з об'єктом
Сприймається готовим, не пов'язаний з особистим досвідом	Чітко пов'язана з минулим досвідом контактування з об'єктом
Конкретний і «придушує» уяву	Конкретна, може бути як забарвлена позитивно/негативно, так і нейтральною
Дуже тривалий у часі (до десятиліть і більше)	Може погіршитись зі зміною іміджу
Стосується окремих сегментів Аудиторії	Позитивна репутація визнається усіма стейкхолдерами, незалежно від сегмента

Джерело: розроблено автором на основі [14, с. 332]

Отже, на мою думку, ділова репутація – це загальна думка про окрему особу, групу, організацію, що склалася на підставі оцінки якості продукції, роботи, вчинків, соціальної діяльності, переваг та недоліків, але преш за все це оцінка їх професійних якостей. Розглядаючи словосполучення «ділова репутація», потрібно звернути увагу на прикметник «ділова», який означає, що оцінюється не будь-яка сфера діяльності (поведінка), а та, що пов'язана з підприємницькою діяльністю. До предмета оцінки

відноситься саме спроможність суб'єкта бути надійним партнером у підприємницьких відносинах. Таким чином, діловою репутацією можуть володіти особи, організації, що здійснюють соціально значиму діяльність у сфері підприємництва.

Синергізм є основоположним фактором при стратегічному виборі сфер діяльності компаній. Якщо великі компанії не використовують синергізм своїх відділень, вони не матимуть переваг перед малими фірмами. Синергізм дозволяє компанії прискорити впровадження інвестицій, домогтися збільшення обсягів реалізації продуктів, що випускаються, скорочення витрат і витрат на управління, економії найважливіших ресурсів.

У стратегічному менеджменті виділяють такі джерела досягнення синергії (синергетичного ефекту):

1) функціональна можливість – досягнення ефекту за рахунок використання професійної компетенції функціональними службами організації;

2) стратегічна можливість – досягнення позитивного ефекту за рахунок компліментарності конкурентних стратегій організації на всіх рівнях;

3) управлінська можливість – досягнення ефекту через компетенції менеджменту організації.

Таким чином, ключова мета стратегічного менеджменту – досягнення максимальної синергії зі стратегічних факторів [12].

Отже, синергізм – це спільна дія для досягнення спільної мети, заснована на принципі досягнення цілей, які в кінцевому результаті являють собою щось більше, ніж сума його частин. Синерізм означає перевищення сукупним результатом суми, що складають його фактори.

Наступним розглянемо сам процес управління діловою репутацією, в основу якого можнпокласти синергетичний ефект. Наприклад, К.С. Букша так визначає етапи управління діловою репутацією [1]:

1. Створення нематеріальної вартості (value creation) – діяльність, спрямована на створення конкурентних переваг компанією.

2. Налагодження комунікацій (value reporting) – налагодження зв'язків з різною цільовою аудиторією.

3. Оцінювання реакції цільових груп (value reaction) – комплексне оцінювання ділової репутації на підставі групи якісних та кількісних показників, які дають можливість відстежувати реакцією конкретної цільової зацікавленої групи.

4. Оцінювання зміни вартості (net present value) – здебільшого кількісна оцінка ділової репутації, тобто відстежування того, як ділова репутація вплинула на капіталізацією компанії та її фінансові показники.

5. Захист ділової репутації (за потреби) – доцільне у разі спроби дискредитації компанії.

Запропонований автором підхід загалом показує процес управління ділової репутацією компанії, який може змінюватися залежно від того, яку програму з управління репутацією обере підприємство – програму-мінімум чи програму-максимум. Мета першої – стати впізнаним і викликати приємні асоціації; другої – стати загальним «улюбленцем», використавши усі можливі інструменти для побудови ефективної ділової репутації на підприємстві, тобто враховуючи синергетичний ефект. Для реалізації програми-мінімум вистачить двох перших етапів управління діловою репутацією, внаслідок чого відбувається позиціонування підприємства на ринку та створюються певні конкурентні переваги. При цьому другий етап управління діловою репутацією може навіть і не здійснюватися в повному обсязі та відбуватися несвідомо. Наприклад, якщо для компанії головне – найняти персонал і знайти (або утримати) споживачів, інші цільові аудиторії її цікавлять меншої мірою, тому будь-які комунікації у бік інвесторів, ЗМІ та інших контрагентів на ринку можуть або не відбуватися зовсім, або здійснюватися лише у разі крайньої потреби. Програма-максимум передбачає свідоме управління діловою репутацією, яка може включати всі відповідні етапи та розроблятися компанією залежно від її розвитку та специфіки діяльності.

Тобто для організації, яка орієнтована на довготривалу діяльність, значні капіталовкладення, активну соціальну дільність та, звичайно, розраховує на високий прибуток, потрібно постійно відслідковувати рівень своєї ділової репутації, який формується завдяки різноманітним факторам, які в сукупності дають позитивний ефект, який виконується завдяки закону синергізму.

Отже, процес управління діловою репутацію включає:

1. Формування ділової репутації – комплекс заходів із створення ділової репутації, тобто загальне бачення себе та інших, пошук і взаємодія з ключовою аудиторією, заявка про себе та налагодження комунікацій, визначення ключових параметрів і чинників формування ділової репутації компанії.

2. Оцінювання ділової репутації – комплексне оцінювання ділової репутації підприємства, тобто відстежування реакції на результати діяльності компанії. Розрізняють зовнішня та внутрішня на основі якісних чи кількісних параметрів або у їх співвідношенні (наприклад, зворотний зв'язок з клієнтами, різноманітні рейтинги, кількість згадувань у ЗМІ тощо).

3. Коригування та підтримка ділової репутації за такими напрямами: підтримка наявного рівня ділової репутації, розвиток ділової репутації на основі групи недооцінених складових чи переоцінених складових, розроблення програми захисту ділової репутації компанії, яка є особливо доцільною, коли репутаційна аудиторія налаштована неприхильно чи агресивно стосовно компанії або є загрози нападу з боку конкурентів.

Також треба зауважити, що управління діловою репутацією є процесом безперервним, що розпочинається зі створення та формування ділової репутації, але не завершується оцінкою й передбачає подальший розвиток унаслідок впливу нових чинників, які виявляються або були недооцінені, або взагалі були поза увагою компанії.

Важливим чинником формування ділової репутації є ділові якості керівника. На думку експертів, ділова репутація керівника складає 22% у загальній діловій репутації підприємства, 16% припадає на наявність чіткої стратегії, фінансовий стан підприємства складає 14% ділової репутації. Співвідношення «ціна-якість» продукції займає 13%: від загальної репутації підприємства, доступність інформації (відкритість підприємства, його публічність) – 11%. Позитивна динаміка фінансових показників складає 10% ділової репутації підприємства [11]. Максимальні значення за усіма параметрами – це не лише стовідсотковий успіх підприємства, а і додаткові можливості, які забезпечить закон синергізму: 2 + 2 = 5 або 6, або і більше, на скільки велика буде віддача, залежить від ефективного функціонування самої організації, його керівництва, становища підприємства на ринку, його ділової репутації.

Для оцінки репутації підприємства потрібно: відібрати групи зацікавлених людей, які істотно впли-

Таблиця 1

Параметри та показники оцінки рівня ділової репутації організації

№ п/п	Параметри	Показники
1	Результативність	Рентабельність
		Частка ринку
		Якість продукції
2	Інновації	Інвестиції у технології
		Інноваційний потенціал
3	Умови праці	Занятість працівників
		Рівень оплати
		Здоров'я і безпечність на робочому місці
4	Корпоративне управління	Права акціонерів
		Рівень доступу до інформації
5	Соціальні відповідальність	Відповідальність перед стейкхолдерами
		Екологічна відповідальність
6	Лідерство компанії	Топ-менеджмент компанії
		Участь у зовнішніх ініціативах

Джерело: розроблено автором на основі [10, с. 205-207]

Рис. 2. Характер впливу показників ділової репутації на ефективність діяльності підприємства та їх взаємозв'язок

Джерело: розроблено автором

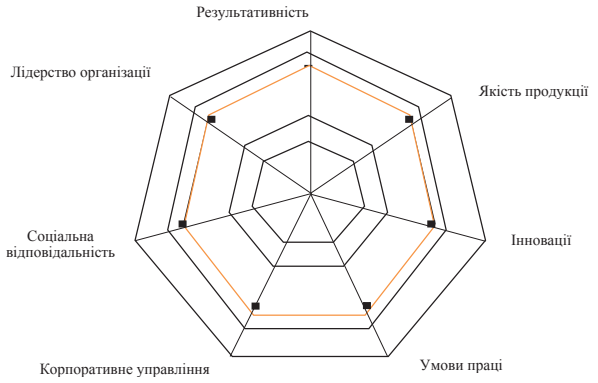


Рис. 1. Ідеальний репутаційний профіль компанії [10, с. 211]

вають на діяльність організації; розробити систему факторів, під впливом яких формується репутація.

Найбільш сталим є набір параметрів, розроблених дослідницькою організацією Reputation Institute. Вибір показників залежить від виду діяльності компанії і наявності інформації з питань нефінансової звітності. У таблиці 1 на основі праці Ф.В. Зинов'єва «Методи дослідження економічних процесів» [10, с. 204-205] представлені параметри та показники за допомогою яких можна зробити комплексну оцінку ділової репутації організації.

Після аналізу показників оцінки ділової репутації підприємства Ф.В. Зинов'єв пропонує провести опитування груп стейкхолдерів, які дадуть оцінку таким параметрам: клієнти, партнери, акціонери, співробітники, власні структури, журналісти, інвестори.

Потім будується репутаційний профіль організації для того, щоб виявити сильні і слабкі сторони при формуванні репутації. Виділяють два види профілів: 1) порівняння середніх значень параметрів в цілому організації з профілем ідеальної організації; 2) порівняння параметрів по кожній групі стейкхолдерів. Перший варіант дає відповідь на запитання – що потрібно посилити для організації (який параметр), другий – як посилити репутацію (з ким працювати, які методи використовувати, по якому параметру). На рисунку 1 представлений профіль організації з ідеальною діловою репутацією [10, с. 210-211].

Також при вивченні ділової репутації потрібно враховувати те, що репутація може проявляти як негативний, так і позитивний ефект. Позитивна репутація допомагає організації налагоджувати стійкі вигідні зв'язки з партнерами, інвесторами, органами влади, споживачами, а негативна – навпаки, може загрожувати життєдіяльності організації. У цілому ж варто відзначити, що позитивна ділова репутація підприємства пов'язана з такими чинниками, як фінансова стійкість та кредитоспроможність підприємства, ефективне використання активів, цінова політика підприємства та якість продукції, ефективний менеджмент на підприємстві, сумлінність виконання договірних зобов'язань з партнерами, дотримання діючого законодавства та соціальна відпові-

дальність підприємства. На рисунку 2 представлені параметри оцінки ділової репутації та їх вплив на діяльність підприємства.

Бачимо, що процес формування репутації організації стосується абсолютно всієї діяльності підприємства, тобто потрібно не лише мати стійке фінансове становище, здійснювати ефективний менеджмент, а і забезпечувати хороші умови праці, здійснювати соціальні програми, які допоможуть споживачу «повірити» організації, що у сукупності забезпечить позитивний синергетичний ефект.

На рисунку 3 спробуємо показати структуру репутаційного поля підприємства, яка заснована на репутації зовнішніх груп, які впливають на репутацію самого підприємства. При цьому враховано, що формування цінностей для різноманітних груп суспільства є однією із головних цілей компанії. Дана ціль досягається за рахунок спільної роботи з усіма групами стейкхолдерів: інформаційної відкритості; чесності; швидкої реакції на ЗМІ; узгодженої і координаційної діяльності з управління репутацією, тобто заснованою на синергетичних засадах.

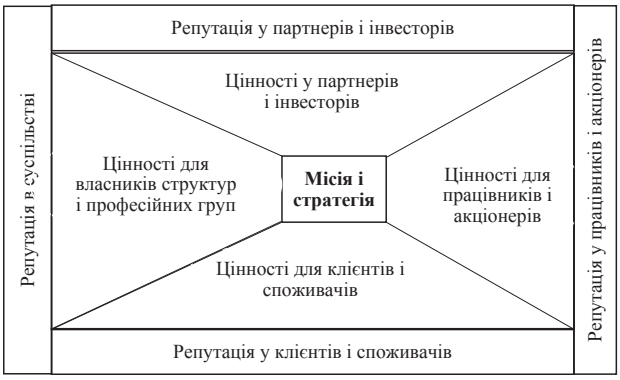


Рис. 3. Структура репутаційного поля підприємства

Джерело: розроблено автором

Тобто на основі результатів дослідження цільових аудиторій, їх очікування і цінності по відношенню до підприємства, а також визначення репутаційних об'єктів формується стратегічна ціль управління репутації з урахуванням місії підприємства.

Висновки з проведеного дослідження. З наведеного вище можна зробити висновки, що ділова репутація – це оцінка професійних якостей окремої особи, групи чи організації, що склалася на підставі контакту з даною організацією або ж спостереження за її діяльністю. Виявлено, що вплив ділової репутації на підвищення конкурентоспроможності підприємства є значним, який досягається за рахунок синергетичного ефекту. Організації, яка орієнтована на довготривалу діяльність, значні капіталовкладення, активну соціальну діяльність та, звичайно, розраховує на високий прибуток, треба постійно відслідковувати рівень своєї ділової репутації, який формується завдяки різноманітним факторам, які в сукупності дають позитивний ефект, який виконується завдяки закону синергізму. Також треба зауважити, що управління діловою репутацією є процесом безперервним, що розпочинається зі створення та формування ділової репутації, але не завершується оцінкою й передбачає подальший розвиток унаслідок впливу нових чинників, які виявляються або були недооцінені, або взагалі були поза увагою компанії.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Букша К.С. Управление деловой репутацией: российская и зарубежная PR-практика. – М. : ООО «И. Д. Вильямс», 2007. – 144 с.
2. Горин С.В. Имиджелогия и репутациология: сходство и отличия / С.В. Горин // Корпоративная имиджелогия. – 2008. – № 1. – С. 72-77, с. 73.
3. Дані компанії Interbrand, 2006 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.interbrand.com.ru/.
4. Davies G. Lecturer's Guide to Corporate Reputation and Competiveness / G. Davies, R. Chun, R. Da Silva and S. Roper [Електронний ресурс]. – Режим доступу : cw.routledge.com/textbooks/041528743X/resources/.../LecturersGuide.pdf.
5. Fombrun C. Reputation: Realizing Value from the Corporate Image. – Harvard Bussiness School Press, Boston, MA. – 1996. – 450 p.
6. Hamilton D. L. Stereotypes / D. L. Hamilton, J. W. Sherman // Handbook of Social Cognition. – Hillsdail, Lawrence Erlbaum Associates, Publishers, 1994. – Vol. 2. – P. 1-68, p. 230.
7. Webster's New Complete Thesaurus. – USA : Smithmark Reference, 1995. – 690 p.
8. Макіавеллі Ніколо // Філософія політики : хрестоматія : у 4 т. / авт.-упоряд. В.П. Андрущенко та ін. – К. : Знання України, 2003. – Т. 1. – С. 259-265, с. 260.
9. Малеина Н.М. Защита чести, достоинства и деловой репутации // Законодательство и экономика. – 1993. – № 24. – С. 18.
10. Методи дослідження економічних процесів : монографія / під ред. д.е.н., професора Ф.В. Зинов'єва. – Саки : ПП «Підприємство Фенікс», 2010. – 288 с.
11. Орлова Е. Многоликая репутация [Електронный ресурс] / Е. Орлова, Ю. Рублевская // Эксперт-Урал. – 2005. – № 45(215). – Режим доступу : http://www.expert-ural.com/1-198-2266.
12. Стратегический менеджмент : учебное пособие / Д.В. Аратюнова. – Таганрог : Изд-во ТТИ ЮФУ, 2010. – 122 с.
13. Управление общественными отношениями : учеб. пособие / Э.А. Капитонов, Г.П. Зинченко, А.Э. Капитонов. – 2-е изд. – М. : Издат.-торгов. корпорация «Дашков и К» ; Ростов н/Д : Академцентр, 2009. – 368 с., с. 332.

УДК 330.341.1

Світящук І.В.
аспірант
Львівської комерційної академії

ФАКТОРИ ІННОВАЦІЙНОГО ЗРОСТАННЯ МІСТА (НА ПРИКЛАДІ МІСТА ЛЬВОВА)

Стаття присвячена дослідженню інноваційного розвитку м. Львова на основі експертного опитування представників малого і середнього бізнесу. За методологічну базу для опитування було використано підходи Американської Ради конкурентоспроможності. Завдяки опитуванню зроблено висновки щодо найслабших складових, які гальмують інноваційне зростання міста.
Ключові слова: інновації, інноваційний розвиток, економіка міста, економічне зростання.

Свитящук И.В. ФАКТОРЫ ИННОВАЦИОННОГО РОСТА ГОРОДА (НА ПРИМЕРЕ ГОРОДА ЛЬВОВА)
Статья посвящена исследованию инновационного развития г. Львова на основе экспертного опроса представителей малого и среднего предпринимательства. Подходы Американского Совета конкурентоспособности стали методологической основой опроса. Благодаря опросу были сделаны выводы о самых слабых факторах, которые тормозят экономический рост города.
Ключевые слова: инновации, инновационное развитие, экономика города, экономический рост.

Svityashchuk I.V. FACTORS OF INNOVATIVE GROWTH OF CITIES (CASE OF LVIV)
The article is dedicated to the research of innovative development of the city of Lviv according to expert survey of the SME representatives. Approaches of the American Council on Competitiveness became the methodological base for the research. Due to research results, conclusions were made on the weakest factors in the innovative growth chain.
Keywords: innovations, innovative development, urban economics, economic growth.

Постановка проблеми. Для забезпечення довгострокового економічного зростання критично важливою є інноваційна складова як економічної системи, так і візії суспільно-економічного розвитку. Річард Бредсворт вказує, що поняття «візія» включає в себе як описовий вимір певних параметрів (економічних, соціальних, історичних, політичних), у межах яких діятимуть нормативні твердження, так і нормативну реакцію на ці параметри, яка проактивно визначає майбутнє [1, с. 40]. Зважаючи на вищесказане, для оцінки інноваційної візії було вирішено провести опитування підприємців (малий і середній бізнес), щоб, по-перше, оцінити рівень їх інноваційного бачення та, по-друге, прослідкувати слабкі та сильні місця в економічній системі регіону, які визначають його інноваційний розвиток. Для проведення опитування було вибрано мезорівень, а саме місто як самодостатню ланку національної економіки.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Теоретичну базу для глибинного дослідження чинників регіонального інноваційного розвитку становлять неокласичні та ендогенні теорії зростання, а також теорії нової економічної географії. Дослідженням цього питання займалися як зарубіжні (Е. Блейклі, П. Крук, Х. Хеммінг, Ч. Едквіст, Е. Глесар, П. Говітт, Б. Джовановіч, М. Кітінг, Р. Нельсон, Дж. Ніосі та інші), так і вітчизняні економісти: І. Бабець, Ю. Бажал, О. Мокій, І. Єгоров, О. Карий, Н. Тувакова, Л. Федулова та багато інших.

Постановка завдання. Основним завданням при проведенні дослідження було дізнатися інноваційний потенціал міста Львова, а саме як підприємці як одні з основних акторів економічного зростання оцінюють фактори інноваційного зростання.

Виклад основного матеріалу. Відповідно до теоретичних напрацювань, вхідними параметрами для ефективного розвитку інновацій є активи, мережі та загальна економічна культура регіону (рис. 1). Активами для моделі інноваційної економіки є людський, інтелектуальний, фінансовий, фізичний та інституційний капітали, які зосереджені у регіоні. Одну із найбільш ретельно напрацьованих методологій оцінки інноваційного потенціалу регіону розробила Американська Рада конкурентоспроможності – неурядова організація у США, головна мета якої є збільшення конкурентоспроможності Сполучених Штатів на глобальних ринках [2]. Іншим її завданням є залучення економічної діяльності з високою доданою вартістю у США.

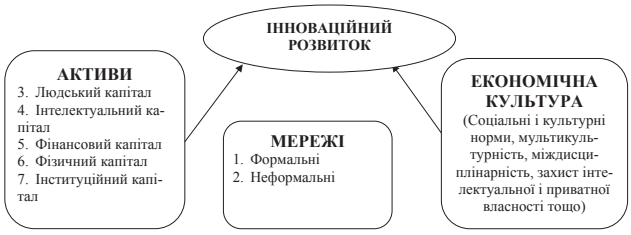


Рис. 1. Вхідні параметри для інноваційного розвитку

Згідно з «дорожньою картою» Американської Ради щодо конкурентоспроможності, до бази активів належать доступність кваліфікованих працівників, якість транспортної інфраструктури, вартість ведення бізнесу та близькість до споживача. Крім того, в активи входять і такі важливі компоненти, як інвестиції в науково-технічні розробки, трансфер технологій та програми підтримки бізнесу [3, с. 15].

При аналізі регіональної здатності до інновацій за основні виразники людського капіталу потрібно враховувати такі три основні фактори: доступна робоча сила, кваліфікація робочої сили та якість освітніх інститутів. Регіони не можуть розвивати ринок праці без стабільно високих інвестицій в освітні установи та без формування у мешканців візії безперервного пожиттєвого навчання (life-long learning). Інтелектуальний капітал формується на основі науково-дослідних інституцій, які розширюють знаннєву базу регіону та є ключовими для довгострокового економічного зростання. Для залучення інвестицій та приваблення нових компаній не менш суттєвим є показник якості інфраструктури. Швидкісний Інтернет став базовою необхідністю для можливостей успішного ведення бізнесу. Також умови та стандарти життя в регіоні

є важливими для конкурентоспроможності регіону в тому контексті, що можуть утримувати таланти в регіоні, заохочувати мобільність кваліфікованої робочої сили з інших регіонів. Проте в кожного регіону можуть також бути свої унікальні критерії якості життя.

Ефективне використання ресурсного потенціалу регіону неможливе без розвинутих мережних зв'язків, які забезпечували б комунікацію між інституціями та мешканцями. Герметичність академічної та дослідницької спільноти може призводити до того, що ідеї та винаходи не є повністю втіленими з точки зору свого економічного потенціалу, оскільки не трансформуються в товари чи послуги. А з іншого боку, підприємства не мають інформації стосовно інвестиційних можливостей. Відповідно до положень Американської Ради щодо конкурентоспроможності, створення спільних партнерств економічного розвитку між представниками бізнес-середовища, освітнього сектору, уряду та неурядових організацій є однією з найбільш ефективних стратегій створення формальних міжінституційних мереж [3, с. 17]. Крім того, не менш важливими, хоч і більш складними для оцінки, є неформальні мережі, які формуються навколо асоціацій випускників, благодійних ініціатив чи навіть спортивних ліг.

Важливою в даному контексті є також ментальна здатність мешканців бути відкритими до змін. Центральним аспектом є ступінь відкритості бізнес-лідерів, а саме їх бажання обмінюватись ідеями навіть за конкурентних умов, в яких вони перебувають [3, с. 17]. Також важливим є розуміння підприємцями того факту, що інноваційний процес є таким, де неможливо уникнути ризику, де метод «проб та помилок» є дієвим, а невдачі мають розумітись як можливість почати знову, але вже з досвідом. Плюралістичний клімат в регіоні та високий рівень толерантності також відіграє суттєву роль для активного обміну ідеями.

На основі вищезгаданих факторів інноваційного розвитку було проведено письмове експертне опитування представників малого та середнього бізнесу (власників, виконавчих директорів або керівників підрозділів) на предмет їх оцінки інноваційних факторів, які присутні у м. Львові. Вважається, що саме малий та середній бізнес є двигуном інноваційного поступу, не кажучи вже про те, що саме він є ключовим у забезпеченні ринкової конкуренції [4, с. 26]. У якості групи експертів було обрано керівників та топ-менеджерів двадцяти підприємств, товари і послуги яких, згідно з концепцією Портера, відносяться до групи «traded businesses» – тобто є такими, які можна експортувати за межі регіону [5]. Завдяки цьому можна виключити малі локальні підприємства на кшталт торгівельних ринків, малих центрів обслуговування тощо. Експерти представляють такі спрямування бізнесу: деревообробна промисловість, фінанси, страхування, нерухомість, телекомунікації, архітектура, торгівля (імпорт та реалізація), консалтинг, IT, маркетинг, готельно-ресторанний бізнес, туризм та ярмаркова діяльність. Чверть опитаних підприємців є членами громадської організації «Комітет підприємців Львівщини», яка створена з метою захисту прав малого та середнього бізнесу в регіоні. За віком підприємства можна умовно поділити на відносно старі (засновані у першій половині 1990-х рр.) та відносно молоді (засновані у 2003–2010-х рр.).

Відповідно до описаних вище вхідних параметрів інноваційного розвитку регіону, анкету було структуровано у три блоки плюс четверта частина – загальні питання про демографію підприємства. У першому блоці «Бізнес-оточення» респондентам пропонується оцінити за шкалою «суттєво стримує розвиток Вашого бізнесу» – «суттєво підсилює розвиток Вашого бізнесу» 24 фактори, що визначають рівень та стан активу регіону. У якості підсумкових було наведено питання стосовно загальної оцінки регіону та очікування на наступні 5 років. Замикають блок два відкритих питання стосовно урядової та регіональної політики, а також стосовно співпраці між бізнесом та університетами.

У другому блоці – «Інноваційні мережі» – респондентам пропонується оцінити 14 інституцій, які потенційно можуть впливати на розвиток бізнесу за шкалою «взагалі не сприяє» – «дуже сильно сприяє». Для уточнення наводиться одне відкрите питання. Крім того, в першому та другому блоках як маркер був введений варіант відповіді «Не стосується». Справа в тому, що для розвитку бізнесу усі фактори та інституції є дотичними в більшій чи меншій мірі, тому вибір варіанту «Не стосується» свідчить або про відсутність даного фактору в підприємницькому полі, або ж про непоінформованість чи не усвідомлення бізнесменами його ваги. Третій блок – «Норми та зв'язки в регіоні» – сформований з 11 тверджень стосовно соціокультурних аспектів регіону, з якими респондент може погодитись чи не погодитись.

Таблиця 1

Розподіл респондентів за їхньою оцінкою впливу на розвиток бізнесу обраних груп факторів

Стримуючі фактори (суттєво/частково стримує розвиток бізнесу)	Нейтральні фактори (ані стримує, ані підсилює розвиток бізнесу)	Підсилюючі фактори (частково/ суттєво підсилює розвиток бізнесу)
Вартість життя для працівників – 82,3%	Якість технічної підтримки регіональних університетів бізнесу – 41,2%	Якість телекомунікацій у регіоні – 64,7%
Регуляторні акти державної та міської влади – 76,5%	Якість співпраці між університетами та бізнесом у дослідницьких роботах – 41,2%	Присутність цільового споживача – 64,7%
Загальна якість транспортної інфраструктури – 70,6%	Доступність менеджерів вищої ланки – 41,2%	Доступність IT-спеціалістів – 41,1%
Вартість ведення бізнесу – 64,7%	Доступність експертів/науковців – 41,2%	Загальна якість життя – 35,3%
Податкове навантаження – 64,7%	Ефективність програм підтримки молодого бізнесу – 41,2%	
Доступність у регіоні працівників з необхідними навичками – 47%	Якість маркетингових компаній у регіоні – 41,2%	
Доступність в регіоні банківського капіталу – 41,1%	Ефективність урядових програм стимулювання бізнесу – 35,3%	
Загальна якість вищої освіти – 41,1%		

Джерело: власне опрацювання

Останнє питання є відкритим уточнюючим питанням стосовно найбільш критичних проблем львівського бізнес-середовища.

Для аналізу відповідей використовувались статистичні методи, описані зокрема в «Analysis of Survey Data» [6] та «Statistics and Data Management» [7]. Важливо зазначити, що у процесі аналізу ті фактори, які щонайменше третина респондентів відзначила як такі, що не торкаються бізнесу, були відкинуті з ієрархії. Проте у даному контексті відкинуті респондентами фактори нас цікавлять не менше. Це пов'язано з тим, що для даного дослідження важливі ті фактори, які самі ж підприємці вводять чи не вводять в дискурс розвитку бізнесу. Отже, більше третини респондентів вважає такими, що не торкаються бізнесу, такі фактори: доступність в регіоні ризикового капіталу від венчурних компаній, доступність в регіоні спеціалізованих лабораторій для тестування продукції, якість спеціалізованого постачання для бізнесу та ефективність трансферу технологій від університетів. У таблиці 1 наведено значимі для експертів фактори за рівнем впливу (відповідно до показника моди).

Як бачимо з даних таблиці 1, всього 5 факторів з наведених 25 мають радше позитивний вплив на розвиток бізнесу, найбільш впливовим з яких є фактор цільового споживача, тобто фактор попиту. Дотичним до нього є показник маркетингових компаній. Результати відповідей першого блоку підтвердили статус Львова як одного з найбільш розвинутих IT-центрів України та Європи [9], зазначивши про доступність IT-спеціалістів на ринку та високу якість телекомунікацій.

За результатами опитування, жодну інституцію респонденти не позначили як таку, що відчутно або дуже сильно сприяє розвитку. З п'ятнадцяти запропонованих інституцій за показником моди, дев'ять було «відкинуто» як такі, що не сприяють бізнесу. Серед них: державні науково-дослідні інститути, непрофесійні організації (мовні школи, гуртки тощо), центр підтримки бізнесу. Частково сприяють бізнесу професійно-технічні училища та галузеві кластери, а сприяють вищі навчальні заклади, державні/приватні дослідницькі організації, венчурні підприємства, бізнес-інкубатори.

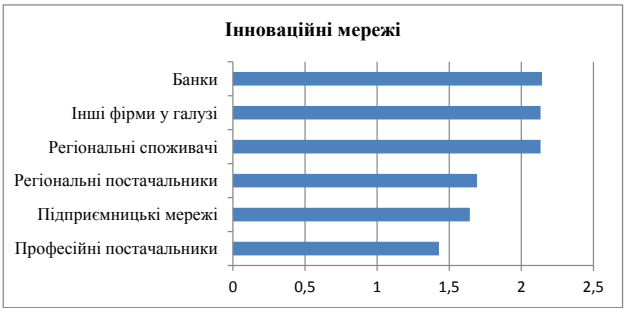


Рис. 2. Оцінка впливу інституцій на розвиток бізнесу
(«0» – «Взагалі не сприяє», «2» – «Сприяє», «4» – «Дуже сильно сприяє»)

Джерело: власні розрахунки

Як видно на рисунку 2, ми знову отримуємо високу оцінку фактору попиту (регіональні споживачі), а також ринкового фактору конкуренції (інші фірми у галузі). Крім того, комунікаційні мережі відіграють роль лише на рівні між підприємствами, натомість діалог між університетами, дослідницькими центрами та бізнесом є статистично незначимим у Львівському регіоні.

Для третього блоку можна виділити чотири групи тверджень: ті, з якими респонденти переважно одностайно згодні та незгодні, нейтральні твердження та твердження, які найбільше розділяють респондентів. Отже, переважно згодні експерти з твердженнями стосовно толерантності та привабливості регіону для осіб з різним походженням, стосовно взаємодії представників різних галузей, стосовно взаємодії митців та бізнесу. Найменше респонденти згодні з тим, що місцева влада та підприємці охоче співпрацюють, бізнес-лідери активно діляться інформацією, місцеві жителі активно приймають участь в регіональних програмах розвитку, успішні бізнесмени активно інвестують в проекти економічного розвитку та старт-апи.

Щодо твердження про те, що підприємці сприймають невдачу як частину інноваційного процесу та навчання, присутня нейтральна позиція. Цікавими є ті твердження, які найбільше роз'єднують опитуваних. Серед них, зокрема, такі:

– нові мешканці можуть з легкістю інтегруватися у бізнес-середовище;

– лідери регіону є чутливими до потреб усіх його мешканців, незалежно від етнічного походження, статі чи стилю життя;

– бізнес-лідери трактують підприємців, інноваторів та старт-апи як повноцінних партнерів в галузевій співпраці.

Відповідно до результатів аналізу третього блоку запитань анкети можемо зробити такі висновки. По-перше, в регіоні відсутні традиції діалогу між місцевою владою, підприємцями та мешканцями міста з метою покращення бізнес-середовища, що також справедливо і для бізнес-лідерів. Проте, по-друге, існує внутрішній діалог між підприємцями (що корелює з результатами другого блоку питань), а також між підприємцями та мистецькою спільнотою. По-третє, хоча в цілому середовище оцінюють як толерантне та відкрите, думки респондентів розділилися з приводу легкості інтеграції у бізнес-середовище та чутливості міської влади до потреб усіх мешканців залежно від їх етносу, релігії, статі.

Підсумовуючи отримані результати, в цілому можна вказати на слабкі місця регіону, які не дозволяють повністю розвинути інноваційний потенціал. На нашу думку, основною проблемою є нерозвинутість комунікаційних мереж в регіоні. Такі основні суб'єкти впливу на інноваційний процес у регіоні, як міська влада, підприємці, академічна спільнота, громадські організації існують радше герметично. Відповідно до зібраних даних, діалог є налагодженим лише безпосередньо в підприємницькому середовищі, натомість практично відсутній обмін з академічним (університетським та дослідницьким) середовищем. Такі суттєві фактори, як трансфер технологій, комерціалізація винаходів, венчурний капітал, науково-дослідні інституції, непрофесійне навчання майже повністю відсутні у дискурсі факторів розвитку бізнесу. Крім того, відповіді усіх блоків зазначають слабку роль, що її відіграє міська влада, а також відносну безініціативність і апатичність місцевих жителів. І це при тому, що загальна якість життя, а також загальний соціокультурний рівень були високо оцінені.

Поряд із слабкими мережами інші суттєві негативні чинники можна об'єднати як інституційні. До них належать такі чинники, як погано розвинута фізична інфраструктура, високі трансакційні витрати, заплутана нормативно-правова база, неефективна фіскальна система. Наостанок, чималої ваги приділялося впливу на ведення бізнесу в регіоні

національної економічної політики та загальної нестабільності в Україні. Важливо, що стабільно позитивну оцінку впливу на ведення бізнесу отримували фактори вільного ринку: фактор споживачів, фактор постачання та фактор конкуренції. Проте очевидно, що такі стимули не є достатніми для формування конкурентоспроможного середовища в умовах глобалізованої економіки, а тому насамперед регіональна політика має бути спрямована на вдосконалення бізнес-клімату.

І наостанок, необхідно проаналізувати відкриті питання анкети. Отже, респондентам було запропоновано навести свою думку стосовно таких питань. По-перше, які проблеми респонденти вважають найбільш нагальними для розв'язання з метою покращення умов ведення бізнесу. По-друге, які в регіоні існують найбільш критичні для вирішення проблеми співпраці між бізнесом та університетами для покращення умов ведення бізнесу. По-третє, які інституції респонденти вважають найбільш цінними для інноваційності свого бізнесу. І по-четверте, які найбільш критичні в контексті бізнес-середовища питання потребують вдосконалення для забезпечення кращих умов ведення бізнесу.

Відповіді на перше з питань умовно можна згрупувати як інституційні та макроекономічні чинники, що стосуються як регіонального, так і національного рівня. Найбільш часто згадуваною проблемою була проблема корупції усіх рівнів, її згадала третина респондентів. Наступною важливою проблемою можна виокремити бюрократію або складність ведення бізнесу. Респонденти поміж іншим згадували складність отримання документації, велику кількість регулюючих інстанцій, непрозорість тощо. Однаково негативними було визнано фіскальну систему, а також тиск (зокрема силовий), який здійснюється на підприємців. Двічі було згадано неефективну та нестабільну національну економічну політику, нерозвинуту нормативну базу, а також брак підтримки малого і середнього бізнесу. Як підсумок, у якості додаткового критерію рівня співпраці можна навести і приклад написання даного дослідження. В цілому представники бізнесу дуже неохоче йшли на контакт, чим лише підтвердили статус-кво відсутності комунікації між університетами та бізнесом.

У сфері співпраці університетів та бізнесу двома домінуючими темами, які зачепили респонденти, були низька загальна якість освіти та застарілість і недоречність навчальних програм в університетах. Щодо останнього, то згадувався брак реального проходження практики під час навчання, а також відсутність викладачів-практиків в університетах. Крім того, були зазначені такі проблеми як корупція у вищих навчальних закладах та невідповідність знань отриманим дипломам. Такі відповіді підтверджують відповіді на другий блок стосовно відсутності комунікації між академічним середовищем та бізнесом.

Стосовно найбільш цінних для інноваційності бізнесу інституцій спостерігалась найменше частка відповідей: половина респондентів не дала відповіді на це питання. Ця ситуація корелює з відповідями на закриті питання, згідно з якими більшість факторів була визначена як неважлива для розвитку бізнесу. З цього можна зробити висновок про слабку розвиненість мереж у регіоні, відсутність встановлених зв'язків між основними учасниками інноваційного процесу. Це підтверджує одна з відповідей, в якій зазначалось про закритість підприємств від пошуку ідей ззовні. З наведених відповідей, найчастіше згадувалися громадські об'єднання: професійні організації і асоціації, громадські організації в галузі (Центр міської історії – для архітектури і ярмаркові організації для «Форуму видавців»). Крім того, двічі як найцінніша інституція був згаданий попит (споживачі/замовники). І наостанок, респондентами згадувалися банки та фінансові установи, консалтинг та постачальники ІТ-послуг.

Висновки з проведеного дослідження. Підсумовуючи усе вищесказане, варто зазначити, що загальна концепція розвитку міста на базі знаннєвої економіки та інновацій повинна ґрунтуватися на забезпеченні належних інституційних норм та трансформацій, а також на використанні ряду економічних стимулів для об'єднання всіх учасників інноваційного процесу. Йдеться у першу чергу не про розширення та збільшення кількості інноваційних структур таких як технопарки, технополіси, інноваційні центри, бізнес-інкубатори, інноваційні біржі, лізингові, сертифікаційні фірми тощо, а про ефективні організаційно-економічні методи координації та організації їх діяльності. На жаль, рамки цієї роботи не дозволяють ретельно проаналізувати такі важливі складові як бюджетна та фіскальна політика, а також захист прав інтелектуальної власності. Крім того, розвиток міста чи регіону суттєво залежить від державної політики, а тому місцева влада та громада повинні діяти в жорстких нав'язаних центром рамках. І хоча державної підтримки потребують заходи щодо створення загальнонаціональних інноваційно-інформаційних центрів, організації постійно діючих та періодичних виставок і ярмарків інноваційної продукції та наукоємних технологій, конкурсів інновацій тощо, дуже часто саме жорстка централізація стає на заваді впровадженні інновацій на місцях. Тому в контексті майбутніх досліджень регіонального розвитку в Україні критично важливо актуалізовувати проблематику децентралізації регіонів.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Breadsworth R. Political Vision in the Discipline of International Relations / R. Breadsworth // Millenium – Journal of International Studies. – London : Millennium Publishing House, LSE, 2012. – P. 40-43.
2. Офіційний веб-сайт Council on Competitiveness [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.compete.org.
3. Measuring regional innovation. A guidebook for conducting regional innovation assessment. – Council on Competitiveness, USA. – 2005.
4. Carreira C. How much do small firms matter? Evidence from the dynamic role of Portuguese firms / C. Carreira // 13th Conference of the International J.A. Schumpeter Society on Innovation, Organization, Sustainability and Crises. Conference Society, June 21-24 2010. – Aalborg, 2010. – P. 21-47.
5. Porter M. Competitive Strategy / M. Porter. – New York : Free Press, 1980. – 396 p. – Bibliogr.: p. 321-387.
6. Chambers R. Analysis of Survey Data / Chambers R., Skinner C. – Southern Gate : John Wiley and Sons Ltd., 2003. – 380 p. – Bibliogr.: p. 355-359.
7. Kohlmann Th. How to analyze your data / Statistics and Data Management // Ed. Bhandari M., Hanson B., Stengel D. – Davos : AO Foundation, 2009. – P. 93-110.
8. Кластер інформаційних технологій та бізнес-послуг [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://it-bpo.lviv.ua/lviv/.

УДК 351.346:331

Сибірцев В.В.
кандидат економічних наук,
доцент кафедри економіки праці та менеджменту
Кіровоградського національного технічного університету

ОСВІТНЄ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ФУНКЦІОНУВАННЯ ТА РОЗВИТКУ НАЦІОНАЛЬНОГО РИНКУ ПРАЦІ

Статтю присвячено обґрунтуванню концептуальних засад забезпечення взаємопроникнення та узгодженого розвитку ринку праці та ринку освітніх послуг. На підставі застосування закону зростаючої віддачі розроблені когнітивні моделі взаємодії ринку праці з секторами економіки. Доведена доречність утворення освітніх кластерів. Розроблена структура механізму інтеграційної взаємодії ринків праці та освіти. Висвітлено особливості державного регулювання інституціональних змін у процесах розвитку національного ринку праці.

Ключові слова: ринок праці, ринок освітніх послуг, державне регулювання, інституціональний розвиток, освітній кластер.

Сибирцев В.В. ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ И РАЗВИТИЯ НАЦИОНАЛЬНОГО РЫНКА ТРУДА

Статья посвящена обоснованию концептуальных основ обеспечения взаимопроникновения и согласованного развития рынка труда и рынка образовательных услуг. Путем применения закона возрастающей отдачи разработаны когнитивные модели взаимодействия рынка труда с секторами экономики. Доказана уместность формирования образовательных кластеров. Разработана структура механизма интеграционного взаимодействия рынков труда и образования. Освещены особенности государственного регулирования институциональных изменений в процессах развития национального рынка труда.

Ключевые слова: рынок труда, рынок образовательных услуг, государственное регулирование, институциональное развитие, образовательный кластер.

Sybirtsev V.V. THE EDUCATIONAL PROVIDING OF FUNCTIONING AND DEVELOPMENT OF THE NATIONAL LABOR MARKET

The article is devoted to the process of grounding of conceptual basis for interpenetration and coordinated development of the labor market and the education market. The cognitive model of interaction between labor market and economic sectors is developed by using the law of increasing returns. The relevance of educational clusters formation is proved. The structure of interaction mechanism for labor and education markets integration is developed. The specifics of state regulation of institutional changes in the national labor market development have been deal.

Keywords: labor market, market of educational services, government regulation, institutional development, educational cluster.

Постановка проблеми. Функціонування національного ринку праці об'єктивно стикається з певною кількістю проблем, вирішення більшості яких є пріоритетним завданням для органів державної влади. Однією з таких проблем є незбалансованість попиту й пропозиції робочої сили у розрізі компетентностей працівників (у термінології С.В. Сігової [15, с. 4] дана проблема трактується як «невідповідність професійно-кваліфікаційної структури притоку та відтоку робочої сили на ринку праці», а в рамках досліджень В.Л. Клюні [8] визначається як «незбалансованість структури трудових ресурсів та робочих місць»).

Зрозумілим є те, що досягнення компетентністної відповідності попиту та пропозиції робочої сили відбуватиметься як під впливом законів ринку, так і завдяки певній державній підтримці, орієнтованій на формування такої професійно-кваліфікаційної структури пропозиції робочої сили, котра якомога більше відповідатиме попиту на неї. У такому аспекті актуалізується інша проблема, яка відноситься до зони уваги державного регулювання національної економіки, – досягнення відповідності освіти випускників навчальних закладів відстроченому у часі потенційному попиту на їх компетентності.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженню проблематики функціонування національного ринку праці присвячено багато досліджень [1; 7; 9], у яких переважно розглядаються питання виділення та регулювання процесів узгодження попиту й пропозиції на ринку праці. При цьому переважно наукова дискусія зводиться до доречності прийняття «вузького» [9] чи «широкого» [7] підходу до виділення учасників ринку праці. Кожен з таких підходів визначає склад учасників ринку праці, а отже й параметри гармонізації їх інтересів. При цьому в більшості випадків така гармонізація розглядається в рамках поточного функціонування ринку праці. Питання ж розвитку обмежуються лише плануванням показників попиту й пропозиції у майбутніх періодах.

Такий підхід не відповідає змісту категорії «розвиток», яка має розглядатися через незворотні та цілеспрямовані [13], структурні та якісні трансформації [10]. Оскільки такі трансформації змінюють параметри роботи ринку праці, потрібно їх досліджувати з точки зору проектування інститутів ринку праці, які визначатимуть логіку його функціонування у майбутньому періоді. Це можливо лише у разі випереджаючої адаптації професійно-кваліфікаційної структури пропозиції на ринку праці параметрам майбутнього попиту на ньому. Саме таке випереджальне формування пропозиції має стати головним цільовим орієнтиром функціонування для суб'єктів ринку освітніх послуг.

Звернемо увагу на наявність чисельних досліджень, присвячених розвитку ринку освітніх послуг [3; 17]. Разом з тим переважна більшість з них орієнтована на висвітлення особливостей здійснення саме освітнього процесу чи організації педагогічної діяльності. Показовою тут є робота Н.К. Чапаєва [17] присвячена педагогічній інтеграції, як методології зв'язування процесу навчання з потребами замовників такого навчання. Однак дана розробка орієнтована не стільки на визначення потреб ринку праці, скільки на відбір педагогічного інструментарію. Це при тому, що вимога ж досягнення відповідності ринку освітніх послуг та ринку праці у теперішній

час задекларована на державному рівні. Обрана тема дослідження міститься в рамках дії Закону України «Про професійний розвиток працівників» [4], чим, зокрема, й підтверджується її народногосподарська значущість. Даний закон регулює сприяння держави підвищенню працівниками професійного рівня. Разом з тим ним лише декларуються засади формування відповідного інституціонального забезпечення (обмежено лише переліком органів державної влади, залучених до сприяння професійному розвитку працівників), а отже актуалізуються розробки спрямовані на формування належного механізму регулювання взаємопроникнення ринків праці та освітніх послуг.

Ученими економістами детально розглянуто питання інфраструктурного [12] та інституціонального [1] забезпечення функціонування ринку праці. На жаль, як правило, вони розглядаються відокремлено від процесів розвитку. Окрім того потрібно утворення інститутів, які забезпечуватимуть подолання зазначеної вище «невідповідності професійно-кваліфікаційної структури ринку праці» [15, с. 4] та матимуть відношення одночасно як до ринку праці, так і до ринку освітніх послуг. Разом з тим підтримка функціонування таких інститутів потребує організації належного фінансування, через що забезпечити інтеграцію зазначених ринків можна лише на державному рівні (зрозуміло, утворюючи при цьому самоорганізаційне підґрунтя, базоване на принципі «м'якої регламентації» [16, с. 251]). Показовими у цьому плані є розробки П.П. Мазурок [11], в яких розглянуто інституціональні особливості реалізації професійного навчання у функціонуванні ринку праці. Але у [11] знову ж таки мова йде лише про функціонування, а не про розвиток національного ринку праці.

Отже, нами пропонується розглянути можливість вирішення наявних на ринку праці проблем та диспропорцій через призму його інтеграції з ринком освітніх послуг при обов'язковій розробці відповідного інформаційно-інституціонального забезпечення такої інтеграції. Так, наприклад, у роботі О.С. Єлкіної [5] наведено широкий спектр стратегій економічної поведінки робітників на ринку праці, які базуються на критеріях бажаного рівня доходів та сфер застосування праці. Разом з тим запропонована у [5] концепція управління стратегіями економічної поведінки робітників базується на сформованій професійно-кваліфікаційній структурі ринку праці. На нашу думку, такий підхід обмежує часовий період розробки стратегії, оскільки у довгостроковому періоді така структура може змінюватися саме завдяки інтеграції ринків освіти та праці.

Забезпечення зазначеного взаємопроникнення ринків освіти та праці має контролюватися на державному рівні в рамках формування відповідної інституціональної інфраструктури. На жаль, подібні дослідження також наявні лише по відношенню до окремого розгляду зазначених ринків. Так, наприклад, С.І. Архієреєв [2] розглядає ринок праці в термінах трансакційних витрат. Даний автор робить наголос на потребі такого вироблення інститутів ринку праці, щоб вони сприяли мінімізації витрат суб'єктів ринку праці при забезпеченні доступу до його ресурсів. Разом з тим означені інститути мають не лише сприяти досягненню узгодженості попиту й пропозиції на ринку праці у поточному періоді. Вони мають сприяти досягненню такої узгодженості з оглядом на перспективні вимоги до професійно-кваліфікаційної структури пропозиції робочої сили. Реалізація такої вимоги можлива лише у разі забезпечення орієнтації освітнього ринку на перспективні запити ринку праці та утворення інституціональної основи для цього.

Постановка завдання. Таким чином, мета статті полягає у розвитку теоретико-методологічних засад формування та використання освітнього забезпечення функціонування та розвитку національного ринку праці. У рамках реалізації мети статті передбачається вирішення наукового завдання з обґрунтування концептуального підходу до формування інституціонально-інформаційного підґрунтя забезпечення взаємопроникнення ринку праці та ринку освітніх послуг при обов'язковому врахуванні тенденцій розвитку національної економічної системи.

Виклад основного матеріалу дослідження. В основу досягнення мети статті пропонуємо покласти так званий «закон зростаючої віддачі» [6] та інструментарій системної динаміки [14]. У даному випадку мова йде про такий механізм системної динаміки, як «петлі позитивного зворотного зв'язку», які є практичним втіленням «закону зростаючої віддачі». У «класичному» вигляді зазначений закон говорить, що «пропорційне збільшення кількості ресурсів призводить до ще більшого зростання обсягів випуску» [6, с. 14]. Проекція даного твердження на ринок праці дозволяє висунути гіпотезу про те, що витрачання коштів на випереджаюче подолання диспропорцій професійно-кваліфікаційній структурі співвідношення попиту й пропозиції на ринку праці в решті решт призведе до прискореного розвиту національної економіки.

Для доведення даної пропозиції скористаємося «архетипами» П. Сенге [14] з поступовим розширенням отриманих моделей. Основна схема взаємозв'язку ринку праці та ринку освітніх послуг представлена на рисунку 1.

Подана на рисунку 1 схема розкриває лише загальну логіку взаємодії ринків праці та освітніх послуг на рівні їх процесів функціонування. Така логіка в цілому відповідає проаналізованим вище розробкам [7; 8; 9; 11; 15]. У відповідності з поставленим завданням дослідження розширимо дану схему відображенням процесів розвитку та визначенням місця інституціональної складової, яка регулює взаємопроникнення означених ринків. Але перш за все звернемо увагу на ряд принципових момен-

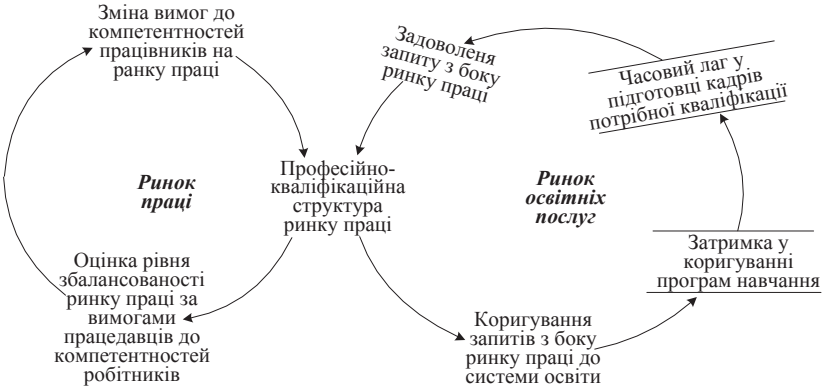


Рис. 1. Базова когнітивна модель зв'язку ринків праці та освітніх послуг

Джерело: розроблено автором

тів. Так, подані на рисунку 1 розриви визначаються об'єктивно існуючою невідповідністю попиту та пропозиції за структурою, компетенціями та кваліфікацією трудових ресурсів. Такі невідповідності пропонуємо розглядати як протиріччя, які мають долатися в процесах розвитку.

Також наголосимо, що роль держави полягатиме у забезпеченні підтримки й регулюванні означених на рисунку 1 взаємозв'язків. У агрегованому вигляді дана когнітивна модель відображає наступну логіку «формування з боку реального сектора економіки запитів до ринку праці – підготовка фахівців системою освіти – фінансування підготовки фахівців з боку держави». Відповідно, на виході системи освіти отримуємо робочу сила, компетентну в певній сфері. Тут слід враховувати тривалість освітнього процесу. Отже й розвиток ринку праці можливий лише у випадку випереджального формування компетентностей працівників з оглядом на майбутні потреби ринку праці.

Дана вимога на рисунку 1 також змодельована у вигляді відповідної затримки. Відповідно до цього, контрольовані на інституціональному рівні освітні послуги перетворюються на інструмент державного регулювання балансу попиту й пропозиції на ринку праці. Саме державні інститути повинні забезпечувати врахування системою освіти запитів з боку реального сектора економіки, сприяти фінансуванню випереджальної складової освітнього процесу та сприяти зростанню його гнучкості. Усі означені вище вимоги

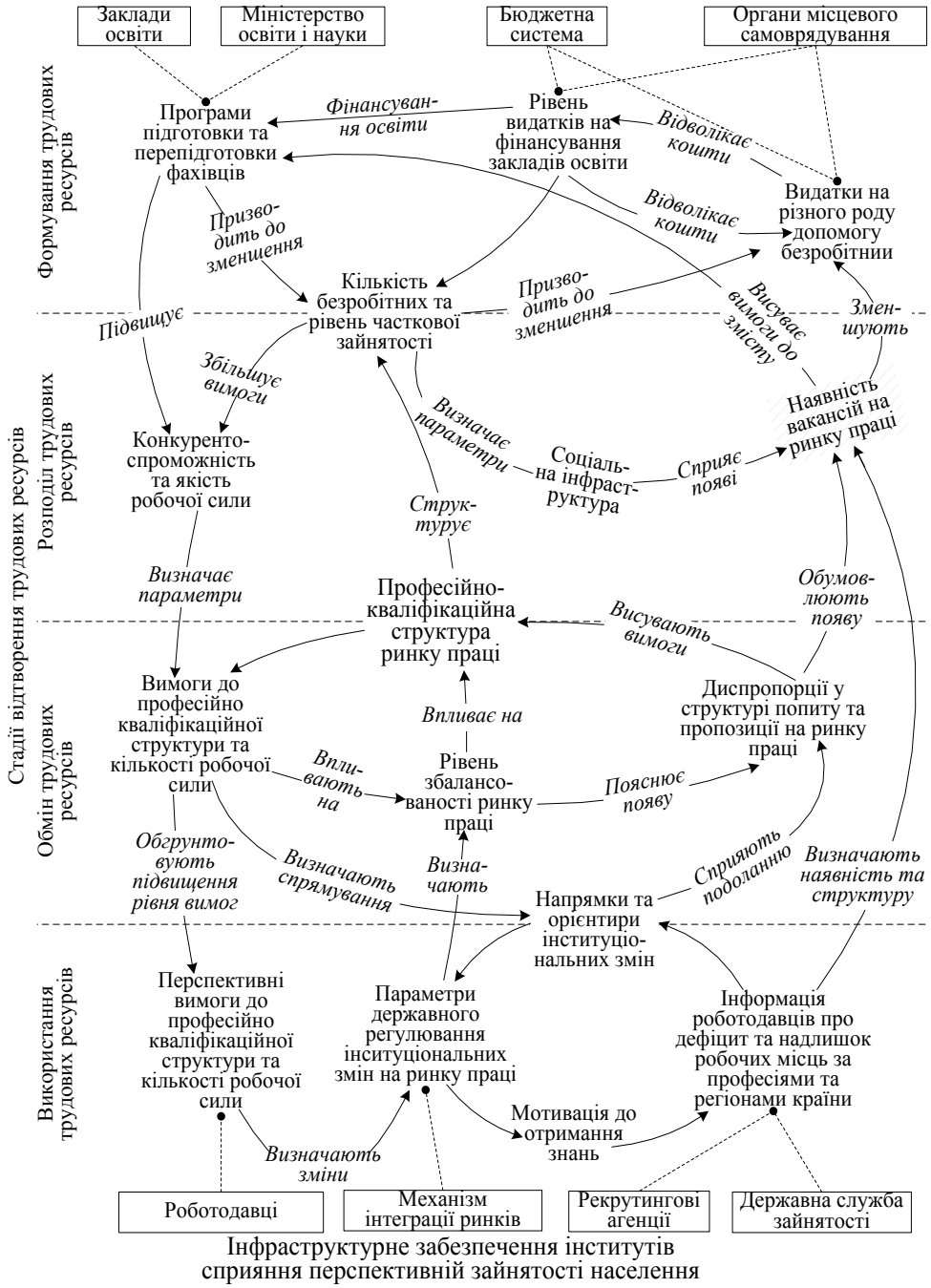


Рис. 2. Концептуальна модель досягнення взаємозв'язку процесів розвитку ринку праці та ринку освітніх послуг

Джерело: розроблено автором

та виявлені під час аналізу наявних досліджень невідповідності дозволили розробити подану на рисунку 2 концептуальну модель взаємодії ринку праці та освітніх послуг. Відмінністю даної моделі є виокремлення процесів функціонування і розвитку ринку праці та введення індикаторів оцінювання диспропорції у процесах розвитку.

У розвиток задекларованої на рисунку 1 авторської гіпотези сформулюємо ряд концептуальних положень. Вони розкриватимуть пропонований підхід з організації державного регулювання процесу взаємопроникнення ринків праці та освітніх послуг. Наведена нижче система концептуальних положень обґрунтовує, деталізує, конкретизує та розкриває зміст поданих на рисунку 2 зв'язків.

Положення 1. Побудова освітнього процесу має відповідати майбутнім аттракторам розвитку та інституціональній структурі ранку праці. Основою підвищення конкурентоспроможності як трудових ресурсів на ринку праці, так і національної еконо-

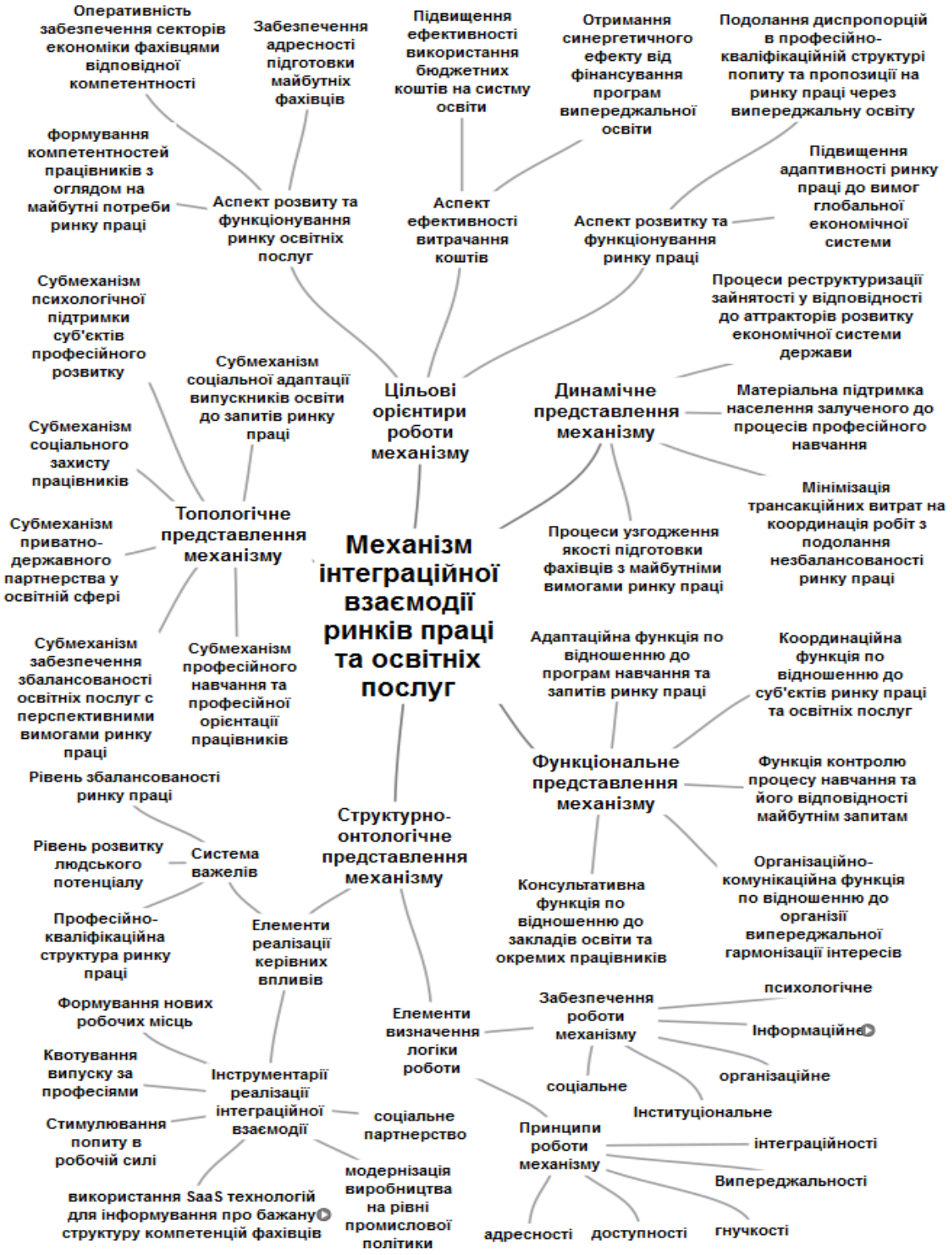


Рис. 3. Механізм інтеграційної взаємодії ринків праці та освітніх послуг

Джерело: розроблено автором

мічної системи в цілому є формування інститутів подолання диспропорцій у професійно-кваліфікаційній структурі ринку праці на основі удосконалення змісту надаваних освітніх послуг. Підвищення ефективності функціонування подібних інститутів сприяння зайнятості можливе лише завдяки перспективному визначенню потрібних реальному сектору економіки компетентностей та випереджальному їх формуванню в рамках освітнього процесу.

Положення 2. При визначенні параметрів взаємопроникнення ринків праці та освітніх послуг обов'язково треба враховувати наявність «вузького» та «широкого» розуміння ринку праці. Відповідно до останнього, ринок праці розглядається через систему суспільних відносин, соціальних норм та інститутів, орієнтованих не стільки на підтримку задоволення попиту на наявні робочі місця, скільки на розширення системи робочих місць. Відповідне змістовне наповнення інститутів сприяння зайнятості має відбуватися через вдосконалення кваліфікаційної структури та компетенцій усього економічно активного населення.

Положення 3. Формування інститутів сприяння перспективній зайнятості населення в обов'язковому порядку має враховувати стадії відтворення трудових ресурсів. Для врахування цього положення дані стадії на рисунку 2 відображені у взаємозв'язку з інфраструктурним забезпеченням роботи зазначених інститутів. Звернемо увагу, що безпосередньо до ринку праці мають відношення лише стадії розподілу та обміну трудових ресурсів, з перелічених на рисунку 2. Разом з тим саме освітнє забезпечення визначає дієвість перебігу стадії «формування трудових ресурсів». Стадія ж «використання трудових ресурсів» визначає запити до ринку праці, зокрема з оглядом на параметри реалізації промислової політики держави. Більше того, реалізація стадії «розподілу трудових ресурсів» має відбуватися з оглядом на інтегруючу роль означених на рисунку 2 інститутів.

Положення 4. Державне регулювання взаємоузгодженого розвитку ринку праці та ринку освітніх послуг має сприяти їх переорієнтуванню на перспективні потреби та майбутні запити з боку національної економічної системи. Тобто освітнє забезпечення розвитку національного ринку праці можливе лише у разі формування інституту так званого «випереджаючого» навчання, в рамках якого запити до закладів освіти формуються з оглядом на інноваційний розвиток попиту на ринку праці. Реалізація даної вимоги представлена у вигляді стратегічних розривів та затримок на поданих на рисунку 1 та рисунку 2 схемах. Саме в рамках таких розривів проявляється вплив закону зростаючої віддачі. У даному випадку даний закон реалізується через забезпечення більш чіткої спрямованості освіти на забезпечення перспективних потреб національної економічної системи.

Положення 5. Практична реалізація концепції «випереджаючого» навчання, орієнтованого на перспективні потреби ринку праці, потребує формування належного механізму. Детальне дослідження змісту дефініції «механізм» та визначення особливостей його побудови по відношенню до ринку праці виходить за рамки поставленого завдання дослідження. Зробимо лише наголос на тому, що існує цілий ряд підходів до тлумачення категорії «механізм». Інтеграція всіх зазначених підходів дозволила сформувати подане на рисунку 3 представлення механізму інтеграційної взаємодії ринків праці та освітніх послуг.

Головною особливістю використаного підходу є те, що подана на рисунку 3 схема сполучає структурний, динамічний та цільові підходи до розуміння змісту категорії «механізм». Інша особливість авторської розробки міститься в тому, що в рамках представленого на рисунку 3 механізму використано показники (як важелі спрямування управлінського впливу) та взаємозв'язки (як цільові орієнтири для роботи механізму) з поданих на рисунку 1 та рисунку 2 концептуальних схем.

Положення 6. Розвиток освітнього забезпечення має відбуватися у взаємодії з розвитком науково-дослідного комплексу держави, що можливо забезпечити в рамках виділення освітніх та науково-освітніх кластерів. Такі кластери майже не розглядаються у наукових працях, хоча існує доволі багато розробок присвячених дослідженню промислових кластерів чи кластерів з надання послуг. Виділення освітнього кластеру пропонується здійснювати на основі наявності у нього низки ознак: географічно обмеженої території (регіонів чи міст з високою концентрацією навчальних та наукових закладів), широкого переліку залучених до кластеру суб'єктів (тут маємо на увазі працедавців як осіб, що формують чи хоча б прогнозують перспективні вимоги до майбутніх компетентностей працівників), добровільність та самоорганізаційне підґрунтя участі у кластері (хоча можлива декларація таких кластерних ініціатив на державному рівні) та наявність синергетичного ефекту від взаємодії учасників кластера (розглядається як критерій ефективності реалізації кластерних ініціатив).

У рамках реалізації даного положення на рівні державної політики слід передбачити подальше сприяння розвитку освітньо-науково-технологічних парків (наукоградів з поширенням ролі освітньої складової); інтеграцію ВНЗ з підприємствами, які формують перспективний попит на ринку праці; залучення фахівців ВНЗ до розробки й реалізації пріоритетних напрямків промислової політики задля інтеграції вимог таких напрямів до освітнього процесу.

Положення 7. З організаційно-інфраструктурної точки зору, як для формування та регламентування діяльності освітніх кластерів, так і для підтримки роботи задекларованого механізму інтеграційної взаємодії ринків праці та освітніх послуг потрібне формування відповідної державної інституції. У першому випадку вона виконуватиме роль «фасилітатора розвитку кластера», у другому – забезпечуватиме інформаційно-аналітичний зв'язок між суб'єктами ринків праці та освіти. Звісно, така інституція може отримати функції контролю витрачання фінансових ресурсів, виділених з боку держави. Але все ж таки головною вимогою до неї має бути вироблення потенційних вимог до майбутніх фахівців, які готуються системою освіти з оглядом на прогнозовані аттрактори розвитку та зміст майбутніх інститутів підтримки функціонування ринку праці. Тут завдання такої інституції зводиться до розробки програми забезпечення збалансованості перспективних попиту та пропозиції на ринку праці.

Положення 8. Декларативним базисом для розробки виділених на рисунку 2 інститутів має постати програма забезпечення збалансованості освітніх послуг та ринку праці. Така програма виступатиме цільовим орієнтиром роботи представленого на рисунку 3 механізму. В рамках даного положення пропонуємо ввести додаткову вимогу щодо формування державного інформаційного порталу з інформування про бажані компетентності (його виділено у складі поданої на рисунку 3 схеми). У рамках роботи даного порталу відбуватиметься інформування учасників

ринку праці про складові означеної програми забезпечення збалансованості з оглядом на прогнозні вимоги промислової політики чи параметри фінансового ринку.

Положення 9. У рамках роботи механізму інтеграції ринків праці та освітніх послуг необхідно передбачити періодичне оцінювання ефективності сформованого інституціонального та якості інформаційного забезпечення. Таке оцінювання дозволить підтримувати відповідність зазначених інститутів зростаючим вимогам до їх функціонування. Зазначене оцінювання ефективності пропонується проводити через визначення ступеню задоволення інтересів суб'єктів ринку праці (мається на увазі отримання як об'єктивних оцінок у вигляді співвіднесення бажаної та фактичної професійно-кваліфікаційної структури пропозиції на ринку праці, так і суб'єктивних оцінок окремих учасників ринку праці при їх агрегуванні до певних інтегральних показників).

Висновки з проведеного дослідження. Таким чином, у статті обґрунтовано систему концептуальних положень із забезпечення взаємопроникнення та узгодженого розвитку ринку праці та ринку освітніх послуг, яке відбувається в рамках дії закону зростаючої віддачі. Доведеність означених положень підтверджується абстрактно-логічним методом та застосуванням розробленої когнітивної моделі використання освітньої складової у розвитку ринку праці, який засновується на виділенні контурів державного регулювання відповідних інституціональних змін. Разом з тим у якості перспектив подальших досліджень автора виступає детальне теоретичне пророблення кожного із задекларованих концептуальних положень задля вироблення конкретних методичних рекомендацій щодо їх імплементації. Так, необхідним є розробка складу показників оцінювання ефективності роботи задекларованого механізму, визначення деталізованого переліку норм та правил, які утворюють інститут сприяння перспективній зайнятості населення тощо.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Аганбекян Р.Л. Институциональная экономика: бизнес и занятость / Р.Л. Аганбекян, Г.Л. Баяндурян. – М. : Магистр, 2010. – 462 с.
2. Архієреєв С.І. Інституційна складова ринку праці як фактор зниження трансакційних витрат в трансформаційній економіці / С.І. Архієреєв, А.В. Глушач // Вісник «Національного технічного університету «ХПІ». – 2012. – № 5. – С. 121-135.
3. Воронина А.А. Экономические проблемы образования: теория и практика / А.А. Воронина. – СПб. : Питер, 2006. – 416 с.
4. Закон України «Про професійний розвиток працівників» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/4312-17.
5. Елкина О.С. Управление стратегиями экономического поведения работников на рынке труда : монография / О.С. Елкина. – Омск : Изд-во Омский институт (филиал) РГТЭУ, 2010. – 330 с.
6. Каталевский Д.Ю. Стратегическое управление организацией на основе возрастающей отдачи : дис. … канд. экон. наук : 08.00.05. – Москва, 2008. – 172 с.
7. Кашепов А.В. Рынок труда: проблемы и решения : монография / А.В. Кашепов, С.С. Сулашкин, А.С. Малчинов. – СПб. : Научный эксперт, 2008. – 234 с.
8. Клюня В.Л. Сбалансированность рынка труда в Республике Беларусь: методологические и методические основы обеспечения : монографія / В.Л. Клюня, И.В. Зенькова. – Новополоцк : ПГУ, 2009. – 216 с.
9. Колосова Р.П. Экономика персонала / Р.П. Колосова, Т.Н. Василюк, М.В. Артамонова, М.В. Луданик. – М. : Инфра-М, 2010. – 896 с.
10. Кучин Б.Л. Управление развитием экономических систем: технический прогресс, устойчивость / Б.Л. Кучин, Е.В. Якушева. – М. : Экономика, 1990. – 157 с.
11. Мазурок П.П. Соціально-інституціональні основи формування ринку праці в Україні : монографія / П.П. Мазурок. – К. : ННЦ ІАЕ, 2005. – 426 с.
12. Марченко І.С. Інфраструктурна підтримка розвитку ринку праці України : [монографія] / І.С. Марченко. – К. : Ін-т демографії та соціальних досліджень імені М.В. Птухи НАН України, 2013. – 150 с.
13. Пилипенко А.А. Методологія інституціонального регламентування розвитку потенціалу інтегрованих структур бізнесу // Научные труды Донецкого национального технического университета. – 2009. – № 37-2. – С. 195-202.
14. Сенге П. Пятая дисциплина: искусство и практика самообучающейся организации / пер. с англ. – М. : ЗАО «Олимп – Бизнес», 2003. – 408 с.
15. Сигова С.В. Повышение сбалансированности российского рынка труда // Социальная политика и социальное партнерство. – 2010. – № 5. – С. 25-31.
16. Смирнов Э.А. Основы теории организации. – М. : ЮНИТИ, 1998. – 375 с.
17. Чапаев Н.К. Структура и содержание теоретико-методологического обеспечения педагогической интеграции : дис. … докт. пед. наук : 13.00.01. – Екатеринбург, 1998. – 408 с.

СЕКЦІЯ 3
ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ

УДК 33.338

Аванесова Н.Е.
кандидат економічних наук,
доцент кафедри фінансів та кредиту
Харківського національного університету будівництва та архітектури

ОЦІНКА БЕЗПЕКОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ РОЗВИТКУ ОБОРОННОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ УКРАЇНИ В УМОВАХ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ

У статті описуються проблема оцінки безпекового потенціал розвитку оборонної промисловості України в умовах євроінтеграції, розглядаються можливі шляхи вирішення даної проблеми. Шляхом міркувань і результатів у дослідженні визначено комплекс дій і заходів, спрямованих на забезпечення та розвиток безпеки країни в сфері оборонної промисловості. У науковій статті доводиться, що в сучасної Україні є всі шанси для того, щоб за допомогою креативних ресурсів досягти найвищого рівня економічного розвитку зазначеної галузі.

Ключові слова: оборонна промисловість, потенціал розвитку, євроінтеграція, безпека, оборонно-промислова галузь, підприємства оборонно-промислового сектору.

Аванесова Н.Э. ОЦЕНКА БЕЗОПАСНОСТИ ПОТЕНЦИАЛА РАЗВИТИЯ ОБОРОННОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ УКРАИНЫ В УСЛОВИЯХ ЕВРОИНТЕГРАЦИИ

В статье описываются проблема оценки безопасности потенциала развития оборонной промышленности Украины в условиях евроинтеграции, рассматриваются возможные пути решения данной проблемы. Путем рассуждений и результатов в исследовании определен комплекс действий и мероприятий, направленных на обеспечение и развитие безопасности страны в сфере оборонной промышленности. В научной статье доказывается, что в современной Украине есть все шансы для того, чтобы с помощью креативных ресурсов достичь высокого уровня экономического развития данной отрасли.

Ключевые слова: оборонная промышленность, потенциал развития, евроинтеграция, безопасность, оборонно-промышленная отрасль, предприятия оборонно-промышленного сектора.

Avanesova N.E. EVALUATION OF POTENTIAL SECURITY DEFENSE INDUSTRY IN TERMS OF EUROPEAN INTEGRATION UKRAINE

This article describes the assessment of the potential problem of the defense industry in terms of European integration Ukraine considered possible solutions to this problem. By reasoning and results of the study identifies actions and measures to ensure security and development in the defense industry. In this scientific article argues that in modern Ukraine have all chances to using creative resources to achieve the highest level of economic development of this industry.

Keywords: defense industry, the potential development, European integration, security, defense industries, defense industry enterprises sector.

Постановка проблеми. Європейська інтеграція є головним та незмінним стратегічним пріоритетом державної політики незалежної України, що одночасно є інструментом формування модерної української нації і держави, створення сучасної конкурентоспроможної економіки та утвердження високих соціальних та гуманітарних стандартів. Процес перетворення Європейського Союзу на один із найпотужніших світових центрів доводить успішність європейської інтеграційного проекту.

Успіх розширення ЄС на схід є показовим прикладом можливостей демократії в поєднанні з ринковою економікою. Тому європейська модель суспільно-політичного та соціально-економічного розвитку є найефективнішою для реалізації потенціалу нашої держави та забезпечення її поступального розвитку. Виступаючи одним з ключових чинників розвитку та підтримання миру і стабільності в Європі, національна безпека України нерозривно пов'язана з європейською. Згідно зі Стратегією національної безпеки України, реалізація євроінтеграційного курсу зовнішньої політики відповідає таким національним інтересам України, як забезпечення прав і свобод людини і громадянина, запровадження демократичних принципів в усіх сферах життєдіяльності держави, забезпечення високих стандартів життя громадян та конкурентоспроможності національної економіки, подальше зміцнення міжнародних позицій та авторитету України в сучасному світі.

Наразі існує проблема того, що оборонна промисловість України не бачить себе в європейському рику.

Підприємства оборонної промисловості не хочуть бачити Україну частиною європейського ринку. У всякому разі, в найближчому майбутньому. керівники підприємств важкого машинобудування, поряд з добувної та переробної промисловістю становлять основу економічного потенціалу України, не можуть не розуміти простої істини, з якою зіткнулася більшість «нових» членів Європейського Союзу. Мова йде про потенційне витіснення українських товарів з національного ринку на користь продукції європейської промисловості і як наслідок криза виробництва на території України і економічний спад держави.

Розуміючи цей факт, колективи та керівники українських підприємств, побачили в рішенні Президента Віктора Януковича, відкласти підписання угоди про асоціацію з Європейським Союзом, можливість відстояти національне виробництво, а по суті, і власні робочі місця. І в першу чергу мова йде про підприємства оборонної промисловості, керівники яких, безсумнівно, віддають звіт у тому, що більша

частина замовлень українських підприємств припадає на країни СНД, контакти з якими ризикують бути втраченими після підписання угоди про асоціацію з ЄС. Теж йде і з питанням випуску кінцевої продукції. Справа в тому, що підприємства оборонної промисловості України для випуску більшої частини готової продукції змушені укладати контракти, насамперед з російськими підприємствами, для поставки комплектуючих.

У 2014 році не обійшлося без того, що на підтримку рішення Президента та уряду про відстрочення підписання угоди з Європейським Союзом виступили колективи найбільших підприємств оборонної промисловості України: у Києві, Харкові, Запоріжжі, Дніпропетровську, Кременчуці та Луганської області.

Збори трудових колективів таких лідерів оборонної промисловості України як ДП «Антонов», ДП «Завод 410 ЦА», ПАТ «Мотор Січ», ПАТ «ЗАЗ», ХДАВП, ДП «Електроважмаш», НВК «Електровозобудування» та ін. Проте, все ж таки, більшість працівників сфери оборонної промисловості України, висловлюються за проведення європейської інтеграції виключно з урахуванням національних і економічних інтересів України, у тому числі на ринках країн Митного Союзу.

Мета дослідження – оцінити безпековий потенціал розвитку оборонної промисловості України в умовах євроінтеграції.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дана проблематика є центральною в таких дослідників, як В. Горбулін, А. Зленко, Г. Немиря, Г. Перепелиця, О. Сушко, В. Чалий, М. Бекманн, У. Браше, В. Войке, М. Емерсон, Ю. Заттлер, Х. Кассім, К. Ланг, Р. Лінднер, А. Ньольке, Й. Поллак, О. Ренн, П. Сломінські, Х. Тіммерманн, С. Хоффман, Д. Шварцер, Й. Штайнхільбер та інших.

Постановка завдання. Зазначена мета дослідження обумовлює завдання дослідження:

– визначити поняття «потенціал розвитку»;

– окреслити особливості потенціалу розвитку оборонної промисловості України;

– розробити рекомендації щодо забезпечення розвитку оборонної промисловості України в рамках євроінтеграції.

Метод (від грец. metodos – шлях дослідження, спосіб пізнання) – це спосіб пізнання дійсності і її відтворення в мисленні. Юридичний метод як шлях пізнання – це шлях поглиблення і розвитку знань, безперервний рух від накопичених знань до їх збагачення, до більш високого рівня, більш змістовного знання. Метод економіки – це економічне знання в його формуванні, зміні, поглибленні і розвитку.

У даному дослідженні було використано загальнонаукові методи та **методи економічного дослідження**: порівняльний метод, метод комплексного та системного аналізу.

Метод комплексного аналізу – це комплексний, всебічний аналіз проблемного питання, певної категорії за допомогою інших наук. У моєму дослідженні, інститут промислової власності не виокремлюється від відповідних економічних досліджень.

Даний метод проявляється у взаємопов'язаному вивченні ще й правових явищ. Так, зокрема, інститут економічної оцінки безпекового потенціалу розвитку оборонної промисловості України необхідно вивчати з точки зору принципових засад підгалузі конституційного та підприємницького права.

Системний метод (метод системного аналізу) полягає в тому, що безпековий потенціал розвитку оборонної промисловості України в умовах євроінтеграції розглядається як система, тобто певна організаційна форма, в якій складові частини поєднані спільною метою.

Системний аналіз полягає у виявленні її елементів, встановленні взаємозв'язків між ними, визначенні загальних рис, характерних ознак, які дають змогу об'єднати елементи в єдине ціле.

Об'єкт дослідження – суспільні відносини, які складаються в сфері безпекового потенціалу розвитку оборонної промисловості України в умовах євроінтеграції.

Предмет дослідження – оцінка безпекового потенціалу розвитку оборонної промисловості України в умовах євроінтеграції.

Виклад основного матеріалу дослідження. У період з 2010 по 2014 роки пройшли такі зміни в сфері оборонної промисловості, які привели до того, що Україна втратила практично всі види озброєння. Це викликано політикою влади та наступним. Такі галузі, як авіаційна, ракетна, бронетанкова, суднобудівна стали занадто дорогими. Виробництво для потреб власної армії було зведено практично до нуля системною кризою. І зараз воно продовжує падати. Якщо в 1991 р. оборонна продукція становила 27% загального обсягу машинобудування то в 1997 лише 4%. Кількість оборонних підприємств зменшилася в 5 раз, кількість працюючих – у 7. Значно погіршилися характеристики наукової бази українського ОПК. Кількість спеціалістів, які безпосередньо виконують науково-дослідні роботи для потреб оборони, зменшилася майже на 60%. Значно знизилася творча активність науковців. Через низький рівень бюджетного фінансування ОПК України майже не працює на власну армію, внаслідок чого стан озброєння ЗС України перебуває в критичному стані. В абсолютній більшості воно морально й фізично застаріло. Відносно сучасні зразки не сягають більше 30%. 50% озброєння підлягає заміні, 70% потребує капітального ремонту. Справних літаків менше 50%, вертольотів – 16%. Відповідно до нормативів системи озброєння потрібно щороку оновлювати на 4-6%. Це не вдається робити. Як наслідок, стрімко падає бойовий потенціал – приблизно на 9% щороку.

Сьогодні нова влада на шляху до ЄС усіма силами намагається відновити оборонний комплекс країни. Навіть маючи всі ці труднощі та їх наслідки, оборонно-промисловий комплекс України існує й продовжує функціонувати. Він і сьогодні спроможний розробляти та виготовляти окремі інтелектуальні, високоточні й наукоємні види озброєнь і військової техніки та їх підсистеми.

Потенціал розвитку – це властивість носія піддаватися змінам, які забезпечать посилення існуючих, або появу нових властивостей, які можуть бути додатково створені в розмірах, обмежених природними, організаційно-технічними та загальноекономічними умовами [1].

Потенціал розвитку стосується, головним чином, складних організаційно-технічних систем, як підприємство або галузь.

На шляху до майбутньої інтеграції в ЄС перед Україною стоять суттєві виклики в галузі оборонної промисловості.

По-перше, загальна безпекова обстановка в регіоні стала несприятливою, а навіть небезпечною. Зміни сталися як з огляду на глобальні чинники економічної кризи, так і через надмірну залежність України від більш потужних регіональних гравців Заходу та Сходу. Зовнішньополітична буферність, постійне балансування між Заходом і Росією, слабкість з точки

зору економіки, часто роблять Україну заручником політичної гри інших держав.

По-друге, через ряд політичних, економічних та соціальних проблем в самій країні, значний розрив між владою та народом, високий рівень корупції в органах державної влади створюють суттєвий конфліктний потенціал.

По-третє, низька ефективність сектору безпеки і оборони України. Цей сектор, попри здобутки і потенціали, загалом характеризують такі проблеми, як неефективність державного управління сектором, низький рівень демократії, вкрай недостатнє фінансування, надмірні прояви спадщини радянських методів.

Постійна невирішуваність зазначених проблем гальмує ефективність і обмежує потенціал безпекового співробітництва України з Європейськимм Союзом, стримує розвиток співробітництва в політичній та економічній сферах [2].

Україна поступово і наполегливо намагається активізувати взаємодію з ЄС у секторі безпеки і оборони, проте, на сьогодні, можна вести мову про наміри, але не про здобутки. Зокрема, питання про використання української транспортної авіації для миротворчих та гуманітарних місій ЄС.

Серед багатьох чинників, які безпосередньо впливають на співробітництво України з ЄС у сфері оборонної промисловості України та її захисту, на сьогодні достатньо чітко можна позначити визначальний вплив двох:

1) Жодна країна не спроможна окремо протистояти сучасним швидкоплинним викликам і новим загрозам;

2) тенденція до багатополярності майбутнього світоустрою та наявні протиріччя між найбільшими світовими потугами роблять поки що малоймовірними створення якогось єдиного центру впливу. Отже, регіональна безпека визначатиметься, у першу чергу, ефективністю регіональних потужностей безпеки.

Оцінивши безпековий потенціал розвитку оборонної промисловості України в умовах євроінтеграції та проблемні питання реформування та розвитку оборонно-промислового комплексу України (далі – ОПК), можна констатувати неефективність державного управління оборонними підприємствами, зокрема з питань реалізації військово-технічної та оборонно-промислової політики.

Основними причинами такого стану є незавершеність формування ефективної системи управління та координації діяльності оборонних підприємств різних форм власності в умовах ринкових відносин, незбалансованість структури та виробничих потужностей підприємств з реальними і перспективними оборонними потребами держави, дефіцит бюджетних та інвестиційних ресурсів, суттєве скорочення за останні роки обсягів серійного виробництва озброєння та військової техніки (далі – ОВТ) за державним оборонним замовленням, розрив й скорочення (послаблення) налагоджених десятиріччями виробничих коопераційних зв'язків між оборонними підприємствами як усередині, так і за межами України.

Вирішення складних питань розвитку ОПК лише за рахунок створення господарчого об'єднання Державний концерн «Укроборонпром» без врегулювання всієї цілісної державної системи управління ним, яка охоплює процеси стратегічного планування розвитку Воєнної організації держави, створення і виробництва ОВТ, розвитку виробничих потужностей та впровадження сучасних спеціальних технологій на підприємствах оборонної промисловості, не дозволяє сподіватися на позитивні результати функціонування цього комплексу у подальшому [3].

Стан, в якому сьогодні знаходиться вітчизняний ОПК, оцінюється як кризовий. Внаслідок цього не виконуються завдання і заходи, передбачені Державною цільовою програмою реформування та розвитку ОПК та Державною програмою розвитку ОВТ. Зокрема, досі не створено задекларовані ними вертикально-інтегровані об'єднання оборонних підприємств, установ і організацій за найважливішими напрямами розвитку й виробництва ОВТ.

Втрачається науково-технічний, виробничо-технологічний та кадровий потенціал ОПК, що негативно впливає на забезпечення обороноздатності держави й розвиток міжнародного військово-технічного співробітництва.

Прогалиною в системі державного регулювання діяльності ОПК є відсутність цільових законів, положення яких би визначало робочі механізми регулювання й управління в сфері діяльності цього комплексу.

Це стосується, насамперед визначення основних напрямів військово-технічної та оборонно-промислової політики ОПК, форм і методів державного управління, правового статусу суб'єктів ОПК, заходів економічного стимулювання його підприємств, особливостей створення, форм власності і майнових прав інтегрованих структур, а також компетенції і контролю держави за сферою їх діяльності. Недосконаліть чинної законодавчої та нормативно-правової бази в цій сфері діяльності також не стимулює подальший розвиток ОПК та військово-технічного співробітництва з іноземними державами [4].

Висновки з проведеного дослідження. Враховуючи зазначене та з метою подальшого забезпечення розвитку оборонної промисловості рекомендується:

1. Вважати, що прийняті протягом 2010-2014 рр. рішення за напрямом реформування та розвитку ОПК України на цей час не набули системної закінченості, що обумовлює необхідність обговорення цих питань на вищому політичному рівні – парламентських слуханнях та засіданні Ради Національної безпеки і оборони України з метою їх вирішення.

2. Забезпечення ефективної діяльності підприємств ОПК у нових умовах потребує розбудови ефективної вертикалі державного управління всім комплексом оборонних підприємств з підпорядкуванням її Президентові України як Верховному Головнокомандувачу Збройних Сил України.

З цією метою рекомендується повернутися до розгляду питання про утворення Державної оборонно-промислової комісії при Президентові України, яка готуватиме Главі держави пропозиції щодо визначення пріоритетів та напрямів державної політики з реформування і розвитку ОПК та оборонної продукції, ключових напрямів військово-технічної політики та військово-технічного співробітництва з іншими державами, інших важливих питань забезпечення обороноздатності держави.

3. На галузевому рівні управління оборонно-промисловим комплексом необхідно продовжити реформу державного управління. З метою подальшої централізації управління оборонною промисловістю забезпечити створення галузевої державної структури в складі центральних органів державної влади, а саме Державного агентства з питань оборонно-промислового комплексу України, з наданням йому функцій державного замовника озброєння та військової техніки, підготовки виробництва, розвитку сучасних технологій та відповідальності за стан і

розвиток оборонно-промислового комплексу, ведення єдиної державної політики в сфері військово-технічного співробітництва у взаємодії з іншими державними органами управління та державним концерном «Укроборонпром».

4. Врахувати, що розвиток наукового, конструкторського та виробничого потенціалу оборонно-промислового комплексу України, реструктуризація виробництв, модернізація та оснащення підприємств новим обладнанням, розвиток сучасних технологій та підготовка інженерних кадрів у державі, можливі лише за умов наявності відповідних державних довгострокових та середньострокових програм розвитку, державного оборонного замовлення на оборонну продукцію та їх достатнього фінансового забезпечення за загальним фондом, в обсягах, що відповідають обґрунтованим потребам забезпечення обороноздатності держави та виробничим можливостям підприємств ОПК [5].

5. Прискорити завершення формування законодавчої і нормативно-правової бази:

– забезпечити прийняття закону України «Про виробництво військової техніки», доопрацювавши його в частині, що викладені в зауваженнях Верховної Ради України;

– прийняти закон «Про військове-технічне співробітництво з іноземними державами»;

– розробити та внести на розгляд Верховної Ради України законопроекти «Про особливості приватизації (корпоратизації) підприємств у сфері діяльності ОПК», «Про засади інноваційної діяльності в сфері ОПК», «Про внесення змін до Закону України «Про здійснення державних закупівель» у частині не поширення дії цього закону на товари, роботи і послуги, закупівля яких здійснюється підприємствами, установами і організаціями ОПК, внаслідок специфіки їх діяльності;

– з метою створення реєстру єдиних виробників продукції оборонного призначення опрацювати питання щодо внесення змін до закону України від 23.09.2010 № 2560–6 «Про державне оборонне замовлення» [6].

Окрім того, актуальним, на мій погляд, видається рекомендація Кабінету Міністрів України:

– привести прогнозні показники видатків на розвиток озброєння у відповідність до обґрунтованих потреб обороноздатності держави та забезпечити розробку чергової середньострокової Державної цільової оборонної програми розвитку озброєння та військової техніки.

– забезпечити фінансування державних цільових оборонних програм будівництва кораблів класу «Корвет» за проектом 58250 та «Сапсан», а також виконання контрактних зобов'язань щодо проведення дослідно-конструкторських робіт з розробки ВТЛ Ан-70 та модернізації вертольота Мі-24, що розробляються в міжнародній кооперації, інших діючих державних контрактів, що виконуються підприємствами промисловості України за замовленням Міністерства оборони України;

– організувати, починаючи з 2015 року, серійну закупівлю зразків озброєння та військової техніки на підприємствах ОПК України, створення яких завершено та які прийняті на озброєння Збройних Сил України;

– при розгляді питання щодо створення в структурі органів центральної виконавчої влади Державного агентства з питань оборонно-промислового комплексу України передбачити надання йому функцій державного замовника оборонної продукції відповідно до вимог Генерального штабу Збройних Сил України, підготовки виробництва і розвитку спеціальних технологій та проведення єдиної державної політики в сфері військово-технічного співробітництва з іншими країнами;

– внести, після затвердження Державної цільової оборонної програми розвитку ОВТ на 2015-2020 роки, зміни (доповнення) до Державної цільової програми реформування та розвитку ОПК на період до 2020 року, відповідно забезпечивши узгодження програмних документів за термінами, завданнями і заходами;

– здійснити інвентаризацію, перегляд та уточнення переліку об'єктів права державної власності, та переліку об'єктів права державної власності, що не підлягають приватизації, але можуть бути корпоратизовані, наведених, відповідно, у додатках № 1 та № 2 Закону України «Про перелік об'єктів права державної власності, що не підлягають приватизації»;

– розробити заходи щодо підвищення конкурентоспроможності оборонної продукції на ринках озброєнь (лізинг, офсет, повернення відсоткової ставки по кредитам банків);

– забезпечити безперервність фінансування довгострокових оборонних програм розвитку озброєння та військової техніки та розглянути питання формування, виконання та фінансового забезпечення державного оборонного замовлення на три роки;

– з метою створення більш сприятливих умов для розвитку підприємств ОПК, виходу продукції українських підприємств на зовнішні ринки озброєнь вжити заходів щодо організації проведення Міжнародної виставки озброєнь у Києві, з періодичністю один раз у два роки, починаючи з 2015 року [7].

З метою забезпечення трансформації та розвитку окремих секторів оборонно-промислової галузі рекомендуються наступні заходи:

1) в галузі авіабудування:

– затвердження Державної комплексної програми розвитку авіаційної промисловості на період до 2020 року та налагодження серійного випуску літаків;

– затвердження Державної науково-технічної програми розвитку вертольотобудування в Україні;

– виконання Загальнодержавної програми з розробки та будівництва ВТЛ Ан-70;

– забезпечення модернізації та продовження ресурсів експлуатації бойової авіації та вертольотів.

2) у галузі ракетобудування:

– забезпечити фінансування затвердженої Державної космічної програми;

– забезпечити підтримку комерціалізації космічних послуг;

– забезпечення виконання Державної цільової оборонної програми «Сапсан»;

– забезпечити модернізацію існуючих зенітно–ракетних комплексів військ ППО та ППО СВ;

3) в галузі кораблебудування:

– забезпечити реалізацію Державної цільової оборонної програми будівництва кораблів класу «Корвет» за проектом 58250 та Державної цільової програми розбудови державного кордону України на період до 2016 року в частині створення кораблів та катерів для Прикордонних військ.

4) в галузі танкобудування та створення артилерійського озброєння:

– у межах державної програми розвитку ОВТ, забезпечити створення перспективних зразків бронетанкової техніки та артилерійських систем на базі

сучасних уніфікованих гусеничних платформ, а також автомобільних платформ нового покоління середньої та великої вантажопідйомності та сімейства тактичних захищених автомобілів багатоцільового призначення типу MRAP для потреб Збройних Сил України та експорту;

– забезпечити створення сучасних засобів артилерійської розвідки, автоматизованих комплексів управління вогнем.

5) у боєприпасній галузі:

– забезпечити відновлення боєприпасної галузі України та продовження виконання заходів з розвитку та виробництва боєприпасів для оновлення запасів ЗС;

– забезпечити розширення розробки та виробництва сучасних ракет і боєприпасів, протитанкових ракетних комплексів, авіаційних засобів ураження;

– забезпечити відновлення боєздатності, модернізацію існуючих ПЗРК та подальший їх розвиток шляхом створення нових сучасних ПЗРК та ГСН.

6) у галузі приладобудування та радіоелектронної галузі:

– забезпечити розробку та виробництво сучасних засобів розвідки, оптичних, нічних, тепловізійних прицілів та приладів для потреб різних родів військ, систем навігації і топоприв'язки, у тому числі комбінованих з системами супутникової навігації, сучасних гіроскопічних приладів первинного орієнтування;

– на основі нових сучасних технологій освоїти виробництво комплексів радіолокаційної розвідки, багатоканальних та багатофункціональних систем на основі активних цифрових фазованих антенних решіток; продовжити роботу з модернізації існуючих РЛС з забезпеченням цифрової обробки інформації;

– забезпечити розробку та виробництво сучасних автоматизованих пунктів управління, збору та обробки інформації, цифрових засобів зв'язку.

– прискорити роботу щодо розробки та впровадження Автоматизованої системи управління ППО і авіацією та Єдиної автоматизованої системи управління Збройними силами України.

На мій погляд усі вищенаведені зміни можуть слугувати допоміжною ланкою для забезпечення розвитку оборонної промисловості в нашій країні під час проведення військових дій та економічного спаду.

Звісно, Україна має продовжувати додержуватися курсу євроінтеграції, бо без допомоги (по-перше, матеріальної) зміни не здійсняться.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Закон України «Про оборону України» Закон від 06.12.1991 № 1932-XII // Відомості Верховної Ради України. – 1991. – № 21.
2. Постанова Верховної Ради України «Про додаткові заходи щодо зміцнення обороноздатності та безпеки держави» від 06.05.2014 № 1238-VII // Відомості Верховної Ради України. – 2014. – № 24.
3. Рішення РНБО України «Про невідкладні заходи щодо захисту України та зміцнення її обороноздатності» від 28.08.2014 // Офіційний Вісник Президента України. – 2014. – № 40.
4. Ніко Ланге. Потенціали співробітництва України з ЄС у сфері безпеки // Ланге Ніко. Центр досліджень армії конверсій та розброєння. – 2011. – 43 с.
5. О.В. Лазарєва. Євроантлантична інтеграція як гарантія реалізації національних інтересів держави // Лазарєва О.В. Науково-методичний журнал. Інститут державного управління імені Петра Могили. Миколаїв: – 2009. – Випуск 80. – С. 16-21.
6. Закон України «Про державне оборонне замовлення» від 03.03.1999 № 464-XIV // Відомості Верховної Ради України. – 1999. – № 17.
7. Наукові праці: Науково-методичний журнал. – Т. 93. Вип. 80. Політичні науки. – Миколаїв: – Видавництво МДГУ ім. Петра Могили, 2008. – 148 с.

УДК 658.8

Андрієнко Н.М.
аспірант
Інституту проблем ринку та економіко-екологічних досліджень
Національної академії наук України

РОЗВИТОК СУЧАСНИХ МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ (НА ПРИКЛАДІ БРЕНДІНГУ)

У даній статті робиться спроба визначення сутності бренду та брендингу, систематизації інформації з даної проблеми, так як у більшості публікацій висловлюються різні, часом протилежні точки зору на ці поняття. Розглянуто основні елементи бренду, а також логіка формування ефективного бренду в процесі комплексного використання маркетингових комунікацій.

Ключові слова: бренд, маркетинг, товар, брендинг, стиль, споживач, стратегія, фірма.

Андриенко Н.Н. РАЗВИТИЕ СОВРЕМЕННЫХ МАРКЕТИНГОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ (НА ПРИМЕРЕ БРЕНДИНГА)

В данной статье делается попытка определения сущности бренда и брендинга, систематизации информации по данной проблеме, так как в большинстве публикаций высказываются различные, иногда противоположные точки зрения на эти понятия. Рассмотрены основные элементы бренда, а также логика формирования эффективного бренда в процессе комплексного использования маркетинговых коммуникаций.

Ключевые слова: бренд, маркетинг, товар, брэндинг, стиль, потребитель, стратегия, фирма.

Andrienko N.N. DEVELOPMENT OF MODERN MARKETING COMMUNICATIONS (ILLUSTRATED BRANDING)

This article is an attempt to define the essence of the brand and branding, systematization of information on this issue, since in most publications expressed different and sometimes opposing views on these concepts. The main elements of the brand, as well as the logic of building an effective brand in the integrated use of marketing communications.

Keywords: brand, marketing, product branding, style, consumer strategy firm.

Вступ. В останні роки активно розвиваються такі засоби просування, в яких комплексно використовуються елементи основних видів маркетингових комунікацій (їх називають синтетичними, неосновними видами маркетингових комунікацій), одним з них є брендинг.

Постановка задачі. Визначення свого погляду на ці категорії та їх сутність продиктована необхідністю розкриття змісту діяльності в середовищі брендингу. Розглядаємо основні брендоутворюючі елементи, а також логіку формування ефективного бренду. Як правило, споживачі вибирають той товар, який вже пробували раніше, або той про який чули або який радить придбати продавець. При цьому для орієнтації на ринку використовуються розпізнавальні знаки товарів – товарні марки [4].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У процесі дослідження були використані праці наступних фахівців: Г. Багієва [1], Дж Бойетта [2], І. Гольмана та Н. Добробабенка М. [3], А. Деяна [4], В. Захарченка [5], П. Темпорала [10], Д. Шевченка та ін. Багато фахівців усе більше схиляються до висновку про те, що основним фактором успіху більшості марок є вірність споживачів, іншими словами, їх лояльність.

Будь-який товар з появою на ринку створює про себе деяке враження (позитивне чи негативне), воно з'являється неминуче, як тільки споживач дізнається про товар. Ці асоціації (сприйняття товару споживачем) досить важливі для його успішного просування. Вища ступінь лояльності (відданості) споживачів – це майже фанатичне шанування товарів певної марки. Оскільки марка, призначена для виділення товару з маси йому подібних, сама по собі вона не вирішує проблем створення лояльного ставлення, тому з'явилася необхідність за допомогою комплексного використання маркетингових комунікацій формувати ставлення до неї. Такі відносини, що виникають при контакті споживачів з відомим йому марочним товаром, у спеціальній літературі довго визначали терміном «образ марки». Однак і він не відображав у даному процесі роль товару як основи цих асоціацій, тому з'явилася необхідність у новому терміні, який спочатку в практиці, а потім і в теоретичних роботах стали називати «брендом». У великому розмаїтті визначень бренду вважаємо доцільним виділити наступні.

Д. Огілві: «Бренд – це невловима сума властивостей продукту, його імені, упаковки й ціни, його історії, репутації і способів рекламування. Бренд також є поєднанням враження, яке впливає на споживача, і результатом досвіду споживача у використанні марки товару» [7].

Д. Кнапп: «Бренд – це сформована сума всіх вражень, одержуваних споживачами та користувачами в результаті виразного місця, займаного цими враженнями в їх розумі на основі сприйманих емоцій і функціональних вигод» [2].

Е. Ромат: «Бренд включає сам товар або послугу з усіма їх параметрами, набором характеристик, очікувань, асоціацій, що сприймаються користувачем і привласнюються їм товару, а також обіцянки якихнебудь переваг, даних власниками бренду споживачам» [9].

Д. Шевченко: «Бренд – це сукупність асоціацій, основу яких складають почуття, переконання і знання, що виникають у свідомості споживача при його контакті з атрибутами речей або в результаті комунікацій, у тому числі механізму пам'яті і спогадів про бренд» [11].

Г.Л. Багієв: «Процес створення довгострокової купівельної переваги розглядається як діяльність за поданням покупцеві гідностей товару або послуги, їх особливостей у порівнянні зі схожими пропонованими товарами або послугами, формуванню у свідомості споживачів стійких асоціацій, вражень, пов'язаних з цим товаром, його маркою. Ці асоціації як образне з'єднання окремих вражень у загальну, яскраву і стійку картину взаємозалежного уявлення споживача про товар, його марку, називають брендом. Бренд представляється як образ марки даного товару (послуги), виділеної покупцем серед конкуруючих виробів» [1].

П. Темпорал: «... реальні господарі і творці марок – споживачі... Бренди існують тільки у свідомості споживачів, і без їх емоційної прихильності вони є і будуть просто знеособленими підприємствами, товарами і послугами... Бренд – це і є сукупність взаємовідносин між товарами та споживачами... » [10]. З нашої точки зору, бренд – це сукупність раціональних та/або емоційних вигод, які споживач очікує отримати при користуванні товаром даної марки, за які він згоден платити навіть за наявності альтернатив.

Е. Ромат вважає: «Брендинг є маркетингова діяльність щодо створення особливого споживчого враження, яке включає імідж фірми власника бренду і формує ставлення цільового сегмента ринку до бренду. Брендинг можна розглядати як одне з синтетичних засобів системи маркетингових комунікацій, що включає деякі елементи всіх основних засобів системи маркетингових комунікацій: реклами, паблік рилейшнз, дайрект маркетингу і сейлз промоушн» [7].

Мета та завдання статті. Розглянути основні елементи бренду, а також логіку формування ефективного бренду в процесі комплексного використання маркетингових комунікацій.

Виклад основного матеріалу дослідження. Бренд – це не констатація стихійно сформованого сприйняття споживачами марочного товару, а плановий. За допомогою організації та управління процесом брендингу досягається результат. Головним елементом комплексу маркетингу є товар, пропонований компанією, оскільки саме він забезпечує отримання вигод, на які розраховують споживачі. Щоб домогтися особливого, унікального стану товарів або послуг компанії у свідомості споживача, менеджери з маркетингу перетворюють товари в марки. Більшість товарів – марочні, тобто вони мають ім'я, логотип або інші ідентифікуючі їх символи.

Присвоєння марки товару являє собою процес, за допомогою якого компанії виділяють свою пропозицію товару на тлі пропозицій конкурентів. Слід зазначити, що поняття бренда більш широке, ніж марка, оскільки в нього додатково входять сам товар або послуга з усіма його характеристиками, набір очікувань, асоціацій, що сприймаються користувачем і приписуваних їм товару, інформація про споживача, обіцянки будь-яких переваг, дані автором бренду споживачам, тобто той зміст, який вкладають в нього самі творці. Товарна марка, представлена найчастіше назвою, графічним зображенням і звуковими символами компанії товару, ще не є брендом [1]. Товарна марка – це тільки частина візуальної складової бренду, на базі якої формується ставлення до товару. Товарна марка – це, насамперед, офіційно–юридичне поняття, вона призначена для ідентифікації продукції конкретного виробника (продавця), встановлення пріоритету в її користуванні і володіє за умови реєстрації правим захистом. Слід мати на увазі, що не кожен марочний товар може стати брендом. Для цього його товарна марка повинна придбати популярність на ринку і довіру в покупців. Бренд

починає своє існування не раніше, ніж відбудеться покупка і користування товару, який претендує на статус бренду.

Задача, яку вирішує бренд, – це спрощення вибору. Кожен день споживач зустрічається з безліччю схожих товарів, і в нього просто фізично немає часу порівнювати усі анотації, процентні склади, показання до застосування і технічні характеристики. Виходом з цього положення є позиціонування кожного конкретного товару, прив'язування його до певного сегменту ринку. Позиціонування бренду проводиться як по відношенню до конкуруючих товарів, так і по відношенню до своїх власних.

Зміст «портрета бренду» можна представити наступними його складовими:

1) сутність бренду – все цінності бренду і зосередження обіцянок клієнту:

а) факти і особливості бренда – особливості виробу, його обслуговування, експлуатації даного бренду;

б) функціональні цінності – фізична функціональний вплив, що отримується від даного бренду;

2) індивідуальність бренду – характер, атмосфера, що виникає від даного бренду:

а) чуттєвість бренду – почуття, настрій, що утворюються від даного бренду;

б) соціально-побутова цінність – стиль життя, самовираження даного бренду.

Не існує унікальних переваг, які забезпечують довгострокове лідерство бренду, конкурент може дати більш привабливу пропозицію і обійти лідера.

Слід зазначити, що в широкому плані брендинг виходить (і далеко) за рамки системи маркетингових комунікацій і навіть маркетингу в цілому і являє собою, по суті справи, самостійну управлінську технологію. У даній роботі ми розглядаємо брендинг з вужчою точки зору – як комплексного засобу маркетингових комунікацій фірми.

З нашої точки зору, брендинг можна визначити у вузькому сенсі як процес створення та розвитку бренду, а в широкому сенсі як технологію управління діяльністю фірми.

Основними маркетинговими цілями брендингу є наступні: 1. Створення і позиціонування бренду. 2. Посилення бренду. 3. Оновлення бренду. 4. Поглиблення та розширення бренду. 5. Перепозиціювання бренду. У практиці брендингу виділяють наступні види брендів:

1. Мегабренд – бренд, що отримав визнання у всьому світі.

2. Загальнонаціональний бренд.

3. Регіональний бренд.

4. Суббренд – товарний бренд, що належить компанії-бренду.

Під час роботи з суббрендами виникає питання про те, чи будуть індивідуальні характеристики конкретного товару сприйматися споживачами як належать всім товарним лініям. Інакше кажучи, чи є небезпека того, що споживач формуватиме свою думку, спираючись на останню, що вийшла на ринок (можливо, не дуже успішну) модель. Як показує практика, це залежить у першу чергу від того, яку основну ідею несе в собі бренд.

Початок роботи над будь-яким брендом є його позиціонування на ринку. Позиціонування бренду – визначення місця на ринку, займаного брендом щодо відношення до конкурентів. Відповідно позиція бренду – це те місце, яке займає бренд в умах представників цільового сегмента щодо відношення до брендів конкурентів. Воно фокусується на тих достоїнствах бренда, які виділяють його з числа конкурентів. При створенні бренду фахівці пропонують завжди пам'ятати про позиціонуванні товару і про стратегії, розробленої для цього бренда. Для формування бренду розробник повинен задати собі чотири питання, що дозволяють чітко провести позиціонування: – Для кого? (визначення цільової групи споживачів, для якої створюється бренд); – Навіщо? (вигода споживача, яку він отримає в результаті придбання саме цього бренду); – Для якої мети (для якого використання) потрібен саме цей бренд; – Проти якого конкурента?

Після того як отримані відповіді на ці ключові питання, відбувається визначення стратегії бренду, тобто шляхів, по яких будуть використовуватися ресурси організації для створення цінності бренда. Стратегія включає в себе наступні елементи: 1. Хто є цільовою аудиторією? 2. Яку обіцянку (пропозицію) слід зробити цій аудиторії? 3. Який доказ необхідно їй привести, щоб показати, що ця пропозиція чогось варта? 4. Яке кінцеве враження слід залишити?

У процесі брендингу важливо здійснювати оцінку бренду, при цьому використовується наступна система характеристик.

1. Вартість бренду (Brend Value) у грошовому вираженні – та грошова премія, яку держатель бренду отримує з покупців, прихильних бренду і згодних за нього сплачувати. Інакше вартість бренду можна визначити як фінансову цінність, обчислену або певну для цього бренду окремо від інших активів. Один з найпоширеніших методів оцінки вартості бренду пропонує обчислити різницю між ціною товару, яку споживач сплачує за товар компанії, і ціною аналогічного товару без бренду на ринку, і помножити отриману різницю на обсяг продажу цього товару даної фірми. Недоліки такого методу очевидні: знайти аналогічний товар без бренду практично неможливо. По перше, переважна більшість товарів несе на собі марку виробника, а, по-друге, знайти два повністю однакових товарів теж навряд чи вдасться. Проте якесь досить близьке уявлення цей метод може дати. Метод зручний також тим, що дає можливість розрахувати вартість бренда на певній території.

2. Сила бренду (Brend Power) – міра здатності бренду домінувати в даній категорії продуктів. Отримання таких оцінок (як правило, або просто якісної оцінки «так / ні», або у вигляді шкали) потрібно під час прийняття важливих рішень у брендингу, наприклад при помітному підвищенні ціни на товар.

3. Відповідність (релевантність) бренду (Brend Relevance) визначає ступінь відповідності іміджу й характеру бренду потребам і бажанням покупців. Оцінка відповідності бренду проводиться постійно, оскільки невідповідність знижує керованість бренду і ефективність роботи з ним.

4. Якщо компанія бажає розтягнути або розширити бренд, то проводиться вивчення піднімальної сили бренду (Brend Leverage) – здатності бренду розширюватися за рахунок збільшення кількості користувачів, поширення на нові групи продуктів, нові ринки і в новій якості. Фактично це різниця в зусиллях, які потрібно докласти до одного і того ж продукту, якщо просувати його з використанням вже наявного бренду або починати «з нуля».

5. Прихильність (лояльність) до бренду (Brend Loyality) – це психологічний фактор, пов'язаний зі сприйняттям бренду споживачем. Сила прихильності бренду – це вибір даного бренду за наявності інших альтернатив. Часто вимірюється за допомогою частоти повторних покупок або чутливості до ціни.

6. Один з найпопулярніших і доступних методів вивчення бренду – це ступінь популярності бренду (Brend Awareness). Зазвичай вона визначається як

відсоток цільової аудиторії, який може згадати даний бренд. Ступінь популярності бренду – це досить широко використовуваний спосіб виміру ефективності маркетингових комунікацій.

І. Забезпечення ідентифікації та асоціації бренду у свідомості покупців з їх потребами і певним класом товару.

Необхідно сформувати обізнаність за двома напрямами:

1) товарна марка і до якої категорії товарів вона відноситься;

2) товарна марка і які потреби споживача за допомогою неї задовольняються.

Показники, що характеризують поінформованість про бренд:

1) глибина – наскільки легко споживач може згадати або дізнатися бренд;

2) ширина – в якій кількості випадкових покупок на розум споживачеві приходить конкретний бренд. В ідеалі це покупки, при яких завжди думають про даний бренд при наявності безлічі інших, пропонованих у магазині.

ІІ. Формування значення бренду у свідомості покупця.

Значення формується шляхом доведення до споживачів наступного:

1) експлуатаційних якостей товару: а) основних характеристик та додаткових властивостей товару; б) надійності; в) довговічності і зручності в експлуатації; г) сервісу (ефективності в обслуговуванні і співпереживання виробника споживачу в процесі експлуатації); д) стилю і дизайну; е) ціни;

2) іміджу товару: а) характеристики користувачів (типових користувачів); б) ситуації придбання (типу магазина де продається даний бренд); в) індивідуальності.

Критерії значимості бренду: 1) сила бренду; 2) прихильність (наскільки важливі або цінні асоціації з брендом для покупця); 3) унікальність (наскільки чітко бренд ідентифікується з асоціаціями споживача).

Успішний бренд з великим капіталом має сильні, прихильні і унікальні асоціації в очах споживачів і саме в цьому порядку.

ІІІ. Забезпечення відповідної реакції покупця на бренд.

Показники оцінки покупцями бренду (реакції): якість бренду; довіра до бренду; важливість бренду (необхідність і значення його для покупця); перевага бренду (унікальність асоціацій).

IV. Трансформація реакцій на бренд в активне лояльне ставлення покупців до нього, тобто в резонанс бренду.

Резонанс бренду (ступінь відносини покупця з брендом) характеризується наступними категоріями: 1) поведінкова прихильність (повторні і більш покупки); 2) прихильність до бренду (коли споживачі можуть пояснити, за що вони люблять бренд); 3) почуття спільності з групами покупців (споживачів) цього бренду; 4) активна залученість (членство в клубах і асоціаціях споживачів бренду, відвідування та участь в інтернет-сайті клубу).

Взаємовідносини з брендом визначаються:

1) інтенсивністю (силою прихильності і почуттям спільності);

2) активністю (частотою покупок і участю в заходах).

Сильний бренд – це той, в якого є споживачі прихильники, які шукають активної взаємодії і діляться досвідом з іншими.

Основа брендингу – єдина концепція маркетингових комунікацій, в якій символіка бренду є стандартизованим комунікативним інструментом, експлуатуючим ключову атрибутику товару та / або фірми. Така символіка сприяє «зрощуванню» бренду з якістю самого товару, а в деяких випадках і з атмосферою його придбання. Індивідуальність бренду – це не тільки і не стільки характеристики продукту, скільки асоціації та символи, пов'язані з брендом. Фірмовий стиль є найважливішим інструментом формування іміджу фірми і одночасно елементом брендингу.

Фірмовий стиль – комплекс оригінальних образотворчих рішень, які відображають зміст діяльності фірми, використовуваний при розробці та реалізації будь-яких видів вихідної від неї візуальної інформації, він представляє собою матеріалізований прояв іміджу у візуальній середі. Н. Добробабенко дає наступне визначення фірмового стилю: «Фірмовий стиль – набір колірних, графічних, словесних, типографських, дизайнерських постійних елементів (констант), що забезпечують візуальну і смислову єдність товарів (послуг), усієї що йде від фірми інформації, її внутрішнього і зовнішнього оформлення» [3].

Метою використання фірмового стилю є доброзичлива ідентифікації фірми ті її товарів, а також нагадування про ті позитивні емоції, які випробувала людина під час контакту з фірмою (її атрибутикою) і її товарами. Фірмовий стиль, його використання говорить про впевненість фірми в собі і в якості своїх товарів, про достатньо високий рівень її самооцінки, він формує корпоративний дух, фірмовий патріотизм. При розробці фірмового стилю важливо дотримуватися таких основних вимог:

1. Використання єдиних ідейних і художніх прийомів і принципів візуалізації (бажано оригінальних, ексклюзивних).

2. Комплексність (в єдиному стилі повинно бути оформлено максимально можливе число носіїв фірмового стилю).

3. Довгочасність (інакше споживачам і партнерам доведеться дізнаватися фірму і її товари щоразу заново).

Е. Ромат у своєму підручнику «Реклама» зазначає, що під час стабільно високому рівні інших елементів комплексу маркетингу фірмовий стиль приносить його власнику такі переваги:

1. Допомагає споживачеві орієнтуватися в потоці інформації, швидко і безпомилково знайти товар фірми, яка вже завоювала його уподобання.

2. Дозволяє фірмі з меншими витратами виводити на ринок свої нові товари.

3. Підвищує ефективність реклами.

4. Знижує витрати на формування комунікацій як внаслідок підвищення ефективності реклами, так і за рахунок універсальності її компонентів.

5. Допомагає досягти єдності не тільки реклами, але й інших видів маркетингових комунікацій фірми.

6. Позитивно впливає на естетичний рівень і візуальне середовище фірми.

Використання фірмового стилю являє собою комунікацію з контактерами шляхом надання невербальної інформації, він особливою мовою розповідає про фірму, її історії, принципах ведення бізнесу, корпоративної філософії і т.д. Наявність фірмового стилю говорить про високий рівень поваги фірми до її клієнтів і партнерів, до їх естетичних почуттів.

Стандартний комплекс фірмового стилю включає в себе:

І. Стилеутворюючі компоненти:

1. Фірмовий блок (система фірмової емблематики): товарний знак; логотип; реквізити (адреса); девіз (слоган).

2. Фірмові кольори (колористика) – 2 або 3 кольори, найбільш повно відповідних формованому іміджу.

3. Фірмовий шрифт – спеціально розроблені комплекти шрифтів і їх модифікації.

4. Корпоративний герой – вигаданий персонаж, анімаційний герой;

5. Постійний комунікат (особа компанії) – реальна людина, керівник фірми, топ-модель, співробітник-професіонал.

6. Фірмові: модульна система (взаємозалежні розміри і числа, застосовувані в оформленні); композиційні принципи (прийоми проектування та взаємоположення елементів на площині, в об'ємі і в просторі); формопластичні принципи (прийоми і матеріали, використовувані під час проектуванні).

7. Інші фірмові константи (гімн, прапор фірми, міфи про фірму).

Висновок. Представлений погляд на сутність і зміст бренду та брендингу не претендує на роль істини в останній інстанції. Але, на нашу думку, він відрізняється комплексно використаними елементами, основними видами маркетингових комунікацій. У першу чергу брендингом.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Багиев Г.Л. Маркетинг / Г.Л. Багиев. – М.: Экономика, 1999.
2. Бойетт Дж.Г., Бойетт Дж.Т. Гуру маркетинга / Г.Дж. Бойетт, Т.Дж. Бойетт. – М.: Эксмо, 2004.
3. Гольман И.А., Добробабенко Н.С. Практика рекламы / И.А. Гольман, Н.С. Добробабенко. – Новосибирск: Интербук, 1991.
4. Дейян А. Стимулирование сбыта и реклама на месте продажи: [Пер. с англ] / А. Дейан, А и Л. Троадек. – М.: Прогресс,1994.
5. Добробабенко Н.С. Mission & Vision: ценности марки и основа корпоративной стратегии / Н.С. Добробабенко // Реклама. Advertising, 2000. № 1.
6. Захарченко В. Моделирование информационной системы «Маркетинг» на основе методологии структурного анализа и проектирования / В. Захарченко, Н. Меркулов // Маркетинг: зб. науч. произв. 2006. – № 12.
7. Перция В. Брендмейстеры / В. Перция // Рекламные идеи – Yes! 1999. – № 2.
8. Рекламный менеджмент. Опыт и практика / Под общ. ред. А.Г. Туманяна. – М.: Sorec Media, 2003.
9. Ромат Е.В. Реклама / Е.В. Ромат. – СПб: Питер, 2001.
10. Темпорал П. Эффективный брэндменеджмент / П. Темпорал. – СПб: Нева, 2003.
11. Шевченко Д. Проблемы социальной идентификации брэнда / Д. Шевченко // Практический маркетинг, 2005. – № 100.

УДК 005.732:65

Білецька О.О.
аспірант кафедри міжнародних економічних відносин Хмельницького національного університету

МОДЕЛЬ ОРГАНІЗАЦІЙНОЇ КУЛЬТУРИ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА

Узагальнено результати досліджень вчених щодо формування моделі організаційної культури підприємства. Розглянуто ціннісні орієнтири при формуванні та впровадженні сучасної моделі організаційної культури. Запропоновано власні результати формування моделі організаційної культури підприємства, яка враховує ціннісні складові.

Ключові слова: організаційна культура, менеджмент підприємства, культура управління, персонал, промислове підприємство, ціннісна модель.

Билецкая А.А. МОДЕЛЬ ОРГАНИЗАЦИОННОЙ КУЛЬТУРЫ ПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Обобщено результаты исследований ученых относительно формирования модели организационной культуры предприятия. Рассмотрены ценностные ориентиры при формировании и внедрении современной модели организационной культуры. Предложены собственные результаты формирования модели организационной культуры предприятия, которая учитывает ценностные составляющие.

Ключевые слова: организационная культура, менеджмент предприятия, культура управления, персонал, промышленное предприятие, ценностная модель.

Biletskaja A.A. MODEL OF ORGANIZATIONAL CULTURE OF INDUSTRIAL ORGANIZATIONS

Summary of the studies on the formation of scientists model the organizational culture of the enterprise. Value orientations considered in the formulation and implementation of a modern model of organizational culture. Suggest my own results form a model of organizational culture of the enterprise, which takes into account the value components.

Keywords: organizational culture, enterprise management, culture management, personnel, industrial enterprise value model.

Постановка проблеми. Широкомасштабні зміни в суспільстві приводять до структурної трансформації всіх форм життєдіяльності: економіки, культури, свідомості, що вимагає системного переосмислення багатьох теорій, усталених понять і парадигм. Для пояснення природи системних змін уже недостатньо керуватися тільки економічними критеріями, необхідно брати до уваги чинники іншого характеру, які віддзеркалюють внутрішні аспекти: цінності, морально-етичні норми, ментальні модуси та інші елементи, об'єднані в категорії організаційної культури.

Організаційна культура належить до складних матеріально-духовних феноменів, дослідження яких зіштовхується із низкою проблем, які підсилюють зростаючий інтерес до її розгляду як глибинної субстанції організаційних змін, підвищення конкурентоспроможності підприємства і сучасного інструментарію менеджменту. Враховуючи високий рівень та різноманітність зарубіжних досліджень організаційної культури, їх не завжди можна використовувати в незмінному вигляді стосовно вітчизняних промислових підприємств.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Окремі положення організаційної культури в історичному ракурсі розглядали визнані авторитети в сфері підприємництва й управління: М. Армстронг, А. Ве-

бер, М. Портер, С. Паркінсон, К. Камерон, Р. Куінн, В. Сате, В. Співак, Ю. Семенов, М. Томпсон, В. Томілов, Г. Ховштед, Р. Харісон, Е. Шейн та інші. Вітчизняні науковці до проблематики організаційної культури звернулися не так давно, доповнюючи наукові надбання зарубіжних дослідників та збагачуючи наукову скарбницю новими ідеями. Окремі питання організаційної культури в контексті загальних проблем вітчизняної економіки, інноваційних тенденцій, інформатизації та інтелектуалізації суспільства, розвитку теорії інституціалізації досліджували вітчизняні науковці: І. Александров, І. Алєксєєв, Г. Башнянін, Є. Бойко, С. Вовканич, Н. Гавкалова, В. Геєць, В. Герасимчук, М. Козоріз, Є. Крикавський, О. Мороз, Й. Петрович, Ж. Поплавська, М. Римар, А. Старостіна, І. Тивончук, Л. Федулова, М. Чумаченко, А. Чухно, Н. Чухрай та інші. У той же час, проблемам моделювання розвитку організаційної культури підприємств приділяється, на нашу думку, мало уваги. Через те виникає необхідність розробки дієвих моделей формування та розвитку організаційної культури з метою підвищення ефективності управління.

Постановка завдання. Основним завданням, яке досліджується в даній статті є розробка оптимальної моделі організаційної культури вітчизняного промислового підприємства.

Виклад основного матеріалу дослідження. При розгляді організаційної культури, як соціально-економічного феномена в діяльності підприємства, звер-

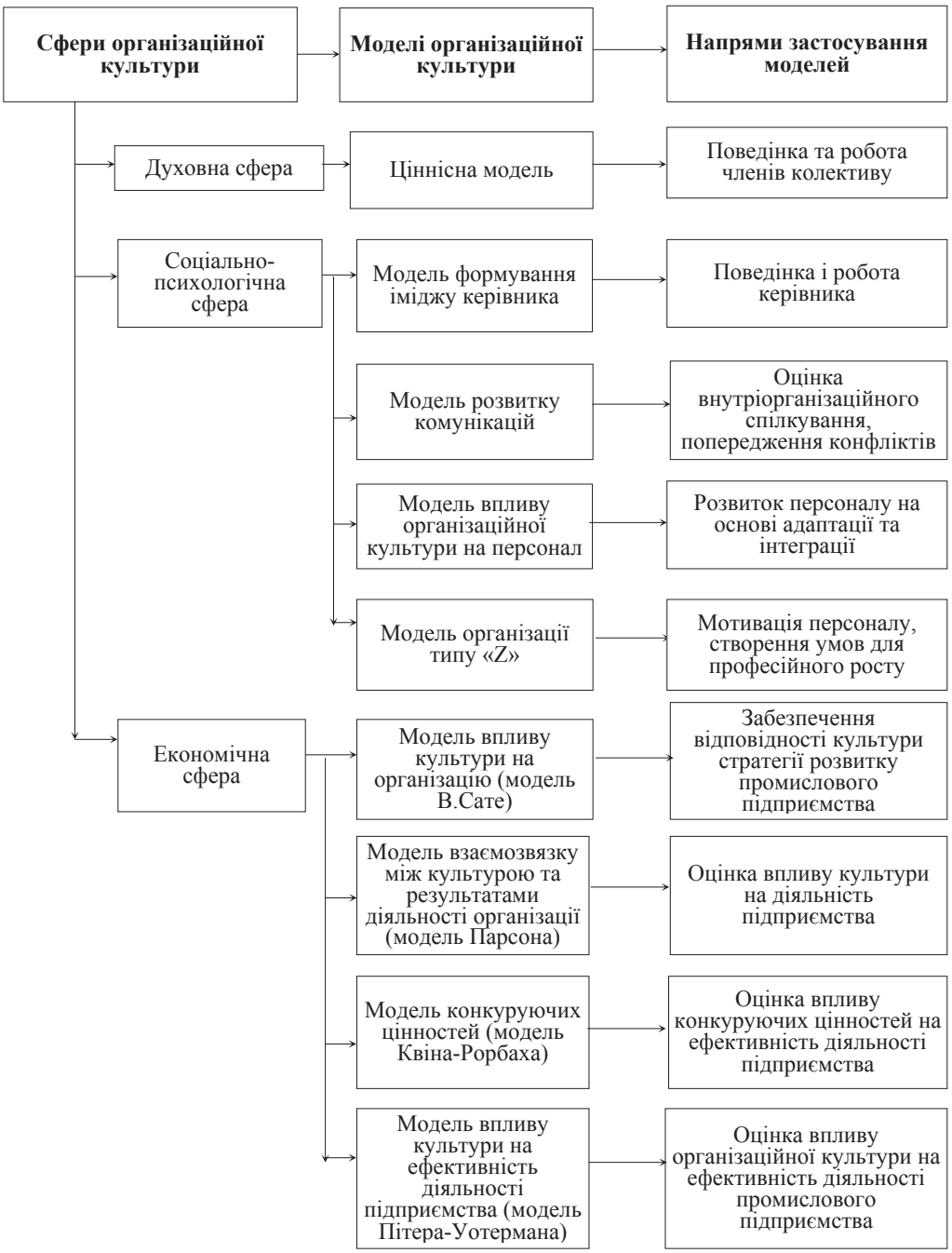


Рис. 1. Моделі організаційної культури й напрями їх застосування в діяльності промислових підприємств

Складено автором на основі [1; 4; 5; 6; 7]

талась увага на нерозривну єдність її матеріальної (економічної), духовної й соціально-психологічної природи. Виходячи із цієї обставини, слід розглянути різні моделі організаційної культури, що відображають ті або інші аспекти її природи, що дозволяють провести оцінку окремих сторін життєдіяльності підприємства. Для наочності моделі організаційної культури, які будуть розглянуті нами нижче, представимо у вигляді схеми з обліком їх впливу на окремі аспекти діяльності підприємства (рис. 1).

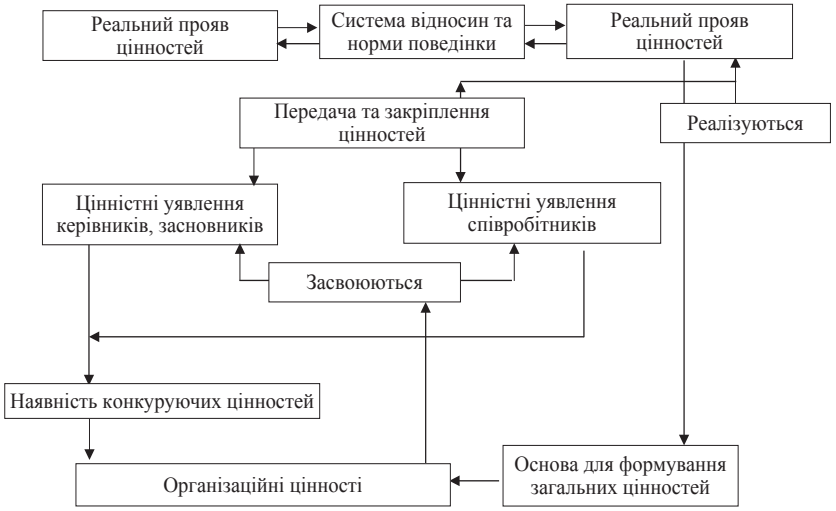


Рис. 3. Ціннісна модель організаційної культури [4]

Розглянемо сутність наведених на рисунку моделей і можливостей їх застосування підприємствами. Ціннісна модель організаційної культури характеризує духовну сторону цього феномена. Явище організаційної культури в міру своєї специфіки має описуватися в термінах цінностей, оскільки той або інший компонент організаційної культури неодмінно є їхнім проявом. У цьому випадку під організаційними цінностями маються на увазі всі навколишні об'єкти (як усередині, так і поза організацією), у відношенні яких члени підприємства займають позицію оцінки у відповідності зі своїми потребами й цілями організації.

З позицій теорії управління сфера духовного життя людей, стан суспільної й індивідуальної свідомості виступають в якості найважливіших системотворчих елементів управління промисловим підприємством. Це обумовлено тим, що моральність, мораль як найважливіші ціннісні орієнтири життя організаційної системи поряд з інтелектуальною владою пронизують усі механізми управління, а цінності лежать в основі розроблювальних в організації норм і форм поведінки. В одноманітність актуальних соціокультурних змін в організації свідчить про циклічність процесу й можливості його дослідження за допомогою ідеальних моделей, вироблених у рамках теорії менеджменту організаційної культури, оскільки в якості причини зміни цінностей виступає їхня переоцінка, тобто необхідність переходу одних форм цінностей в інші.

Організаційно-культурні цінності, ідеали засвоюються співробітниками й починають стимулювати їхню активність в якості «моделей винного», у результаті чого відбувається предметне втілення цих моделей. Предметно втілені цінності, у свою чергу, стають основою для формування організаційних ідеалів. Цей процес повторюється, безупинно удосконалюючись на кожному новому рівні розвитку організаційної культури. Процес формування цінностей організаційної культури можна представити у вигляді схеми (рис. 2).

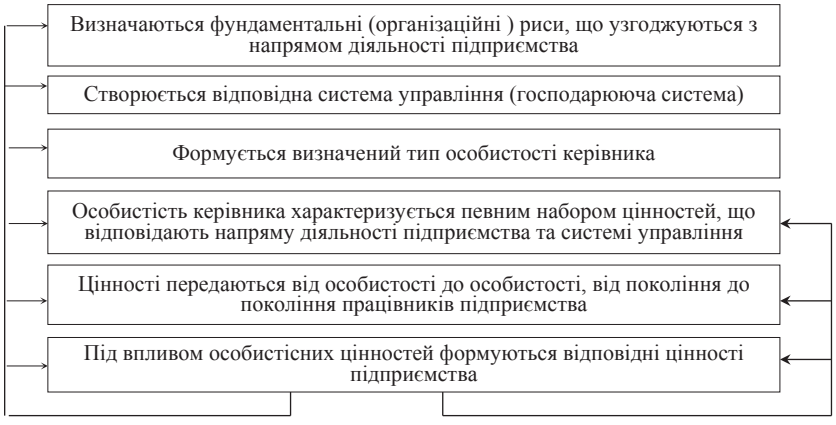


Рис. 2. Схема формування цінностей організаційної культури промислового підприємства

Процес переходу одних форм цінностей в інші й механізм впливу організаційної культури на поведінку персоналу організації є основою функціонування ціннісної моделі культури організації (рис. 3), розробленої І.В. Грошевим, П.В. Ємельяновим і В.М. Юр'євим [4, с. 37], що й відображає динаміку культурних комплексів і культурного простору організації в цілому.

Члени організації, розділяючи організаційно-культурні цінності й ідеали, створюють своє фізичне оточення, виникає мова спілкування, адекватно сприймаються дії інших членів колективу й проявляються прийняті всіма почуття й емоції, тобто, всі загальноорганізаційні цінності реально проявляються на поверхневому рівні організаційної культури у вигляді символів.

Як відзначає М. Армстронг [1, с. 203], управління організаційною культурою найчастіше ґрунтується на припущенні, що формулювання загальних цінностей приведе до відповідного типу поведінки. Однак увага організації повинна бути зосереджене не на формуванні цінностей (розраховуючи на зміну поведінки), а, навпаки, на формування потрібного типу поведінки, яка згодом приведе до появи відповідних цінностей.

Тільки на основі цінностей і ціннісної моделі організаційної культури виробляються норми й форми поведінки в організації, що можна представити у вигляді своєрідного механізму взаємовпливу поведінки членів організації й організаційної культури (рис. 4).

Таким чином, стабільність розвитку організаційної культури безпосередньо залежить від механізму узгодження її цінностей, який не допускає їх руйнування, уточнюючи змісти в динамічно мінливих соціально-економічних або мо-

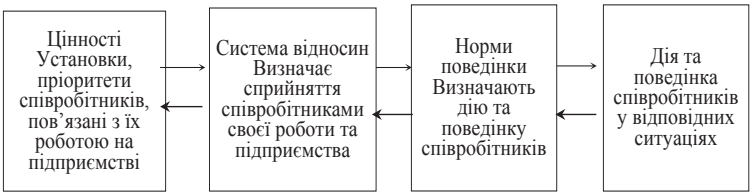


Рис. 4. Взаємовплив організаційної культури на поведінку й роботу членів персоналу підприємства

рально-психологічних умовах. Чіткість механізму узгодження цінностей визначається їх ієрархією, а також усвідомленням носіями й суб'єктами культури. Організаційна культура має ядро цінностей, органічних для цієї системи, яке формує основні ідеали й змінюється залежно від соціальних умов. Культура і її механізм узгодження працюють найбільше стійко при різноманітті й універсальності цінностей, а також при відкритості й демократичності самої культури.

Застосування ціннісної моделі організаційної культури для оцінки поведінки й роботи персоналу підприємства визначається тим, що випробовуючи регулюючий, управлінський вплив цінностей, людина потрапляє в різні ситуації: знає цінності своєї культури й може їх реалізувати; погано знає цінності і його поведінка з ними не узгоджується; умоглядно абсолютизував цінності, а в реальнім житті вони давно змінилися і його поведінка може бути неадекватним життєвої ситуації; керується цінностями, які не прийняті культурою, а його поведінка в такому випадку буде викликом традиційній культурі поведінки.

До моделей організаційної культури, що розкривають її соціально-психологічний аспект, нами віднесені модель формування іміджу керівника, модель розвитку комунікацій, модель впливу організаційної культури на персонал і модель організації типу «Z» (модель У. Оучі) [5].

Значимість моделі формування іміджу керівника полягає в тому, що керівники будь-якої організації виступають як представники і носії організаційної культури. Культури організації і її керівників взаємозалежні, тобто вони впливають і доповнюють один одного. На всіх стадіях розвитку організації управлінська культура її лідера (його особисті віра, цінності й стиль) багато в чому може визначати культуру організації. У самому загальному вигляді культура визначає поведінку керівників не тільки під час їх перебування в організації, але й за її межами. Іншими словами, організаційна культура формує образ (імідж) керівника.

Створення ж і підтримка високого іміджу керівника, на думку А.С. Блінова [2], з яким ми повністю згодні, є важливою об'єктивною умовою успіху в діловій сфері. Саме тому в організації повинна культивуватися й підтримуватися культура, що виступає не тільки потужним інструментом впливу на поведінку персоналу й мотивуюча його. діяльність, але й формуюча імідж керівників усіх рівнів керування. Така культура дозволяє керівникам найбільше ефективно виконувати свої обов'язки, будувати оптимальні взаємини з персоналом, колегами, постачальниками, клієнтами організації й іншими людьми, які так чи інакше пов'язані з організацією.

Цінність моделі розвитку комунікацій для оцінки поведінки й роботи керівника визначається тим, що спілкування являє собою ядро роботи керівника, незалежно від місця, займаного в ієрархії керування. Можна сказати, що існує спілкування, що має метою робочу ефективність, і спілкування з політичною метою. Кожний менеджер здійснює взаємодії з метою спілкування по чотирьом основним напрямам: вище керівництво; колеги-менеджери; персонал; партнери (клієнти, постачальники, замовники, громадські організації, державні структури).

Оскільки комунікаційний потік в організації здійснюється в основному за трьома напрямами (висхідному, низхідному, горизонтальному), усе внутріорганізаційне спілкування може ухвалювати наступні форми: субординаційну (спілкування між керівником і підлеглими, в основу якого покладені адміністративно-правові норми); службово-товариську (спілкування між керівниками-колегами, в основу якого покладені адміністративно-моральні норми); дружню (спілкування між керівниками, між керівниками й рядовими працівниками, в основу якого покладені морально-психологічні норми взаємин).

Цінність моделі впливу організаційної культури на персонал організації обумовлена роллю персоналу в діяльності організації. У цілому, на нашу думку, наявність в організації культури даного типу повинне сприяти більш повній реалізації людини як особистості, а отже, підвищувати почуття прихильності до підприємства, тому що саме воно дає людині можливість задоволення більшої частини потреб (наприклад, заробітна плата забезпечує існування людини як біологічного виду, а сама робота, її втримування, умови, в яких вона здійснюється – задоволення вторинних потреб).

Багатогранність ефективності управління обумовлює наявність усієї сукупності понять для її вираження. Усі види ефективності (економічна, соціальна, соціально-економічна) мають як внутрішню єдність, так і якісні відмінності. Враховуючи взаємопроникнення, тісний взаємозв'язок перерахованих явищ, їх методологічна єдність, можна затверджувати, що тільки їх сукупність дає повне уявлення про поняття «ефективність управління організаційною культурою». Це поняття комплексне, що включає в себе всі розглянуті вище поняття як складові.

Особливість моделі впливу організаційної культури на організацію (модель В. Сате) полягає в тому, що в цю модель автор включає сім процесів: кооперація між індивідами й частинами організації; ухвалення рішення; контроль; комунікації; посвячення організації; сприйняття організаційного середовища; виправдання своєї поведінки [7].

Культура допомагає людям на машинобудівних підприємствах діяти осмислено, забезпечуючи виправдання їх поведінки. На підприємствах, де цінується ризик, людина йде на нього, знаючи, що у випадку невдачі вона не буде покарана і що з невдачі будуть взяті уроки на майбутнє. Даний процес є джерелом коштів для зміни самої культури. Оскільки люди використовують культуру для виправдання поведінки, можна змінювати культуру через зміни в поведінці. Однак для успіху цього процесу необхідно забезпечити, щоб люди не могли виправдовувати свою нову поведінку «старою» культурою.

У більш загальному вигляді зв'язок між культурою й результатами діяльності організації представлена в однойменній моделі Т. Парсонса [6]. Модель розроблена на основі специфікації певних функцій, які будь-яка соціальна система, у тому числі підприємство, повинно виконувати, щоб вижити й добитися

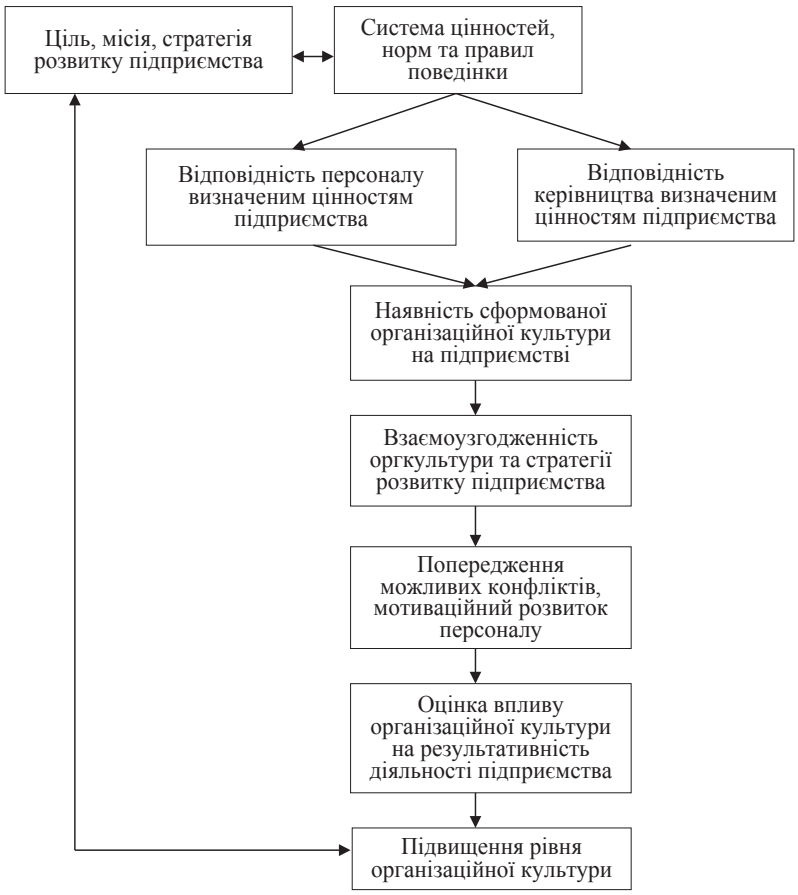


Рис. 5. Ціннісно-комунікаційна модель організаційної культури машинобудівних підприємств

успіху. Перші букви англійських назв цих функцій в абревіатурі дали назву моделі – AGIL (adaptation – адаптація; goal attainment – досягнення цілей; integrability – інтеграція; legitimacy – легітимність).

Суть моделі полягає в тому, що для свого виживання й процвітання будь-яке підприємство має бути здатним адаптуватися до постійно мінливих умов зовнішнього середовища, домагатися виконання поставлених ним цілей, інтегрувати свої частини в єдине ціле й, нарешті, бути визнаним людьми й іншими підприємствами.

Вимір конкуруючих цінностей в моделі Квінна-Рорбаха проводиться за допомогою «шкали опитувальника». Саме тому модель може використовуватися як ефективний інструмент організаційної діагностики. На відміну від одномірних моделей, у цьому випадку не можна одержати єдино вірну відповідь про ефективність організації: модель виявляє недоліки у всіх чотирьох своїх частинах у тому ступені, в якому вони присутні в діяльності організації.

Отже, враховуючи розглянуті моделі оргкультури підприємства, нами запропоновано власну ціннісно-комунікаційну модель організаційної культури машинобудівних підприємств (рис. 5).

Отже, у загальному підсумку культура є інструментом, що полегшують управління організацією й усіма внутрішніми процесами в ній, спрямованим на підвищення ефективності діяльності й конкурентоспроможності машинобудівного підприємства.

Висновки з проведеного дослідження. На підставі розглянутих нами моделей можна зробити висновок про те, що дослідження впливу культури на організаційну ефективність пов'язане з вибором підходу й змінних, за допомогою яких простежується вплив культури на підприємства.

До теперішнього часу в науковій літературі існують різні підходи до виділення набору змінних. Кожна з існуючих моделей впливу культури використовує власний критерій формування набору організаційних змінних. Однак вплив культури на організаційну ефективність визначається, насамперед, її відповідністю загальної стратегії підприємства. Звідси можна виділити чотири основні підходи до дозволу проблеми несумісності стратегії й культури в організації: культура, серйозним образом перешкоджаюча ефективному проведенню в життя обраної стратегії, ігнорується; система керування підбудовується під існуючу в організації культуру; робляться спроби змінити культуру таким чином, щоб вона підходила для обраної стратегії; змінюється стратегія з метою її підстроювання під існуючу культуру.

У цілому можна виділити два шляхи впливу організаційної культури на діяльність машинобудівного підприємства: перший – культура й поведінка взаємна, впливають один на одного; другий – культура впливає не стільки на те, що люди роблять, скільки на те, як вони це роблять. Різноманіття існуючих у літературі моделей оцінки впливу організаційної культури на діяльність підприємств свідчить про ступінь розробленості інструментарію такої оцінки, який, однак, не залишається незмінним, а розвивається одночасно з розвитком підприємницької діяльності.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Армстронг М. Стратегическое управление человеческими ресурсами: Пер. с англ. – М.: ИНФРА-М, 2002.
2. Блинов А.О., Василевская О.В. Искусство управления персоналом. – М.: ГЕЛАН, 2001.
3. Грошев И.В. Организационная культура / И.В. Грошев, П.В. Емельянов / В.М. Юрьев. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2004. – 288 с.
4. Шейн Э. Организационная культура и лидерство / Пер. с англ. под ред. В.А. Спивака. – СПб.: Питер, 2002.
5. Ouchi W. Theory «Z»: Haw American Business can meet the Japanese challenge. – Reading, MA: Addison. – Wesly, 1981.
6. Parsons T. The social system. – Glecoe. – 111.: Free Press, 1969.
7. Sathe V. Culture and Related Corporate Realities. – Richard D. Irvin, Inc., 1985.

УДК 338.012

Бояринова К.О.
кандидат економічних наук,
доцент кафедри менеджменту
Національного технічного університету України
«Київський політехнічний інститут»

Ткачук М.В.
магістр
Національного технічного університету України
«Київський політехнічний інститут»

РОЗРОБКА ПРОГРАМИ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ДЛЯ ПІДПРИЄМСТВ ХІМІЧНОЇ ТА НАФТОХІМІЧНОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ

У статті аналізуються показники інноваційної діяльності підприємств хімічної та нафтохімічної галузі промисловості, досліджуються обсяги витрат і фінансування інноваційної діяльності цієї сфери. Запропоновано процедуру формування та реалізації програми інноваційного розвитку. Акцент при розробці програми робиться на інноваційність.

Ключові слова: хімічна промисловість, програма, інноваційний розвиток, інноваційна активність, програмно-цільове управління, інноваційний проект, механізм.

Бояринова Е.А., Ткачук М.В. РАЗРАБОТКА ПРОГРАММЫ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ ДЛЯ КОМПАНИЙ ХИМИЧЕСКОЙ И НЕФТЕХИМИЧЕСКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

В статье анализируются показатели инновационной деятельности предприятий химической и нефтехимической отрасли промышленности, исследуются объемы расходов и финансирования инновационной деятельности этой сферы. Предложена процедура формирования и реализации программы инновационного развития. Акцент при разработке программы делается на инновационность.

Ключевые слова: химическая промышленность, программа, инновационное развитие, инновационная активность, программно-целевое управление, инновационный проект, механизм.

Boyarynova K.O., Tkachuk M.V. DEVELOPMENT OF INNOVATIVE PROGRAMS FOR THE CHEMICAL AND PETROCHEMICAL INDUSTRY

This article analyzes the performance of innovation activity of chemical and petrochemical industries, researches the volumes of expenditures and funding of innovation in this field. The procedure of formation and realization the innovative development programs is proposed. Making the program the emphasis is on innovation.

Keywords: chemicals, program, innovative development, innovative activity, target-oriented management, innovative design, mechanism.

Постановка проблеми. Підприємства хімічної та нафтохімічної галузі в Україні є технологічно відсталі, а виробниче обладнання фізично і морально зношене. Зазвичай, вони мають численні проблеми, що, перш за все, пов'язані з сировиною та енергозабезпеченням. Ураховуючи окреслені проблеми обсяги витрат та фінансування інноваційної діяльності є на низькому рівні. Тому, для стимулювання інноваційної активності галузі та для вирішення гострих технологічних проблем необхідно розробляти та реалізовувати програми інноваційного розвитку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. На сучасному етапі розвитку в Україні питанням інноваційної активності хімічного сектору економіки не приділяли значної уваги. Питання використання програмно-цільового підходу на металургійному підприємстві науково обґрунтоване в роботі П.В. Гудзя та І.А. Нечаєва [1]. Також дослідженням програмно-цільового управління присвячені праці таких науковців як Н.П. Федоренка про використання програмно-цільового методу в плануванні [2], а Н.І. Стефанова [3] в управлінні. Е.Ф. Югас і Ю.І. Ревть вивчали програмно-цільові програми [4], а Г.С. Поспелова програмно-цільове управління і планування загалом [5]. Але використання програмно-цільового управління на підприємствах хімічної та нафтохімічної промисловості Україні в напряму інноваційного розвитку досліджене не досконало.

Постановка завдання. Виходячи із зазначених проблем, основним завданням роботи є розроблення програми інноваційного розвитку підприємств хімічної та нафтохімічної промисловості, а також технологія її реалізації на основі організаційно-економічних заходів.

Виклад основного матеріалу дослідження. Хімічна і нафтохімічна промисловість як і машинобудування, енергетика та інші галузі є основними в будь-якій країні. Хімічний комплекс України є вагомим чинником стабілізації роботи вітчизняної промисловості в цілому. У цей час підприємства цієї галузі зберігають орієнтацію на виробництво продукції основної хімії з низькою доданою вартістю, тоді як перспективні інноваційні виробництва залишаються нерозвиненими.

Стимулювання розвитку інноваційних напрямів у хімічній та нафтохімічній промисловості, впровадження досягнень передових науково-технологічних розробок у створення нової наукоємної високотехнологічної продукції, здатної задовольнити попит на внутрішньому і зовнішньому ринках, надасть поштовх для структурної модернізації і підвищенні конкурентоспроможності промислового комплексу України в цілому.

Інноваційний напрям розвитку підприємств хімічної галузі є рушієм, який здатний розвивати і впроваджувати технологічні інновації та забезпечувати стійке функціонування економіки країни. При цьому механізми управління інноваційним розвитком повинні враховувати зміни зовнішнього середовища та можливості окремого підприємства.

Для формування механізму програмного управління інноваційним розвитком підприємств хімічної та нафтохімічної галузі спочатку проаналізуємо ін-

новаційну діяльність у цього сектору економіки протягом останніх 7 років.

Частка інноваційно активних підприємств хімічної та нафтохімічної галузі протягом 2007-2013 рр. змінювалась від 19,4% у 2013 р. до 24% у 2011 р. (табл. 1), тобто коливання – незначні, що свідчить про стабільність інноваційної активності в галузі протягом останніх років. Такі показники значно перевищують середні показники по промисловості.

На рисунку 1 схематично представлено зміну кількості інноваційно активних підприємств хімічної на нафтохімічної промисловості України протягом 2007-2013 рр.

Кількість підприємств, що впроваджували інновації, також залишалася практично стабільною –

Рис. 1. Зміна кількості інноваційно активних підприємств хімічної та нафтохімічної галузі за період 2007-2013 рр.

Складено за даними [6-12]

з 2007 р. по 2013 р. цей показник зріс тільки на 1,2%. Найбільша частка таких підприємств, як і з інноваційною активністю, припадала на 2011 р. (20,4%).

Незважаючи на достатньо високу частку підприємств, що впроваджують інноваційну продукцію, реалізують її значно менше підприємств. При цьому минулого року відбулося значне скорочення обсягів реалізованої інноваційної продукції в структурі реалізованої промислової продукції галузі – якщо в 2007 р. її частка становила 17,1%, то в 2010 р. – 14,1%, у 2013 р. – 11,3%, що свідчить про переважну орієнтацію галузі на виробництво традиційної продукції основної хімії з низькою доданою вартістю.

Значно скоротилася протягом досліджуваного періоду й частка експорту інноваційної продукції. У 2007р. за межі України реалізовувалось 32,8% усієї інноваційної продукції галузі, а в 2010 р. – 18,9%. Проте ситуація трішки покращилась і в 2013р. частка експорту такої продукції становила 22,7% [12], хоча на щабель 2007 р., за цим показником, галузь так і не повернулась.

Дослідження показників витрат на інноваційну діяльність у хімічному та нафтохімічному секторі економіки свідчить, що найбільші обсяги витрат протягом 2007-2013 рр. припадали на придбання матеріально-технічного устаткування та програмного забезпечення для виробничої діяльності, тоді як обсяги втрат на нові розробки протягом усього періоду були значно нижчими (табл. 2).

Наочно (у відсотковому співвідношенні) розподіл витрат на інноваційну діяльність у хімічної та нафтохімічної промисловості України за період у 2013 р. представлений на рисунку 2.

Таблиця 1

Показники інноваційної діяльності підприємств хімічної та нафтохімічної промисловості

	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Кількість інноваційно активних підприємств, од.	146	156	166	158	188	223	229
% інноваційно активних підприємств до загальної кількості підприємств галузі	21,6	20,0	20,5	19,9	24,0	21,0	19,4
Кількість підприємств, що впроваджували інновації, од.	125	136	144	133	160	158	232
% підприємств, що впроваджували інновації до кількості підприємств галузі	18,5	17,5	17,8	16,7	20,4	14,9	19,7
Кількість підприємств, що реалізували інноваційну продукцію, од.	116	129	127	112	132	134	187
% підприємств, що реалізували інноваційну продукцію до загальної кількості підприємств галузі	17,1	16,6	15,7	14,1	16,9	16,8	11,3
Обсяги реалізованої інноваційної продукції, млн. грн	6321,4	2564,6	1248,7	1570,0	2978,0	3785,8	4060,6
% реалізованої інноваційної продукції до загального обсягу реалізованої продукції галузі	7,0	5,4	3,0	2,9	3,9	4,8	3,91
Обсяги реалізованої за межі України інноваційної продукції,млн. грн	2073,9	952,4	315,6	296,5	951,8	811,6	919,7
% до загального обсягу реалізованої інноваційної продукції галузі	32,8	37,1	25,3	18,9	32,0	21,4	22,7

Складено за даними [6-12]

Таблиця 2

Обсяги витрат на інноваційну діяльність у хімічній та нафтохімічній промисловості України, млн грн

	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Внутрішні НДР	64,1	245,0	134,6	159,3	132,1	294,7	92,2
Зовнішні НДР	29,3	36,6	31,3	64,2	8,4	43,4	43,2
Придбання машин, обладнання та програмного забезпечення	831,6	1051,0	736,6	2335,0	677,4	672,5	779,5
Інші зовнішні знання	132,8	8,1	30,8	52,3	16,7	8,2	42,2
Інші	533,9	113,1	137,9	137,6	151,5	103,6	361,6
Всього	1591,7	1453,8	1071,2	2748,4	986,1	1122,3	1318,7

Складено за даними [6-12]

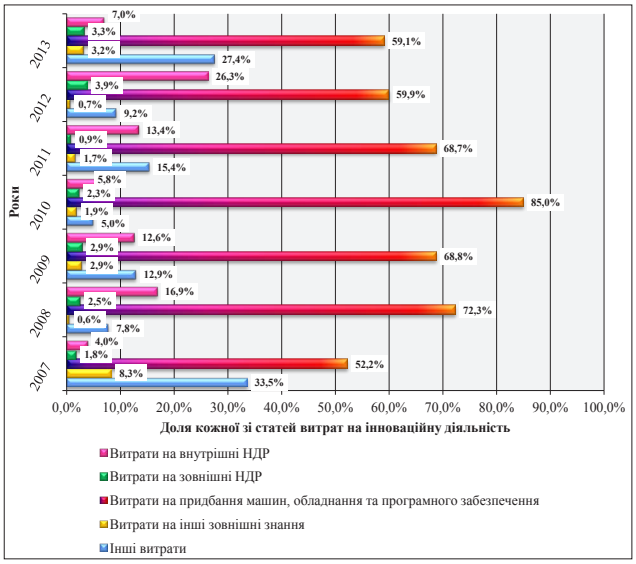


Рис. 2. Розподіл витрат на інноваційну діяльність у хімічній та нафтохімічній галузі України протягом 2007-2013 рр.

Розраховано за даними [6-12]

Джерела фінансування інноваційної діяльності в хімічній та нафтохімічній промисловості є диверсифіковані, проте основними інвесторами протягом 2007-2013 рр. були самі підприємства галузі, коштами яких у різні роки фінансувалося від 21,3% у 2010 р. (мінімальне значення) до 83,7% у 2012 р. (максимальне значення) усіх витрат на інноваційну діяльність (табл. 3). У 2013р. підприємствами було профінансовано 57,8% витрат на інноваційну діяльність.

Структура фінансування інноваційної діяльності підприємств хімічної та нафтохімічної промисловості України в 2013 р. представлена на рис. 3.

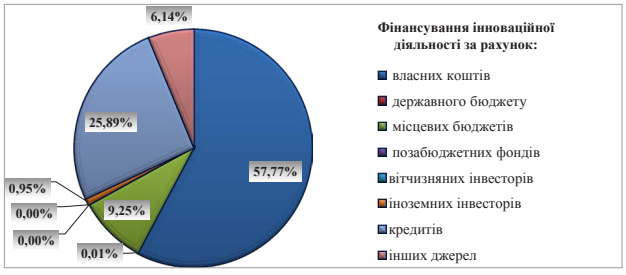


Рис. 3. Фінансування інноваційної діяльності у хімічній та нафтохімічній галузі промисловості в 2013 р.

Розраховано за даними [12]

Значна частка фінансування інноваційної діяльності галузі забезпечувалась також і за рахунок кредитних коштів, які становили в загальній структурі фінансування інноваційної діяльності від 1,2% (мінімальне значення) у 2010 р. до 25,9% (максимальне значення) у 2013 р.

Фінансування інноваційної діяльності в галузі коштами держбюджету в 2013 р. практично було відсутнє. У порівнянні з попередніми роками, частка фінансування з держбюджету змінювалась від 1,2% у 2007 р. до 9,8% у 2008 р.; а в 2012 р. цей показник становив 9,0%. Хоча в 2013 р. 9,25% припадало на фінансування в галузь коштами місцевих бюджетів (до цього періоду з місцевих бюджетів кошти на інноваційну діяльність не виділялись) [6; 7; 11; 12].

У 2009-2010 рр. у загальній структурі фінансування інноваційної діяльності значно зросла частка коштів іноземних інвесторів: якщо в 2008 р. вона становила 2,1%, то в 2009 р. – 40,3%. У 2010 р. коштами іноземних інвесторів було профінансовано переважну частку (75,7%) витрат на інноваційну діяльність у галузі, що пов'язано з консолідацією активів – у 2010 р. відбулося придбання кіпрською компанією OSTCHEM 100% акцій ПрАТ «Сєвєродонецький «Азот» та 90,3% акцій ПАТ «Концерн Стирол» [13]. Але після 2010 р. ситуація з іноземним фінансуванням змінилась. Такі інвестиції вже не займали значної частки у фінансуванні інноваційної діяльності в хімічному та нафтохімічному секторі, і в 2013 р. становили лише 0,95% [12].

Частка коштів вітчизняних інвесторів, місцевих бюджетів (окрім 2013 р.) і позабюджетних фондів у структурі фінансування інноваційної діяльності підприємств хімічної та нафтохімічної галузі протягом усього періоду дорівнювала нулю.

Як бачимо, з проаналізованих вище даних підприємства хімічної та нафтохімічної промисловості в Україні інноваційно нерозвинені, з чим пов'язані численні проблеми цього сектору. Одним з ефективних методів управління та стимулювання інноваційного розвитку промислових підприємствах є програмно-цільовий напрям. Основою такого управління являється сукупність заздалегідь намічених шляхів, способів і дій, виконання яких забезпечить досягнення поставлених цілей [14].

Цей метод дає можливість розробити комплексний підхід до управління всіма інноваційними процесами, які в ньому протікають і дозволить поєднати цілі, задачі інноваційної розвитку з необхідним об'ємом ресурсів для вирішення поставлених задач. Ефективно розроблений механізм програмно-цільового управління інноваційним розвитком з урахування визначених стратегічних задач слугуватиме передумовою забезпечення довгострокових конкурентних

Таблиця 3

Фінансування інноваційної діяльності підприємств хімічної та нафтохімічної промисловості, млн грн.

	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Усього	1591,7	1453,8	1071,3	2748,4	986,2	1122,3	1318,7
у т. ч. за рахунок:							
- власних коштів	1254,4	966,0	523,0	585,9	752,6	939,3	744,5
- державного бюджету	18,6	142,2	29,4	43,5	54,1	101,4	1,0
- місцевих бюджетів	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	119,2
- позабюджетних фондів	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
- вітчизняних інвесторів	15,2	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
- іноземних інвесторів	178,3	31,2	432,1	2081,1	29,3	9,1	12,2
- кредитів	124,2	309,0	86,3	33,8	146,8	71,3	333,7
- інших джерел	1,0	5,4	0,5	4,1	3,4	1,2	79,1

Складено за даними [6-12]

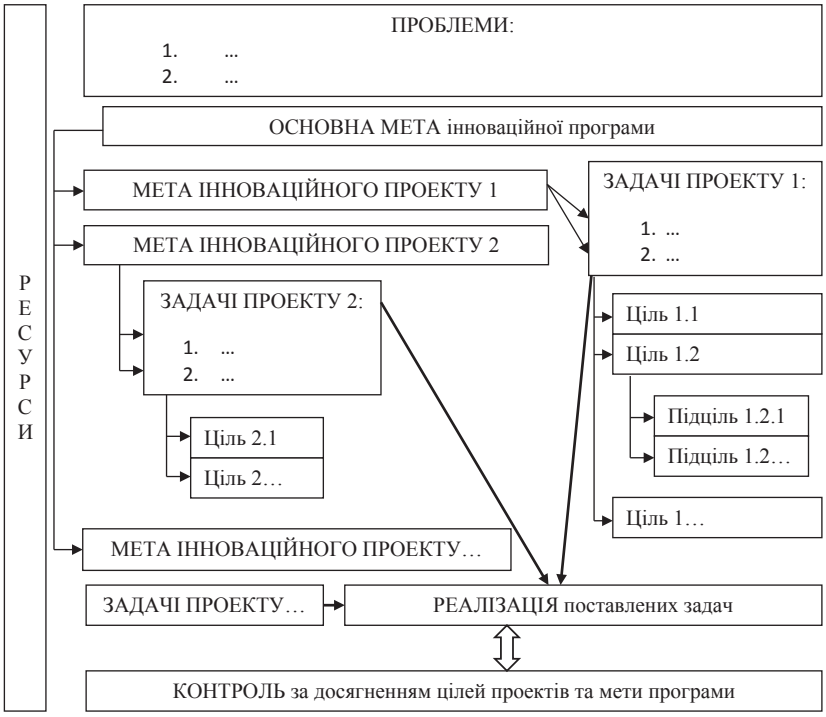


Рис. 4. Система програмного управління інноваційним розвитком підприємств хімічної та нафтохімічної галузі

Складено на основі [1]

переваг для підприємств хімічної та нафтохімічної промисловості на ринку.

Система цілей програми інноваційного розвитку підприємств хімічної та нафтохімічної галузі має мати чітку ієрархічну структуру, відповідно до якої досягнення конкретніших цілей служить засобом реалізації більш загальних. Схематично це представлено на рисунку 4.

Після визначення мети програми та задач кожного з інноваційного проекту розробляється безпосередньо програма інноваційного розвитку. Загальний вигляд «дорожньої карти», яка буде включати в себе ключові вузли певних технологічних чи інноваційних досягнень, які пов'язані між собою представлений на рисунку 5.

На рисунку 5 наочно представлено покроковий сценарій реалізації програми інноваційного розвитку на підприємстві. Як ми розуміємо, спочатку аналізується чи складена програма інноваційного розвитку буде ефективною для підприємства з урахуванням усіх ризиків. Якщо ж програма буде ефективної при наявних фінансових можливостях, то необхідно шукати нових партнерів на території України чи за кордоном, які б співпрацювали для розробки і застосування нових технологій чи надавали б можливість для покупки таких технологій.

Якщо фінансові можливості підприємства є недостатніми для реалізації програми інноваційного розвитку, то необхідно залучити фінансові засоби зі сторони (кредити, бюджетні кошти, інвестиції тощо).

Коли в підприємства наявні патент чи ліцензія на інноваційну технологію виробництва оновлюється матеріально-технічна база виробництв. Обладнання та устаткування повинні відповідати вимогам нових технологій. Такий підхід дозволить підприємствам хімічної та нафтохімічної галузі випускати продукцію (можливо інноваційну) з меншою собівартістю. Вироблену продукцію адаптують до умов цільового ринку і шляхом проведення правильної маркетингової компанії, що підвищить ціну продукції, реалізовують її.

При цьому слід пам'ятати, що на кожному етапі реалізації розробленої програми інноваційного розвитку повинен здійснюватись контроль за процесом і результатами. Результати повинні прямувати до вирішення поставлених задач проектів і досягнення основної мети програми інноваційного розвитку.

Висновки з проведеного дослідження. З наведеного вище можна стверджувати, що досліджувана галузь промисловості є недостатньо інноваційно розвиненою в Україні, тому тут існують численні проблеми.

Інноваційний напрям розвитку підприємств хімічної та нафтохімічної галузі здатний забезпечити стрімке пришвидшення та покращення економічних показників підприємств. У роботі використаний програмно-цільовий метод як ефективний напрям в управлінні та стимулюванні.

Загалом, запропонований механізм програмно управління інноваційним розвитком хімічної та нафтохімічної промисловості дозволить підприємствам цієї галузі активізувати свою виробничу діяльність в

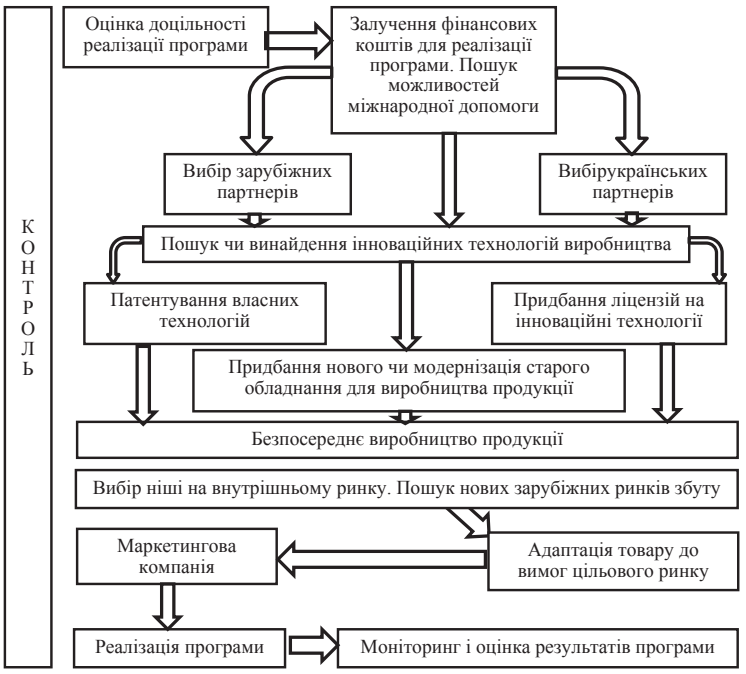


Рис. 5. «Дорожня карта» реалізації програми інноваційного розвитку для підприємств хімічної та нафтохімічної промисловості

Розроблено автором

інноваційному напряму та вийти на новий етап розвитку для можливості належної конкуренції на зовнішньому ринку.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Гудзь П.В. Методичні основи використання програмно-цільового підходу в управлінні інвестиційною програмою розвитку металургійного підприємства / П.В. Гудзь, І.А. Нечаєва – К.: Центр учбової літератури, 2010. – 258 с.
2. Федоренко Н.П. Программно-целевой метод в планировании / Н.П. Федоренко. – М.: Наука, 2002. – 150 с.
3. Стефанов Н. Программно-целевой подход в управлении. Теория и практика / Н. Стефанов, К. Симеонова, К. Костов, С. Качаунов. Н. Стефанов, К. Симеонова, К. Костов, С. Качаунов. – М.: Наука, 2008. – 324 с.
4. Югас Е.Ф. Цільові комплексні програми в системі стратегічного планування / Е.Ф. Югас, Ю.І. Ревть, Л.М. Бугір // Наук. вісник Ужгородс. ун-ту. – 2009. – № 27. – С. 150-154.
5. Поспелова Г.С. Проблемы программно-целевого планирования и управления / Г.С. Поспелова. – М.: Наука, 2001. – 464 с.
6. Наукова та інноваційна діяльність в Україні. [Електронний ресурс] Статистичний збірник. – К.: «Держстат України». 2008. Режим доступу: http://ukrstat.org/uk/druk/publicat/Arhiv_u/16/Arch_nay_zb.htm.
7. Наукова та інноваційна діяльність в Україні. [Електронний ресурс] Статистичний збірник. – К.: «Держстат України». 2009. Режим доступу: http://ukrstat.org/uk/druk/publicat/Arhiv_u/16/Arch_nay_zb.htm.
8. Наукова та інноваційна діяльність в Україні. [Електронний ресурс] Статистичний збірник. – К.: «Держстат України». 2010. Режим доступу: http://ukrstat.org/uk/druk/publicat/Arhiv_u/16/Arch_nay_zb.htm.
9. Наукова та інноваційна діяльність в Україні. [Електронний ресурс] Статистичний збірник. – К.: «Держстат України». 2011. Режим доступу: http://ukrstat.org/uk/druk/publicat/Arhiv_u/16/Arch_nay_zb.htm.
10. Наукова та інноваційна діяльність в Україні. [Електронний ресурс] Статистичний збірник. – К.: «Держстат України». 2012. Режим доступу: http://ukrstat.org/uk/druk/publicat/Arhiv_u/16/Arch_nay_zb.htm.
11. Наукова та інноваційна діяльність в Україні. [Електронний ресурс] Статистичний збірник. – К.: «Держстат України». 2013. Режим доступу: http://ukrstat.org/uk/druk/publicat/Arhiv_u/16/Arch_nay_zb.htm.
12. Наукова та інноваційна діяльність в Україні. [Електронний ресурс] Статистичний збірник. – К.: «Держстат України». 2014. Режим доступу: http://ukrstat.org/uk/druk/publicat/kat_u/publnauka_u.htm.
13. ПрАТ «Сєвєродонецький «Азот» [Електронний ресурс] // Офіційний сайт. – Режим доступу до сайту: http://www.azot.lg.ua.
14. Романюк С.О. Програмно-цільове управління інноваційною діяльністю на автотранспортних підприємствах / С.О. Романюк. – К.: Ластівка, 2007. – 286 с.

УДК 330.341.1:[629.34+629,36](477.63)

Голей Ю.М.
асистент кафедри менеджменту та туристичного бізнесу
Дніпропетровського національного університету імені Олеся Гончара

ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ МАШИНОБУДІВНОЇ ГАЛУЗІ ДЛЯ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ УСТАТКУВАННЯМ ПІДПРИЄМСТВ ЖИТЛОВО-КОМУНАЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА

Досліджено необхідність структурної перебудови машинобудівної галузі для забезпечення устаткуванням підприємств житлово-комунального господарства. Визначено незадовільний стан технічного оснащення об'єктів житлово-комунального господарства. Розроблено заходи щодо його покращення та пошуки джерел фінансування для оновлення устаткування на цих об'єктах.

Ключові слова: устаткування, житлово-комунальне господарство, основні засоби ЖКГ, інвестиційні проекти, джерела фінансування.

Голей Ю.Н. ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ МАШИНОСТРОИТЕЛЬНОЙ ОТРАСЛИ ДЛЯ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ОБОРУДОВАНИЕМ ПРЕДПРИЯТИЙ ЖИЛИЩНО-КОММУНАЛЬНОГО ХОЗЯЙСТВА

Исследована необходимость структурной перестройки машиностроительной отрасли для обеспечения оборудованием предприятий жилищно-коммунального хозяйства. Определено негативное состояние технического оснащения объектов жилищно-коммунального хозяйства. Разработаны меры по его улучшению и поиски источников финансирования для обновления оборудования на этих объектах.

Ключевые слова: оборудование, жилищно-коммунальное хозяйство, основные средства ЖКХ, инвестиционные проекты, источники финансирования.

Goley Y.M. PROBLEMS OF DEVELOPMENT OF THE ENGINEERING INDUSTRY FOR PROVIDING THE EQUIPMENT FOR ENTERPRISES OF HOUSING AND COMMUNAL SERVICES

The research is about the necessity of restructuring of engineering industry for providing the equipment for enterprises of housing and communal services. It was determined the unsatisfactory condition of technical equipment for housing and communal services. The author devised the measures to improve it and the search for funding sources to upgrade equipment at these facilities.

Keywords: equipment, housing and communal services, fixed assets of housing and communal services, investment projects, funding sources.

Постановка проблеми. Метою дослідження є визначення необхідності структурної перебудови машинобудівної галузі для забезпечення технічного оснащення об'єктів житлово-комунального господарства (ЖКГ), у якому спостерігається високий рівень старіння основних засобів на всіх ділянках господарювання та відставання з оновлення їх. У статті використані методи порівняльного, структурного аналізу та синтезу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженням стану та розвитку машинобудування на підставі використання новітніх технологій для виробництва устаткування для всіх галузей і сфер народного господарства приділяють значну увагу вітчизняні вчені, зокрема Б.М. Данилишин, О.В. Раєвнєва, Н.В. Васюк, А.А. Дискіна, Н.В. Балабанова, Т.Д. Таукешева, О.В. Поспєлов, С.І. Плотницька та

інші. Проте залишаються недостатньо розкритими проблеми розвитку машинобудівної галузі для різних сфер народного господарства, зокрема житлово-комунального господарства, та стимулювання інвестиційної діяльності підприємств цієї галузі.

Постановка завдання. Для досягнення поставленої мети необхідно надати аналіз стану машинобудівної галузі та об'єктів ЖКГ. Розробити заходи покращення інноваційно-інвестиційної діяльності на підприємствах машинобудівної галузі для технологічного оновлення основних засобів на об'єктах ЖКГ.

Виклад основного матеріалу. Розвиток машинобудівної галузі – ключова ланка у кожній економічно розвиненій країні. Необхідність структурної перебудови машинобудування є визначальною передумовою формування економічного потенціалу країни відповідно міжнародним стандартам. На теперішній час ця галузь розвивається не досить швидкими темпами і тому не забезпечує прискорення обсягів виробництва та надання якісних послуг серед інших сфер промисловості. Тому набуває актуальності потреба постійного контролю за станом та оновленням номенклатури продукції машинобудівної галузі.

Машинобудівний комплекс України є однією із найбільш важливих, потужних і перспективних галузей промисловості, яка забезпечує технічне оснащення, комплексну механізацію та автоматизацію процесів виробництва.

У машинобудуванні зосереджено майже 15% вартості основних засобів та понад 21% загальної кількості найманих працівників промисловості [1].

Машинобудування є багатогалузевим комплексом, у складі якого знаходяться машини і устаткування загального призначення, для сільського, лісового господарства, житлово-комунального господарства; верстати, інші машини та устаткування спеціального призначення, побутові прилади тощо [2, с. 158].

На думку провідних науковців, які досліджують основні тенденції розвитку машинобудування, його відставання і невідповідність міжнародним стандартам пов'язано з використанням застарілих традиційних технологій виробництва та зниженням активності в інноваційно-інвестиційній діяльності, що позначається на випуску неконкурентоспроможної експортоорієнтованої продукції. Наслідком цього є незадовільний фінансовий стан і досить висока питома вага збиткових підприємств. За останні п'ять років вона коливалася на рівні 36,1-33%, а виробництво транспортних засобів та устаткування – від 40,9-34,3% [3].

До негативних наслідків виробництва застарілої номенклатури продукції машинобудування слід віднести також зростання частки машинотехнічної продукції у структурі імпорту, де переважають види продукції побутового споживання населення.

Доцільно запропонувати, щоб у структурі імпорту зайняли чільне місце види машинобудівної продукції, які б сприяли технічному переоснащенню об'єктів житлово-комунального господарства: для оновлення основних фондів міського автомобільного та електротранспорту, також устаткування для водопровідних, каналізаційних та теплових мереж.

Сучасна стратегія державної промислової політики України в галузі машинобудування передбачає зростання темпів випуску наукоємної продукції високого технологічного рівня, освоєння нових конкурентоздатних зразків техніки, підвищення якості й ефективності виробництва з орієнтацією на потреби внутрішнього ринку та збільшення експортного потенціалу. Для цього передбачається прискорити структурну перебудову машинобудівного комплексу на основі збільшення обсягів виробництва у пріоритетних галузях. Необхідно налагодити виробництво високоефективних машин та їх систем для всіх галузей і сфер народного господарства.

Основними формами територіальної організації машинобудування є машинобудівні центри, вузли і райони. В Україні 80% виробництва галузі зосереджено у 10 областях держави. Це Харківська, Київська, Донецька, Запорізька, Дніпропетровська, Луганська, Львівська, Одеська, Полтавська та Миколаївська області. На інші області припадає лише близько 20% виробництва машинобудівної продукції держави.

Серед недоліків аналізу сучасного стану підприємств машинобудування та розробки механізму їх модернізації варто підкреслити те, що у наявних статистичних даних Держкомстату занадто згрупована номенклатура транспортних засобів і устаткування та не виокремлена номенклатура для всіх галузей і сфер народного господарства, зокрема житлово-комунального, тобто устаткування та механізми для міського електротранспорту, для газо-, водопостачання, для очистки систем каналізації та дотримання їх в належному стані. Хоча у товарній структурі імпорту прослідковується більш детальна номенклатура придбання, зокрема виділяються залізничні та трамвайні локомотиви, наземні транспортні засоби.

За тривалий період розбудови ринкової економіки держави виробництво устаткування для житлово-комунального господарства в державних програмах не належало до пріоритетних галузей і тільки у кінці 2012 р. в якості стимулювання інвестиційної діяльності до пріоритетних галузей належить і ЖКГ.

Житлово-комунальне господарство – це одна із найважливіших галузей господарського комплексу міста, що забезпечує його життєдіяльність. ЖКГ являє собою один із складних і багатогранних об'єктів управління. Підприємства та організації комунального господарства різних форм власності в сучасних умовах надають понад 40 видів послуг на суму понад 6 млрд грн щороку [4, с. 29].

Специфічною особливістю цієї галузі є територіальна роз'єднаність житлово-комунальних об'єктів, що потребують цілодобової надійної експлуатації, необхідності оперативного, а в низці випадків аварійного характеру виконання робіт значних обсягів і трудомісткості, що потребують широкого застосування машин, механізмів і малої механізації різноманітного призначення.

На сьогодні житлово-комунальне господарство залишається однією із найбільш технічно відсталих галузей національної економіки з багатьма проблемами. За період 2010–2013 років темпи зростання обсягів наданих послуг у галузі у 4 рази нижчі, ніж у промисловості. Темпи зростання інвестицій, заробітної плати та продуктивності праці у 2 рази нижчі, ніж по економіці в цілому [5]. Четверта частина водопровідних очисних споруд і кожна п'ята насосна станція водопровідно-каналізаційного господарства відпрацювали нормативний строк амортизації.

Не відповідають санітарним нормам 48% сміттєзвалищ, майже 90% – вимогам екологічних нормативів, а період експлуатації їх значної частини перевищує нормативний у кілька разів. У дорожньому господарстві 52% вулично-дорожньої мережі мають значні дефекти [4, с. 30].

У цілому житлово-комунальне господарство працює збитково. Наявність значних обсягів заборгова-

ності за надані послуги з боку підприємств, установ та населення зумовлює незадовільний фінансовий стан галузі. Однією із причин є відставання розвитку ринкових відносин та значний рівень монополізації в галузі. Знос основних фондів у ЖКГ у 1,5-2 рази більший, ніж в економіці загалом. Третина водопровідних, каналізаційних та теплових мереж в аварійному стані. Більше 70% міського електротранспорту відпрацювало амортизаційний термін [5].

Через високий рівень зношеності мереж, використання фізично і морально застарілого обладнання, зросли до критичного рівня втрати води, тепла та електроенергії, що негативно вплинуло на собівартість послуг та фінансові результати роботи підприємств. Найбільші розміри втрат допускають підприємства водопостачання та водовідведення, які досягли 40-50%, 11% з них – понаднормативні. У результаті за два роки собівартість послуг лише за рахунок понаднормативних втрат збільшилася на 280 млн грн [5].

В Україні вкрай незадовільний стан з вирішення питань збирання, транспортування, утилізації та знешкодження побутових відходів. Велика кількість сміттєзвалищ, які перевантажені, не відповідають нормам екологічної безпеки. Загалом у регіонах недостатня кількість спеціально обладнаних транспортних засобів. Нині вона складає лише понад 4 тис. одиниць, середній показник зношеності яких складає 68% [5].

Згідно з положенням Закону України «Про місцеве самоврядування в Україні», ця проблема повинна вирішуватися на рівні виконавчих органів сільських, селищних, міських рад. Потреба у будівництві нових полігонів складає понад 650 одиниць. Найбільша потреба у будівництві нових полігонів у Дніпропетровській області – 69 одиниць та у Сумській області – 64 одиниці [5].

Житлово-комунальне господарство являє собою один із складних і багатогранних об'єктів управління. Найпильнішої уваги потребують підприємства теплоенергетики, водо- і газопостачання, міського автомобільного та електротранспорту тощо. Найбільш незадовільний стан стосується оновлення відповідними основними засобами в мережах міського електротранспорту.

Нині в Україні експлуатуються у 53 містах 2703 одиниць трамвайних вагонів та 4169 одиниць тролейбусів, типи яких морально застарілі, бо виготовлені із застосуванням технічних рішень більше як 30 років тому. Вони характеризуються низькою надійністю і значною трудомісткістю технічного обслуговування та ремонту, а також високою енерговитратністю. Аналогічним є становище з трамвайними коліями і контактними мережами [6, с. 21].

Зменшилася у середньому на 26% насиченість транспортної мережі трамвайними вагонами і тролейбусами, що зумовило значну їх перевантаженість. Це сталося внаслідок скорочення парку рухомого складу, припинення його оновлення.

В Україні високий рівень старіння основних засобів міського електротранспорту та недостатні темпи їх оновлення призводять до зменшення кількості парку трамвайних вагонів та тролейбусів (близько 200-250 од. щорічно), невідповідності технічному та технологічному рівню сучасних вимог, що суттєво збільшує (близько 25%) енерговитратність та витрати на їх утримання, не забезпечує достатній рівень комфортності та якості наданих послуг [7].

Тим часом у світовій практиці, де перевага надається першочерговому розвитку міського електротранспорту, більш як у 100 країнах світу проектуються, будуються або реконструюються трамвайні і тролейбусні лінії. При цьому значна увага приділяється використанню новітніх технологій, які дають змогу збільшувати швидкість і плавність руху, знижувати рівень шуму та інші негативні наслідки впливу на навколишнє природне середовище [6, с. 21].

Послуги міських автомобільних пасажирських перевезень надають приватні та муніципальні автопідприємства. На ринку послуг з'явилися десятки тисяч приватних перевізників, у яких відсутня належна матеріально-технічна база, в складі якої переважає застарілий рухомий автомобільний транспорт; відсутні прилади для визначення ступеня забруднення та очистки його.

Отже, структура міського автобусного парку не відповідає ні вимогам необхідної організації перевезень, ні вимогам економіки, ні вимогам екології. Питома вага парку міських автобусів великої та особливо великої місткості у декілька разів нижче оптимальної, що викликає погіршення транспортного обслуговування населення міст громадським автобусним транспортом.

Згідно із Законом України «Про автомобільний транспорт», усунення недоліків міських автомобільних пасажирських перевезень повинно вирішуватися шляхом розробки регіональних програм у межах місцевого самоврядування.

Існують пропозиції на регіональному рівні надавати перевагу в оновленні автомобільних транспортних засобів шляхом закупівлі нових автобусів із зарубіжних країн. На нашу думку, у підприємств, що знаходяться у муніципальній і приватній власності, відсутні валютні кошти, тому необхідно зосередити виробництво автобусів на вітчизняних машинобудівних підприємствах. У багатьох регіонах на машинобудівних підприємствах низький рівень завантаження виробничих потужностей від 30 до 60%, а деякі машинобудівні підприємства зупинили діяльність. Тому є пропозиція підвищити рівень завантаження виробничих потужностей відновленням виробництва запасних частин та комплектуючих для міського автомобільного транспорту, транспорту спеціального призначення та електротранспорту.

Відомо, що у Дніпропетровській області недостатньо завантажені виробничі потужності на ДП «Виробниче об'єднання «Південний машинобудівний завод ім. О.М. Макарова», Дніпровському машинобудівному заводі, Дніпропетровському агрегатному заводі та інших. На нашу думку, доцільно було б запропонувати для збільшення завантаження виробничих потужностей ввести нову номенклатуру продукції, особливо для технічного переоснащення об'єктів ЖКГ.

Подібна ситуація із застарілим обладнанням і відставанням з оновлення основних засобів простежується і на підприємствах водопровідно-каналізаційного господарства. Об'єктам інженерної інфраструктури (тепло-, водо-, каналізаційні мережі, водозабори, очисні споруди тощо) і технологічні фонди виробництва (технічні засоби, майстерні, виробничо-експлуатаційна база тощо) притаманний високий фізичний і моральний знос основних виробничих фондів (понад 50%, а на деяких 60-70%), що істотно впливає на всі основні економічні показники діяльності [8, с. 121]. Питомі витрати енергоресурсів більш як у 2,5 рази вищі, ніж у країнах Європи, кількість аварій за останні 10 років збільшилася майже у 5 разів [1].

Керівники органів місцевого самоврядування, які опікуються управлінням житлово-комунального гос-

подарства великих міст, неодноразово вказували на те, що не можна просто «латати дірки» шляхом постійних вливань в об'єкт управління. Необхідно мати комплексний підхід до проблеми, який би включав у себе не тільки фінансування, але і розумне управління, розробки стратегії, довгострокових програм розвитку, спрямованих на становлення галузі.

Потреба великих міст України в коштах на реалізацію інвестиційних проектів з технічного переоснащення інженерних комунікацій щорічно складає близько 90 млн грн. У той же час загальнодержавною програмою реформування і розвитку житлово-комунального господарства на зазначені цілі передбачено на рік у 10 разів менше [9, с. 4].

Комплексний підхід повинен містити всі аспекти управління підприємствами житлово-комунальної галузі. Заслуговує на увагу пропозиція щодо запровадження нових форм управління ЖКГ на рівні територіальних громад, забезпечення державної підтримки та координацію діяльності центральних і місцевих органів влади у вирішенні питань оновлення парку трамвайних вагонів і тролейбусів, розвитку маршрутної мережі цього виду транспорту, тощо [6, с. 21]. Важливим інструментом державного управління є проведення послідовної політики, яка ґрунтується на удосконалені підходів до фінансового забезпечення житлово-комунального господарства, узгоджені інтересів держави, місцевих органів влади та суб'єктів господарювання, ефективному використані бюджетних коштів, впровадженню механізмів залучення позабюджетних коштів.

У сучасних умовах існування житлово-комунального господарства необхідно забезпечити рентабельність житлово-комунальних підприємств, створити конкурентне середовище на ринку послуг житлово-комунального господарства, стимулювання технічної модернізації та енергоефективності.

Не випадково провідні науковці наполягають на проведенні глибокої реформи ЖКГ. Для цього вони пропонують в містах України провести глибокий аналіз стану житлово-комунального господарства, технічний і економічний аудит підприємств і організацій галузі, суцільну інвентаризацію і переоцінку їх основних засобів [10, с. 7].

Реформування ЖКГ неможливе без надійної ефективної Державної програми галузі. Важливою складовою повинно бути технічне переоснащення та розвиток міського електротранспорту. Зупинити скорочення та старіння парку трамвайних вагонів і тролейбусів неможливо без розвитку машинобудування. У зазначених вище регіонах, на які припадає 80% виробництво машин та устаткування, необхідно налагодити серійне виготовлення сучасних трамвайних вагонів і тролейбусів, іншого обладнання для потреб галузі.

Заслуговує на увагу пропозиція науковця В.Ю. Світличної відносно запропонованої інноваційної моделі розвитку житлово-комунального господарства, яка потребує стійких джерел фінансування [11, с. 228].

Вона передбачає впровадження новітніх технологій, передусім енергозберігаючих, у процесі виготовлення, будівництва, реконструкції та модернізації трамвайних вагонів і тролейбусів, контактних мереж, тягових підстанцій, трамвайних колій, інших об'єктів, призначених для надання пасажирам транспортних послуг [6, с. 21].

На теперішній час були розроблені пропозиції щодо розробки і запровадження механізму покращення інноваційно-інвестиційної діяльності машинобудівних підприємств на період 2012–2021 рр. Було б доцільно внести зміни до Закону України «Про пріоритетні напрями інноваційної діяльності в Україні» до формування заходів виробництва устаткування, приладів, спрямованих на технологічне оновлення об'єктів ЖКГ.

Для виходу з несприятливого стану розвитку економіки у теперішній час на державному рівні вживаються заходи щодо стимулювання інвестиційної діяльності у пріоритетні галузі економіки, які забезпечать потреби суспільства у високотехнологічній конкурентоспроможній екологічно чистій продукції. Це сприятиме технічному переоснащенню устаткування, транспортних засобів і створення робочих місць на об'єктах ЖКГ [12].

Відповідно до зазначеного раніше закону, необхідне економічне обґрунтування інвестиційних проектів, де передбачається придбання нового обладнання, реконструкція та модернізація існуючого структурного підрозділу, а також придбання нових технологій, залучення послуг інжиніринга, додаткових запасів якісних основних і допоміжних матеріалів відповідно проекту.

Підприємства можуть залучати власні кошти (чистий прибуток та амортизаційні відрахування), кошти іноземного та спільного інвестування, що здійснюється суб'єктами України разом з іноземними юридичними чи фізичними особами.

Без додаткової підтримки з боку центральних органів та органів місцевого самоврядування неможливо реалізувати всі заходи технічного переоснащення об'єктів ЖКГ. Конкретними формами державної підтримки можуть бути податкові пільги для інвесторів. Податкові пільги стосуються звільнення від сплати ввізного мита, а на суму податкового зобов'язання з ПДВ надавати митному органу податковий вексель терміном погашення його на 60-й календарний день.

Доцільно продовжити дозвіл нарахування амортизації основних засобів груп 2 і 3 методом прискореного зменшення залишкової вартості.

Слід відзначити, що права на отримання зазначених вище податкових пільг вимагають застосування особливого контролю з боку спеціальних державних органів. Це стосується контролю за веденням окремого податкового обліку доходів та витрат, пов'язаних з отриманням прибутку, а грошові кошти на суму отриманих пільг повинні бути використані на переоснащення матеріально-технічної бази, збільшення об'єму виробництва, упровадження новітніх технологій тощо.

У провідних регіонах уже розроблені інвестиційні проекти на два-три роки. Зокрема, були затверджені інвестиційні проекти для м. Дніпропетровська, на які були затверджено кошти міським бюджетом. Частина цих коштів спрямовано для відшкодування виробництва машин і устаткування на:

- модернізацію системи водопостачання та водовідведення міста;
- енергоефективну модернізацію будівель комунальних закладів;
- реконструкцію систем теплопостачання;
- оновлення рухомого складу тролейбусного парку [13].

У Дніпропетровській області уже діють важливі зміни покращення деяких об'єктів ЖКГ. Цього року департамент ЖКГ та будівництва облдержадміністрації придбав 4 тисячі кришок люків на 2 млн 76 тис. грн, які виготовлені зі спеціальних полімерів. Вартість такої кришки люка вдвоє менша, ніж виго-

товленої за традиційною технологією з металу. Вірогідність крадіжки у сотні разів нижча. Найближчим часом очікується поставка ще 500 кришок люків. На наступний рік заплановано виділити з обласного бюджету ще 9 млн грн на придбання таких конструкцій – це понад 18 тис. кришок люків [14, с. 2].

Щоб забезпечити джерела фінансування інвестиційних проектів, доцільно запропонувати створення спеціальних регіональних фондів. Для цього необхідно внести зміни до Податкового кодексу України, які дозволили б залучати до складу цих фондів значний відсоток податку на прибуток, отриманий у регіоні, та податок на додану вартість, які до цього часу надходили до державного бюджету та використовувалися на загальнодержавні потреби. Це у свою чергу також потребує корінних змін в формуванні доходів місцевих бюджетів. Є надія, що законодавчий орган уже впровадить ці зміни, а уряд здатний їх виконувати в наступному році.

Без рішучих та швидких змін у житлово-комунальному господарстві ця сфера діяльності буде гальмувати подальший розвиток інших галузей економіки.

Висновки. Необхідність структурної перебудови машинобудівного комплексу та поборення відставання його розвитку потребує зростання інноваційно-інвестиційної активності в межах технічного переоснащення вітчизняних підприємств, скорочення частки машино-технічної продукції у структурі імпорту та переорієнтації у ній видів машинобудівної продукції для оновлення основних фондів об'єктів ЖКГ.

Корінні зміни в розвитку машинобудівної галузі та освоєння нової номенклатури продукції сприятиме переоснащенню інших галузей і сфер народного господарства, зокрема житлово-комунального.

У зв'язку зі старінням основних фондів на всіх об'єктах ЖКГ пропонується відновлення виробництва транспортних засобів на вітчизняних машинобудівних підприємствах та підвищення завантаження виробничих потужностей на діючих підприємствах у тих регіонах, де переважають машинобудівні центри.

Без додаткової підтримки з боку центральних органів та органів місцевого самоврядування неможливо реалізувати інноваційно-інвестиційні проекти перебудови машинобудівної галузі.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Державна програма активізації розвитку економіки на 2013–2014 роки : Постанова Кабінету Міністрів України від 27 лютого 2013 р. № 187 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www. kmu.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=246812864&cat_id=246812855.
2. Король К.В. Економічний стан та проблеми розвитку галузі машинобудування в Україні / К.В. Король // Економічний вісник Донбасу. – 2014. – № 1(35). – С. 157-162.
3. Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http: //www.ukrstat.gov.ua.
4. Поспєлов О.В. Системи технологій і організація технологічного процесу на підприємствах ЖКГ [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://eprints.kname.edu.ua/31147/1/2012%20печ.%20650М%20СТ%20МВ%20ЖКГ.pdf.
5. Бенчмаркінг ефективності функціонування житлово-комунальних послуг в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http: // uipp.org.ua/uploads.
6. Реформування ЖКГ, методичних та практичних рекомендацій з удосконалення організаційно-економічного механізму підвищення ефективності діяльності підприємств ЖКГ [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http: ://31f.ru/metoda/page,21,751-reformuvannya-zhkg-metodichnix-ta-praktichnix-rekomendacij-z-udoskonalennya-organizacijno-ekonomichnogo-mexanizmu-pidvishhennya-efektivnosti-diyalnosti-pidpriyemstv-zhkg.html.
7. Про складну ситуацію на підприємствах міського електротранспорту [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://jkg-portal.com.ua/ua/type/regionalnye-novosti.
8. Покуца І.В. Управління відтворенням основних фондів підприємств водопровідно-каналізаційного господарства // Економічні проблеми та перспективи розвитку житлово-комунального господарства на сучасному етапі : матеріали ІІ міжнародної науково-практичної конференції. – Харк. нац. акад. міськ. госпва. –Х. : ХНАМГ, 2010. – 436 с.
9. Таукешева Т.Д. Аспекти управління підприємствами житлово-комунальної сфери: комплексний підхід // Економічні проблеми та перспективи розвитку житлово-комунального господарства на сучасному етапі : матеріали ІІ міжнародної науково-практичної конференції. – Харк. нац. акад. міськ. госп-ва. – Х. : ХНАМГ, 2010. – 436 с.
10. Юр'єва Т.П., Юр'єва С.Ю., Склярук Н.І. Про деякі аспекти реформування ЖКГ // Економічні проблеми та перспективи розвитку житлово-комунального господарства на сучасному етапі : матеріали ІІ міжнародної науково-практичної конференції. – Харк. нац. акад. міськ. госп-ва. – Х. : ХНАМГ, 2010. – 436 с.
11. Світлична В.Ю. Розробка основних напрямків інноваційної політики розвитку житлово-комунальних підприємств України // Економічні проблеми та перспективи розвитку житлово-комунального господарства на сучасному етапі : матеріали ІІ міжнародної науково-практичної конференції. – Харк. нац. акад. міськ. госп-ва. –Х. : ХНАМГ, 2010. – 436 с.
12. Закон України «Про пріоритетні напрями інноваційної діяльності в Україні» від 8.09.2011, № 3715 // Відомості Верховної Ради України (ВВР). – 2012. – № 19-20. – С. 166.
13. Інвестиційна привабливість м. Дніпропетровська // Дніпропетровська міська рада [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www. dniprorada.gov.ua/.
14. У містах області з'явились нові антивандальні люки // Зоря. – 2014. – № 566. – С. 2.

УДК 339.138

Гончаренко Д.С.
аспирант кафедры маркетинга
Украинской государственной академии железнодорожного транспорта

Зорин А.В.
старший преподаватель кафедры учета и аудита
Украинской государственной академии железнодорожного транспорта

ОСОБЕННОСТИ ПРИМЕНЕНИЯ МАРКЕТИНГА В СФЕРЕ ТРАНСПОРТНЫХ УСЛУГ

В статье рассмотрены основные понятия, касающиеся маркетинга в сфере транспортных услуг. Охарактеризованы понятия «транспортный маркетинг» и «транспортная услуга». Приведена классификация транспортных услуг. Указаны особенности применения маркетинга на железнодорожном транспорте.

Ключевые слова: маркетинг на транспорте, транспортный маркетинг, транспортная услуга, принципы маркетинга, функции маркетинга, железная дорога.

Гончаренко Д.С., Зорін А.В. ОСОБЛИВОСТІ ЗАСТОСУВАННЯ МАРКЕТИНГУ У СФЕРІ ТРАНСПОРТНИХ ПОСЛУГ
У статті розглянуто основні поняття, пов'язані з маркетингом у сфері транспортних послуг. Охарактеризовано поняття «транспортний маркетинг» та «транспортна послуга». Наведено класифікацію транспортних послуг. Вказано особливості застосування маркетингу на залізничному транспорті.

Ключові слова: маркетинг на транспорті, транспортний маркетинг, транспортна послуга, принципи маркетингу, функції маркетингу, залізниця.

Goncharenko D.C., Zorin A.V. FEATURES OF MARKETING APPLICATION IN THE SPHERE OF TRANSPORT SERVICES
The article describes the basic concepts related to marketing in the sphere of transport services. The concepts of «transport marketing» and «transport services» are characterized. Classifications of transport services are given. The features of the use of marketing on rail transport are specified.

Keywords: marketing on transport, transport marketing, transport services, principles of marketing, marketing functions, railway.

Постановка проблемы. В современных условиях развития рыночных отношений маркетинг получает все большее распространение в управлении производственно-сбытовой деятельностью предприятий, в том числе и на транспорте. Но в Украине существуют проблемы в определении функций и принципов маркетинга на транспорте, в частности железнодорожном. До сих пор нет единого понимания того, что такое транспортная услуга.

Поэтому актуальным является анализ особенностей применения маркетинга в сфере транспортных услуг, освещение функций и принципов маркетинга на железной дороге, характеристика существующих определений транспортной услуги.

Анализ последних исследований и публикаций. Проблемой маркетинга на транспорте занимались такие ученые, как И.М. Аксенов [6], А.О. Бакалинский [9], В.С. Верлока [10], В.Г. Галабурда [4; 5], Е.И. Зорина [11; 12], Д.В. Ломотько, М.В. Макаренко [9], Н.П. Терешина, М.Ф. Трихунков [4] и другие. В основном авторы уделяют внимание исследованию маркетинга пассажирских перевозок.

Постановка задачи. В Украине проблемой маркетинга на транспорте занимаются относительно недавно, и основное внимание уделяется пассажирским перевозкам, тогда как маркетинг грузовых перевозок является малоисследованным.

Цель данной статьи – сформировать представление об основных понятиях и особенностях маркетинга на транспорте, дать четкое определение понятиям «транспортный маркетинг» и «транспортная услуга».

Основной материал исследования. В условиях формирования транспортной системы Украины важным является определение основных принципов, по которым она будет функционировать. Для этого необходимо начать с основных понятий маркетинга и транспортного маркетинга.

Единого определения понятия «маркетинг» на данный момент не существует. По мнению Ф. Котлера [1, с. 21], маркетинг – это вид человеческой деятельности, направленной на удовлетворение нужд и потребностей посредством обмена.

В широком смысле маркетинг определяется как предпринимательская деятельность, которая управляет движением товаров и услуг от производителя до потребителя, или специальный процесс, в ходе которого прогнозируется, расширяется и удовлетворяется спрос на товары и услуги посредством их разработки, продвижения и реализации. Таким образом, сфера маркетинга включает в себя широкий круг проблем, в том числе транспортировку, складирование, хранение, сервис и т. д. [2, с. 7].

К функциям маркетинга относятся [3]:

- маркетинговые исследования;
- разработка стратегии маркетинга;
- товарная политика;
- ценовая политика;
- политика распределения;
- коммуникационная политика;
- контроль маркетинга.

Маркетинг как современная философия бизнеса опирается на ряд принципов [1, с. 42]:

1. Ориентация на потребителей, его потребности и требования.

2. Гибкость в достижении поставленной цели путем адаптации к требованиям рынка с одновременным направленным влиянием на него.

3. Комплексный подход к разработке маркетинговых планов.

4. Направленность на долгосрочную перспективу развития фирмы (прогнозирование развития рынка и разработка соответствующей стратегии маркетинга с учетом ожидаемых изменений).

Целью маркетинга является достижение хорошего конечного (а не промежуточного) результата, коим является нормальная прибыль предприятия, если она не противоречит общенациональным интересам [2, с. 8].

Маркетинг на транспорте обычно называют транспортным маркетингом, отмечая не столько сферу применения, сколько особенности, отличающие его от маркетинга других видов услуг и маркетинга промышленных и потребительских товаров. Эти отличия определяются особенностями «производства и реализации» транспортной услуги (перевозки) и транспортного рынка вообще [2, с. 11].

Транспортный маркетинг определяют как систему организации и управления деятельностью транспортных предприятий, компаний и фирм по оказанию транспортных услуг пользователям транспорта на основе комплексного изучения транспортного рынка и спроса на транспортную продукцию в целях создания наилучших условий ее реализации для субъектов рынка [2; 4; 5; 6].

По мнению М.И. Шкурина, основной транспортной продукцией является перемещение товаров и людей и дополнительные услуги, связанные с этим перемещением. В целом все виды основной транспортной продукции можно считать транспортными услугами, имеющими те же особенности, что и любые другие услуги: неосязаемость, невозможность хранения, неотделимость от источника и непостоянство качества.

Автор Ф. Котлер [1, с. 579] приводит такое определение: «Услуга – это любое мероприятие или выгода, которые одна сторона может предложить другой и которые в основном неосязаемы и не приводят к завладению чем-либо».

До конца XX в. понятие «транспортная услуга» не применялось при организации и управлении транспортом. Под транспортной услугой понималась непосредственно перевозка, измеряемая такими валовыми показателями, как объем погрузки и выгрузки, грузооборот и т. п. Однако такой способ оценки учитывал лишь количественный аспект работы транспорта. В условиях рыночной экономики в понятие «услуга» помимо объемов выполнения необходимо включать и уровень качества и сервиса, сопровождающего осуществление услуги [7].

Н.В. Правдина предлагает такое определение: «Услуга – это деятельность, связанная с обменом стоимостей, направленная на удовлетворение потребностей, выраженных в форме спроса, которая не сводится к передаче права собственности за некоторый материальный продукт».

В настоящее время под услугой понимается непосредственно перемещение грузов в пространстве, а также любая операция, не являющаяся движенческой, но обеспечивающая его подготовку и осуществление, а именно: упаковку и маркировка грузов, их пакетирование, промежуточное хранение, предоставление грузовладельцу необходимой информации и т. п. Таким образом, основной вид транспортной услуги – это перевозка грузов, но, как правило, она сопровождается предоставлением целого комплекса дополнительных услуг [7].

По мнению И.М. Аксенова, услуга в сфере пассажирских перевозок представляет собой действие определенного сотрудника пассажирского предприятия (или группы сотрудников), которое приносит пользу пассажиру, а работа, связанная с предоставлением услуг при обслуживании пассажиров, то есть с удовлетворением их потребностей на всех этапах поездки, называется сервисом [6, с. 14].

К основным транспортным услугам относятся [7]:

- перевозка грузов, почты;
- погрузочно-разгрузочные операции (погрузка, выгрузка, перегрузка и т. д.);
- хранение грузов;
- подготовка транспортных средств к перевозке грузов;
- предоставление перевозочных средств на условиях аренды, проката;
- транспортно-экспедиционные и дополнительные операции, выполняемые при перевозке грузов, багажа и др., по обслуживанию предприятий, организаций, населения;
- перегон новых и отремонтированных перевозочных средств.

Понятие услуги транспортного предприятия включает в себя такие уровни [8, с. 177]:

1. Основная услуга: перемещение грузов и пассажиров.

2. Реальная услуга: качество обслуживание, скорость доставки, сохранность груза, комфорт пассажира, техническое состояние транспортного средства.

3. Расширенная услуга: погрузочно-разгрузочные работы, транспортно-экспедиторские услуги, консультации, услуги посредника.

4. Ожидаемая услуга: имидж, общественное признание преимущества над конкурентами.

5. Перспективная услуга: потенциальная транспортная услуга, возможное ее улучшение в будущем, перспективы ее дальнейшего развития.

В силу того, что транспорт, являясь сферой материального производства, не производит вещественной продукции как таковой, транспортная услуга имеет ряд специфических особенностей [7]:

- транспортная услуга является продолжением процесса производства в сфере обращения; процесс производства заканчивается в момент передачи продукции ее потребителю. Сама по себе транспортная услуга существовать не может, она обязательно обеспечивает коммерческую деятельность нетранспортных предприятий;
- услуга не может существовать вне процесса ее производства, а значит нельзя сформировать запасы услуги;
- предоставление услуги – это продажа процесса труда, а значит качество услуги – это качество ее выполнения, т. е. качество труда;
- потребительная стоимость услуги возникает при строгом соблюдении временных ограничений, направления движения товара и других условий, что сужает возможность ее конкурентной замены;
- спрос на услуги подвержен резким колебаниям в зависимости от временных и пространственных параметров, транспорт не имеет ресурсов, позволяющих сглаживать неравномерности спроса.

Общие принципы и функции маркетинга могут быть использованы на транспорте, с учетом специфики каждого вида транспорта и особенностей реализации основной продукции – транспортных услуг.

Основные функциональные направления транспортного маркетинга можно сформулировать следующим образом [2, с. 29]:

- маркетинговое исследование экономики районов тяготения транспортных предприятий и определение потребительского спроса на транспортные услуги по объему, направлениям, сегментам рынка и качеству транспортного обслуживания;
- комплексное изучение и анализ транспортного рынка, конкурентов, размещения производительных сил и анализ транспортной обеспеченности регионов, предприятий и населения;
- анализ собственных ресурсов и издержек, разработка и внедрение новых видов услуг, техники и технологий, определение потребных инвестиций;

• разработка гибкой тарифной политики на основе анализа спроса и предложений, тарифов конкурентов и собственных издержек в целях обеспечения определенного уровня доходов и прибыли транспортных предприятий;

• активное воздействие на транспортный рынок, организация рекламы и стимулирования потребительских предпочтений;

• планирование и прогнозирование перевозок грузов, пассажиров и других видов транспортных услуг, оптимизация товародвижения;

• разработка мероприятий по расширению транспортного рынка, его диверсификации, повышению качества перевозок и эффективности транспортного производства, совершенствованию системы управления производством, взаимодействию со смежниками и клиентурой;

• формирование заказов, оформление перевозочных документов и расчетов по перевозкам и услугам;

• управление маркетингом, контроль за выполнением планов перевозок и своевременное реагирование на динамику транспортного рынка.

Одной из главных функций маркетинга являются маркетинговые исследования, под которыми подразумеваются поиск, сбор, анализ, оценка и отображение информации с разных аспектов внешней и внутренней среды железнодорожного транспорта. Главными целями маркетинговых исследований можно назвать:

• обоснование необходимости и возможности адаптации производства;

• усовершенствование технологии и структуры управления отраслью;

• расширение и выведение на рынок транспортных услуг [12, с. 51].

Маркетинговые исследования рынка, анализ тенденций и перспектив его изменения должно проводить каждое транспортное предприятие независимо от его размера. Результаты исследования рынка непосредственно влияют на долгосрочную стратегию предприятия, его текущую политику и являются базой для разработки плана маркетинга, определения потребности в финансовых, трудовых и материально-технических ресурсах [12, с. 52].

Комплексный анализ транспортного рынка и изучение спроса потребителей транспортных услуг являются одной из самых важных составляющих системы транспортного маркетинга и отправной точкой маркетинговой деятельности транспортных предприятий [12, с. 52].

Основными принципами маркетинга по формированию спроса на грузовые перевозки являются [4; 5]:

• тщательное изучение транспортного и товарного рынков и требований (запросов) клиентуры по объему перевозок, безопасности и качеству транспортного обслуживания;

• ориентация транспортного производства на максимальное удовлетворение интересов клиентуры и эффективное использование подвижного состава;

• использование методов транспортной логистики для обеспечения оптимальности сферы материального обращения;

• обеспечение инновационности транспортного производства на основе достижений НТП, создание условий для максимального приспособления производства к требованиям рынка, к структуре спроса на перевозки, исходя не из сиюминутной выгоды, а из долгосрочной перспективы;

• научно обоснованное планирование и прогнозирование деятельности транспортного предприятия с ориентацией на положительный конечный результат, в том числе на повышение его конкурентоспособности;

• объективное и своевременное информирование потенциальных пользователей о транспортных возможностях и воздействие на них с помощью гибкой тарифной политики, референций, рекламы и других средств стимулирования спроса на перевозки с целью привлечения их к услугам конкретного транспортного предприятия.

Использование маркетинговых принципов формирования спроса позволяет повысить конкурентоспособность железных дорог за счет более тщательного учета требований пользователей к качеству обслуживания, применения взаимовыгодных скидок к тарифам, предоставления определенных льгот клиентуре и т.п. [4].

При выборе способа управления предприятием необходимо учитывать ряд факторов, такие как специфика оказываемых услуг, интересы потребителей, охват территории и другие. Например, железнодорожные пассажирские перевозки отличаются от других услуг тем, что обслуживают большое количество пассажиров с высокой степенью их вовлеченности в сервисный процесс. Поскольку поездки железнодорожным транспортом осуществляются пассажирами с определенной периодичностью, то опыт предыдущей поездки может быть перенесен на следующую. Поэтому железным дорогам необходимо позаботиться о формировании положительного опыта у пассажиров [9].

Среди главных направлений дальнейшего развития маркетинга на железнодорожном транспорте Украины можно назвать следующие [11, с. 156]:

• усовершенствование организационной структуры Укрзализныци путем создания системы интегрированного маркетинга;

• обеспечение необходимых условий функционирования маркетинговых структур на всех железных дорогах Украины в соответствии с возложенными на них профильными задачами и координации их деятельности на уровне отдела маркетинга Главного пассажирского управления Укрзализныци;

• разработка маркетинговой стратегии Укрзализныци и маркетинговых планов;

• разработка методического обеспечения по технологии проведения маркетинговых исследований;

• применение методов прогнозирования экономической конъюнктуры;

• совершенствование тарифной и коммуникационной политик;

• применение маркетингово-логистического подхода к организации перевозок.

Выводы. Процесс управления маркетингом на транспорте предполагает работу по организации производственно-сбытовой деятельностьи транспортных предприятий, проведению маркетинговых исследований транспортного рынка, выявлению существующего и потенциального спроса на транспортные услуги, созданию благоприятных экономических и технических условий их реализации и обеспечению эффективной работы транспортных предприятий.

Основными принципами транспортного маркетинга являются: ориентация на интересы потребителей; обеспечение финансово-экономической стабильности железных дорог; постоянное обновление технических средств; повышение качества транспортной услуги; анализ, учет и прогнозирование тенденций развития конъюнктуры рынка.

Особенности транспортных услуг в определенной мере ограничивают возможности конкуренции меж-

ду транспортными предприятиями, однако это не означает, что услуги станут однотипными. Каждый участник транспортного рынка может предложить дополнительные (не основные) услуги, тем самым улучшив свой сервис для клиентов.

На данном этапе развития украинской экономики существует проблемы в управлении маркетингом на предприятиях транспорта. На практике не существует единого понимания того, чем должен заниматься маркетолог транспортного предприятия, особенно это касается железных дорог. В настоящее время на железнодорожном транспорте внимание уделяется в основном пассажирским перевозкам, а грузовые перевозки остаются в стороне.

Поэтому применение принципов и элементов маркетинга является крайне важным для предприятий транспорта Украины. Это позволит предприятиям выстоять в условиях экономического кризиса и занять устойчивую позицию среди конкурентов.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК:

1. Котлер Ф. Основы маркетинга [Текст] : пер. с англ. – М. : «Ростинтэр», 1996. – 706 с.
2. Маркетинг на транспорте : учебное пособие для студентов транспортных специальностей вузов / Шкурин М.И. – Гомель : БелГУТ, 2003. – 223 с.
3. Гаркавенко С.С. Маркетинг [Текст] : підручник. – Київ : Лібра, 2002. – 705 с.
4. Терёшина Н.П., Галабурда В.Г., Трихунков М.Ф. и др. Экономика железнодорожного транспорта : учеб. для вузов ж.-д. транспорта // Под ред. Терёшиной Н.П., Лапидуса Б.М., Трихункова М.Ф. – М. : УМЦ ЖДТ, 2006. – 996 с.
5. Транспортный маркетинг : учебник / В.Г. Галабурда, Г.В. Бубнова, Е.А. Иванова и др. ; под ред. В.Г. Галабурды. – Изд. перераб. и доп. – М. : ФГОУ «Учебно-методический центр по образованию на железнодорожном транспорте», 2011. – 452 с.
6. Аксенов И.М. Маркетинг на объектах транспорта : монография / И.М. Аксенов. – Нежин : ООО Вид-во «Аспект-Поліграф», 2006. – 336 с.
7. Правдина Н.В. Транспортное обеспечение коммерческой деятельности : учеб. пособие. – Ульяновск : УлГТУ, 2007. – 95 с.
8. Горєлов Д.О., Лаврова Ю.В. Формування циклу бізнес-процесів управління маркетинговою діяльністю транспортного підприємства // Бізнес Інформ. – № 2, 2014. – С. 176-181.
9. Бакалінський О.О., Макаренко М.В. Маркетинг пасажирських перевезень залізничним транспортом як складова концепції інтегрованого менеджменту послуг // Економіст. – № 1, 2012. – С. 55-58.
10. Верлока В.С. Маркетинг на залізничному транспорті: шляхи розвитку та проблеми / В.С. Верлока // Вагонный парк. – 2009. – № 2-3. – С. 40-41.
11. Зоріна О.І. Основні напрями розвитку маркетингу підприємств залізничного транспорту в сфері пасажирських перевезень / О.І. Зоріна, О.Е. Наумова // Маркетинг та логістика в системі менеджменту : тези доповідей IX Міжнародної науково-практичної конференції (Львів, 8-10 листопада 2012 р.). – Львів : Видавництво Львівської політехніки, 2012. – С. 155-156.
12. Зоріна О.І., Боровська О.Г., Сиволовська О.В. Управління якістю транспортних послуг : навч. посібник. – Харків : УкрДАЗТ, 2012. – 166 с.

УДК 654.02;338.242

Захарченко Л.А.
профессор, кандидат экономических наук,
профессор кафедры экономики предприятия
и корпоративного управления
Одесской национальной академии связи имени А.С. Попова

МОДЕЛЬ ПРОЦЕССА ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СОВРЕМЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Статья посвящена моделированию процесса экономической деятельности предприятия, которая ориентирована на рынок, на целевого потребителя. Уточнено понятие «экономическая деятельность», выявлены основные положения современного маркетингового менеджмента, относящиеся к экономической деятельности. Сформулированы принципы построения и функционирования модели процесса экономической деятельности современного предприятия. Построена и обоснована модель процесса экономической деятельности.

Ключевые слова: маркетинговые исследования, модель, ориентация на рынок, предприятие, рыночная деятельность, товар, услуга, целевой компонент, целевой потребитель, экономическая деятельность.

Захарченко Л.А. МОДЕЛЬ ПРОЦЕСУ ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ СУЧАСНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Стаття присвячена моделюванню процесу економічної діяльності підприємства, яка орієнтована на ринок, на цільового споживача. Уточнено поняття «економічна діяльність», виявлено основні положення сучасного маркетингового менеджменту, що належать до економічної діяльності. Сформульовано принципи побудови і функціонування моделі процесу економічної діяльності сучасного підприємства. Побудовано і обґрунтовано модель процесу економічної діяльності.

Ключові слова: економічна діяльність, маркетингові дослідження, модель, орієнтація на ринок, підприємство, ринкова діяльність, товар, послуга, цільовий компонент, цільовий споживач.

Zaharchenko L.A. MODEL OF PROCESS OF ECONOMIC ACTIVITY OF MODERN ENTERPRISE

The article is sanctified to the design of process of economic activity of enterprise, that is oriented to the market, on a having a special purpose consumer. A concept economic activity is specified, the substantive provisions of modern marketing management, related to economic activity, are educed. Principles of construction and functioning of model of process of economic activity of modern enterprise are set forth. The model of process of economic activity is built and reasonable.

Keywords: commodity, economic activity, enterprise, having a special purpose component, having a special purpose consumer, market activity, marketing researches, model, orientation to the market, service.

Постановка проблемы. Характерной особенностью современной экономики, современных рынков являются быстрые изменения рыночной конъюнктуры. Усиливается конкуренция, увеличивается эластичность спроса, меняются традиционные формы экономической деятельности. В этих условиях предприятие может достичь поставленных целей только при условии, если его экономическая деятельность будет более эффективно ориентирована на рынок, на целевого потребителя. Становится актуальной проблема исследования процесса экономической деятельности современного предприятия, ориентированного на рынок, в частности путем разработки модели данного процесса, учитывающей ориентацию на потребителя.

Анализ последних исследований и публикаций. Исследованию экономической деятельности предприятий посвящены работы многих ученых, как специалистов экономической теории, так и экономистов специальности «Экономика предприятия». Родоначальник классической политической экономии Адам Смит в своем известном труде «Богатство народов» ввел понятие «экономический человек» [1]. Сущность и результаты экономической деятельности анализируются в учебниках и учебных пособиях по экономике предприятия, например [2-4], по экономической теории [5-7]. В последних работах известного маркетолога Ф. Котлера исследуются новые условия экономической деятельности предприятий на современных рынках [8-9].

Постановка задачи. Однако некоторые аспекты экономической деятельности современного предприятия в условиях ориентации на рынок, на потребителя требуют дальнейшего изучения. Задачей статьи является разработка модели процесса экономической деятельности современного предприятия, ориентированной на потребителя.

Формулирование целей статьи. В рамках решения выбранной задачи целями статьи являются:

- уточнение понятия экономическая деятельность;
- формулирование принципов построения и функционирования модели процесса экономической деятельности современного предприятия;
- построение и анализ модели процесса экономической деятельности современного предприятия.

Изложение основного материала исследования. Уточнение понятия «экономическая деятельность». А. Смит в своей работе «Исследование о природе и причинах богатства народов» ввел понятие «экономический человек», которое описывает деятельность основных субъектов рынка – как предпринимателей, так и потребителей [1]. По мнению современных экономистов, понятие экономический человек – это образное выражение, обозначающее модель или концепцию человека применительно к индустриально-рыночной экономике [5, с. 16]. Деятельность экономического человека, которая связана с рынком, и является экономической деятельностью.

Для уяснения и исследования сущности экономической деятельности важной также является концепция А. Смита о невидимой руке рынка, в соответствии с которой предприниматели, преследуя свои интересы, непреднамеренно увеличивают богатство государства. По мнению А. Смита, экономический человек действует на рынке эгоистично и рационально, он стремится к максимизации прибыли как предприниматель и к максимизации полезности как потребитель. А. Смит пропагандировал полную свободу предпринимательства, при которой каждый производитель действует эгоистично, преследуя свои интересы. Но законы рынка заставляют предпринимателя быть рациональным и производить не любые продукты, а только те, которые нужны покупателям и на которые есть спрос, и продавать их по возможно более низкой цене, так как только в этом случае он сможет превзойти конкурентов и получить большую прибыль. Таким образом, хотя предприниматель может и не думать о благополучии общества, тем не менее рынок вынуждает его действовать рационально, в результате его эгоизм приносит пользу обществу, на рынке обеспечивается изобилие товаров и услуг лучшего качества и по более низким ценам. Вот почему А. Смит рекомендует предоставить человеку возможность свободно стремиться в экономической деятельности к личной выгоде, так как это будет наилучшим образом способствовать общественному благу посредством роста богатства каждого [2, с. 33-34; 5, с. 85-86].

В Украине термин «экономическая деятельность» (вместо прежнего термина «хозяйственная деятельность») установлен Государственным стандартом Украины КВЭД ДК 009-96 «Классификатор видов экономической деятельности», утвержденным и введенным в действие приказом Госстандарта Украины от 22 октября 1996 г. № 441. КВЭД ДК 009-96 гармонизирован с Классификацией видов экономической деятельности Статистической комиссии Европейского Союза (NACE). Данный стандарт определяет экономическую деятельность как процесс соединения действий, которые приводят к получению соответствующего набора продукции или услуг. Экономическая деятельность разделяется на виды экономической деятельности. Вид деятельности имеет место тогда, когда объединяются ресурсы (оборудование, рабочая сила, технологические средства, сырье и материалы) для создания производства отдельной продукции и предоставления услуг [10, с. 1-2].

Термин «экономическая деятельность» является рыночным термином. Поэтому можно предложить следующее определение данного понятия.

Экономическая деятельность предприятия включает в себя все виды процессов и работ, имеющие целью производство и предложение рынку товаров и услуг, которые признаются потребителями полезными и на которые есть спрос.

Принципы построения и функционирования модели процесса экономической деятельности современного предприятия. Для формулирования данных принципов автором обобщены основные положения современного маркетингового менеджмента, изложенные, в частности, в [8-9]. Изучение данных работ (а также некоторых других книг как Ф. Котлера, так и других исследователей) позволило автору выявить следующие пять основных положений маркетингового менеджмента, которые могут быть использованы в данном случае:

1. Нацеленность управления экономической деятельностью предприятия на достижение конкретного конечного результата (эффективная реализации товара на выбранном рынке в планируемом объеме; закрепление на рынке и овладение его определенной долей и др.) в соответствии с глобальной целью целевого компонента предприятия.

2. Концентрация исследовательских, производственных и рыночных усилий предприятия (всех процессов создания, производства и сбыта товаров) на решающих направлениях, реализация которых может увеличить прибыль.

3. Комплексный подход к производству продукции, основанный на точном знании рыночной ситуации, потребностей покупателей и реальных воз-

можностей (материальных, интеллектуальных, финансовых) предприятия.

4. Направленность предприятия на достижение не сиюминутного, а долговременного результата, что требует особого внимания к прогнозным исследованиям, производства, на основе их результатов, товаров (услуг) рыночной новизны, реализация которых может обеспечить высокоприбыльную экономическую деятельность.

5. Единство стратегии и тактики, активность, наступательность, предприимчивость для обеспечения быстрой и эффективной адаптации к изменениям условий экономической деятельности, требований рынка при одновременном воздействии на формирование и стимулирование потребностей целевых потребителей.

Анализ данных положений с позиций обеспечения эффективности экономической деятельностью позволяет сформулировать следующие принципы, которые могут быть использованы при построении модели процесса экономической деятельности предприятия:

1. Основой управления и реализации экономической деятельности должна быть ориентация на потребителя (его потребности или интересы), который должен быть включен в процесс экономической деятельности на всех этапах процесса.

2. Управление и реализация экономической деятельностью предприятия должно иметь целью более эффективное, чем у конкурентов, удовлетворение требований (желаний) потребителей и на этой основе обеспечение получения стабильной прибыли.

3. Процесс управления и реализации экономической деятельности должен быть гибким и адаптивным, для обеспечения этого в модели должны использоваться обратные связи.

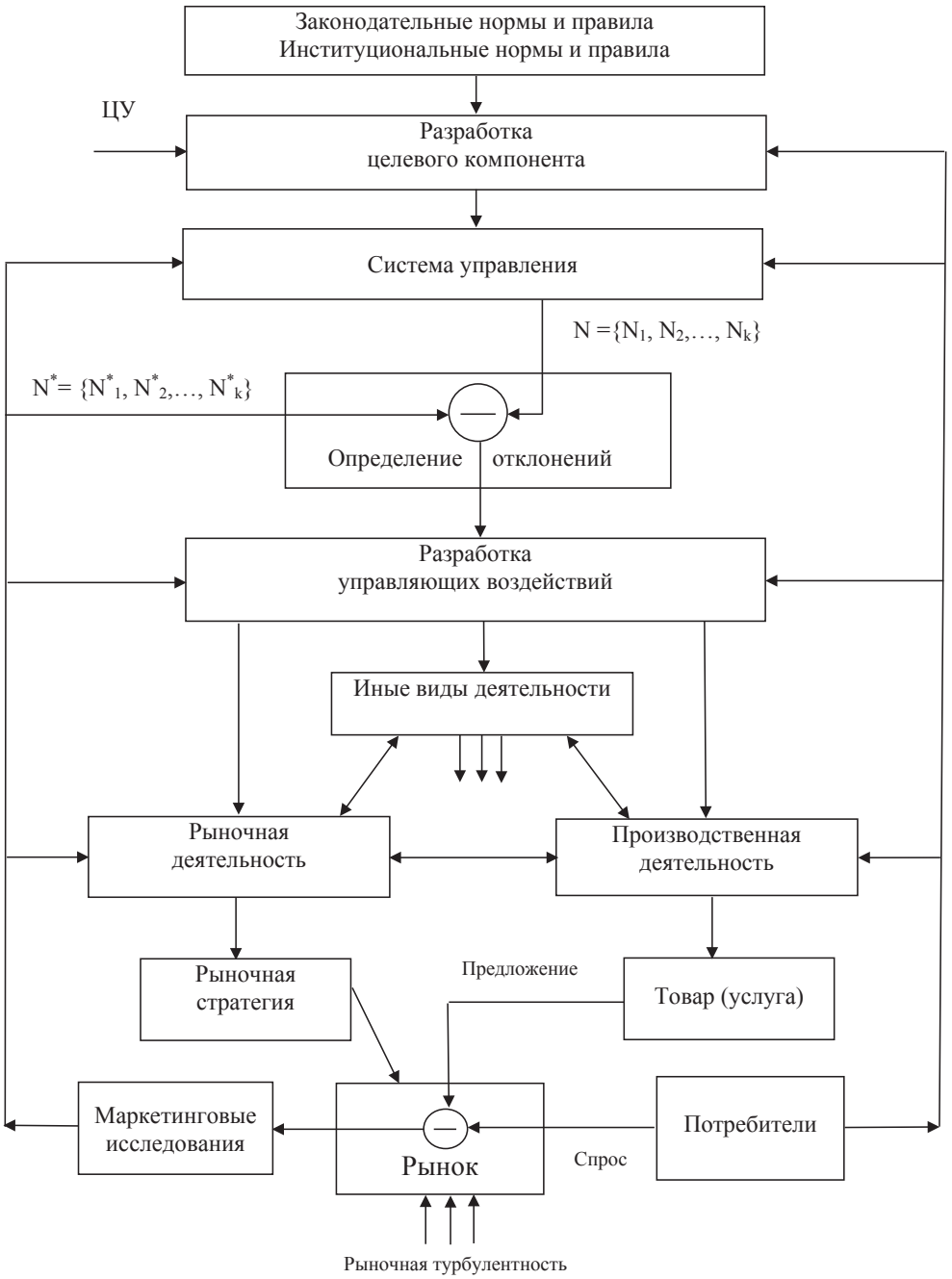


Рис. 1. Модель процесса экономической деятельности современного предприятия

4. Важной задачей управления экономической деятельностью является нацеленность на инновации, обеспечение непрерывного инновационного процесса и на этой основе предложение рынку инновационных и новых товаров и услуг.

Построение и анализ модели процесса экономической деятельности современного предприятия. Использование данных принципов позволило построить модель процесса экономической деятельности современного предприятия, которая представлена на рисунке 1. Под моделью процесса экономической деятельности в данном случае понимается упрощенное (в определенном смысле) отображение (имитация) реального процесса экономической деятельности в виде схемы.

Для построения модели был использован эвристический анаксиоматизационный метод, который позволяет в полной мере использовать творческие способности исследователя, глубокое понимание им сущности моделируемого процесса, в то же время он позволяет отбросить несущественное в целях сосредоточения на главном, что повышает эффективность и сокращает время построения за счет отказа от формального описания несущественных деталей, элементов и т.п. [11, с. 553].

Управление процессом экономической деятельности предприятия базируется на совокупности целей, решаемых предприятием в данный период времени, которую принято называть целевым компонентом. Целевой компонент включает глобальную цель (большинство предприятий, уже работающих на рынке, выбирают в качестве глобальной цели: достижение и удержание конкурентного преимущества на целевом рынке), несколько главных целей (современное предприятие должно обеспечить согласование и решение трех основных групп интересов: интересов целевых потребителей, интересов общества и интересов предприятия, поэтому главные цели должны обеспечить эффективное согласование и реализацию этих групп интересов), локальные цели различных уровней, которые детализируют пути достижения главных целей [12, с. 113-119].

Разработка целевого компонента должна также базироваться (соответствовать) на требованиях законодательных норм и правил (законы, постановления, стандарты, инструкции и т.п.), институциональных норм и правил (совокупность социально-экономических, моральных, этических норм и правил, действующая в конкретных исторических условиях, которым субъекты рынка вынуждены следовать [2, с. 43-45; 5, с. 98-100], а также целеуказаниям (ЦУ) вышестоящего органа, которому предприятие может быть подчинено или от которого оно может быть в той или иной степени зависимым.

Руководствуясь целями предприятия, определяемыми целевым компонентом, система управления вырабатывает управляющие воздействия. На схеме рисунка 1 в качестве управляющих воздействий указаны параметры производимого продукта, характеризуемые множеством $N = \{N_1, N_2, ..., N_k\}$, которым должен соответствовать товар (услуга), предлагаемый рынку. Естественно, что реальные параметры товара (услуги) будут, по многим причинам, отличными от требуемых. Реальные параметры товара (услуги), характеризуемые множеством $N^* = \{N^*_1, N^*_2, ..., N^*_k\}$, поступают по обратной связи и сравниваются с заданными. Управляющие воздействия корректируются в зависимости от величины отклонений с целью снижения их до минимальных значений.

Это означает, что в данной модели процесса экономической деятельности реализуется наиболее эффективный вид управления – управление по результатам.

Управляющие воздействия направляются на все виды деятельности, которые в данном случае принимают участие в производстве продукта: на производственную деятельность, на рыночную деятельность, на иные виды деятельности (финансовая, инновационная, инвестиционная и другие).

Продуктом производственной деятельности является товар или услуга, которые поступают в качестве предложения на рынок.

Продуктом рыночной (маркетинговой) деятельности является рыночная стратегия стимулирования спроса, которая воздействует на рынок.

Потребители предъявляют рынку спрос.

Рыночный механизм спроса и предложения согласует параметры предложения и параметры спроса и обеспечивает достижение равновесного состояния, в котором производитель продает ровно столько, сколько он предлагает. Потребитель покупает ровно столько, сколько он спрашивает. Устанавливается баланс интересов.

На рынок воздействует рыночная турбулентность, которая изменяет условия рыночной деятельности.

Маркетинговые исследования, которые непрерывно проводятся предприятием (или специальными маркетинговыми агентствами), измеряют отклонения предложения от спроса, выявляют турбулентные факторы, прогнозируют изменения потребительского спроса и формируют корректирующие предложения, которые поступают по цепи обратной связи на систему управления и другие органы предприятия (как показано на рис. 1).

Модель, представленная на рисунке 1, характеризует экономическую деятельность предприятия, ориентированную на рынок (на потребителя), поэтому предполагает участие потребителя на всех этапах процесса созидания ценности: при разработке целевого компонента, управляющих воздействий, при производстве продукции. Это обеспечивает создание на предприятии такой ценности товара (услуги), которая полностью отвечает требованиям (и желаниям) потребителя. Это может не только стимулировать спрос, но и обеспечить высокую мотивацию взаимовыгодного сотрудничества предприятия и потребителя.

Выводы по результатам исследования:

1. В статье сформулированы принципы построения и функционирования модели процесса экономической деятельности современного предприятия, ориентированного на рынок, построен вариант модели процесса, отвечающий требованиям современного рынка.

2. Достоинством предложенной модели процесса экономической деятельности современного предприятия, предложенной в статье, является взаимовыгодное участие потребителя на всех этапах экономической деятельности, что может обеспечить предприятию создание ценности, полностью отвечающей требованиям и желаниям потребителя, и на этой основе увеличение прибыли.

Основными направлениями дальнейших исследований данной проблемы могут быть: детализация модели для всех этапов экономической деятельности и организация взаимодействия предприятия и потребителя.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК:

1. Смит А. Исследование о природе и причинах богатства народов / А. Смит. – М. : Эксмо, 2007. – 960 с.

2. Голубев А.К. Экономика и управление предприятиями связи. Основные тенденции и проблемы развития : учебное пособие для аспирантов / Альберт Константинович Голубев ; под ред. проф. Орлова В.Н. – Одесса : ОНАС, 2012. –320 с.
3. Скляренко В.К. Экономика предприятия : учебник / В.К.Скляренко, В.М. Прудников. – М. : ИНФРА-М, 2008. – 528 с.
4. Экономика предприятия : учебник / В.Я. Горфинкель, Е.М. Купряков, В.П. Прасолова и др. – М. : Банки и биржи; ЮНИТИ, 2002. – 520 с.
5. Гукасьян Г.М. Экономическая теория: проблемы новой экономики / Г.М. Гукасьян. – СПб. : Питер, 2003. – 192 с.
6. Экономическая теория : учебник / Под ред. А.И. Добрынина, Л.С. Тарасевича. – СПб. : Питер Паблишинг, 1997. – 480 с.
7. Ховард К. Экономическая теория : учебник / К. Ховард, Г. Журавлева, Н. Эриашвили. – М. : Банки и биржи, ЮНИТИ, 1997. – 278 с.
8. Котлер Ф. Маркетинг XXI века / Ф. Котлер. – СПб. : Издательский Дом Нева, 2005. – 432 с.
9. Маркетинговий менеджмент : підручник / Ф. Котлер, К.Л. Келлер, А.Ф. Павленко та ін. – К. : Видавництво Хімджест, 2008. – 720 с.
10. Государственный классификатор Украины ДК 009-96: классификатор видов экономической деятельности. – К. : Госстандарт Украины, 1996. – 260 с.
11. Философский словарь / Под ред. И.Т. Фролова. – 5-е издание. – М. : Политиздат,1987. – 590 с.
12. Стрий Л.А. Маркетинговое управление на рубеже XXI столетия : монография / Л.А. Стрий. – Одесса : Астропринт, 2000. – 304 с.

УДК 658:005.5

Зибарева О.В.
доктор економічних наук,
доцент кафедри економіки підприємства
Буковинського державного фінансово-економічного університету

Раца О.Б.
асистент кафедри економічної теорії та туризму
Буковинського державного фінансово-економічного університету

ДОСЛІДЖЕННЯ ТЕОРЕТИЧНИХ ПІДХОДІВ ДО ВИЗНАЧЕННЯ ПОВЕДІНКИ ПІДПРИЄМСТВА

У статті розглянуто еволюційний розвиток різних теорій та концепції поведінки підприємства. Здійснено аналіз сучасного трактування вітчизняними науковцями поняття поведінка підприємства. Обґрунтовано необхідність уточнення сутності споживчої поведінки підприємства з урахуванням діяльності в умовах невизначеності ринку.

Ключові слова: поведінка підприємства, споживач, динамізм, невизначеність ринку, споживча поведінка підприємства.

Зибарева О.В., Раца О.Б. ИССЛЕДОВАНИЕ ТЕОРЕТИЧЕСКИХ ПОДХОДОВ К ОПРЕДЕЛЕНИЮ ПОВЕДЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ

В статье рассмотрено эволюционное развитие разных теорий и концепции поведения предприятия. Осуществлен анализ современной трактовки отечественными учеными понятия поведение предприятия. Обоснована необходимость уточнения сущности потребительского поведения предприятия с учетом деятельности в условиях неопределенности рынка.

Ключевые слова: поведение предприятия, потребитель, динамизм, неопределенность рынка, потребительское поведение предприятия.

Zybareva O.V., Ratsa O.B. RESEARCH THEORETICAL APPROACHES TO DETERMINATION BEHAVIOR OF ENTERPRISES

The article considers the evolutionary development of different theories and concepts of enterprise behaviour. It analyzes the modern interpretation of the notion of domestic scientists' behaviour of enterprise there. There is substantiates the necessity clarifying the essence of the consumer behaviour the enterprise considering the activities in conditions of uncertainty market.

Keywords: behaviour of the enterprise, consumer, dynamism, uncertainty market, consumer behaviour the enterprise.

Постановка проблеми. У сучасних умовах розвитку України підприємства повинні працювати в умовах нестабільності та невизначеності ринку, що зумовлює актуальність дослідження управління бізнес-процесами, що є ускладненими. Одними з характерних проблем підприємств сьогодні є: повільна реакція на зміни навколишнього середовища, неможливість прогнозування цих змін, низька адаптація до нових умов діяльності та неготовність до оперативного та якісного корегування економічної поведінки тощо.

Економічна поведінка є першочерговим поняттям для розуміння функціонування підприємства в умовах невизначеності ринку. Саме тому, з розвитком економіки як науки було сформульовано різні тлумачення економічної поведінки та сформовано різні підходи щодо її розуміння.

Адаптація економічної теорії та практики до сучасних вимог ринку є одним з головних питань, тому стає актуальним вивчення еволюції наукових поглядів на поняття поведінка підприємства та визначення її особливостей під час впливу невизначеності ринку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідження проблеми визначення сутності поведінки підприємства, факторів, які зумовлюють її формування, займались багато вчених. Так, Н.В. Шибаєва [12], В.В. Войтко [13], В.В. Зянько [16] та Н.П. Карачина [17] сформували різні тлумачення щодо визначення поняття економічної поведінки підприємств.

Г.В. Капленко [14] та Т.А. Рябова [15] запропонували методичні підходи щодо формування поведінки підприємств, зокрема на різних типах ринків. М.О. Бокулєва [21] досліджує чинники формування поведінки підприємства. О.М. Гребешкова [22-23] акцентує увагу на взаємовідносини підприємства із різними суб'єктами середовища господарювання та інші.

Водночас, не зважаючи на кількість наукових досліджень даного питання, поняття поведінка підпри-

ємств потребує науково-теоретичного редагування з урахуванням динамізму та невизначеності ринкового середовища. Так, у цілій низці сучасних наукових робіт акцентовано увагу на необхідності системних досліджень сутності економічної поведінки підприємств.

Постановка завдання. Метою статті є аналіз еволюції наукових поглядів, теорій та концепцій щодо поняття «поведінка підприємства», обґрунтування особливостей теоретичних підходів до поведінки підприємства у сучасних умовах.

Виклад основного матеріалу. Термін «економічна поведінка» розглядається в економічному словнику як «...образ, спосіб, характер економічних дій громадян, робітників, керівників, виробничих колективів у тих чи інших умовах економічної діяльності, життя» [1, с. 638]. В економічній енциклопедії за ред. С.В. Мочерного дається наступне визначення: «економічна поведінка індивідів, соціальних груп та інститутів – обумовлена об'єктивними процесами, економічними інтересами та економічним мисленням, цілеспрямована діяльність щодо задоволення матеріальних потреб» [2, с. 434].

Більшість науковців вважають, що вперше науково підійшли до розгляду питання про модель поведінки економічного суб'єкту в умовах ринкової економіки представники класичної політичної економіки. Класичним варіантом зазначеного, слід розглядати точку зору А. Сміта про головну роль економічної людини в капіталістичному суспільстві, поведінка якої описується мотивами егоїзму [3, с. 372]. Керуючись цією тезою, можна спроектувати відповідну модель поведінки окремої людини на поведінку колективів, фірм, підприємств.

На етапі розвитку та еволюції класичної політичної економії концепція «людини економічної» поширювалась і на поведінку підприємця. Так, зокрема Ж.-Б. Сей визначав поведінку підприємця, як творчий, експериментальний процес, пов'язаний із ризиком. Й. Шумпетером було виділено як основний мотив задоволення потреб на основі раціональної поведінки (максимізації корисності або вигоди). Водночас, розглядаючи динамічну модель, Й. Шумпетер вважав, що мотиви підприємницької діяльності ірраціональні, адже головними мотивами є саморозвиток особистості, успіх та радість творчості [4, с. 361].

А. Маршалл визначив детермінантність раціонального економічного егоїзму з точки зору теорії граничної корисності. Він не погоджується з визначенням «економічна людина». [5, с. 521]. На думку А. Маршала, людина в господарському житті керується не лише власними егоїстичними мотивами, а й мотивами інших людей.

На противагу класикам, К. Маркс вважав, що в межах капіталістичного способу виробництва роль людини зводиться до основного засобу нагромадження капіталу через створення абсолютної та додаткової вартості [6, с. 54]. Тобто в основі визначення економічної поведінки марксистською економічною теорією не лежить мотив егоїзму.

Аналогічної думки були прихильники історичної школи, які вважали, що індивід прагне справедливості і орієнтується на загальноприйняті звичаї, норми, оскільки будь-які економічні процеси базуються та регулюються суспільними нормами й національним правом.

Дж.М. Кейнс визначав модель поведінки суб'єкта господарювання через призму психологічних факторів та психологічного індивідуалізму («схильність до заощаджень», «перевага ліквідності»). Так, згідно із «психологічним законом» люди схильні збільшувати споживання із зростанням доходів, але в менших пропорціях, аніж зростання доходу [7, с. 327].

Представники інституціональних економічних теорій модель поведінки доповнили іншими характеристиками інституціонального змісту. При цьому визначальна роль у поведінці індивідів належить суспільним і колективним інтересам. Т. Веблен вважав за доцільне вивчати не поведінку окремих економічних суб'єктів, а колективні дії певних їх асоціацій, наприклад, профспілок, об'єднань підприємців, політичних партій і т. д [8, с. 9].

Новим етапом пояснення моделі економічної поведінки на рівні фірми стали дослідження Р. Коуза. Згідно з основними положеннями його досліджень, виробництво всередині фірми координується як у централізованому порядку, так і децентралізовано орієнтованими ринковими силами [9, с. 59]. Співвідношення цих систем координації і визначає поведінку та ефективність фірми.

Отже, проблема визначення сутності «економічної поведінки» досліджувалася науковцями з початку формування ринку та збагатила економічну науку концепцією «економічної людини», поведінковими аспектами підприємця, колективної економічної поведінки. Але питанню економічної поведінки підприємств було приділено недостатньо уваги.

Окремим питанням є висвітлення основних положень теорії економічної поведінки в інтерпретації вітчизняних дослідників. Оскільки в сучасних умовах недостатньо тільки визначити засоби досягнення цілей, але й необхідно знати стан та тенденції ринкових умов в якому перебуває підприємство.

Невизначеність, була запроваджена у фізиці елементарних часток У. Гейзером у 1927 р., як досить широке поняття, яке відображає об'єктивну неможливість отримання абсолютного знання про внутрішні та зовнішні умови функціонування соціально-економічних систем, неоднозначність їх параметрів [10, с. 214].

Економіст Ф. Найт стверджує, що ризик – це лише така невизначеність, яку можна технічно оцінити й виміряти, тобто визначити ймовірність. Залежно від точності та способу розрахунку, він виділив три типи ймовірності: математичну, статистичну та ймовірність експертної оцінки [11].

Таким чином, невизначеність, як неповноцінність чи неточність інформації при прийнятті та реалізації рішень, має прямий вплив на пов'язані з ними витрати і результати. Саме тому, трактувати поведінку підприємства слід, виходячи із особливостей господарювання підприємства в сучасних умовах, якими є невизначеність ринку.

Так, за Н. Шибаєвою економічна поведінка визначається як впорядкована сукупність дій суб'єктів господарювання, спрямована на досягнення економічних цілей в умовах специфічних господарських систем з урахуванням ціннісних установок [12 , с. 3].

В. Войтко визначає поведінку підприємства як характер дії людей та їх угрупувань, що здійснюються під впливом певних факторів у тих чи інших умовах діяльності [13, с. 6].

Під поняттям економічної поведінки Г. Капленко розуміє як стратегічно визначений напрям взаємопов'язаних, цілеспрямованих тактичних дій, методів, способів і реакцій на непередбачуваний розвиток подій і зростаючу конкуренцію з метою забезпечення реалізації конкретно визначених цілей і місії підприємства [14, с. 5].

Г. Капленко вважає, що економічна поведінка пов'язана з ситуацією і розрахунком варіанту вибору, що зумовлює деякі загальні риси в діях підприємств. З цим пов'язана можливість побудови ієрархії цілей і визначення ступеня їх важливості для забезпечення нормального функціонування економічної системи. Саме з точки зору економічної поведінки підприємства останнє можна розглядати, з одного боку як певну цілісність із властивими їй внутрішніми взаємозв'язками її елементів із єдиною орієнтацією на стратегічну діяльність, а з іншого, – як автономність, яка наділена властивостями розвиватись у певних межах і напрямах, навіть до ліквідації, незалежно від внутрішнього середовища [14, с. 6].

Т. Рябовою запропоновано авторський підхід до аналізу поведінки підприємств на промислових ринках, суть якого полягає у використанні єдиних методологічних підходів до структурування факторів впливу на поведінку усіх типів споживачів на основі теорії диспозицій, з використанням фінансових показників та індикаторів діяльності суб'єктів господарювання, їх цільових параметрів, характеристики ринкових ситуацій [15, с. 7].

Крім того, ключовими факторами впливу на споживчу поведінку підприємства, на думку Т. Рябової, виступають: цілі діяльності, реалізовані в стратегіях і короткотермінових планах; структурні характеристики організації; застосовані технології виробництва товарів; сформований кадровий потенціал; зовнішнє оточення організації та характер існуючих взаємозв'язків між ними; організаційна культура та стиль управління тощо [15, с. 8].

В. Зянько під поведінкою господарського суб'єкта розуміє процес розробки, прийняття та реалізації рішення про те, як йому діяти в ринковому середовищі [16, с. 15].

На думку Н. Карачини, «економічна поведінка підприємства» – це комбінація цілеспрямованих і спонтанних дій, яка відтворює сутність та характер економічної діяльності, що обумовлена впливом об'єктивних і суб'єктивних факторів, для реалізації пріоритетних цілей підприємства та груп економічних агентів в умовах вибору та адаптації до змін [17, с. 287].

Із точки зору Ю. Заікі, поведінка підприємства – це процес перетворення навколишнього середовища й суб'єктивна сторона діяльності, тобто сукупність вчинків і дій, що відображають внутрішнє ставлення до умов, змісту та результатів діяльності. Економічна поведінка підприємств залежить від умов господарювання, притаманних певній економічній системі, але, з іншого боку, поведінка може змінити умови господарювання, а отже – й тип економічної системи [18].

На думку А. Садєкова та Ю. Заікі, економічна поведінка підприємства – це стратегічно визначений напрям взаємопов'язаних, цілеспрямованих дій, методів і способів для реалізації пріоритетних цілей підприємства в умовах адаптації до змін, що пов'язані з вибором раціональних економічних альтернатив, в якому мінімізуються витрати і максимізується чистий дохід [19, с. 10].

Г.Н. Соколова під економічною поведінкою розуміє поведінку, пов'язану з обранням економічних альтернатив із метою раціонального вибору, в якому мінімізуються витрати й максимізується чистий дохід [20].

М. Бокулєва в моделі поведінки індустріальних корпоративних споживачів, пропонує враховувати чинники безпосереднього впливу на підприємство: маркетингова цінова політика; маркетингова товарна політика; маркетингова політика комунікацій; маркетингова політика розподілу;чинники зовнішнього середовища: економічні; культурні; соціальні; політичні; науково-технічні; природні та ін.; працівників підприємства, які беруть участь у прийнятті рішення стосовно купівлі (ініціатори, радники, особи, які фільтрують та приймають рішення тощо) [21, с. 9].

Відмінним є підхід О. Гребешкової, яка акцентує увагу на «реляційній поведінці» підприємства, під якою розуміються цілеспрямовані дії підприємства щодо формування, підтримання, припинення та уникнення взаємовідносин з іншими суб'єктами середовища господарювання на основі прийняття і реалізації різноманітних управлінських рішень задля набуття довгострокової відмітності та неповторності. У результаті успішної реляційної поведінки внаслідок колективної дії партнерів навколо підприємства утворюється своєрідна «зона безпеки» діяльності, що особливо важливо за умов високої непередбачуваності економічних та соціально-політичних процесів [22, с. 86].

У контексті сучасних теорії менеджменту О. Гребешкова припускає існування як мінімум чотирьох типів реляційної поведінки (планувально-позиційна; планувально-ресурсна; емерджентно-позиційна; емерджентно-ресурсна [23, с. 51]), що реалізуються в форматі трьох основних поведінкових моделей: моделі опору (основні поведінкові технології учасників реляцій – ліцензійні угоди та асиметричні стратегічні партнерства), моделі обміну ресурсами (основні поведінкові технології – створення різноманітних стратегічних партнерств) та моделі розмежування зон впливу (основні поведінкові технології – аутсорсинг) [22, с. 87].

Висновки з проведеного дослідження. Проблема визначення сутності «економічної поведінки» досліджувалася науковцями починаючи з часів зародження економічної думки й до нашого часу. Поняття «поведінка підприємства» у процесі еволюції трансформувалось і може розглядатися в розрізі окремого підприємства для пояснення та прогнозування причинно-наслідкового механізму реальних подій в економіці. Історія формування поглядів, теорій, концепцій поведінки підприємства представляє собою еволюцію в рамках становлення загальної економічної теорії.

Слід зазначити, що згадане поняття в працях науковців дуже рідко розглядається з позицій ринку, що відображає недоліки всієї методології аналізування ефективності поведінки окремого суб'єкта. На нашу думку, саме ринок, а точніше споживач, його уподобання, є індикатором необхідності зміни вектора поведінки підприємства. Уявлення споживача умовно можна вважати стійкими, оскільки вони перебувають у постійній динаміці внаслідок зміні смаків, моди, набору споживчих товарів і послуг.

Саме тому, поняття «економічна поведінка підприємства» доцільно трактувати з позицій «споживча поведінка підприємства», що відображатиме пріоритетність споживача при її формуванні, і дозволить швидко реагувати на зміни ринкових умов. Так, якщо дослідження особливостей споживчого попиту виконується професійно, то приносить реальну користь у вигляді прибутку.

Представляється актуальним у подальших дослідженнях сконцентрувати увагу на основних передумовах формування споживчої поведінки підприємств, її визначальних факторах та особливостях, детальному аналізуванні зазначеного на прикладі вітчизняних підприємств.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Большой энциклопедический словарь / Под ред. А.Н. Азрилияна. – [4-е изд. доп. и перераб.]. – М.: Институт новой экономики, 2000. – 1088 с.
2. Економічна енциклопедія / Відп. ред. С.В. Мочерний. – Т. 1. – К.: Академія, 2001. – 864 с.
3. Смит А. Исследование о природе и причинах богатства народов / А. Смит. – М.: Соцзкгиз, 1962. – 684 с.
4. Шумпетер Й. Теория экономического развития / Й. Шумпетер. – М.:Директмедиа Паблишинг, 2007. – 400 с.
5. Маршалл А. Принципы экономической науки / А. Маршалл. – В 3-х т. – М.: Прогресс-Универс,1993. – 1076 с.
6. Маркс К. Капитал. Критика политической экономии / К. Маркс. – Том 1. – Санкт-Петербург: Издание О.Н. Поповой, 1899. – 678 с.
7. Кейнс Дж. М. Избранные произведения / Дж. М. Кейнс. – М.: Экономика, 1993. – 543 с.
8. Веблен Т. Теория праздного класса / Т. Веблен. – М.: Прогресс, 1984. – 367 с.
9. Коуз Р. Фирма, рынок и право: пер. с англ. Б. Пинскера / Р. Коуз. – М.: Дело, 1993. – 192 с.
10. Економічна енциклопедія: [у трьох томах] / Редкол.: …С.В. Мочерний (відп. ред.) [та ін.]. – К.: Видавничий центр «Академія», 2000. – Т. 1. – 952 с.
11. Найт Ф.Х. Риск, неопределенность и прибыль / Ф.Х. Найт; [пер. с англ.] – М.: Дело, 2003. – 360 с.
12. Шибаєва Н.В. Особливості економічної поведінки суб'єктів господарювання в умовах ринкової трансформації економіки: автореф. дис... канд. екон. наук: 08.01.01 / Н.В. Шибаєва; Харківський національний університет ім. В.Н. Каразіна. – Х., 2002. – 16 с.
13. Войтко В.В. Управління поведінкою організації (на прикладі промислових підприємств): автореф. дис... канд. екон. наук: 08.06.01 / В.В. Войтко; Харківський національний економічний університет. – Х., 2004. – 21 с.
14. Капленко Г.В. Формування економічної поведінки підприємств: автореф. дис... канд. екон. наук: 08.06.01 / Г.В. Капленко; НАН України; Інститут регіональних досліджень. – Л., 2005. – 20 с.
15. Рябова Т.А. Споживча поведінка підприємств на ринку сухого молока: автореф. дис... канд. екон. наук: 08.00.04 / Т.А. Рябова; Держ. вищ. навч. закл. «Київ. нац. екон. ун-т ім. В. Гетьмана». – К., 2008. – 19 с.
16. Зянько В.В. Основи мікроекономіки: [навч. посіб. для ВНЗ] / В.В. Зянько. – [Вид. 2–е, перероблене і доповнене]. – К.: Слово, 2009. – 344 с.
17. Карачина Н.П. Удосконалення процесу формування економічної поведінки підприємств / Н.П. Карачина // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Проблеми економіки та управління. – 2009. – № 640. – С. 285-290.
18. Заіка Ю.А. Еволюційний підхід до визначення економічної поведінки підприємства [Електронний ресурс] / Ю. А. Заіка // Збірник наукових праць «Торгівля та ринок України». – 2011. – Режим доступу: http://trade.donnuet.dn.ua/download/2011/31_1/Zaika.pdf.
19. Садєков А.А. Процес формування економічної поведінки підприємств // А.А. Садєков, Ю.А. Заіка // Торгівля, комерція, підприємництво: збірник наукових праць / [редакц. кол.: В.В. Апопій, Ю.А. Дайновський, С.В. Скибінський та ін.]. – Львів: Львівська комерційна академія, 2011. – Вип. 13. – 134 с.
20. Соколова Г.Н. Экономическое поведение [Электронный ресурс]. – Электронные текстовые данные (117 Мб). – Режим доступа: http://www.nbuv.gov.ua.
21. Бокулєва М.О. Ціноутворення на продукцію машинобудівних підприємств з урахуванням поведінки споживачів: автореф. дис. ... канд. екон. наук: 08.00.04 / М.О. Бокулєва; Класич. приват. ун-т. – Запоріжжя, 2010. – 20 с.
22. Гребешкова О.М. Базові положення стратегічного управління підприємством в його реляційному просторі / О.М. Гребешкова // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. – 2009. – № 3. – Т. 1. – С. 85-89.
23. Гребешкова О.М. Реляційна поведінка підприємства: пошук джерел конкурентних переваг / О.М. Гребешкова // Підприємницька діяльність в Україні: проблеми розвитку та регулювання: збірник матеріалів IV Міжнародної науково-практичної конференції, 27-28 травня 2010 р., м. Київ. – К.: МІБО КНЕУ, 2010. – С. 50-52.

УДК 330.341.1:621:005.591.452:061.1ЄС

Коваленко Н.М.
кандидат економічних наук,
доцент кафедри бізнес-адміністрування і менеджменту зовнішньоекономічної діяльності
Запорізького національного університету

РОЗВИТОК ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ВІТЧИЗНЯНИХ АВТОМОБІЛЕБУДІВНИХ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ ІНТЕГРАЦІЇ УКРАЇНИ В ЄС

У статті висвітлено особливості функціонування вітчизняних автомобілебудівних підприємств. Проаналізовано обсяги виробництва та імпорту в Україну автомобілів. Визначено проблеми та перспективи розвитку української автомобільної промисловості.

Ключові слова: автомобілебудівні підприємства, автомобільна промисловість, зовнішньоекономічний потенціал, виробництво, імпорт.

Коваленко Н.Н. РАЗВИТИЕ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОГО ПОТЕНЦИАЛА ОТЕЧЕСТВЕННЫХ АВТОМОБИЛЕСТРОИТЕЛЬНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ В УСЛОВИЯХ ИНТЕГРАЦИИ УКРАИНЫ В ЕС

В статье исследованы особенности функционирования отечественных автомобилестроительных предприятий. Проанализированы объемы производства и импорта в Украину автомобилей. Определены проблемы и перспективы развития украинской автомобильной промышленности.

Ключевые слова: автомобилестроительные предприятия, автомобильная промышленность, внешнеэкономический потенциал, производство, импорт.

Kovalenko N.N. THE DEVELOPMENT OF FOREIGN ECONOMIC POTENTIAL OF DOMESTIC AUTO COMPANIES IN TERMS OF INTEGRATION OF UKRAINE INTO THE EU

The article is devoted to the peculiarities of the domestic automobile enterprises. The volumes of the car's production and import to Ukraine were aanalyzed. The problems and prospects of development of Ukrainian automobile industry were identified.

Keywords: automakers, automotive industry, foreign trade potential, production, import.

Постановка проблеми. В умовах інтеграції України у європейську спільноту набуває актуальності проблема розвитку зовнішньоекономічного потенціалу вітчизняних автомобілебудівних підприємств. Відтак вважаємо необхідним проаналізувати сучасний стан і визначити перспективи їх розвитку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Виробництво автомобілів забезпечує додану вартість, формує попит на товари і послуги підприємств суміжних галузей (виробництво металопрокату, пластмас, автоскла, автохімії тощо) та стимулює науково-дослідну діяльність. Створення одного робочого місця на підприємствах автомобілебудівної галузі спричиняє створення щонайменше шести робочих місць у суміжних галузях.

Обсяг виробництва легкових автомобілів в Україні протягом 2003-2008 рр. зріс у 4 рази, досягнувши максимуму в 2008 р. – 401,6 тис. автомобілів. У 2009 р. обсяг виробництва знизився у 6 разів – до 65,7 тис. одиниць, у 2010 р. обсяг хоч і збільшився на 13,5 тис. одиниць, однак залишився на дуже низькому рівні – 75,3 тис. одиниць. У 2011 р. обсяг виробництва зріс до 97,5 тис. одиниць, а в 2012 р. знизився до 69,7 тис. одиниць [1]. За 8 місяців 2013 р. в Україні вироблено 29 080 автотранспортних засобів, що на 46% менше показника 2012 р. З них: легкові автомобілі – 26 621 од. (-45,9%); комерційні автомобілі – 1 136 од. (-51,8%); автобуси – 1 323 од. (-40,9%) [2]. За підсумками восьми місяців 2014 р. виробництво автомобілів в Україні скоротилося на 15%, до 24 тис. одиниць, у порівнянні з січнем-серпнем 2013 р. У серпні 2014 р. виробництво автомобілів і автобусів в Україні скоротилося в 13 разів у порівнянні із серпнем 2013 р. [3]. Раніше експерти галузі констатували, що сектор виробників легкових автомобілів фактично зупиняється. Сегмент вантажівок і автобусів поки тримається за рахунок армійських контрактів, але допомагає це далеко не всім підприємствам. Експерти вважають, що конфлікт на Донбасі знищує вітчизняну автомобілебудівну галузь. Відтак, українські автовиробники можуть лише сподіватися на деескалацію подій на південному сході країни, що дасть людям можливість дивитися в майбутнє і відновити покупки автомобілів.

Значне падіння обсягів виробництва автомобілів у 2009-2012 рр. зумовлене сукупною дією двох факторів – посилення конкуренції з боку імпорту після зменшення ввізного мита з 25 до 10% та зниження попиту через відсутність стимулюючих факторів для придбання автомобілів (рис. 1). А в 2013-2014 рр. ще й зниженням попиту як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках через конфлікт із Росією та військовими діями на Донбасі.

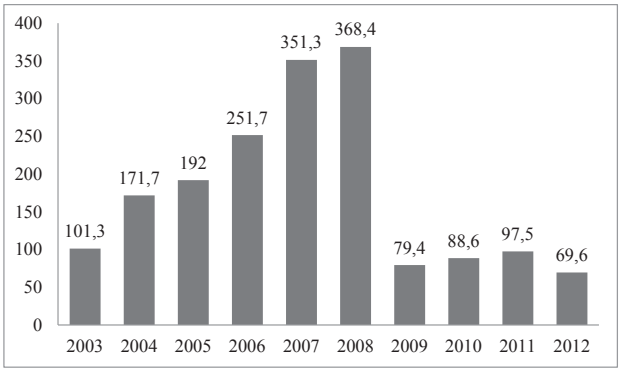


Рис. 1. Виробництво легкових автомобілів в Україні, тис. од. [4]

Варто зазначити, що європейська інтеграція України сьогодні не має альтернатив. Причому визначення цього вектора руху держави є чітким вираженням волі народу, яке проявилося, у тому числі, і на виборах Президента України. Наша країна показала свою готовність стати повноправним членом Європейського співтовариства, а також продемонструвала низку конкретних кроків у цьому напряму, чітко позначивши свої наміри підписанням 21.03.2014 р. політичної частини Угоди про асоціацію з Європейським союзом.

Отже, в умовах відкриття Україною кордонів та, відповідно, – зростання імпорту автомобілів, необхідно забезпечити ефективний захист вітчизняних підприємств автомобілебудівної галузі, перш за все, задля збереження робочих місць та виробити ефективну модель розвитку автомобілебудівних підприємств з метою підвищення конкурентоспроможності вироблених автомобілів та забезпечення таким чином прибутку підприємств і надходжень до бюджету.

Постановка завдання. Метою статті є виявлення особливостей функціонування вітчизняних автомобілебудівних підприємств, зокрема, в умовах інтеграції України в ЄС, та визначення ключових напрямів їх розвитку.

Виклад основного матеріалу дослідження. Аналізуючи сучасний стан розвитку вітчизняного автомобільного ринку, відзначимо такі особливості [5]:

– по-перше, більша частина внутрішнього попиту покривається за рахунок імпорту готових автомобілів, відповідно кошти від реалізації автомобілів в Україні інвестуються в закордонні виробництва, а вітчизняна галузь автомобілебудування не отримує необхідних інвестицій у свій розвиток;

– по-друге, умови оподаткування імпорту, що діють, не захищають вітчизняний автомобільний ринок від експансії іноземних виробників. В якості заходів, які є загальноприйнятими у світовій практиці, спрямованих як на збільшення надходжень до державного бюджету, захист автомобільного ринку, так і на збереження балансу в оподаткуванні національного виробництва й імпорту, є підвищення ставок ввізного митного збору до виходу автомобілебудівної галузі з кризи. За умови введення податків на транспортні засоби, що імпортуються, необхідно встановити такі ставки, при яких імпортерові вигідніше не завозити готові автомобілі, а організувати їх виробництво в тій чи іншій країні.

В останні роки на внутрішньому ринку продукції автомобілебудівної промисловості відмічається значне зростання співвідношення між імпортом і вітчизняним виробництвом, що загрожує втратою позицій вітчизняних виробників (табл. 1).

Таблиця 1

Динаміка виробництва та імпорту автомобілів в Україні (тис. од.) [6]

Виробництво/імпорт	2008	2009	2010	2011	2012
Автобуси					
Виробництво	10,2	1,5	2,7	3,8	3,2
Імпорт	4,1	1	1,7	2,8	4,2
Легкові автомобілі					
Виробництво	402	65,7	75,3	97,5	69,6
Імпорт	370,8	612,6	106,8	189,9	204,7
Вантажні автомобілі					
Виробництво	11,8	2,5	4,9	3,2	2,9
Імпорт	75,7	25,8	55,5	112	145,2

Як бачимо з таблиці 1, у наповненні вітчизняного ринку легкових автомобілів переважає імпорт, частка якого постійно зростає (протягом 2006-2012 рр. зросла з 44% до 80%). Зокрема, протягом 2006-2011 рр. частка імпорту автомобілів зросла з 44% до 71%. У 2011 р. імпорт автомобілів склав приблизно 3 млрд дол США, або 52% до рівня 2008 р. У 2008 р. на придбання автомобілів було витрачено близько 8 млрд дол США, у т. ч. 4,9 млрд дол США на імпортовані автомобілі (рис. 2) [7].

У 2012 р. на автомобільному ринку України було реалізовано 363,191 од. автотранспортних засобів, таким чином зростання склало 22%. Як бачимо, внесок вітчизняного автомобілебудування до національної економіки залишається несуттєвим. Зокрема, у 2012 р. частка галузі в промисловому виробництві становила менш як 0,8%, у створенні національного валового внутрішнього продукту – менш як 0,4%. У 2012 р. частка галузі в обсязі реалізованої промислової продукції становила менш як 1,2%. У виробництві автомобілів працює лише 19,3 тис. працівників, разом із суміжними галузями (виробництво комплектуючих та матеріалів) кількість зайнятих становить до 29,8 тис. працівників, або близько 0,1% усіх працюючих в Україні [1].

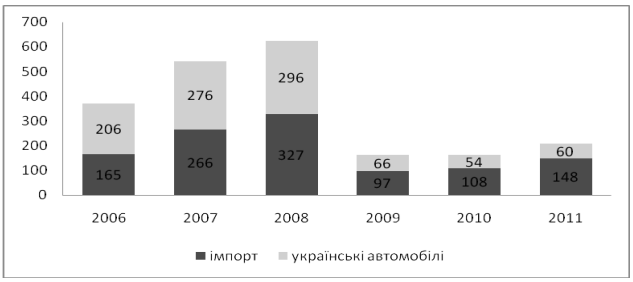


Рис. 2. Структура реалізації легкових автомобілів в Україні, тис. од. [7]

За перше півріччя 2013 р. імпорт легкових автомобілів склав 54%, що на 14% менше ніж у 2012 р. [8]. Негативний результат був, в основному, сформований за період з травня по липень 2013 р. через уведення спеціальних мит на імпорт автомобілів у травні 2012 р. (6,46% на автомобілі з об'ємом двигуна понад 1000 см^3, але не більше 1500 см^3, і 12,95% на автомобілі з об'ємом двигуна понад 1500 см^3, але не більше 2200 см^3) [9]. У квітні 2013 р. було реалізовано майже 26 тис. нових автомобілів, що на 35% більше, ніж у березні, і на 33% – ніж у квітні 2012 р.

У серпні 2013 р., напередодні введення утилізаційного збору, обсяг імпортованих в Україну автомобілів, за даними Міністерства доходів і зборів України, склав 47 тис. од. Зростання ринку порівняно з аналогічним періодом 2012 р. склало 77%. А вже у вересні 2013 р. ринок показав безпрецедентне падіння – продажі нових легкових автомобілів зменшилися в 3,6 рази порівняно з серпнем і склали 13 тис. од.

Однією з причин падіння є також уведений утилізаційний збір. Закон «Про внесення змін до Податкового кодексу України щодо сплати екологічного податку за утилізацію знятих з експлуатації транспортних засобів», який набув чинності 01.09.2013 р., уже за вересень 2013 р. призвів до суттєвого удару по ринку імпортних автомобілів. Значно знизився імпорт автомобілів, а відтак, і їх реалізація на українському ринку. Як наслідок, скоротилися податкові надходження до бюджету. Законом передбачено базову ставку утилізаційного збору для легкового автомобіля в розмірі 5,5 тис. грн, а для автобусів і вантажівок – 11 тис. грн. Збори поширюються на всіх імпортерів автомобільної техніки. Від збору звільнили лише вітчизняних виробників автомобілів. У зв'язку з цим у вересні 2013 р. в Україні на первинному ринку автотранспорту було продано 32 425 шт. автотранспортних засобів, що на 5,5% більше результату 2012 р., але на 26% менше серпневого показника 2013 р.

Отже, на даний час вітчизняна автомобілебудівна галузь характеризується незначною кількістю робочих місць, високим ступенем зношення основних фондів та дуже помірним відновленням обсягів виробництва на фоні стрімкого зростання частки імпорту в структурі внутрішнього ринку.

Слід зазначити, що автомобілебудування – це сектор машинобудування, який залежить, перш за все, від споживчого попиту, який, у свою чергу, через події на південному сході України та падіння економічної активності в Україні дуже сильно знизився. Найбільше страждають саме бюджетні автомобілі, які купують споживачі з відносно низьким рівнем доходів. І в даній ситуації, коли немає визначеності в завтрашньому дні, вони воліють відкласти цю покупку і, відповідно, знижуються продажі. Автомобілебудівники зараз не готові працювати на склад, немає сенсу виробляти автомобілі, коли їх продажі складають близько 200 автомобілів на місяць. Тому зараз багато автомобілебудівних підприємств приймають рішення або призупиняти виробництво, або повністю переходити на імпорт, якщо є така можливість. Тобто, замість того, щоб виробляти, наприклад, Кременчуцький завод буде тепер імпортувати автомобілі Geely і SsangYong. Таким чином, економіка України потерпає від значного зниження попиту на ринку автомобілів.

У ситуації, що сьогодні склалася в Україні, важко говорити про кредитні умови, тому що банківська система не дозволяє значно знизити ставки, щоб, як наприклад, у 2008 р. забезпечити половину продажів у вигляді кредитів. Більше того, банки сьогодні практично призупинили кредитування, оскільки не воліють ризикувати, в основному, через зниження доходів та невпевненості в завтрашньому дні. А ті банки, які все ще надають кредити, закладають ці ризики у відсоткову ставку, що, відповідно, впливає на вартість автомобіля. Через зниження доходів населення дуже складно змусити покупця піти за автомобілем сьогодні, коли незрозуміло, чи збереже людина роботу завтра. Тому автовиробники можуть розраховувати сьогодні, по-перше, на те, що якимось чином відбудеться деескалація подій на південному сході країни, що дасть людям можливість дивитись у майбутнє і відновити покупки автомобілів. Другий варіант – це розраховувати на протекціоністські заходи держави, яка потенційно може допомогти автовиробникам. По-перше, безпосередньо державними замовленнями, по-друге, розробкою спеціальних заходів. До цього держава вже допомагала тим, що був введений утилізаційний збір і спеціальне мито. Однак, утилізаційний збір був скасований, а спецмито знижено, тому ці заходи зараз не є ефективними. Але, зважаючи на дії керівництва держави, зокрема в зовнішній політиці, перш за все, – підписання політичної частини Угоди про Асоціацію з ЄС, а також на конфлікт із Росією, у нас скоріше буде спостерігатися лібералізація торгових режимів, ніж уведення нових мит.

Визначивши і проголосивши пріоритетним напрямом зовнішньої політики інтеграцію в Європейський Союз, Україна, як і інші кандидати в члени

ЄС, бере на себе зобов'язання щодо поступового приведення національного законодавства у відповідність до існуючого в Європейському Союзі. Перш за все, це стосується саме митно-тарифного регулювання, зокрема в сфері імпорту легкових автомобілів. При цьому адаптація національного законодавства України до законодавства ЄС має здійснюватися з огляду на національні інтереси України, особливості української національної правової системи, економічні та соціальні умови українського суспільства.

Під впливом євроінтеграції має відбутись істотна трансформація режиму державного регулювання економіки України на основі впровадження довгострокових стратегічних підходів. Стабільність системи державних фінансів підвищиться через удосконалення податкової системи й посилення спроможності збору податків. Основні регулюючі системи (передусім щодо митного регулювання, податкової системи, організації бюджетного процесу, регулювання конкуренції і надання субсидій, організації державних закупівель) будуть значно удосконалені через наближення до норм ЄС. Це звузить простір для довільних, непрозорих, неконкурентних рішень та корупції [10].

Сьогодні митне законодавство набуває принципово нової ролі, основні акценти якого зміщуються від суто контрольних і фіскальних до регулятивних і правозахисних.

Традиційно митна політика сприймається як сукупність правових норм, що регламентують структуру й діяльність митних органів, їх посадових осіб і відображають особливості функціонування всього апарату митної служби, а найчастіше, головним завданням мають охорону економічних інтересів держави. Функції, пов'язані з забезпеченням прав, свобод та інтересів людини, сприймаються як другорядні. Здійснювана адміністративна реформа має одним із основних напрямів зміну усталених принципів, висунення на перше місце функцій із забезпечення реалізації прав людини, а роль державних інституцій має полягати, насамперед, у всебічному сприянні належній реалізації відповідних прав. Це складний процес, оскільки передбачає необхідність рішучого подолання певних глибоко укорінених вад митної системи, за якої інтереси держави домінують над інтересами людини. Ідеться про зміну базових ідеологічних засад митних відносин держави й суспільства. Саме це є основною передумовою впровадження передових досягнень цивілізації у вітчизняний митний простір і рух України до Європи.

Адаптація митного законодавства до законів ЄС має створити правову базу для майбутнього членства України в Європейському Союзі. Адже повна відповідність правової національної митної системи законодавству ЄС, як ми уже зазначали, є обов'язковою умовою для вступу до Європейського Союзу будь-якої країни-кандидата. Для вітчизняного митного законодавства це є одним із найбільш важливих завдань, успішне виконання якого можливе лише на засадах співпраці та взаємодії законодавчої й виконавчої гілок влади у підготовці та прийнятті нормативно-правових актів різного рівня.

Висновки з проведеного дослідження. Останніми роками на автомобільному ринку України спостерігається стрімка тенденція до зростання частки нових імпортних легкових автомобілів. Не дивлячись на митно-тарифні заходи держави, частка автомобілів вітчизняного виробництва в структурі їх реалізації на українському ринку є нижчою за імпортовані. Лише протекціоністські заходи держави дозволяють вітчизняним автомобілебудівним підприємствам сьогодні втриматись на ринку. Після підписання угоди про асоціацію та скасування митних бар'єрів вітчизняна автомобільна промисловість опинилася в досить скрутному становищі. Тому, реалізуючи намагання України інтегруватися до Європейського Союзу та посилити співпрацю з провідними світовими економічними організаціями, слід вносити зміни в національне законодавство та використовувати лише ті інструменти митно-тарифного регулювання, які не тільки не суперечать принципам СОТ та ЄС, але й здатні захистити економічні інтереси України.

Крім того, одним із обов'язкових критеріїв членства в ЄС є приєднання України до міжнародних конвенцій А.Т.А. (Брюссель, 1961 р.), Конвенції про спільну транзитну процедуру (Женева, 1987 р.), Європейської угоди про найважливіші лінії міжнародних комбінованих перевезень та ін. Підкреслимо, що майже всі заходи, передбачені цими конвенціями, так чи інакше спрямовані на спрощення митних процедур. Саме повне законодавче забезпечення, а також прозорість і простота процедур митного оформлення та контролю є ознаками сучасного митного законодавства розвинених європейських держав.

Таким чином, у контексті підписання Угоди про асоціацію з ЄС, шансів у вітчизняної галузі автомобільної промисловості практично немає, оскільки крім так званих мит, які будуть скасовані, існують ще технічні обмеження – екологічні норми, норми з безпеки, які наші автомобілі не проходять. Єдині, в кого можуть бути якісь шанси потрапити на європейський ринок, – це виробники вантажівок КрАЗ і, можливо, виробники автобусів, якщо вони «підтягнуть» рівень своїх автомобілів.

Так звана вітчизняна автомобільна промисловість, насправді, – це збірка автомобілів з машинокомплектів, які поставляються з-за кордону. Звісно, є українські комплектуючі в таких автомобілях як «ЗАЗ Ланос», але тоді виникає питання: якщо достатньо українських комплектуючих, чому автомобілі, які ми називаємо українськими, подорожчали, як імпортні, саме на той же відсоток девальвації гривні. Відтак, відсоток вітчизняних комплектуючих у загальній вартості автомобіля є досить незначним.

Отже, у найближчі десятиліття Україна не в змозі відродити та забезпечити ефективне функціонування вітчизняних автомобілебудівних підприємств – від розробки до впровадження таким чином, щоб конкурувати зі світовими виробниками. Бюджети найбільших автовиробників світу приблизно такі ж, як бюджет України.

На наш погляд, вирішення проблеми розвитку зовнішньоекономічного потенціалу підприємств автомобільної промисловості України повинно мати стратегічний характер – це вихід на нові ринки та залучення інвесторів для того, щоб організувати в Україні виробництво західних чи, наприклад, китайських моделей. Необхідно йти за прикладом тієї ж Словаччини, яка просто виробляє автомобілі KIA, Hyundai, Volkswagen і займає перше місце в світі з виробництва автомобілів на душу населення. Тобто відкривати заводи вже існуючих світових автовиробників, як це робить Росія. Але, нажаль, така модель розвитку вітчизняної автомобілебудівної галузі нам сьогодні не доступна через ситуацію, що склалася в Україні, через ризики інвестування в Україну, а також через торгові конфлікти з країнами Митного союзу.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Про схвалення Концепції Державної цільової економічної програми розвитку легкового автомобілебудування на період до 2020 року : Розпорядження Кабінету міністрів України № 25-р від 15 січня 2014 р. [Електронний ресурс] // Офіційний сайт Верховної Ради України. – Режим доступу: http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/25-2014-%D1%80.
2. «Укравтопром»: Автовиробництво впало на 46% за 8 місяців 2013 року [Електронний ресурс] // Голос столиці. – 10 вересня 2013 р. – Режим доступу: http://newsradio.com.ua/2013_09_10/Avtovirobnictvo-vpalo-na-46-v-dsotk-v-za-v-s-m-m-sjac-v-Ukravtoprom/.
3. Андрійченко О. Конфлікт на Донбасі знищує вітчизняний автопром [Електронний ресурс] / О. Андрійченко // Голос столиці. – 10 вересня 2014 р. – Режим доступу: http://newsradio.com.ua/2014_09_10/Konfl-kt-na-Donbas-znishhu-v-tchiznjanij-avtoprom-ekspert-4208/.
4. Виробництво легкових автомобілів в Україні у 2003-2011 рр. [Електронний ресурс] / Асоціація автовиробників України «Укравтопром». – Режим доступу: http://ukrautoprom.com.ua/index.php?option=com_docman& Itemid=79.
5. Кривоконь О.Г., Бондаренко А.І. Особливості та проблеми функціонування автомобільного ринку в Україні [Електронний ресурс] / О.Г. Кривоконь, А.І. Бондаренко // Національна бібліотека України ім. В.І. Вернадського. – Режим доступу: http://archive.nbuv.gov.ua/portal/natural/vcpi/NRvST/2011_58/116_122.pdf.
6. Виробництво промислової продукції в Україні за видами. Експорт-імпорт окремих видів товарів за країнами світу [Електронний ресурс] / Державна статистична служба України. – Режим доступу: http://www.ukrstat.gov.ua
7. Структура продажу легкових автомобілів в Україні [Електронний ресурс] / Асоціація автовиробників України «Укравтопром». – Режим доступу: http://ukrautoprom.com.ua/index.php?option=com_content&task=blogcategory&id=25&Itemid=93.
8. Импорт автомобилей в Украину [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://autonews.autoua.net/novosti/import-avtomobilej-v-ukrainu-snizilsya-na-14.html.
9. Повідомлення про застосування спеціальних заходів щодо імпорту в Україну легкових автомобілів незалежно від країни походження та експорту [Електронний ресурс] / Урядовий кур'єр. – Режим доступу: http://ukurier.gov.ua/uk/articles/povidomlennya-pro-zastosuvannya-specialnih-zahodiv/.
10. Європейська інтеграція України: внутрішні чинники і зовнішні впливи: аналітична доповідь Центру Разумкова [Електронний ресурс] // Національна безпека і оборона. – Київ: Центр Разумкова. – 2013. – № 4-5(141–142). – С. 52. – Режим доступу: http://www.razumkov.org.ua/ukr/files/category_ journal/NSD_141-142_ukr.pdf.

УДК 658.7

Корнієцький О.В.
декан
Миколаївського факультету
Морського та річкового транспорту
Київської державної академії водного транспорту
імені гетьмана Петра Конашевича-Сагайдачного

РОЗВИТОК ЛОГІСТИКИ ПІДПРИЄМСТВА НА ОСНОВІ ІННОВАЦІЙНОГО ПІДХОДУ

У статті доведено, що в даний час в умовах глобалізації,інтеграції та інтернаціоналізації економіки інновації перетворюються на найважливіший фактор конкурентоспроможності країни. У статті наводяться поняття інновацій, інноваційних логістичних систем. Представлений вітчизняний і зарубіжний досвід розробки та впровадження інноваційних логістичних систем. Обґрунтована необхідність застосування зарубіжних інноваційних концепцій у вітчизняних логістичних системах.

Ключові слова: інновації, інноваційні логістичні системи, закордонні інноваційні логістичні концепції, державно-приватне партнерство.

Корниецкий А.В. РАЗВИТИЕ ЛОГИСТИКИ ПРЕДПРИЯТИЯ НА ОСНОВЕ ИННОВАЦИОННОГО ПОДХОДА

В статье доказано, что в настоящее время в условиях глобализации, интеграции и интернационализации экономики инновации превращаются в важнейший фактор конкурентоспособности страны. В статье приводятся понятия инноваций, инновационных логистических систем. Представлен отечественный и зарубежный опыт разработки и внедрения инновационных логистических систем. Обоснована необходимость применения зарубежных инновационных концепций в отечественных логистических системах.

Ключевые слова: инновации, инновационные логистические системы, зарубежные инновационные логистические концепции, государственно-частное партнерство.

Korniietskyi O.V. DEVELOPMENT OF LOGISTICS OF ENTERPRISES BASED ON INNOVATIVE APPROACH

In the article it is proved that now under the conditions of globalization, integration and internationalization of economics, innovations turn into the most important factor of the competitiveness of the country. The article gives the concept of innovation, innovative logistics systems. Is presented home and foreign experience of development and implementation of innovative logistics systems. Is grounded the necessity of application of foreign innovative concepts in the home logistics systems.

Keywords: innovations, innovative logistics systems, foreign innovative logistics concepts, public-private partnership.

Постановка проблеми. У сучасному розвитку економіки України однією з основних умов збереження підприємствами своїх позицій на ринку є раціональне використання господарюючими суб'єктами своїх ресурсів: матеріальних, фінансових, трудових, енергетичних, інформаційних, інтелектуальних, ресурсів часу. Саме логістика займається питаннями ефективного управління потоками цих ресурсів.

Незважаючи на тривалий шлях світового розвитку логістики як науки і як напряму професійної діяльності, в Україні вона й досі асоціюється лише із управлінням матеріальними потоками. Однак, навіть на цьому рівні існують істотні проблеми. Невчасне виконання замовлень у виробничих підрозділах, великі обсяги запасів матеріалів та готової продукції на складах, низький рівень автоматизації склад-

ських робіт, застарілість транспортних засобів та низький рівень організації перевезень, ігнорування сучасних розробок у сфері інформаційних технологій стосовно управління інформаційними потоками свідчать про те, що підприємства не в достатній мірі використовують існуючі розробки в сфері логістики.

Наявність таких невирішених проблем логістики є одним з факторів того, що значна частина підприємств в Україні є збитковими, а протягом останніх років частка таких підприємств не знижувалася нижче третини. Саме тому питання розвитку логістики підприємств у всіх напрямах, включаючи організаційні, інформаційні, фінансові, потребує розробки, у тому числі на основі інноваційного підходу. Проблеми інноваційного розвитку логістичних систем в Україні на сучасному етапі ще недостатньо вирішені і потребують особливої уваги. Складність і недостатня розробленість ряду теоретичних і практичних питань – як то класифікація логістичних інновацій, методика оцінки ефективності логістики підприємства, проблеми адекватного включення інформаційних потоків у логістичні системи – інноваційного розвитку логістики підприємства, об'єктивна необхідність їх комплексного аналізу визначили актуальність даного дослідження та вибір мети й завдань.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблемою інноваційного розвитку логістики займались видатні науковці. Так, К.Б. Мунксгаард і Х. де Хаас розглядали питання визначення логістичної інновації та її трьохелементної моделі, що пов'язує бізнес-процеси, структуру системи і технології [14]. Г. Ертек розробив рекомендації щодо вибору найбільш доцільних логістичних інновацій на підприємстві на основі визначення ринкових, логістичних і продуктових характеристик логістичної системи [12]. При впровадженні якісних змін у логістичну діяльність підприємства важливими є аналіз поточного стану логістичної системи і оцінка отриманих результатів, які базуються на вимірюванні показників ефективності. Питанням їх розробки займались такі вчені як К. Патель, А. Гунасекаран, П. Брюєр, А. Агарвал, Р. Шанкар [10-11; 13].

Вітчизняні науковці також розглядали питання розвитку логістики. Так, О.М. Зборовська охарактеризувала основні фактори, які визначають актуальність логістики у виробничо-господарській діяльності підприємства [2]. Т.Ю. Омельченком були розглянуті недоліки в роботі логістичних систем, що виявляються при впровадженні їх в Україні [7]. О. Рикаліна виклала існуючі й передбачувані підходи до дослідження введення інновацій на різні рівні функціонуючих логістичних ланцюгів і привела класифікацію логістичних інновацій [9]. У роботах таких авторів як О.А. Мишко [6], Е.Г. Багіров [1] розглянуті окремі аспекти логістичних інновацій, а саме створення логістичних центрів, використання кібернетичних моделей для вирішення питань управління поставками матеріальних ресурсів, логістичний аутсорсинг в Україні.

Формулювання мети статті. Розглянутий матеріал поглибив дослідження в сфері теоретико-методичних положень і практичних рекомендацій щодо розвитку логістики підприємства на основі інноваційного підходу для оптимізації фінансових, матеріальних, інформаційних потоків.

Для досягнення цієї мети необхідно виявити основні напрями еволюційного розвитку логістики, розкрити роль інноваційного логістичного менеджменту в розвитку логістики підприємства та удосконалити рекомендації з проведення аналізу логістики підприємства. Розкрити перспективи створення регіональних логістичних центрів як одного з інноваційних напрямів зниження логістичних витрат підприємств.

Виклад основного матеріалу дослідження. В умовах переходу економіки України до ринкових відносин значимість логістики постійно зростає. У сучасних умовах на перший план висувається пошук можливостей скорочення виробничих витрат і витрат обігу заради отримання прибутку. Логістика дозволяє пов'язати економічні інтереси виробника продукції і її споживача. Інновації в цій сфері ж підвищують ефективність використання логістичних ресурсів, що призводить до акумулювання конкурентних переваг. На розвиток логістичних систем великий вплив мають регіональні особливості відтворення. Унікальне поєднання соціально-економічних, природно-кліматичних факторів у кожному регіоні визначає співвідношення попиту і пропозиції на той чи інший вид продукту, цінову політику, особливості функціонування логістичних посередників. Крім того, кожен регіон має численні інтеграційні зв'язки з іншими регіонами не тільки своєї країни, але й за її межами, що підвищує значущість регіональних логістичних систем, що займаються обслуговуванням не тільки внутрішніх, але і міжрегіональних матеріальних і супутніх їм потоків. Виходячи з означених вимог, що пред'являються до інноваційних технологій в управлінні регіоном, розглянемо зарубіжний досвід формування регіональних логістичних систем.

Розглядаючи теоретичні засади розвитку логістики підприємства, слід окреслити основні напрями розвитку системи логістики підприємства. До зовнішніх факторів розвитку логістичних систем віднесено перехід від ринку продавця до ринку покупця; посилення конкуренції; енергетичну кризу 70-х років XX століття; досягнення науково-технічного прогресу; комп'ютеризацію управління матеріальними потоками [2].

На шляху розвиту логістики виділяють три етапи: перший (60-ті роки XX століття) характеризується використанням логістичного підходу до управління матеріальними потоками в сфері обігу; другий (80-ті роки XX століття) характеризується розглядданням виробництва разом із зберіганням і транспортуванням, що дозволяє скоротити запаси, підвищити якість обслуговування покупців за рахунок своєчасного виконання замовлень, поліпшити використання устаткування; третій етап відноситься до теперішнього часу і характеризується активним використанням сучасних комунікаційних технологій, що забезпечують швидке проходження матеріальних та інформаційних потоків, що дозволяють здійснювати контроль всіх етапів руху продукту від первинного джерела сировини до кінцевого споживача [2].

До глобальних завдань інноваційного менеджменту логістичних систем належать такі як створення комплексних, інтегрованих систем матеріальних, інформаційних, а по можливості й інших супутніх потоків; стратегічне узгодження, планування і контроль за використанням логістичних потужностей сфер виробництва і обігу; досягнення високої системної гнучкості; постійне вдосконалення логістичної концепції в межах обраної стратегії в ринковому середовищі. До конкретних завдань інноваційного менеджменту можна віднести максимальне скорочення часу зберігання продукції; скорочення часу перевезень; раціональний розподіл транспортних засобів; швидку реакцію на вимоги споживачів; оперативну обробку і видачу інформації тощо [9].

Логістичні інновації, як напрям логістичної діяльності, розглядають нововведення у всьому комплексі логістики, і в цьому зв'язку передбачають доповнення існуючого і розробку нового інструментарію (методів, критеріїв, показників) в області методичного забезпечення логістики, використовуваної в організації та управлінні матеріальним виробництвом і сферою послуг, а також удосконалення операцій і процедур, застосовуваних у логістичних бізнес-процесах.

Цікавим, на нашу думку, є розкриття сутності концепції збалансованої системи показників, яка передбачає використання інформаційних систем керівника (КІС), і що відстежує обмежену кількість збалансованих метрик, які тісно пов'язані зі стратегічними цілями [13]. Референтна модель операцій у ланцюгах поставок розроблена для того, щоб дати компаніям можливість спілкуватися мовою загальних стандартів, порівнювати себе з конкурентами, вчитися в компаній даної та інших галузей. Вона заснована на стандартному описі процесів управління ланцюгами поставок, стандартизації взаємин між бізнес-процесами, стандартних критеріях, що дозволяють виміряти і порівняти показники ефективності (продуктивності) процесів, практиках управління ланцюгами поставок, які допомагають досягти найкращих результатів [10].

Аналіз логістики підприємства – це процедура вироблення, обґрунтування і прийняття рішень у процесі дослідження та формування логістичних систем підприємств. Суть аналізу – перетворити логістичну проблему в серію завдань, що мають методи вирішення, знайти ефективні засоби управління складними логістичними об'єктами. Аналіз проводиться в декілька етапів, серед яких є аналіз логістичної проблеми, визначення логістичної системи, аналіз структури логістичної системи, формулювання глобальної мети і критерію оцінки ефективності функціонування логістичної системи, декомпозиція мети, виявлення ресурсів і процесів, композиція цілей, прогноз і аналіз майбутніх умов, оцінка цілей і засобів, відбір варіантів, аналіз існуючої логістичної системи, формування програми розвитку, розробка логістичної організації для досягнення цілей логістичної системи [12].

Досліджуючи логістику підприємства, слід констатувати увагу й на доцільності аутсорсингу управління логістичною системою підприємства як виду логістичної інновації. Після проведення аналізу ринку нами було виявлено, що, насамперед, логістичний аутсорсинг є доцільним до використання в компаніях, які хочуть розширятися, наприклад, вирости з регіонального рівня покриття до національного; великим компаніям, які розуміють, що можуть досягти максимальної ефективності тільки шляхом зниження собівартості продукції; вітчизняним виробникам, чия діяльність заснована на імпорті-експорті сировини, комплектуючих і кінцевої продукції [8]. Використання аутсорсингу завдяки своєму комплексному підходу до задоволення вимог клієнтів дозволяє надати підприємству систему послуг, необхідну для реалізації й контролю руху товарів по всьому логістичному ланцюгу з мінімізацією загальних витрат у логістичних ланках [9].

Ініціаторами та суб'єктами логістичної моделі можуть бути: уряд, органи місцевого самоврядування, суспільства підтримки економіки, торгово-промислові палати, департамент планування, транспортні компанії. Ініціатори створюють організацію з розвитку в формі компанії з обмеженою відповідальністю, яка відповідає за розробку: програми будівництва логістичного центру та необхідних документів; пошук інвестора і фінансових коштів; покупку і освоєння земельних ділянок; нагляд за будівництвом центру.

Створені логістичні центри управляються через наглядові органи, сформовані компаніями-учасниками проекту, такими як інвестори, що будували даний центр, компанія з розвитку, місто, муніципалітет, економічні союзи. Безпосереднє управління логістичним центром довіряється компанії з експлуатації, яка бере в оренду власність від компанії з розвитку.

Зарубіжний досвід підкреслює значимість органів усіх рівнів управління у формуванні та розвитку регіональних логістичних систем. Ініціатором будівництва елементів логістичних систем можуть виступати організації бізнесу виходячи зі своїх комерційних інтересів. Але коли в цей процес включається державний сектор, то крім економічних, до уваги беруться фактори макроекономічного, екологічного, урбаністичного характеру, що враховують стратегію регіонального розвитку, необхідність боротьби з безробіттям, згладжування наслідків неконтрольованого економічного розвитку окремих регіонів і міських агломерацій і т.п.

З метою покращання ситуації необхідно виявити перспективи створення регіональних логістичних центрів як одного з інноваційних напрямів зниження логістичних витрат підприємства. Логістичні центри є вузловими об'єктами логістичних мереж, в яких відбувається об'єднання та розподілення потоків вантажів, зміна транспортних засобів, а також надання послуг складування, управління запасами й інших супутніх послуг.

Інтеграція України у світовий логістичний простір неможлива без створення міжнародної логістичної інфраструктури, зокрема важливих її елементів – логістичних центрів. Це дозволить вийти на новий рівень забезпечення доступності, надійності і функціональності логістики для споживачів [1].

Висновки. Сьогодні в Україні доцільно приділити увагу створенню транспортно-логістичних систем у регіонах країни, активізувати роль держави в напряму здійснення ряду економічних та законодавчих реформ, які сприятимуть залученню України до міжнародних проектів з питань розвитку мережі логістичних центрів. Отже, сьогодні необхідно розробити рекомендації по проектуванню інформаційно-логістичної системи управління кожного підприємства, концепція розробки моделі інформаційно-логістичної системи якої полягає в проектуванні ефективної системи управління матеріальними потоками, в якій інформаційні потоки використовуються як засоби зворотного зв'язку. Кінцевою метою моделювання повинна стати оптимальна структура управління логістичною системою, яка інтегрує як матеріальну складову логістики, таку як рух матеріалів, товарів і вантажів, так й інформаційну складову, що базується на сучасній інформаційно-обчислювальній системі, із безліччю гілок, вузлів і кластерів. Для цього необхідно спочатку перетворити сучасні системи управління логістикою, зробивши їх оптимальними і більш ефективними, і виконати економічний аналіз виконаної роботи. Далі на основі розробленої системи управління логістикою необхідно спроектувати локально-обчислювальну мережу з всіма засобами передачі інформації і інформаційними елементами.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Багіров Е.Г., Лисенко Д.Е., Бугас Д.Н. Особливості логістичного аутсорингу в україні // Економіка на управління підприємствами машинобудівної галузі: проблеми теорії та практики. – 2011. – № 4(16). – С. 112-117.
2. Зборовська О.М. Актуальність використання логістики у виробничо-господарській діяльності підприємств // Галицький економічний вісник. – 2012. – № 3. – С. 36-41.
3. Іртищева І.О. Особливості управління логістичною діяльністю на транспортному підприємстві / І.О. Іртищева, А.О. Обозна // Бізнес-навігатор. – 2014. – № 1(33). – С. 224-231.
4. Іртищева І.О. Стратегічні орієнтири розвитку логістичної інфраструктури в морегосподарському комплексі України / І.О. Іртищева, Т.В. Стройко // Збірник наукових праць НУК. – Миколаїв: НУК, 2014. – № 1(451). – С. 12-16.
5. Иртыщева И.А. Инновационное развитие логистической инфраструктуры в условиях глобализации / И.А. Иртыщева, С.М. Минакова // Уральский научный вестник. Серия Экономические науки. – 2014. – № 28(107). – С. 20-23.
6. Мишко О.А. До питань розвитку логістичної інфраструктури в Україні // Науковий журнал «Логістика: теорія та практика» Луцького національного технічного Університету. – 2011. – № 1. – С. 96-100.
7. Омельченко Т.Ю. Проблемы логистики и пути их решения в Украине // Вісник економіки транспорту і промисловості. – 2011. – № 35. – С. 269-274.
8. Розвиток системи управління матеріальними ресурсами підприємства: монографія / Хобта В.М., Бондарєва І.О., Селезньова Н.О., Руднєва О.Ю. та ін. – Донецьк: ДВНЗ «ДонНТУ», – 2012. – 143 с.
9. Рыкалина О. Классификация и методическое обеспечение логистических инноваций // Логистика. – 2011. – № 2. – С. 70-73.
10. A. Agarwal,R. Shankar Modeling Supply Chain Performance Variables // Asian Academy of Management Journal. – 2005. – № 10(2). – P. 47-68.
11. Brewer Peter C., Speh Thomas W. Usingthe Balanced Scorecard to Measure Supply Chain Performance // Journal of Business Logistics. – 2000. – vol. 21. – № 1. – P. 75-93.
12. Gürdal Ertek, Ayfer Başar, Nihan Özşamlı, Alp Eren Akçay A taxonomy of logistics innovations // African Journal of Business Management [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.academia.edu/2202480/A_Taxonomy_Of_Logistics_Innovations.
13. Gunasekaran A., Patel C., McGaughey Ronald E. A Framework for Supply Chain Performance Measurement // International Journal of Production Economics. – 2012. – Vol. 136.– № 1. – P. 333-347.
14. Munksgaard K.B., Stentoft J. Arlbjørn, H. de Haas Exploring Supply Chain Innovation // Logistics Research. – 2011. – Volume: 3, Issue: 1. – P. 3-18.

УДК 658.64

Моргулець О.Б.
кандидат економічних наук,
доцент кафедри менеджменту сфери послуг, докторант
Київського національного університету технологій та дизайну

КЛІЄНТООРІЄНТОВАНА МОДЕЛЬ СЕРВІС-МЕНЕДЖМЕНТУ

У статті досліджено особливості управління сервісним підприємством у сучасних умовах господарювання. Розкрито сутність клієнтоорієнтованого підходу в управлінні підприємством. Запропоновано авторське уточнення дефініції понять сервіс-менеджмент та клієнтоорієнтованість, а також авторську модель сервіс-менеджменту на основі принципів клієнто-орієнтованості та процесного підходу. Охарактеризовано основні складові системи сервіс-менеджменту. Особливу увагу приділено таким складовим системи як формування позитивного клієнтського досвіду та споживчої лояльності.

Ключові слова: сервіс-менеджмент, клієнтоорієнтованість, клієнтський досвід, споживча лояльність, модель, сервісне підприємство.

Моргулец О.Б. КЛИЕНТООРИЕНТИРОВАННАЯ МОДЕЛЬ СЕРВИС-МЕНЕДЖМЕНТА

В статье исследованы особенности управления сервисным предприятием в современных условиях хозяйствования. Раскрыта сущность клиентоориентированного подхода в управлении предприятием. Предложены авторское уточнение дефиниции понятий сервис-менеджмент и клиентоориентированность, а также авторская модель сервис-менеджмента на основе принципов клиентоориентированности и процессного подхода. Охарактеризованы основные составляющие системы сервис-менеджмента. Особое внимание уделено таким составляющим системы, как формирование положительного клиентского опыта и потребительской лояльности.

Ключевые слова: сервис-менеджмент, клиентоориентированность, клиентский опыт, потребительская лояльность, модель, сервисное предприятие.

Morhulets O.B. CUSTOMER-ORIENTED MODEL OF SERVICE MANAGEMENT

The paper dwells on the features of service enterprises management in the modern business environment. The essence of a customer-oriented approach to an enterprise management has been revealed. The author has specified the definition of the concepts of both service and customer-oriented management. The service management model based on the principles of customer-oriented and process-based approach has been introduced. The main components of the service management system have been scrutinised. A particular attention has been paid to such components of the model as creating a positive customer's experience and loyalty.

Keywords: service management, customer, customer's experience, consumer's loyalty, model, service enterprise.

Постановка проблеми. Сервісне підприємство є складним комплексом матеріально-технічних, трудових, інформаційних, фінансових та інших ресурсів, призначених для задоволення широкого кола потреб. Різноманіття застосовуваних ресурсів передбачає пошук шляхів раціонального сполучення й використання їх для досягнення намічених цілей підприємства. Крім того, сьогодні конкурентний ринок пропонує дуже широкий спектр послуг і виділитися чи знайти свою особливу нішу підприємству дуже важко. Колишні методи боротьби за клієнтів вичерпали свій потенціал, а маркетингові стратегії орієнтовані на якість і оптимальну ціну не дають бажаного результату. Внаслідок цього з'явилася потреба ново-

го підходу до управління сервісним підприємством. Це, у свою чергу, викликає необхідність глибшого дослідження процесів функціонування і розвитку підприємств сфери послуг та розробки нової моделі сервіс-менеджменту на основі клієнтоорієнтованого підходу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Останнім часом питання розвитку теоретико-методичних засад сервіс-менеджменту активно досліджуються і висвітлюються в публікаціях, як зарубіжних так і вітчизняних видань. Серед опублікованих праць, що зробили певний внесок у розвиток сучасної концепції сервісного менеджменту, як основні можна виділити праці вітчизняних авторів: Н. Ведмідь; В. Куценка; О. Пащук; О. Решетняк та російських й інших зарубіжних: Т. Бурменко; В. Гордіна і М. Сущинської; М. Іванова; А. Саака і Ю. Пшеничних; Б. Чернишова; К. Лавлока; К. Гренрооса; Р. Нормана інших. Разом з тим, проблема все ж таки є новою і з огляду на незначну кількість вітчизняних наукових досліджень стверджувати про достатній рівень розвитку цієї проблематики буде передчасно.

Питанням клієнтоорієнтованості підприємств також присвячено чимало робіт в основному зарубіжних і подекуди вітчизняних авторів. До них можна віднести праці таких теоретиків та практиків у сфері менеджменту та маркетингу як В. Бусаркіну, М. Ваша, Т. Гоки, М. Джонсона, В. Кобзєву, А. Кулінича, С. Лосєва, О. Мальцевої, О. Новікова, Ф. Н'юелла, І. Патлах, Б. Рижковського, Р. Руднєва, М. Фузєєву, К. Харського, А. Херрманна, П. Черкашина, А. Юрчака. Незважаючи на свою популярність, поняття клієнтоорієнтованості не має стійкого наукового визначення й чіткої методики інтеграції його принципів у практику управління сервісним підприємством.

Сервіс-менеджмент є одним з найважливіших факторів функціонування та розвитку підприємства в умовах сучасної економіки. Цей процес повинен постійно удосконалюватися відповідно до потреб часу. Стрімкий розвиток сфери послуг привертає увагу не тільки підприємців, а й наукову спільноту. Проте здебільшого автори намагаються адаптувати класичну теорію менеджменту до загальних особливостей сервісної діяльності, враховуючи сучасні умови господарювання. Сьогодні цього недостатньо, змінилася сама парадигма управління, а тому виникла гостра потреба в розбудові теоретико-методичної бази сервіс-менеджменту, головною задачею якого є задоволення потреб споживачів.

Постановка завдання. Розвиток теоретико-методичних засад управління сервісним підприємством, розробка клієнтоорієнтованої моделі сервіс-менеджменту на основі процесного підходу.

Виклад основного матеріалу дослідження. Глобалізація ринків та інформаційна революція, лібералізація світової економіки, розвиток мобільних технологій та інформаційних мереж забезпечили для виробників дешеві персоналізовані канали комунікацій зі споживачами. Одночасно в споживачів з'явилася можливість отримувати доступ практично до будь-якої інформації в будь-який зручний для них час. У багатьох галузях виникли умови, близькі до моделі ідеальної конкуренції, більш значимою стала лояльність клієнта. Загострення конкурентної боротьби призвело до зниження цін на продукцію, зростання витрат на залучення покупців і, як наслідок, різке зниження прибутковості клієнтів. Основною можливістю збереження рентабельності бізнесу для багатьох підприємств стало підвищення інтенсивності споживання їхньої продукції (послуг) кожним з клієнтів, що призвело до необхідності підтримки довгострокових відносин з ними [1].

Таким чином, менеджмент підприємства змушений знову переорієнтовуватися формуючи нову управлінську парадигму. У свій час з товарооріентованого управління, ключовими об'єктами якого були технології і якість продукту менеджмент переорієнтувався на маркетинг, головну увагу якого займали конкуренти й інструменти швидкого просування і реалізації товару на ринку. Але сьогодні загальнодоступні виробничі і маркетингові технології більше не можуть забезпечити підприємству довгострокове лідерство, вони необхідні, але тільки їх уже не достатньо. Тепер важливо не просто створити продукт і знайти клієнтів, в яких підприємство відчуває реальну потребу, а й орієнтувати бізнес на зміцнення співробітництва з найбільш цінними з них.

Таким чином, сьогодні особливо затребуваними є перенесення акценту з процесу виробництва і якості товару (послуг) на зусилля по задоволенню потреб споживача, заміна товаро/маркетинговоорієнтованої стратегії підприємства на клієнтоорієнтовану, розробка дієвих алгоритмів побудови клієнтських відносин.

Сутність клієнтоорієнтованості підприємства можна виразити через характерні особливості цього підходу [1; 2]:

1. Глибоке розуміння своїх клієнтів. Припускає наявність в організації процесів розвиненої сегментації і таргетингу (маркетинговий механізм, що дозволяє виділити з усієї сукупної аудиторії тільки цільову, ту, яка відповідає заданим критеріям). Розуміння означає наявність процесів отримання регулярного зворотного зв'язку, налагодження постійного діалогу, що веде до розвитку довгострокових відносин, вимірювання рівня задоволеності і лояльності.

2. Орієнтація на утримання клієнтів. Оскільки збільшення частки ринку і залучення нових покупців коштує все дорожче, підприємствам вигідніше використовувати потенціал вже наявної клієнтської бази та забезпечувати зростання продажів за рахунок підвищення інтенсивності споживання своєї продукції існуючими клієнтами.

3. Індивідуальні комунікації з клієнтами. Для обліку персональних особливостей кожного споживача та формування більшої цінності продукту для нього, необхідно забезпечити особисту інтерактивну взаємодію між ним і підприємством. З розвитком інформаційних технологій рішення цього завдання стало можливим.

4. Співробітництво, засноване на відносинах, а не на продукті. Основою збереження і розвитку співробітництва між підприємством та його клієнтами є відносини, що формуються в результаті обслуговування (сервісу). Лояльні споживачі стали сприймати підприємство як носія певної ідеї (бренду), наділеної особливою для них цінністю.

5. Управління клієнтським досвідом. Споживча цінність – як пропозиція, як послуга, як відносини – не є ні панацеєю, ні чимось зафіксованим раз і назавжди. Вона завжди в динаміці і схильна до зовнішнього і внутрішнього негативного впливу. Тільки вимірюючи клієнтський досвід у різних точках дотику з підприємством, на різних етапах життєвого шляху і по різних каналах взаємодії, – можна бути впевненими, що клієнт дійсно отримує кращий досвід.

Таким чином, клієнтоорієнтованість є науковим підходом, що визначає сучасну концепцію управління підприємством, в основі якого лежать знання про

клієнтів та їхні потреби, що дозволяє формувати позитивний клієнтський досвід, споживчу лояльність, утримувати постійних і залучати нових клієнтів, за рахунок пропозицій, які об'єктивно враховують інтереси усіх сторін.

Менеджмент сервісного підприємства концептуально ґрунтується на відмінностях нематеріального виробництва від матеріального, особливостях функціонування системи сервісу та специфічності послуг як товару. Усвідомлення цих характеристик дає можливість представити сутність нової парадигми сервісного менеджменту виходячи з наступних концептуальних положень.

По-перше, необхідно усвідомити, що використання традиційних принципів менеджменту, заснованих на спеціалізації та поділі праці, є недостатнім для забезпечення ефективного менеджменту в сфері послуг. Сервісний менеджмент повинен базуватися на принципово іншій основі: робота в команді, міжфункціональне співробітництво, культура обслуговування, міжорганізаційне партнерство та довгострокова перспектива – є головними цінностями, властивими цій галузі науки.

По-друге, – орієнтація на клієнта. Це означає, що останній перебуває в центрі уваги підприємства, яке повинно прагнути якнайкраще зрозуміти тенденцію розвитку системи клієнтських переваг. З іншого боку, підприємство в певній мірі може впливати на поведінку споживача і споживчий ринок.

І *по-третє*, сутність сервісного менеджменту також визначає орієнтація на якість, яка також має вирішальне значення для менеджменту послуг, так як є запорукою сталої конкурентоспроможності та сприяє розвитку вітчизняних підприємств сфери обслуговування.

З огляду на вище викладене можна запропонувати уточнення дефініції поняття сервіс-менеджмент, – це сучасна система управління сервісним підприємством побудована на засадах клієнтоорієнтованості та інноваційного підходу до забезпечення якості обслуговування, формування позитивного клієнтського досвіду та лояльності споживача.

Взаємозв'язок основних елементів системи управління сервісним підприємством відображено в авторській моделі представленій на рисунку 1. Модель сервіс-менеджменту побудована на основі процесного підходу та принципів клієнтоорієнтованості підприємства.

Процес менеджменту сервісного підприємства розпочинається з ви-значення місії та встановлення цілей, які є підставою для розроблення системи заходів щодо їх досягнення та матеріального, фінансового і соціального забезпечення, за що відповідає функція планування. Для втілення планів необхідно мати певну організацію – процес, який забезпечуватиме їх виконання. Для отримання максимальної віддачі від працівників і забезпечення їхнього прагнення до покращення результатів потрібне мотивування, яке базується на вивченні потреб працівників і формуванні стимулів до праці. Контроль є функцією, яка забезпечує своєчасне корегування діяльності та/або планів у процесі виконання завдань та досягнення цілей. Оцінюючи результати діяльності керівництво прагне отримати факт підтвердження бажаного прогресу в розвитку підприємства.

Важливим для управління сервісним підприємством, що функціонує в сучасному інформаційному суспільстві є забезпечення процесів розвитку. Саме цей блок моделі визначає її оригінальність і складає наукову новизну розробки. До цих процесів повинно бути включено формування позитивного клієнтського досвіду та лояльності клієнта, генерація інновацій та вдосконалення послуг, популяризація послуг та самого підприємства через формування позитивного іміджу.

Позитивний досвід, отриманий споживачем в процесі обслуговування формує його лояльне ставлення до підприємства та забезпечує тривалий взаємозв'язок з ним. Наприклад, якщо споживач повністю задоволений якістю послуги конкретного підприємства, то при всіх незмінних факторах наступного разу він з великим ступенем імовірності зробить свій споживчий вибір на користь саме цього підприємства. У свою чергу, при виборі іншої послуги, що входить в асортимент підприємства, його сприятливе ставлення перенесеться і на новий продукт.

Термін «управління клієнтським досвідом» (Customer Experience Management) винайшов Бернд Шмітт, який у 2003 році охарактеризував його як «процес стратегічного управління досвідом взаємодії клієнта і компанії, пов'язаним з продуктом або компанією». CEM являє собою науку, методологію та/або процес всебічного управління досвідом клієнта на всіх стадіях його взаємодії з компанією, продуктом, брендом або послугою [3].

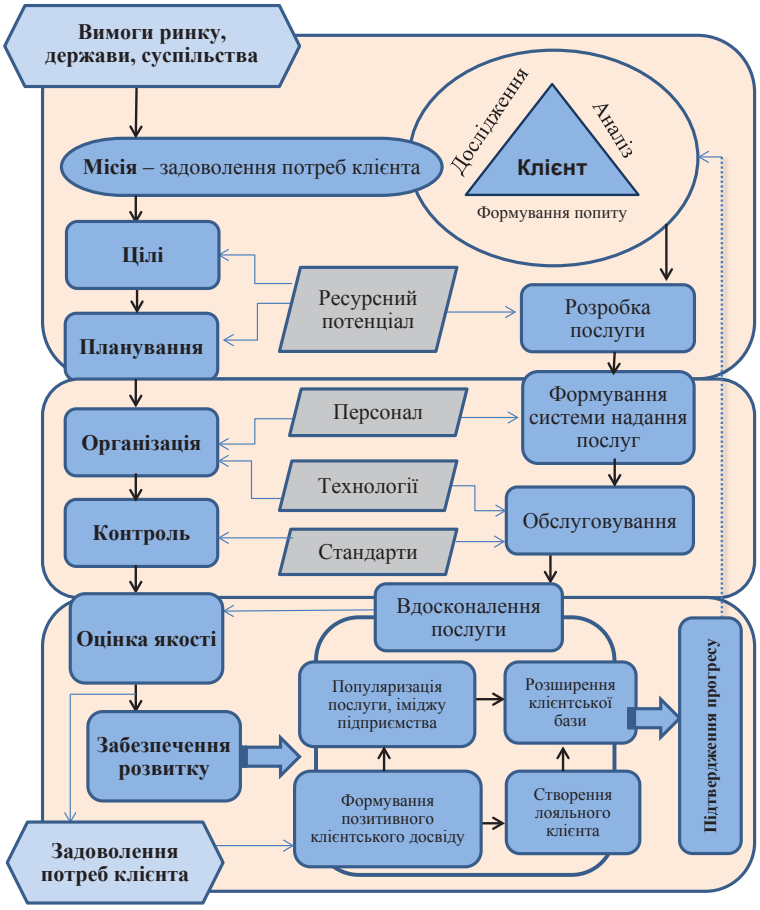


Рис. 1. Клієнтоорієнтована модель сервіс-менеджменту

Авторська розробка

Використовуючи методологію управління клієнтським досвідом підприємство здобуває ряд переваг, зокрема:

– формує клієнтський досвід, який вирізняє бренд підприємства з поміж інших і забезпечує виконання обіцяного на кожному етапі співпраці з клієнтом;

– надає можливість співробітникам постійно пропонувати клієнту унікальний і цінний досвіду на рівні найпростіших процесів на підприємстві;

– робить клієнтів настільки задоволеними, що вони купують тільки його послуги і радять підприємство своїм знайомим;

– включає в себе комплексну систему відстеження та вимірювання бізнес-результатів;

– приносить відчутний прибуток і дає високу рентабельність інвестицій, внаслідок поліпшення лояльності клієнтів і утримання співробітників [3].

Лояльність споживачів відображає позитивне ставлення клієнтів до діяльності підприємства та послуг, що ним надаються. Саме лояльності споживачів – їх сприятливе відношення до підприємства є фундаментом його стабільної і успішної діяльності.

Лояльність з'являється лише внаслідок взаємодії клієнта і підприємства. Навіть найяскравіший бренд та найпривабливіша рекламна пропозиція не здатні перетворити звичайного клієнта на лояльного, якщо вони не підкріплені конкретними діями направленими на формування тривалого позитивного взаємозв'язку. Практика показує, що наявність великої кількості лояльних і платоспроможних клієнтів може забезпечити ряд істотних переваг підприємству як в коротко, так і в довгостроковій перспективі.

У практиці обслуговування під лояльністю часто розуміють повторність придбання послуги, проте в економічній літературі лояльність частіше пов'язують з мірою задоволеності клієнта. Так у праці [4] зазначено, що лояльність з'являється тоді, коли споживач задоволений і не шкодує про витрачені гроші. Проте в [5] автор зазначає, що лояльний споживач – це завжди задоволений споживач, але задоволений споживач не завжди лояльний, хоча задоволеність клієнта – перший крок на шляху до формування його лояльності.

Зазначимо, що задоволеність послугою не ідентична лояльності споживача. Під задоволеністю клієнта слід розуміти сукупність суб'єктивних оцінок окремих характеристик підприємства та його продукту. Позитивна оцінка послуги підвищує задоволеність клієнта і відповідно силу наміру повторного придбання, але не визначає його повністю, оскільки воно залежить від прив'язаності клієнта до підприємства і загальної привабливості аналогічних послуг конкурентів.

Таким чином, задоволеність споживачів не обов'язково призводить до повторного придбання і збільшення продажів, вона є лише фундаментом для подальшого формування споживчої лояльності.

За оцінками спеціалістів, збільшення числа лояльних клієнтів на 5% в середньому може призвести до збільшення обсягів збуту на 100%. На залучення нового споживача окремі підприємства витрачають у 5–10 разів більше коштів, ніж на збереження уже існуючого. При цьому лояльний клієнт приносить у 11 разів більше прибутку [6; 7]. Отже, формування споживацької лояльності є вигідним для підприємства, проте потреби клієнта завжди мають бути найвищою цінністю.

Генерація інновацій та їх впровадження є фактором не тільки розвитку, а й умовою виживання. Забезпечення якості послуги та її постійне вдосконалення у відповідь на запити споживачів забезпечує конкурентоспроможність сервісного підприємства на ринку та розвиток у довгостроковій перспективі.

Існує сім категорій нововведень у сервісі [8], зокрема:

– головні нововведення в сфері обслуговування – нові основні послуги для нових ринків. Ці послуги зазвичай передбачають як нові характеристики, так і радикально нові атрибути або процеси;

– головні нововведення в процесі обслуговування – передбачають використання нових процесів (технологій) для надання базових послуг новими способами з додатковими вигодами;

– розширення асортиментної лінії – доповнення до поточної лінії додаткових послуг;

– розширення лінії процесу – передбачає використання нових способів обслуговування чи пропозицію більшої кількості зручностей існуючим клієнтам та/або залучення нових – тих, які вважають традиційний підхід непривабливим;

– додаткові нововведення в обслуговуванні – мають форму впровадження нових полегшувальних елементів послуги, що збільшують цінність базової послуги чи значно поліпшують додаткові послуги;

– удосконалення послуги – найпоширеніший тип нововведення, передбачає невеликі зміни в процесі надання послуги;

– зміна стилю – являє собою найпростіший тип нововведення, що не передбачає жодних змін у будь-якому процесі. Однак такі зміни часто досить помітні і можуть служити мотивацією як для сервісних службовців так і для клієнтів.

Усі елементи моделі сервіс-менеджменту синтезуються в механізмі. Зовнішні важелі механізму сервіс-менеджменту забезпечують функціонування керуючої підсистеми управління, ними, як правило, є ринкові регулятори (ціни, конкуренція, попит і пропозиція тощо), державне регулювання та зв'язки з іншими господарюючими суб'єктами. Внутрішніми важелями, які зумовлюють рух системи, є методи та інструменти управління, внутрішня нормативно-правова база та інформаційна система підприємства. Відсутність хоча б однієї із складових моделі знижує ефективність усього процесу сервіс-менеджменту.

Висновки з проведеного дослідження. Підводячи підсумок можна з упевненістю стверджувати, що сучасна система сервіс-менеджменту повинна бути орієнтованим на:

– максимальне задоволення потреб клієнтів шляхом надання йому якісних послуг;

– формування позитивного клієнтського досвіду, що формує споживчу лояльність і стимулює повернення клієнта;

– створення на підприємстві умов і можливостей для постійного вдосконалення сервісного продукту;

– формування позитивного іміджу підприємства, що забезпечить стабільність його функціонування.

У перспективі подальших розвідок у цьому напряму розробка методичної бази процесів забезпечення розвитку сервісного підприємства.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Лосев С.В. Принципы построения клиентоориентированной организации. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://referent. mubint.ru/8/6840.
2. Юрчак А. Как различить клиентоцентричную организацию: основные характеристики. Опубликовано 20.06.2012. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http//b2b-insight. management.com.ua.
3. Bernd H. Schmitt. Customer Experience Management: A

Revolutionary Approach to Connecting with Your Customers. – 2003. – 256 p. – ISBN: 978-0-471-23774-7.
4. Сысоева С., Нейман А. Как воспитать лояльность покупателей // Маркетолог. – 2004. – № 1(51). – С. 30-35.
5. Лопатинская И.В., Лояльность как основной показатель удержания потребителей банковских услуг // Маркетинг в России и за рубежом. – 2002. – № 3. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.dis.ru/library/market/ archive/ 2002/3/219.html.
6. Новоченко В.А. Взаимоотношения с клиентами – ключевой фактор успешности компании. [Электронный ресурс] – Режим доступу: http://www.cfin.ru/management/altconf2001/.
7. Наумова О.Е. Формування лояльності споживачів як стратегічний напрям менеджменту підприємства // Вісник Хмельницького національного університету. – 2011. – № 6. – Т. 4. – С. 171-174. [Електрон ресурс]. – Режим доступу: http://journals.khnu.km.ua/vestnik/pdf/ekon/2011_6_4/171-174.pdf.
8. Пащук О.В. Маркетинг послуг: стратегічний підхід: навч. посіб. / Пащук О.В. – К.: ВД «Професіонал», 2005. – 560 с. – ISBN 966-8556-47-X.
9. Ведмідь Н.І. Сервісне управління підприємствами курортно-рекреаційної сфери. Афтореф. дис. на здобуття наук. ступ. д.е.н. – К.: КНТЕУ, 2014. – 40 с.
10. Чернышев Б. Менеджмент в сервисной экономике: сущность и содержание // Проблемы теории и практики управления, № 4, 2004. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://vasilievaa.narod.ru/16_1_04.htm.

УДК 65.016:664.61

Мохонько Г.А.
кандидат економічних наук,
доцент кафедри менеджменту
Національного технічного університету України
«Київський політехнічний інститут»

Лівандовська А.О.
студент
Національного технічного університету України
«Київський політехнічний інститут»

ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ СТРАТЕГІЧНИМ ПОТЕНЦІАЛОМ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ ХЛІБОПЕКАРСЬКОЇ ГАЛУЗІ

У статті розглянуто сутність стратегічного потенціалу розвитку підприємства, визначені основні проблеми розвитку підприємств хлібопекарської галузі України. Проаналізовані підходи до управління стратегічним потенціалом розвитку та обґрунтовано застосування комплексного підходу, розглянуто принципові засади його формування. Виявлено основні переваги та недоліки використання комплексного підходу в управлінні стратегічним потенціалом розвитку підприємства хлібопекарської галузі.

Ключові слова: стратегічний потенціал розвитку, управління стратегічним потенціалом розвитку, підходи до управління,комплексний підхід до управління, хлібопекарська галузь.

Мохонько Г.А., Ливандовская А.О. ОСОБЕННОСТИ УПРАВЛЕНИЯ СТРАТЕГИЧЕСКИМ ПОТЕНЦИАЛОМ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ ХЛЕБОПЕКАРНОЙ ОТРАСЛИ

В статье рассмотрена сущность стратегического потенциала развития предприятия, определены основные проблемы развития стратегического потенциала предприятий хлебопекарной отрасли Украины, проанализированы подходы к управлению стратегическим потенциалом развития. Предложено применение комплексного подхода к управлению стратегическим потенциалом развития, описаны основные его составляющие и рассмотрены принципиальные основы его формирования. Выявлены основные преимущества и недостатки использования комплексного подхода в управлении стратегическим потенциалом развития предприятия хлебопекарной отрасли.

Ключевые слова: стратегический потенциал развития, управление стратегическим потенциалом развития, подходы к управлению, комплексный подход к управлению, хлебопекарная отрасль.

Mokhon'ko G.A., Livandovskaya A.O. FEATURES OF THE STRATEGIC POTENTIAL OF ENTERPRISES BAKING

The article deals with the essence of the strategic potential of enterprise development, the basic problem of the strategic potential of the baking industry of Ukraine, analyzed approaches to the management of strategic development potential. Suggested an integrated approach to the management of strategic development potential, it describes the basic components and reviewed the fundamental principles of its formation. The basic advantages and disadvantages of using an integrated approach in the management of strategic potential of enterprise development baking industry.

Keywords: strategic development potential, strategic management development potential, management approaches, integrated approach to the management, baking industry.

Постановка проблеми. В умовах сучасного економічного розвитку економіки України для будь-якого підприємства головним завданням залишається забезпечення розвитку його життєдіяльності. У таких складних умовах саме розробка, прийняття та реалізація підходів щодо управління стратегічним потенціалом розвитку потребує особливої уваги з боку керівництва. Ефективність реалізації цілей з розвитку стратегічного потенціалу значною мірою залежить від правильності вибору підходу до процесу прийняття управлінських рішень. Особливої значимості це питання набуває в умовах постійного браку кількості варіантів альтернативних рішень, часу, непередбачуваності наслідків від реалізації рішень, а також низької вірогідності правильного його розуміння та виконання колективом.

Основною тенденцією розвитку хлібопекарської галузі України останніми роками є укрупнення й концентрація виробництва, що дозволяє оптимізувати логістику, прискорити реконструкцію підприємств, знизити за рахунок «ефекту масштабу» собівартість

продукції і таким чином підвищити прибутковість виробництва. Через високу соціальну значущість продукції галузь постійно знаходиться під державним контролем, який фактично зводиться до адміністративного регулювання цін на хліб. Ігнорування дії об'єктивних економічних законів при розробленні цінової політики призвело до погіршення стану економічного, технічного та соціального розвитку підприємств галузі [1].

Важливе місце у вирішенні цих проблем займає адекватне управління стратегічним потенціалом розвитку хлібопекарських підприємств.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У науковій економічній літературі останнім часом приділяється значна увага стратегічному потенціалу розвитку підприємства. Різні аспекти проблеми дослідження управління стратегічним потенціалом розвитку підприємства знайшли своє відображення в працях багатьох вітчизняних і зарубіжних авторів. Зокрема, серед них можна виділити таких, як Ю.І. Башкатова, В.М. Приймак, Р.А. Фатхутдинов, О.А. Зайцева, А.А. Радугин, К.А. Радугин, Н.І. Рогачева, І.Є. Давидович, Н.А. Хрущ, С. Корпан, М.В. Желіховська, Р.Л. Дафт, Г.А. Саймон, М.В. Чабанна, О.Г Чувардинський, Е.Д. Дмитренко, Д.Є. Знак, В.О. Коюда, І. Хмеленко.

Не дивлячись на високий рівень доробок у цій сфері, ряд аспектів цієї актуальної проблеми залишаються недостатньо вивченими, зокрема не виявлені особливості управління стратегічного потенціалу розвитку підприємств хлібопекарських підприємств. Отже, дослідження в цій темі потребують поглибленого вивчення та узагальнення теоретичного матеріалу з приводу управління стратегічним потенціалом розвитку підприємства.

Постановка завдання. Метою даної статті є дослідження особливостей в управлінні стратегічним потенціалом розвитку підприємств хлібопекарської галузі. Для досягнення даної цілі передбачається розв'язання наступних задач: аналіз існуючих тлумачень управління стратегічним потенціалом розвитку підприємства; виявлення основних проблем розвитку стратегічного потенціалу підприємств хлібопекарської галузі України; узагальнення наукових підходів до управління стратегічним потенціалом розвитку; обґрунтування застосування комплексного підходу до управління стратегічним потенціалом розвитку підприємств хлібопекарської галузі.

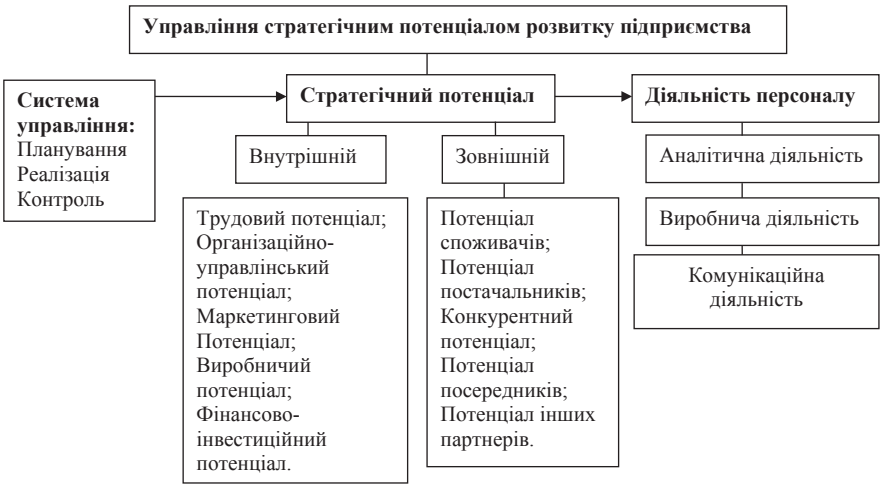


Рис. 2. Структура управління стратегічним потенціалом розвитку підприємства

Допрацьовано авторами [4]

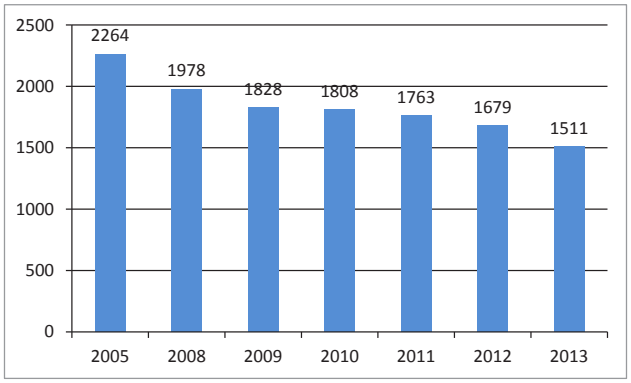


Рис. 1. Динаміка обсягу виробництва хлібобулочних виробів в Україні за 2013 рр., тис тонн

Розроблено на основі [2]

Виклад основного матеріалу дослідження. Серед галузей харчової промисловості України, що грають стратегічно важливу роль у агропромисловому та промисловому комплексах, важливе місце посідає хлібопекарська галузь, яка виробляє більше 2 млн т хліба та хлібо-булочних виробів на рік, не рахуючи здоби, сухарно-баранкових та борошняних кондитерських виробів.

Загальнодержавну тенденцію скорочення обсягів виробництва хліба та хлібобулочних виробів України можна побачити на рисунку 1. Серед основних причин скорочення обсягів виробництва, експерти називають: скорочення споживання, зміну смаків, демографічну ситуацію в країні та зростання обсягів виробництва хліба та хлібобулочних виробів, що забезпечується мініпекарнями, власним виробництвом супермаркетів та домашніх господарств.

Сучасні умови економічного середовища, в яких працюють хлібопекарські підприємства, характеризуються: загостренням конкуренції на ринку хліба та хлібобулочних виробів, державним регулюванням ціни, зниженням обсягів виробництва хліба та хлібобулочних виробів, суттєвим падінням прибутковості протягом останніх років. Встановлено, що одним із способів подолання зазначених негативних тенденцій є підвищення ефективності управління стратегічним потенціалом розвитку підприємства.

У своїй роботі С. Сутиріна визначає стратегічний потенціал розвитку підприємства як певним чином упорядковану відповідно до стратегічних напрямів розвитку сукупність ресурсів і резервів, яка дозволяє при їх комплексному використанні забезпечити реалізацію потенційних можливостей [3]. Б.І. Шелегеда вважає, що стратегічний потенціал розвитку підприємства це не тільки ресурси, а і можливості підприємства [4]. Вона зазначає, що стратегічний потенціал – це сукупність наявних ресурсів та можливостей для розробки і реалізації стратегії.

Зображена структура стратегічного потенціалу розвитку підприємства відображає процес управління ним та використання його елементів для досягнення підприємством поставлених цілей (рис. 2).

Аналіз тлумачення «управління стратегічним потенціалом розвитку» вітчизняними та зарубіжними науковцями (табл. 1) дозволило нам сформувати власне бачення даної дефініції як процесу прийняття і здійснення управлінських рішень, спрямованих на оцінку і реалізацію можливостей вдосконалення потенціалу підприємства з метою створення нової вартості й забезпечення стратегічного розвитку підприємства.

Основними проблемами розвитку стратегічного потенціалу підприємств хлібопекарської галузі України є [8]: нерегульованість ринку зерна та борошна; неефективна державна політика регулювання галузі, яка базується на адміністративному стримуванні цін на хлібу наслідок чого відбувається різке зниження рентабельності та чистого прибутку підприємств галузі; випереджаюче зростання цін на борошно та паливно-енергетичні ресурси при адміністративному стримуванні цін на хліб, внаслідок чого відбувається стійке зниження рентабельності хлібозаводів; незадовільна якість борошна, яка не відповідає вимогам хлібопекарського виробництва; значне скорочення обсягу виробництва хлібобулочних виробів; низька ступень використання виробничих потужностей (30-40%); недостатній захист споживачів хлібобулочних виробів від неякісної продукції; значний фізичний та моральний знос основного обладнання хлібозаводів (70-80%); відсутність фінансування та єдиної скоординованої технічної політики в питаннях створення хлібопекарського обладнання; фактична відсутність затвердженої державної програми розвитку галузі, яка б гарантувала якість та безпеку споживання хлібобулочних виробів та ін.

У процесі проведення дослідження наукової літератури нами було виділено основні сучасні підходи, які, за висновками науковців, найчастіше використовуються під час управління стратегічним потенціалом розвитку на підприємствах (табл. 2).

Хліб та хлібобулочні вироби, які виробляються в Україні, повинні відповідати встановленим національним стандартом України показникам якості і безпеки. Цей стандарт поширюється на такі основні види соціального хліба як хліб, який виробляється із житнього обойного, обдирного, сіяного борошна чи із суміші різних сортів житнього та пшеничного борошна, з використанням іншої сировини. Вимоги цього стандарту є обов'язковими для господарюю-

Таблиця 1

Сутність поняття «управління стратегічним потенціалом розвитку»

п/п	Автор	Коротка характеристика	Управлінський підхід
1	В.І. Довбенко [5]	Процес управління стратегічним потенціалом підприємства становить систему, на вході якої знаходиться весь масив доступної інформації про стан, тенденції та перспективи зовнішньоекономічних зв'язків підприємства, який піддається багатоетапній обробці з метою отримання на виході управлінського рішення, у формалізованому вигляді становить програму заходів щодо оптимізації того чи іншого аспекту розвитку стратегічного потенціалу.	Системний
2	О.О. Колесніков [6]	Управління стратегічним потенціалом є цілеспрямованим впливом на виробничий колектив і окремих працівників з метою планування, організації і координації їх дій для досягнення оптимальних результатів при здійсненні стратегічної діяльності підприємства при оптимальному використанні наявних ресурсів.	Функціональний
3	В.В. Пастухова [7]	Управління стратегічним потенціалом зводиться до впливу на внутрішні елементи і варіювання ними з метою підвищення конкурентоспроможності на окремо взятому ринку. Процес управління стратегічним потенціалом промислового підприємства є особливим видом професійної діяльності, спрямованої на досягнення організації оптимальних результатів від експортно-маркетингової діяльності на основі розумного використання матеріальних трудових, фінансових, інформаційних та організаційних ресурсів, застосування різноманітних принципів, функцій і методів економічного стимулювання.	Ресурсний

Таблиця 2

Підходи до управління стратегічним потенціалом розвитку підприємства [7]

№	Підходи	Сутність
1	Системний	один зі спеціальних способів наукового дослідження, за яким досліджуваний об'єкт розчленовують на елементи, що розглядають в єдності, тобто як систему.
2	Комплексний	це вираховування технічних, екологічних, економічних, організаційних, соціально-психологічних та інших аспектів управління та їх взаємозв'язок.
3	Функціональний	управління підприємством виступає у виді набору функцій, а управління діяльністю здійснюється за структурними елементами (відділами, секторами).
4	Процесний	передбачає, що процес прийняття управлінських рішень має бути спрямований на здійснення управлінських функцій, до яких належать планування, організація, координація, мотивація та контроль.
5	Виробничий	орієнтований на постійне поновлення виробництва товару для задоволення потреб конкретного ринку з меншими, у порівнянні із найкращим аналогічним об'єктом на даному ринку, сукупними витратами на одиницю корисного ефекту.
6	Поведінковий	основною ціллю цього підходу є підвищення ефективності фірми за рахунок підвищення ефективності її людських ресурсів.
7	Ситуаційний	концентрується на тому, що прийняття управлінських рішень відбувається на основі різних методів управління та залежно від ситуації.
8	Інтуїтивний	вибір зроблено на основі відчуття (без логічного промірковування) того, що він правильний.

чих суб'єктів (підприємств, установ, організацій незалежно від форми власності) та громадян-суб'єктів підприємницької діяльності на території України. Загальні вимоги щодо безпечності та якості продукції викладено в [9].

Численні вимоги якості та безпеки хліба включають у себе: вимоги, що стосуються загальних технічних вимог виготовлення хліба, органолептичних показників якості, фізико-хімічних показників якості, рівня токсичних елементів, мікотоксинів та радіонуклідів у хлібі, вимог якості до сировини та матеріалів, вимог до пакування та маркування, вимог безпеки при виробництві, охорони довкілля, вимог до дотримання правил приймання партій хліба, вимоги до методів контролювання якості та безпеки хліба, дотримання правил транспортування та зберігання і дотримання гарантій виробника.

Зважаючи на вплив численних вимог до показників якості та безпеки хліба для хлібобулочної галузі доречним буде застосування комплексного підходу до управління стратегічним потенціалом розвитку підприємства, який дозволяє дотримуватися вимог національного стандарту України з якості та безпеки хліба а також детально проаналізувати проблеми управління по кожному стратегічному потенціалу підприємства, що забезпечує їх взаємне погодження та інтеграцію і дозволяє отримати найбільш бажаний кінцевий результат при мінімізації негативних чинників.

У практичній технології ідея цілісності управлінського процесу реалізується шляхом комплексного підходу. Комплексність – це єдність цілей, завдань, змісту, методів і форм управлінського впливу та взаємодії. Комплексний підхід до управління виконує одночасно декілька функцій [10]:

1) орієнтує побудову системи управління на цілісний розвиток підприємства;

2) сприяє всебічному розвитку підприємства, який є результатом комплексного вирішення управлінських завдань;

3) сприяє гармонійному розвиткові підприємства шляхом здійснення єдності і взаємозв'язку всіх напрямів сучасного управління, їх певного співвідношення і супідрядності;

Комплексність управління стратегічним потенціалом передбачає визначення основних напрямів стратегії розвитку на основі інтеграції виробничої, маркетингової, трудової, фінансово-інноваційної та організаційно-управлінської складової діяльності підприємства.

Рис. 3. Комплексна система управління стратегічним потенціалом розвитку підприємства хлібобулочної галузі

Допрацьовано авторами [10]

Комплексна система управління стратегічним потенціалом розвитку хлібобулочного підприємства наведена на рисунку 3. Процес управління стратегічним потенціалом розвитку хлібобулочного підприємства з точки зору комплексного підходу до управління передбачає: визначення місії та стратегічних цілей підприємства; аналіз зовнішнього та внутрішнього середовища; оцінка стратегічного потенціалу за локальними складовими; оцінка ефективності управління стратегічним потенціалом розвитку за локальними складовими; оцінка можливостей вдосконалення управління стратегічним потенціалом розвитку по кожному локальному потенціалу підприємства на базі найефективнішої альтернативи; реалізація стратегії розвитку стратегічного потенціалу; інтегральні показники ефективності управління стратегічним потенціалом розвитку підприємства; стратегічні зміни для досягнення цілей підприємства; створення нової вартості для забезпечення розвитку підприємства.

Основними перевагами комплексного підходу в управлінні стратегічним потенціалом розвитку підприємств хлібобулочної галузі є ефект синергії за рахунок детального аналізу проблеми та розвитку одночасно в комплексі декількох потенціалів підприємства.

Недоліками комплексного підходу є складність його застосування в зв'язку із потребою врахування усіх аспектів діяльності підприємства а також значна його вартість та тривалість.

Комплексний підхід до управління вимагає певних змін на рівні кожного локального потенціалу розвитку підприємства, пов'язаних у першу чергу з формуванням оптимальної структури стратегічного потенціалу, забезпеченням мінімізації витрачених ресурсів на основі максимального використання власних резервів, зниженням ресурсо-витрат і застосування ресурсозберігаючих технологій, появою потреби в перекваліфікації і розвитку персоналу.

Висновки з проведеного дослідження. Проведене дослідження дозволяє зробити наступні висновки:

1. Виявлено основні проблеми розвитку стратегічного потенціалу підприємств хлібопекарської галузі України: випереджаюче зростання цін на борошно та паливно-енергетичні ресурси при адміністративному стримуванні цін на хліб; незадовільна якість борошна, яка не відповідає вимогам хлібопекарського виробництва; значне скорочення обсягу виробництва хлібобулочних виробів; значний фізичний та моральний знос основного обладнання хлібозаводів (70-80%); фактична відсутність затвердженої державної програми розвитку галузі, яка б гарантувала якість та безпеку споживання хлібобулочних виробів та ін.

2. Виділено основні сучасні підходи, які, за висновками науковців, найчастіше використовуються під час управління стратегічним потенціалом розвитку на підприємствах: системний, комплексний, функціональний, процесний, виробничий, поведінковий, ситуаційний, інтуїтивний.

4. Зважаючи на вплив численних вимог до показників якості та безпеки хліба для хлібобулочної галузі обґрунтовано використання комплексного підходу до управління стратегічним потенціалом розвитку підприємства, який дозволяє дотримуватися вимог національного стандарту України з якості та безпеки хліба а також детально проаналізувати проблеми управління по кожному стратегічному потенціалу підприємства, що забезпечує їх взаємне погодження та інтеграцію і дозволяє отримати найбільш бажаний кінцевий результат при мінімізації негативних чинників.

Перспективи подальших досліджень можуть бути пов'язані з методикою оцінювання запропонованої схеми комплексного підходу управління стратегічним потенціалом розвитку підприємства хлібопекарської галузі.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Плотнікова М.Ф. Стратегічні орієнтації підприємств хлібопекарської промисловості / М.Ф Плотнікова, В.В. Мосейчук // Економіка АПК. – Київ: – 2007. – № 12. – С. 45.
2. Офіційний сайт Державної служби статистики України [Електронний ресурс] / Режим доступу: http://www.ukrstat.gov.ua.
3. Сутиріна С. Визначення місця стратегічного потенціалу в управлінні підприємством / С. Сутиріна // Економіст. – 2007. – № 2. – С. 45-47.
4. Шелегеда Б.І. Стратегічне управління потенціалом підприємства: монографія / Б.І. Шелегда, Н.В. Касьянова, А.Я.Берсуцький. – Донецьк: ДонУЕП. – 2006. – 219 с.
5. Довбенко В.І. Потенціал і розвиток підприємства: навч. Посібник / В.І. Довбенко, В.М. Мельник. – 2-ге вид., випр. ідоп. – Львів: Видавництво Львівської політехніки. – 2011. – 232 с.
6. Колесніков О.О. Управління стратегічним потенціалом підприємства: автореф. дис. на здобуття наук, ступеня канд. екон. наук: спец. 08.06.01 «Економіка, організація і управління підприємством». – Харків: – 2005. – 18 с.
7. Пастухова В.В. Стратегічне управління підприємством: філософія, політика, ефективність: моногр. – К.: Київ. нац. торг.-екон. Ун-т. – 2002. – 302 с.
8. Васіна К. Загальна характеристика ринку хліба та хлібопродуктів України [Електронний ресурс] / Режим доступу: http://www.credit–rating.ua/ua/analytics/analytical–articles/12894.
9. Держспоживстандарт України / Хліб та хлібобулочні вироби. Основні положення. / [Електронний ресурс] / Режим доступу: http://nasha–pekarnia.ua/site/files/dstu_4582_2006.pdf.
10. Ігнатьєва І.А. Методологічні основи стратегічного управління підприємством: автореферат дисертації на здобуття наукового ступеня доктора економічних наук. – Київ: – 2006. – 45 с.

УДК 658.512.3

Партин Г.О.
кандидат економічних наук,
професор кафедри фінансів
Національного університету «Львівська політехніка»

Мукан А.Р.
магістр
Національного університету «Львівська політехніка»

РИЗИКИ АУТСОРСИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ БУДІВЕЛЬНИХ ОРГАНІЗАЦІЙ

Стаття присвячена виявленню основних ризиків, які притаманні будівельній організації при співпраці із аутсорсером. Проведена систематизація та класифікація ризиків. Наведено переваги та недоліки співпраці із аутсорсером, та методику визначення обсягу релевантних витрат і втрачених вигід при співпраці із аутсорсером.

Ключові слова: аутсорсинг, ризики аутсорсингу будівельної організації, елементи ризику аутсорсингової діяльності, класифікація ризиків аутсорсингової діяльності, релевантні витрати, втрачені вигоди.

Партын Г.О., Мукан А.Р. РИСКИ АУТСОРСИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СТРОИТЕЛЬНЫХ КОМПАНИЙ

Статья посвящена выявлению основных рисков которые характерны строительной организации при сотрудничестве с аутсорсером. Проведена систематизация и классификация рисков. Приведены преимущества и недостатки сотрудничества с аутсорсером, и методика определения объема релевантных затрат и потерянных выгод при сотрудничестве с аутсорсером.

Ключевые слова: аутсорсинг, риски аутсорсинга строительной организации, элементы риска аутсорсинговой деятельности, классификация рисков аутсорсинговой деятельности, релевантные затраты, упущенные выгоды.

Partyn H.O., Mukan A.R. RISKS OF OUTSOURCING IN CONSTRUCTION COMPANIES

The article focuses of detection of the key risks of construction companies in cooperation with outsourcers. The risks have been classified and systematized. Pros and cons of cooperation with outsourcers have been described, as well as the procedure of establishment of the volume of relevant costs and lost benefits in cooperation with an outsourcer.

Keywords: outsourcing, outsourcing risks of a construction company, elements of risk of outsourcing, classification of risks of outsourcing, relevant costs, lost benefits.

Постановка проблеми. Інтеграційні процеси у світову економіку та необхідність підвищення загального рівня конкурентоспроможності вітчизняних будівельних підприємств вимагає пошуку нових інструментів ефективного управління бізнес-процесами. Одним з таких інструментів є аутсорсинг. Використання аутсорсингу надає підприємству цілий ряд переваг, серед яких можливість зниження витрат та зосередження на виконанні стратегічних функцій, на основі передачі другорядних аутсорсеру. Таким чином підприємство замовник оптимізує свої витрати, організаційну структуру та систему управління, що у свою чергу сприяє підвищенню його прибутковості та конкурентоспроможності на ринку.

Особливо актуальним є питання використання аутсорсингових послуг вітчизняними будівельними організаціями. Це зумовлено широким спектром та значною витратомісткістю виконуваних ним робіт. Статистичні дані засвідчують, що за останні роки в галузі будівництва зростає частка збиткових підприємств, яка в 2013 році становила 52,4%. Відтак, передача аутсорсеру окремих функцій чи бізнес-процесів сприятиме зниженню рівня витрат, скороченню термінів виконання будівельно-монтажних робіт, підвищенню ефективності господарської діяльності та покращенню фінансових результатів будівельної організації.

Незважаючи на те, що аутсорсинг позитивно впливає на якісні та кількісні показники підприємства, йому притаманні певні ризики. Тому окреслення основних ризиків, а також їх ідентифікація, оптимізація та регулювання є важливим завданням стратегічного розвитку будівельних організацій.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Розробці теоретичних основ ризиків аутсорсингової діяльності присвячені праці вітчизняних та зарубіжних науковців таких, як А.Г. Загородній, І.В. Омарова, В.В. Вітлінський, Т.Н. Рибіна, Т.А. Мароховська [1, с. 44; 2, с. 90]. Такі автори, як О.П. Логвінова, К.О. Спірідонова, І.В. Поповиченко досліджували ризики аутсорсингу з метою формування системи заходів, спрямованих на їх мінімізацію [3; 4, с. 160; 5, с. 181]. Отже, в літературних джерелах висвітлено теоретичні основи ризиків аутсорсингу, однак недостатньо проаналізовано їх формування залежно від етапу реалізації договору між будівельною організацією та аутсосером.

Постановка завдання. Мета дослідження полягає у визначенні основних ризиків, які притаманні будівельній організації під час співпраці з аутсорсером, їх характеристика та аналізування.

Виклад основного матеріалу дослідження. Аутсорсинг – це інструмент управління виробничо-господарською діяльністю підприємства, який передбачає передачу на використання сторонній організації частини як основних, так і другорядних функцій на основі укладеного контракту та за певну платню, що зумовлює оптимізацію підприємницької діяльності, і спрямований на підвиищення конкурентоспроможності суб'єкта господарювання на ринку [1, с. 24].

Аутсорсинг сприяє впровадженню інновацій і покращенню інтеграційних зв'язків вітчизняних підприємств як у межах країни, так і поза нею, без чого сьогодні неможливо забезпечити ефективність господарської діяльності. Підприємства можуть використовувати різні види аутсорсингу, зокрема такі як ІТ-аутсорсинг, аутсорсинг бізнес-процесів, виробничий аутсорсинг тощо [6]. Це зумовлює формування на підприємстві особливого виду діяльності – аутсорсингової діяльності, що пов'язана з плануванням і реалізацією аутсорсингу і виникає в процесі взаємодії з одним чи декількома аутсорсерами задля досягнення поставленої мети.

У сучасних умовах розвитку капітального будівництва, важко уявити будівельну компанію, яка б не передавала частини виробничих функцій на виконан-

ня субпідрядним організаціям, що за своєю сутністю є різновидом аутсорсингу. У міру зростання переліку видів і обсягу виконуваних робіт зростає важливість забезпечення ефективності аутсорсингової діяльності, яка в будівельних організаціях стає обов'язковим елементом системи управління.

Застосування аутсорсингу, як будь-якого організаційно-управлінського рішення передбачає обґрунтування доцільності його використання, визначення загального обсягу витрат, строку використання, а також ефекту від його впровадження.

У процесі виконання аутсорсингової угоди між замовником та аутсорсером можуть виникати певні ризики, що полягають у відхиленні фактичного значення показників від планового зумовленого рядом чинників, таких як настання непередбачуваних випадкових подій та явищ, обмеженість і недостовірність інформації чи її деформація, некомпетентність персоналу, виникнення форс-мажорних обставин тощо. Все це може призвести до невиконання чи неефективного виконання аутсорсингової угоди.

Відтак під ризиками аутсорсингової діяльності будівельної організації розуміємо ймовірність отримання нею збитків чи втрат у результаті передачі певних функцій на виконання аутсорсеру.

Для кращого розуміння сутності ризику аутсорсингової діяльності виділимо основні його елементи: об'єкт, суб'єкт та джерело.

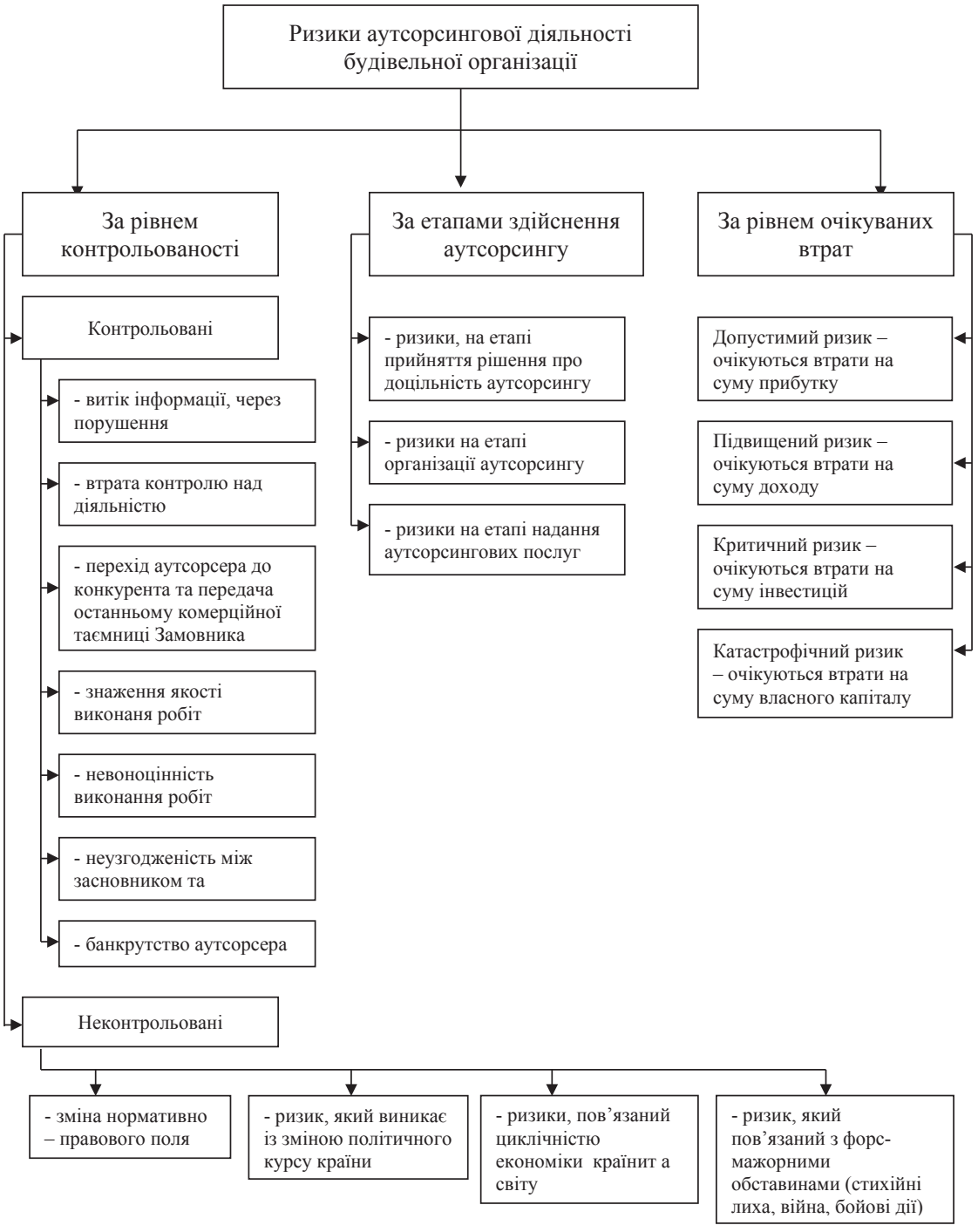


Рис. 1. Класифікація ризиків аутсорсингової діяльності будівельної організації

Власна розробка авторів на основі [9; 10; 11]

Об'єктом ризику аутсорсингової діяльності є система економічних відносин між будівельною організацією та аутсорсером, ефективність та умови функціонування якої наперед точно невідомі. Суб'єктами ризику є підприємство – замовник та аутсорсер, які зацікавлені в досягненні оптимальних результатів управління ризиком та приймають рішення щодо об'єктів ризику. До джерел ризику належать чинники (явища, процеси), які породжують невизначеність або конфліктність результатів здійснення аутсорсингової діяльності [7; 8].

Звичайно, що повністю уникнути ризику неможливо, однак його можна мінімізувати, шляхом ідентифікації, оцінювання та регулювання. Управління ризиками, з якими може стикатись будівельне підприємство здійснюючи аутсорсингову діяльність передбачає систематизацію їхніх видів (рис. 1).

Процес використання аутсорсингу зумовлює виокремлення груп ризиків, які притаманні кожному з етапів його реалізації. Тому доцільно виділити стадії впровадження аутсорсингу та ризики, які характерні кожній із них.

Слід зазначити, що поява одних ризиків зумовлює виникнення інших. Особливою групою ризиків є неконтрольовані ризики. Оскільки в будівельної організації відсутні інструменти та важелі впливу на них, ця група ризиків потребує додаткової уваги. Не є секретом, що від політичної ситуації в країні та макроекономічних показників залежить стан галузі будівництва загалом. Не менш важливу роль в аутсорсинговій діяльності будівельних організацій відіграє правове поле, яке може сприяти залученню додаткових інвестицій у галузь, або навпаки – їх скороченню. Непередбачувані зміни в нормативно-правовому регулюванні можуть призвести до появи нових ризиків та збитків будівельної організації. Мінімізація ризиків, які виникають на макрорівні, практично не можлива за рахунок заходів, які впроваджуються на мікрорівні окремим суб'єктом господарювання.

Все це зумовлює гальмування розвитку аутсорсингової діяльності, зокрема в галузі капітального будівництва. Для вирішення цієї проблеми потрібно систематизувати та уніфікувати інструменти правового регулювання аутсорсингу, а будівельним організаціям розробити заходи для адаптації своєї діяльності до впливу таких ризиків.

Інша група ризиків, негативний вплив яких може зумовити погіршення фінансового стану будівельної організації, виникнення збитків, а також її банкрутство – це так звані контрольовані ризики. Ключовою відмінністю цієї групи ризиків є те, що будівельна організація за допомогою системи заходів може їх виявити, оцінити та мінімізувати.

Попереджувальними заходами в зазначеній ситуації можуть бути:

– вимога до аутсорсера щодо представлення ним усього переліку дозволів та ліцензій, які дають йому право надавати послуги аутсорсингу;

– ретельне вивчення умов договору аутсорсингу;

– конкретизація та деталізація будівельною організацією завдань, які ставляться перед аутсорсером;

– проведення систематичного контролю за якістю виконання робіт аутсорсером.

Будівельна компанія, яка здійснює обґрунтування доцільності застосування аутсорсингу має окреслити його переваги та недоліки в управлінні окремими бізнес-процесами. Чинниками формування ризиків у цій ситуації можуть бути: некомпетентність експертів та спеціалістів щодо об'єктивного оцінення сильних і слабких сторін будівельної організації у виконанні функцій, які планувалось передати на аутсорсинг, або ж навпаки, завищення переваг аутсорсера.

Після прийняття рішення про доцільність застосування аутсорсингу, перед будівельною організацією постає наступне завдання – вибір постачальника (виконавця робіт) [12]. На цьому етапі ефективність аутсорсингу буде залежати від впливу таких ризиків, як:

- недостатня кваліфікація працівників аутсорсера, що можуть виявитись без відповідних теоретичних, методичних та практичних навиків і знань. Так, неналежна якість проектування та виконання геодезичних робіт може призвести до пошкодження, а в гіршому випадку і до руйнування об'єкту будівництва.

- недостатній рівень зосередження аутсорсера на виконанні поставлених перед ним завдань. Враховуючи те, що замовників у нього може бути декілька і обсяг виконуваних ним робіт – значний, виникає ймовірність виробничого браку, або ж низької якості надання послуг.

Особливим ризиком аутсорсингової діяльності будівельної організації є ризик банкрутства аутсорсера. Виходячи з того, що будівництво є капіталомісткою галуззю із тривалим операційним та фінансовим циклом, будь-які відхилення від планових показників можуть зумовити зниження прибутковості, або навіть – збитковість будівельної компанії. Банкрутство аутсорсера вимагає від будівельної організації пошуку нового виконавця робіт. В окремих випадках це потребує значних затрат сил, коштів та часу і, як правило є причиною погіршення фінансових результатів діяльності будівельної організації.

Ще однією важливою групою ризиків аутсорсингової діяльності є ризики неправильного визначення обсягу релевантних витрат, втрачених вигід при співпраці із аутсорсером. Для прикладу, будівельна фірма «Промбудеко» приймає рішення про самостійне виробництво цегли, шляхом формування окремого виробничо-організаційного підрозділу в с. Зимна Вода, або ж співпраці із постачальником ПрАТ «Вістовицька кераміка». Для прийняття рішення необхідно: визначити релевантну виробничу собівартість цегли будівельної та здійснити диференційний аналіз витрат.

Планова потреба цегли для будівництва двопід'їздного п'ятнадцятиповерхового будинку становить 1,5 млн шт.

Складові собівартості виготовлення цегли наведено в таблиці 1. ПрАТ «Вістовицька кераміка» пропонує цеглу будівельну повнотілу (упаковану у піддонах по 500 шт.) марки М – 150 за 2,3 грн/шт.

Таблиця 1

Калькуляція собівартості виробництва цегли будівельної М – 150 власними силами будівельної організації

№ п/п	Стаття витрат	Сума, грн.
1	Прямі матеріальні витрати	1
2	Прямі витрати на оплату праці	0,5
3	Інші прямі виробничі витрати	0,4
4	Змінні загальновиробничі витрати	0,2
5	Постійні загальновиробничі витрати	0,3
	Разом витрат	2,4

Релевантні та диференційні витрати за умови альтернативи: виготовляти цеглу власними силами чи купувати в постачальника представимо в таблиці 2.

Таблиця 2

Релевантні та диференційні витрати при прийнятті рішення про передачу на аутсорсинг виробництва цегли будівельної

Показники	Витрати на одиницю, грн.	Релевантні витрати на одиницю, грн.	
		виготовляти	купувати
1. Прямі матеріальні витрати	1	1	
2. Прямі витрати на оплату праці	0,5	0,5	
3. Інші прямі виробничі витрати	0,4	0,4	
4. Змінні загальновиробничі витрати	0,2	0,2	
5. Постійні загальновиробничі витрати	0,3		
6. Вартість придбання цегли будівельної М – 150 у постачальника	2,3		
Разом релевантних витрат		2,1	2,3
Диференційні витрати		0,2 (2,3-2,1)	

Результати проведеного аналізу свідчать, що релевантна виробнича собівартість цегли будівельної М – 150 (далі – цегли) становить 2,1 грн, що на 0,2 грн менше від витрат на її придбання. Диференційні витрати підприємства на цеглу для будівництва будинку становлять: 300000 грн (0,2 грн*1,5 млн) Тому будівельній компанії «Промбудеко» вигідніше виготовляти цеглу самостійно.

Однак, при остаточному прийнятті рішення щодо передачі на аутсорсинг функцій чи бізнес-процесів доцільно враховувати втрачену вигоду.

За умови, що будівельна організація, не буде виробляти самостійно цеглу , а звільнені площі та територію здасть в оренду й буде отримувати орендну плату в сумі 35000 грн/міс. Сукупні витрати, пов'язані з прийняттям рішення можна визначити за формулою:

$$Вс = Вр+Вт, \quad (1)$$

де Вс – сукупні релевантні витрати; Вр – реальні релевантні витрати; Ви – сума втраченої вигоди.

Розрахунок сукупних витрат під час прийняття рішення щодо передачі виробництва цегли аутсорсеру та здачі вільних площ в оренду наведено у таблиці 3.

Таблиця 3

Розрахунок сукупних релевантних витрат при прийнятті управлінського рішення щодо передачі на аутсорсинг виробництва 1,5 млн од. цегли будівельної М–150

Види витрат	Сума релевантних витрат при альтернативі	
	виготовляти	купувати
1. Реальні релевантні витрати	2,1*1,5 млн. = 3,15 млн. грн.	2,3*1,5 млн. грн. = 3,45 млн. грн.
2. Втрачена вигода	0,035 млн.грн.*12= 0,42 млн. грн.*	
3. Сукупні релевантні витрати	3,57 млн. грн.	3,45 млн. грн.

Отже, з врахуванням втраченої вигоди ефективнішим для підприємства є варіант відмови від виготовлення цегли, співпраця з аутсорсером ПрАТ «Вістовицька кераміка» та здача звільнених площ в оренду.

Аутсорсингова діяльність будівельної організації пов'язана також з ризиком розповсюдження конфіденційної інформації. Як вже зазначалось, аутсорсер може співпрацювати із декількома клієнтами. Не виняток, що вони можуть бути конкурентами будівельної організації, і аутсорсер, з метою власної вигоди може використати конфіденційну інформацію при роботі з іншими замовниками.

Різні групи ризиків можуть виникати на кожному етапі впровадження аутсорсингу та виконання аутсорсингового договору. Тому своєчасне врахування їх на попередньому етапі знизить ймовірність їх настання в майбутньому.

Висновки з проведеного дослідження. Співпраця будівельної організації із аутсорсером надає ряд переваг, які забезпечують зниження рівня витрат, покращення якісних та кількісних показників будівельної продукції, підвищення прибутковості і як наслідок конкурентоспроможності на ринку. Аутсорсингова діяльність будівельної організації має передбачати обґрунтування доцільності застосування аутсорсингу, планування очікуваного рівня витрат, прибутку, контроль і аналізування отриманих результатів. На кожному етапі реалізації аутсорсингового договору виникають притаманні йому специфіці ризики. З метою їх мінімізації підприємство-замовник має розробити ефективну систему управління ризиками, яка передбачає їх ідентифікацію, оцінювання та контроль.

Перспективи подальших досліджень полягають у визначенні кількісної оцінки ризиків аутсорсингової діяльності будівельної організації, тобто величини збитків та втрат, які виникають при негативному впливі непередбачуваних подій за умови передачі аутсорсерові на виконання певних функцій чи бізнес-процесів.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Загородній А.Г. Аутсорсинг та його вплив на витрати підприємства / А.Г. Загородній, Г.О. Партин // Фінанси України. – 2009. – № 9(166). – С. 87-97.
2. Омарова Н.Ю. Основные причины и преимущества внедрения аутсорсинга на предприятиях агропромышленного комплекса / Н.Ю. Омарова // Современные наукоемкие технологии. – 2008. – № 4 – С. 180-182.
3. Логвінова О.П. Чинники ризику у логістичному аутсорсингу [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://intkonf.org/logvinova-op-chinniki-riziku-u-logistichnomu-autsorsingu/ – Заголовок з екрану.
4. Спірідонова К.О. Оцінка доцільності впровадження механізму аутсорингу для будівельного підприємства [Текст] / К.О. Спірідонова // Вісник Донецького національного університету економіки і торгівлі ім. М. Туган-Барановського. Сер. Економічні науки. – 2011. – № 3. – С.159-163.
5. Поповиченко, І.В. Аутсорсинг як інструмент підвищення конкурентоспроможності підприємства в сучасних економічних умовах [Текст] / І.В. Поповиченко, Є.Г. Дубинська // Науковий вісник Ужгородського університету. Економіка. – 2010. – Вип. 31. – С. 177-181.
6. Дідух О.В. Аналізування тенденцій розвитку аутсорсингових операцій на світовому та українському ринках [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://cibs.ck.ua/rs/scien/stconf/14/tezy.pdf.
7. Аутсорсинг фінансових послуг: розвиток триває [Електронний ресурс]: Газета цінні папери України. – № 42(687). – 2011 р. – Режим доступу: http://www.securities.org.ua/securities_paper/review.php?id=687&pub=5346 – Заголовок з екрану.
8. Солдатов А.В. Управление рисками и оценка эффективности аутсорсинга финансовых процессов [Електронний ресурс] /

А.В. Солдатов. – Режим доступу: http://www.abuas.ru/download/Strategy%20Outsourcing_ABU.pdf.
9. Яцина В.В. Класифікація ризиків аутсорсингу виробництва промислової продукції [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://cyberleninka.ru/article/n/klasifikatsiya-rizikiv-autsorsingu-virobnitstva-promislovoyi-produktsiyi.
10. Аникин Б.А. Основные аспекты формирования аутсорсинга / Б. Аникин, В. Воронов // Маркетинг. – 2005. – № 4. – С. 107-116.
11. Бравар Ж-Л. Эффективный аутсорсинг. Понимание, планирование и использование успешных аутсорсинговых отношений / Ж-Л Бравар, Р. Морган. – М.: Баланс Бизнес Букс, 2007. – 260 с.
12. Энциклопедия производственного менеджера // «Портал «Управление Производством». [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://up-pro.ru/encyclopedia/outsourcing.html?gclid=CNX5_b2Rpr0CFZShtAod_28Aag. – Заголовок з екрану.

УДК 338.24

Покуца І.В.
асистент кафедри економіки підприємств, бізнес-адміністрування та регіонального розвитку Харківського національного університету міського господарства імені О.М. Бекетова

КОМПЛЕКСНА МОДЕЛЬ СИСТЕМНОГО ПЛАНУВАННЯ КАПІТАЛЬНОГО РЕМОНТУ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ ПІДПРИЄМСТВ ВОДОПРОВІДНО-КАНАЛІЗАЦІЙНОГО ГОСПОДАРСТВА

Стаття присвячена проблемі оптимізації планування капітальних ремонтів на підприємствах водопровідно-каналізаційного господарства. Проведено аналіз стану основних засобів у галузі та чинників, що впливають на цей стан. Розроблено економіко-математичну модель, яка може бути покладена в основу планування системи планово-попереджувальних ремонтів, що враховує темпи старіння обладнання, інтенсивність аварійності на ділянках та співвідношення планових витрат на капітальні ремонти з витратами на ліквідацію аварій на мережах.

Ключові слова: капітальний ремонт, водопровідно-каналізаційне господарство, відновлення основних засобів, аварійність, інтенсивність відмов обладнання, періодичність ремонту, амортизація, система планово-попереджувальних ремонтів.

Покуца И.В. КОМПЛЕКСНАЯ МОДЕЛЬ СИСТЕМНОГО ПЛАНИРОВАНИЯ КАПИТАЛЬНОГО РЕМОНТА ОСНОВНЫХ СРЕДСТВ ПРЕДПРИЯТИЙ ВОДОПРОВОДНО-КАНАЛИЗАЦИОННОГО ХОЗЯЙСТВА

Статья посвящена проблеме оптимизации планирования капитальных ремонтов на предприятиях водопроводно-канализационного хозяйства. Проведен анализ состояния основных средств в отрасли и факторов, влияющих на него. Разработана экономико-математическая модель, которая может быть положена в основу планирования системы планово-предупредительных ремонтов, учитывающая темпы устаревания оборудования, интенсивность аварийности на участках и соотношение затрат на капитальные ремонты с затратами на ликвидацию аварий на сетях.

Ключевые слова: капитальный ремонт, водопроводно-канализационное хозяйство, восстановление основных средств, аварийность, интенсивность отказа оборудования, периодичность ремонта, амортизация, система планово-предупредительных ремонтов.

Pokutsa I.I. COMPLEX MODEL OF SYSTEM PLANNING REPAIRS FIXED ASSETS OF WATER SUPPLY AND SANITATION SECTOR

The article deals with the optimization of planning on water and sewage enterprises. The state of the plant and equipment in the industry and the factors influencing on it are concerned. The economic-mathematical model that can serve as the basis for planning the system of preventive maintenance, which takes into account the rate of equipment obsolescence and the ratio of the cost of major repairs to the cost of liquidation is build.

Keywords: repair, water supply and sanitation, restoration of property, equipment failure intensity, frequency of repairs, depreciation, system of preventive maintenance.

Постановка проблеми. Водопровідно-каналізаційне господарство (ВКГ) більшості міст України сьогодні знаходиться в кризовому або аварійному стані, що безпосередньо впливає на рівень життя людей, благоустрій населених пунктів, розвиток промисловості та сільського господарства. Цей стан об'єктивно зумовлений багатьма чинниками: технічними (високий рівень зносу насосного обладнання підприємств, аварійний стан багатьох водопровідно-каналізаційних мереж тощо), економічними (недостатнє фінансування галузі, низький рівень розрахунків за спожиті послуги водопостачання і водовідведення, недосконале ведення економічно-господарської діяльності на самих підприємствах ВКГ, численні зловживання, низька заробітна плата у галузі, нестача кваліфікованих кадрів тощо), правовими (недосконала нормативно-правова база щодо регулювання відносин у галузі ВКГ, низький контроль за виконанням існуючих державних програм з розвитку і реформування ВКГ тощо).

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблеми стану і відтворення основних засобів, планування їх капітальних ремонтів досліджувались в наукових працях іноземних і вітчизняних вчених: С.Л. Вернона, Дж.В. Робінсон, Г.К. Агаджанова, В.А. Петросова, В.І. Тітяєва, О.М. Тищенко, Т.П. Юр'євої [1-3]. Так, науковою школою Т.П. Юр'євої були досліджені теоретико-методологічні аспекти проблеми планування капітальних ремонтів в системі житлово-комунального господарства, зокрема підприємств ВКГ [2; 3]. Численні наукові розробки Г.К. Агаджанова, В.І. Тітяєва були використані при формуванні системи планово-попереджувальних ремонтів на підприємствах ВКГ м. Харкова і області.

Постановка завдання. У сучасних умовах господарювання ВКГ особливу значущість набуває процес управління відновленням основних засобів цих підприємств, зокрема системне планування капітальних ремонтів.

Однією із найбільших проблем підприємств ВКГ є незадовільний технічний стан їх обладнання, значна зношеність основних засобів (більше 60%) [4, с. 435], високі питомі витрати енергоресурсів, втрати питної води (35-40%). Ці проблеми є спільними для всієї країни, з причини неефективної експлуатації споруд, невідповідного, застарілого, зношеного обладнання споживання електроенергії у водопровідно-каналізаційному господарстві становить майже 4,5 млрд кВт·год., або 3,9% від загального обсягу її споживання в Україні. Тому побудова комплексної моделі системного планування капітальних ремонтів для поліпшення стану основних засобів підприємств ВКГ є вкрай важливим завданням на сучасному етапі розвитку.

Виклад основного матеріалу дослідження. Необхідною умовою правильного обліку й планування відтворення, зокрема планування капітальних ремонтів основних засобів підприємств, є їхня класифікація.

За матеріально-речовими ознаками основні засоби поділяються на: будинки, споруди, передавальні пристрої, машини та обладнання, транспортні засоби, інструменти, прилади, інвентар, меблі, робочу і продуктивну худобу, багаторічні насадження, інші основні засоби, земельні ділянки.

Оскільки елементи основних засобів відіграють неоднакову роль у процесі виробництва, неабияке значення має їх розподіл на дві частини: активну, яка безпосередньо бере участь у виробничому процесі і завдяки цьому забезпечує належний обсяг та якість продукції, і пасивну, що створює умови для здійснення процесу виробництва. До активної частини основних засобів підприємств відносять переважно робочі машини й устаткування, інструмент, вимірювальні прилади і пристрої, деякі технічні споруди – ті основні засоби, що безпосередньо беруть участь у процесі надання послуг з водопостачання і водовідведення. Співвідношення окремих видів (груп) основних фондів, виражене у відсотках до їхньої загальної вартості на підприємстві, визначає видову (технологічну) структуру використовуваних засобів праці. За інших однакових умов технологічна структура основних засобів є прогресивнішою та ефективнішою, якщо більшою є в їхньому складі питома вага активної частини. Вона здатна змінюватися під впливом багатьох факторів. Найбільш суттєвими з яких є:

- виробничо-технологічні особливості підприємства;
- науково-технічний прогрес і зумовлений ним технічний рівень виробництва;
- ступінь розвитку різних форм організації виробництва;
- відтворювальна структура капітальних вкладень у створення нових основних фондів;
- територіальне розміщення підприємства.

Задля формування ефективної системи планування капітальних ремонтів основних засобів підприємств ВКГ доцільно враховувати особливості існуючої технологічної структури основних засобів підприємства.

Наказом Державного комітету з питань житлово-комунального господарства «Про затвердження Правил технічної експлуатації систем водопостачання та каналізації населених пунктів України» № 30 від 05.07.95 р. (зі змінами від 04.01.2005 р.) визначено капітальний ремонт на підприємствах ВКГ як комплекс технічних заходів і будівельно-монтажних робіт, спрямованих на відновлення або заміну зношених конструкцій, деталей, устаткування, споруд або трубопроводів [5]. Закріплено також і поняття системи планово-попереджувальних ремонтів – сукупності організаційних і технічних заходів щодо нагляду і усіх видів ремонту трубопроводів, споруд і устаткування на підприємствах ВКГ, які проводяться періодично за заздалегідь складеним планом.

Характеризуючи стан ВКГ, зокрема м. Харкова і Харківської області, варто зазначити, що технічний стан насосного обладнання не найкращий – близько 38% насосно-силового обладнання водопровідних насосних станцій має 100-відсотковий амортизаційний знос. Серед насосних станцій 1-го підйому таких 31,6%, 2-го підйому – 69,8%, 3-го підйому – 52,8%, 4-го підйому – 38,6% і 5-го підйому – 17%. Усього негайної заміни потребує 20% насосно-силового обладнання [4, с. 344]. Кількість аварій, пов'язаних зі станом основних виробничих засобів підприємств водопостачання, у Харківській області зросла в цілому з 2,6 до 3 на 1 км водогінної мережі. Не найкраща ситуація спостерігається і з водовідведенням. В області 53 одиниці насосно-силового обладнання каналізаційних насосних станцій мають 100-відсотковий амортизаційний знос, негайної заміни потребують 33 одиниці обладнання.

Аналізуючи стан зносу основних засобів підприємств ВКГ по країні в цілому, доцільно навести такі дані [6]:

Таблиця 1

Структура мереж ВКГ по ступеню зносу

№	Підприємства ВКГ України	Усього мереж, км	Протяжність мереж по ступеню зносу (років), км				
			< 25	26-50	50-75	76-90	>90
1	КРП «ВПВКГ м. Керчі»	612,5	167,6	80,0	47,3	42,0	275,6
2	КРП «ВПВКГ ПБК» м. Ялта	674,8	38,5	35,6	119,9	392,5	88,4
3	КРП «ВПВКГ м. Євпаторії»	418,2	44,5	42,1	62,4	68,7	200,5
4	КРП «ВПВКГ м. Феодосії»	460,5	73,7	188,2	151,3	11,1	36,2
5	КРП «ВПВКГ м. Сімферополя»	962,0	135,5	196,4	128,5	134,8	366,6
6	КП «Вінницяоблводоканал»	575,0	196,0	223,3	137,3	17,1	1,3
7	КП «Луцькводоканал»	310,4	3,6	18,1	147,8	59,2	81,6
8	КВП «Міськводоканал» м. Дніпродзержинськ	746,8	204,3	97,5	57,7	51,2	336,0
9	КП «Кривбасводоканал»	1 848,5	300,6	324,9	369,9	268,1	585,1
10	КП «Дніпроводоканал»	1 990,8	153,5	320,1	959,2	386,1	171,9
11	КП «Нікопольське ВУВКГ»	527,0	26,6	82,8	0,0	9,7	407,9
12	КП «Жовтоводський водоканал»	188,5	0,0	0,0	23,0	30,5	135,0

Закінчення таблиці 1

13	КП «Компанія «Вода Донбасу»	10 155,0	573,8	1 098,9	1 958,9	1 769,5	4 753,9
14	КП «Маріупольське ВУВКГ»	1 789,1	222,1	172,0	182,0	740,1	472,9
15	КВП «Краматорський водоканал»	558,9	152,9	73,0	43,2	38,3	251,5
16	КП «Донецькміськводоканал»	3 138,6	30,7	50,7	170,6	190,1	2 696,5
17	КП «Житомирводоканал»	521,7	72,3	0,0	0,0	449,4	0,0
18	ТОВ «Водоканал Карпатвіз»	32,2	0,6	18,0	8,4	5,3	0,0
19	КП «Водоканал, м. Ужгорода»	283,8	6,0	24,7	37,6	82,4	133,1
20	КП «Водоканал» м. Запоріжжя	2 528,7	105,2	269,2	242,9	723,6	1 187,9
21	КП «Бердянськводоканал»	391,1	18,2	118,2	209,4	45,3	0,0
22	КП «Водоканал» м. Мелітополь	419,8	164,9	19,0	133,9	41,5	60,5
23	КП»Івано-Франківськводоекотехпром»	551,7	216,2	335,5	0,0	0,0	0,0
24	КП БМР «Білоцерківводоканал»	315,4	6,2	89,5	97,5	33,9	88,3
25	ОКВП «Дніпро-Кіровоград»	1 640,2	183,2	203,7	425,1	332,5	495,6
26	КП «Алчевське ВУВКГ»	293,4	31,7	261,8	0,0	0,0	0,0
27	ТОВ «Луганськвода»	6 890,3	241,2	1 007,5	1 846,5	1 302,5	2 492,7
28	ТОВ «ТАУН СЕРВІС»	249,7	3,5	0,5	86,4	39,4	120,0
29	МКП «Львівводоканал»	1 859,7	196,6	669,6	613,3	267,3	113,0
30	КП «Дрогобичводоканал»	230,2	3,9	13,0	81,2	97,3	34,9
31	КП «Миколаївводоканал»	1 195,0	327,0	156,1	92,3	81,9	537,7
32	ТОВ «Інфокс» філія Інфоксводоканал»	1 658,4	78,6	329,6	492,8	323,7	433,7
33	КП «Кременчукводоканал»	445,3	1,2	0,0	440,6	3,5	0,0
34	КП «Полтававодоканал»	815,7	43,7	116,7	351,3	221,8	82,3
35	РОВКП ВКГ «Рівнеоблводоканал»	619,5	79,2	157,4	199,6	64,8	118,5
36	КП «Міськводоканал» м. Суми	525,6	192,3	192,7	118,0	22,5	0,0
37	КП «Тернопільводоканал»	342,0	45,6	23,2	60,9	92,2	120,2
38	КП «Харківводоканал»	2 625,3	71,9	192,6	685,0	804,9	870,9
39	МКП «ВУВКГ м. Херсона»	888,0	38,4	77,2	290,4	193,2	288,7
40	МКП «Хмельницькводоканал»	522,4	13,6	22,6	27,2	102,6	356,4
41	КП «Міськтепловоденергія»	305,9	1,1	0,3	232,0	0,0	72,5
42	КП «Черкасиводоканал»	464,3	54,0	160,3	160,9	89,1	0,0
43	КП «Уманьводоканал»	403,2	110,3	52,7	31,1	27,6	181,4
44	КП «Чернівціводоканал»	405,8	111,0	53,0	31,3	27,8	182,6
45	КП «Чернігівводоканал»	533,9	233,0	256,8	7,7	22,8	13,5
46	АТ «АК «Київводоканал»	4 134,9	113,7	469,2	1 036,2	1 440,7	1 075,1
47	КП «Севмісьводоканал»	1 098,7	103,1	105,5	229,1	199,1	461,9
	Всього, км	58 148,4	5 191,2	8 399,7	12 827,6	11347,9	20382,1
	У відсотках, %	100,0	8,9	14,4	22,1	19,5	35,1

У цілому по країні близько 35,1% мереж ВКГ мають термін служби більше 90 років, 19,5% мереж експлуатуються 75-90 років, а 22,1% мереж більше 50 років, більшість з цих мереж знаходяться в аварійному стані і підлягають капітальному ремонту і заміні. Викликаний цей стан багатьма чинниками, один із яких – неоптимальна періодичність проведення капітальних ремонтів на підприємствах, а також неврахування чинника зростання інтенсивності відмов обладнання і споруд, внаслідок чого більшість майбутніх непрогнозованих витрат не враховується керівництвом підприємств.

Для усунення вищезазначених чинників побудуємо таку економіко-математичну модель. У загальному вигляді витрати на проведення капітальних ремонтів, а також на покриття економічних втрат від ліквідації аварії можна визначити такими формулами:

$$V=Vk+VaF(t), \quad (1)$$

$$\text{де } Va=Vv+Vu, \quad (2)$$

де V – витрати на проведення капітальних ремонтів і ліквідацій аварій;

Vk – витрати на плановий капітальний ремонт;

Va – витрати на ремонт у випадку аварії;

F(t) – функція відновлення обладнання (математичне очікування кількості випадків аварій або відмов обладання на мережі);

Vv – вартість відновлення обладнання, що відмовило;

Vu – економічні втрати від наслідків аварії.

$$F(t)=\int_0^t x(t)dt, \quad (3)$$

де x(t) – інтенсивність відмов водопровідного обладнання або аварій на мережах.

$$x(t)=x0+k*t, \quad (4)$$

де x0 – початкове значення інтенсивності відмов;

k – коефіцієнт, що враховує темпи старіння обладнання.

Значення параметрів k та x0 можна отримати внаслідок обробки наявних статистичних технічних даних по даному виду обладнання або споруд мереж водопостачання або водовідведення.

Для оптимізації строків виконання капітальних ремонтів у цій аналітичній моделі доцільно скористуватися питомими витратами (витрати на одиницю часу)

$$vp=V/t, \quad (5)$$

де vp – питомі витрати.

Підставляючи рівняння (1-4) до формули (5) та вирішуючи їх, отримаємо:

$$vp=(Vk+Va*(x0*t+k*t^2/2))/t. \quad (6)$$

Так як питомі витрати доцільно мінімізувати з часом, тобто vp→0, знайдемо з рівняння оптимальну періодичність проведення капітальних ремонтів у нашій аналітичній моделі:

$$t = \sqrt{2 /(\frac{Va}{Vk} * k)} . \quad (7)$$

Користуючись фактичними емпіричними даними по аварійним витратам підприємства і плановими витратами на капітальний ремонт даного виду обладнання мережі, можливо визначити оптимальну періодичність проведення капітальних ремонтів на підприємстві ВКГ.

За економічним призначенням амортизаційний фонд на підприємстві повинний акумулювати фінансові ресурси простого відтворення основних засобів, тобто забезпечувати заміну тих засобів праці, що вибувають. Статистика по ВКГ в Україні свідчить, що щорічні суми амортизаційних відрахувань значно перевищують розміри відповідного вибуття основних засобів у цій галузі. У зв'язку з цим в економічній теорії і практиці господарювання склалася думка про закономірний характер перевищення акумульованої суми амортизації у порівнянні з потребою в коштах для відновлення зношених виробничих засобів і тому можливості її вилучення задля нагромадження.

Питання про можливість використання амортизаційних відрахувань на розширене відтворення – одне із найбільш складних та дискусійних у вітчизняній та зарубіжній економічній літературі. Але сучасними економістами висловлюється думка, відповідно до якої амортизаційний фонд не може служити джерелом нагромадження коштів для розширеного відтворення основних засобів. Багато дослідників, визнаючи пряме економічне призначення амортизаційного фонду як джерела простого відтворення, не виключають разом з тим можливості використання його і для розширеного відтворення.

У ринкових умовах у зв'язку зі зростанням виробничого потенціалу висуваються особливі вимоги до політики відтворення засобів праці, недоліки якої в даний час виявляються в зниженні темпів заміни зношених основних засобів, накопичені в деяких галузях (як і в галузі ВКГ) значної кількості застарілого устаткування з усіма подальшими з цього негативними наслідками. Утворення в амортизаційному фонді постійного надлишку коштів, що нібито можуть бути використані для нагромадження, науковцями пояснюється, як правило, дією двох факторів – ефектом науково-технічного прогресу і особливістю кругообігу основних засобів.

У зв'язку з науково-технічним прогресом зростає продуктивність праці, тому вартість відтворення основних засобів повинно знижуватися. У результаті для відшкодування їх споживчої вартості потрібно менше коштів, ніж накопичено у амортизаційному фонді. Іншими словами, щоб відновити сукупну дієздатність засобів праці, що вибувають, треба витрачати менше коштів ніж передбачено нормами амортизації. Відновлення вже зношених засобів виробництва у первісних розмірах обумовлює підвищення їхньої потужності та дієздатності. У такому випадку розміри накопиченої амортизації дозволяють забезпечити потреби не тільки простого, але і розширеного відтворення.

Однак ефект науково-технічного прогресу – це не результат задіяння коштів фонду відшкодування. Він утворюється як наслідок додаткових вкладень з фонду нагромадження та розвитку науки і техніки. Якщо в результаті ефекту науково-технічного прогресу вартість відтворення одиниці виробничої потужності знижується, то амортизаційний фонд повинний бути зменшений на відповідну величину. У протилежному випадку механізм нарахування амортизації не буде ув'язаний з реальним процесом перенесення вартості, амортизаційний фонд акумулює разом з коштами, необхідними для відшкодування засобів праці, і частину фонду нагромадження. І, навпаки, при зростанні вартості відтворення одиниці виробничої потужності необхідно відповідне збільшення амортизаційного фонду. У протилежному випадку він не може цілком покрити потреби у відшкодуванні засобів праці.

Якщо первісна вартість засобів праці, виходячи з якої розраховується сума амортизації, збігається з відновною вартістю, а норми амортизації правильно відображають можливі терміни служби основних фондів, і ці терміни дотримуються, то амортизаційний фонд може забезпечити потреби тільки простого відтворення. Якщо ці умови не дотримані, то розміри амортизаційного фонду відхиляються від потреб нормального відшкодування і повинні бути відкоректовані. У випадку, коли амортизаційний фонд акумулював частину коштів, що при правильному нарахуванні амортизації повинні були б ввійти у фонд нагромадження, то надлишок їх може бути вилучений для розширення виробництва. Недостатнє нарахування коштів у фонд відшкодування повинне бути поповнене з фонду нагромадження. Таким чином, надлишок коштів в амортизаційному фонді не є результатом науково-технічного прогресу, а утворюється через недоліки системи нарахування амортизації [3, с. 234].

Вилучення видимого надлишку амортизації неприпустимо, тому що це ускладнює процес відтворення. При відповідності процесу нарахування амортизації реальному процесу перенесення вартості амортизаційний фонд повинний використовуватися тільки за прямим призначенням. Нарахована амортизація повинна цілком залишатися у розпорядженні підприємств і спрямовуватися ними на фінансування простого відтворення основних фондів, тобто фінансування системи капітальних ремонтів.

Висновки з проведеного дослідження. З наведеного вище можна зробити наступні висновки: капітальний ремонт на підприємствах ВКГ являє собою самий трудомісткий, тривалий і дорогий процес, пов'язаний з повною заміною основних деталей, вузлів та обладнання. Система планово-попереджувального ремонту має профілактичну сутність. Однак у практиці експлуатації обладнання виникають аварійні ситуації, пов'язані з відмовою обладнання, аваріями на мережі, насосних станціях тощо. Витрати, пов'язані з усуненням наслідків аварій, належать до позапланових витрат і позначаються на результативності роботи підприємства негативним чином, та в багатьох випадках не прогнозуються та не враховуються.

Система планово-попереджувального ремонту будується на використанні таких нормативів:

- ремонтні цикли та їх структура;
- тривалість міжремонтних періодів і періодичність технічного обслуговування;
- категорії складності ремонту;
- нормативи трудомісткості;
- норми запасу деталей і оборотних вузлів.

При визначенні ремонтного циклу необхідно враховувати різні фактори: експлуатаційні умови, кваліфікація персоналу, навантаження обладнання, його конструктивні особливості. Але крім того, міжремонтний період, періодичність виконання ремонтних

робіт, залежать від інтенсивності відмов обладнання, що має тенденцію до зростання та кумулятивного накопичення. Даний чинник, а також величина неявних витрат, пов'язаних з ліквідацією аварій, повинні бути враховані в комплексній моделі планування капітальних ремонтів на підприємствах ВКГ.

Доцільним є проведення моніторингу технічного стану основних фондів, розробка методичних положень по прогнозуванню потреби в капітальному ремонті основних засобів підприємств ВКГ. Постає необхідність також в розробці методичних рекомендацій по організації процесу реалізації обласних програм капітального ремонту основних засобів підприємств ВКГ, включаючи рекомендації з організації і оцінки ефективності конкурсів з розміщення замовлень на ремонт, управлінню проектами капітального ремонту, вимоги до формування цілей проектів, рекомендації по розробці стандартів управління проектами капітального ремонту, що дозволяють забезпечити якісне і своєчасне виконання адресних програм.

Наведена у дослідженні економіко-математична модель, а також розрахунки оптимальної періодичності проведення капітальних ремонтів на підприємствах галузі вже за конкретними типами обладнання мають включаються в систему поточного внутрішньовиробничого планування з відповідним виділенням коштів та подальшим урахуванням витрат на надання послуг ВКГ.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Агаджанов Г.К. Економіка водопровідно-каналізаційних підприємств : навч. посібник. – Харків : ХНАМГ, 2010. – 392 с.
2. Юр'єва Т.П. Фінанси підприємств міського господарства : навч. посіб. – Харків : ХНАМГ, 2007. – 343 с.
3. Тищенко О.М., Кизим М.О., Юр'єва Т.П. Реформування житлово-комунального господарства: теорія, практика, перспективи : монографія. – Харків : ВД «Інжек», 2008. – 368 с.
4. Національна доповідь про якість питної води та стан питного водопостачання у 2012 році. – К. : Мінрегіонбуд, 2013. – 450 с.
5. Наказ Державного комітету з питань ЖКГ «Про затвердження Правил технічної експлуатації систем водопостачання та каналізації населених пунктів України № 30 від 05.07.95» [Електронний ресурс] / Верховна Рада України, офіційний веб-портал. – Режим доступу : http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/z0231-95. – Назва з екрана.
6. Украина коммунальная [Електронний ресурс] / Статистика. – Режим доступу : http://statistic.jkg-portal.com.ua/ru/statistic/vodoprovdn-merezh-ukrajini-znoshenst-termni-jekspluatacji-avarjnst/. – Назва з екрана.

УДК 65.012:658.14:330.322

Полозова Т.В.
кандидат економічних наук,
доцент кафедри економічної кібернетики
та управління економічною безпекою
Харківського національного університету радіоелектроніки

БАГАТОКОНТУРНА ДІАГНОСТИКА ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНОЇ СПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Розглянуто систему діагностики інноваційно-інвестиційної спроможності підприємства у конкурентному просторі. Визначено особливості методологічного забезпечення багатоконтурної діагностики інноваційно-інвестиційної спроможності підприємства. Запропоновано багатоконтурний ареал діагностики інноваційно-інвестиційної конкурентоспроможності підприємства.

Ключові слова: багатоконтурна діагностика, інноваційно-інвестиційна спроможність підприємства, діагностика, особливості, конкурентний простір.

Полозова Т.В. МНОГОКОНТУРНАЯ ДИАГНОСТИКА ИННОВАЦИОННО-ИНВЕСТИЦИОННОЙ СПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Рассмотрена система диагностики инновационно-инвестиционной способности предприятия в конкурентном пространстве. Определены особенности методологического обеспечения многоконтурной диагностики инновационно-инвестиционной способности предприятия. Предложен многоконтурный ареал диагностики инновационно-инвестиционной конкурентоспособности предприятия.

Ключевые слова: многоконтурная диагностика, инновационно-инвестиционная способность предприятия, диагностика, особенности, конкурентное пространство.

Polozova T.V. THE MULTICIRCUIT DIAGNOSTICS OF INNOVATIVE-INVESTMENT ABILITY OF THE ENTERPRISE

The system diagnostics of innovative-investment ability of the enterprise in a competitive space is considered. The particulars methodological support multicircuit diagnostics innovative-investment ability of the enterprise are defined. The multicircuit area of diagnostics innovative-investment competitiveness of the enterprise is proposed.

Keywords: multicircuit diagnostics, innovative-investment ability of the enterprise, diagnostics, features, competitive space.

Постановка проблеми. Інноваційно-інвестиційна спроможність підприємства у сучасних умовах господарювання є одним із найвпливовіших факторів його конкурентоспроможності на національному та світовому ринках. Необхідність урахування впливу багатьох факторів зовнішнього і внутрішнього середовища обумовлює пріоритетність питань розробки та використання відповідного сучасного методичного інструментарію діагностики інноваційно-інвестиційної спроможності підприємства (І-ІСП).

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питанням теоретичного обґрунтування та практичного використання методичного інструментарію діагностики в області інноваційно-інвестиційної діяльності під-

приємств присвячено велику кількість наукових праць. Так, питання оцінки інноваційно-інвестиційного потенціалу та інноваційного розвитку розглянуті у роботах таких відомих українських науковців, як В.Л. Осецький [1], С.М. Ілляшенко [2], Л.В. Соколова [3], П.П. Микитюк [4] та ін. Питанням оцінки інноваційної спроможності та економічної діагностики присвятили свої роботи такі вчені, як: Н.В. Смолінська [5], О.Г. Мельник [6] та ін. Моделі оцінки, аналізу та управління конкурентоспроможністю підприємств розглянуто у роботах таких вчених, як С.В. Мілевський, О.В. Мілов [7], І.В. Булах [8] та ін.

Рис. 1. Система діагностики І-ІСП

Джерело: розробка автора

У результаті критичного огляду літературних джерел можна зробити висновок, що на сьогоднішній день не існує єдиного підходу до науково-методичного забезпечення діагностики І-ІСП, що обумовлює можливість подальшого наукового пошуку та необхідність його удосконалення.

Постановка завдання. Ураховуючи актуальність та ступінь розробки даної проблеми, метою дослідження є визначення особливостей та вимог до науково-методичного забезпечення багатоконтурної діагностики І-ІСП.

Виклад основного матеріалу дослідження. Ефективність та якість результатів діагностики І-ІСП багато в чому визначаються характеристиками використовуваного методологічного забезпечення.

Ключовими елементами методологічного забезпечення діагностики є: система показників; джерела інформації; методи й процедури діагностики, використовувані для дослідження інноваційно-інвестиційної спроможності підприємства; методичні підходи до розрахунку показників; рекомендації з узагальнення й правила представлення результатів діагностики (таблична, графічна) для прийняття рішень.

У загальному виді процес діагностики можна представити трьома векторами:

а) вектор станів входів системи $A_t=(A_1,A_2,\ldots,A_m)_t$;

б) вектор станів виходів системи $B_t=(B_1,B_2,\ldots,B_n)_t$;

в) вектор внутрішніх станів (потенціал) системи $C_t=(C_1,C_2,\ldots,C_k)_t$.

Система багатоконтурної діагностики І-ІСП представлена на рисунку 1.

Діагностика І-ІСП – це не тільки дослідження процесів, що відбуваються у структурі самого підприємства, це, насамперед, аналіз того середовища, у якому воно функціонує.

Підхід, що пропонується у даному дослідженні до практичного використання, базується на математичному апараті теорії розпізнавання образів із застосуванням статистичного методу як найбільш зручного з погляду вірогідності розпізнавання.

При формуванні ознакового простору для діагностики необхідно зробити допущення, що як навчальні підприємства m1 і m2 теоретично можна обрати будь-які підприємства, але для порівнянності даних і більш об'єктивного процесу діагностування будуть обрані підприємства, які працюють у тій же галузі, що і підприємство, рівень інноваційно-інвестиційної спроможності якого буде діагностуватися. Це позбавить від необхідності враховувати й фактори макросередовища.

Фактори макросередовища прямо впливають на мікросередовище, обумовлюючи, таким чином, міжгалузеві відмінності на рівні макросередовища. Якщо в якості навчальних обрати підприємства з різних галузей, то урахування факторів макросередовища було б обов'язковим, тому що треба було б порівнювати ознаки, що характеризують різницю не тільки між підприємствами, але й між галузями, у яких вони функціонують. Таким чином, вплив макросередовища при такому підході буде враховано, але не прямо, а опосередковано, через внутрішньогалузеві фактори [9, с. 71].

Система, що розпізнає, будучи центральною ланкою в вирішенні завдань діагностики І-ІСП, висуває високі вимоги до якості вхідної інформації. Ознаковий простір – це узагальнена характеристика діяльності підприємства по більш ніж одній ознаці у формі набору чисел, кількість (розмірність простору) яких дорівнює числу ознак [9, с. 71]. У такій формі вхідна інформація, що надходить на вхід системи, що розпізнає, придатна для подальшої обробки за допомогою цієї системи. Ознаковий простір є синтетичним вираженням внутрішньофірмових процесів, що обумовлюють характер І-ІСП.

Складність процесу діагностики І-ІСП полягає у тому, щоб сформувати таку систему показників, яка, з одного боку, задовольняла би вимозі вірогідності й об'єктивності відображення інноваційно-інвестиційних процесів на підприємстві, з іншого – описувала б їх докладно й всебічно. Крім того, система показників І-ІСП обирається так, щоб уникнути дублювання інформації різними показниками, тобто кожний показник має характеризувати нове явище у його діяльності.

Ще одним критерієм якості системи показників діагностики І-ІСП є порівнянність, виражена в можливості порівнювати комерційні підприємства різного масштабу або неоднакової структури. Для цього обов'язково наявність в ознаковому діагностичному просторі відносних показників, які дозволяють самі по собі порівнювати результати діяльності різних підприємств (наприклад, показники рентабельності інвестицій тощо).

Результати досліджень показують, що саме за допомогою економічних показників можна всебічно й однозначно оцінити стан і сутність якого-небудь економічного процесу або явища. За своїм змістом економічні показники являють собою відображення реалізованих у господарській системі дій, обраних у процесі прийняття рішень. Будь-яке управлінське рішення й, відповідно, зміна безлічі реалізованих дій знаходить своє відбиття в динаміці економічних показників.

Ефективність і доцільність використання в методиці тих або інших показників буде залежати від мети, завдань і об'єктів дослідження при діагностиці. При цьому необхідно відзначити, що розбіжності в постановці завдань діагностик пов'язані з розбіжністю у виборі показників, тому що останні визначаються

внутрішніми й зовнішніми користувачами інформації. Тому вибір системи показників багатоконтурної діагностики І-ІСП залежатиме від того, на якого користувача має бути орієнтована дана інформація.

Вибір системи показників може здійснюватися експертами, і він може змінюватися залежно від економічної ситуації й потреби користувача інформації.

Пропонований у даному дослідженні підхід до багатоконтурної діагностики І-ІСП по суті зводиться до діагностики інноваційно-інвестиційної конкурентоспроможності підприємства (І-ІКП) та відрізняється комплексним і системним характером.

Комплексний характер полягає у використанні багатоконтурного ареалу діагностики, що відрізняє цей підхід від запропонованих раніше. Багатоконтурність процесу діагностики І-ІКП визначається:

– двомірним розподілом стану конкурентного інноваційно-інвестиційного середовища;

– тримірним розподілом ознакового діагностичного простору;

– часовим виміром діагностичної процедури.

Графічно багатоконтурний ареал діагностики інноваційно-інвестиційної конкурентоспроможності підприємства (І-ІКП) представлений на рисунку 2.

При цьому ознаковий простір включає, на відміну від запропонованих раніше, інтегральні показники, які відображають кілька аспектів інноваційно-інвестиційної спроможності підприємства.

Системний характер запропонованого підходу проявляється в тому, що динамічний вектор (ідентифікація І-ІСП у часі) відображає динаміку показників у їхньому взаємному співвідношенні як елементів системи І-ІСП.

Важливим моментом методологічного забезпечення діагностики І-ІСП у конкурентному просторі є обґрунтування методів, етапів і системи показників діагностики. Очевидно, що вибір системи показників повною мірою визначається переліком напрямів здійснення процедури діагностування.

На основі ланцюга компетенцій підприємства в інноваційно-інвестиційній сфері та можливості отримання статистичної інформації для їх оцінки запропоновано як напрями діагностики І-ІКП використати такі:

– акумулювання фінансових і матеріальних ресурсів для здійснення інноваційної діяльності;

– активне маневрування інвестиційними ресурсами (оптимізація фінансових потоків щодо реалізації інвестиційних проектів і програм);

– оцінювання реальних інвестиційних можливостей підприємства;

– підвищення інноваційності ресурсів інтелектуального капіталу (здатність працівників розробляти та впроваджувати інновації).

Ступінь деталізації або угруповання конкретних показників і коефіцієнтів у межах запропонованих напрямків може бути різною залежно від цілей діагностування, специфіки об'єкта діагностування й суб'єкта, що проводить діагностику (особи, що приймає рішення).

Запропонований у даному дослідженні підхід до діагностики І-ІКП передбачає використання інтегральних показників, при цьому особливим завданням є розробка рекомендацій з формування ознакового простору (р) для проведення діагностики.

Як ознаковий простір можуть бути обрані будь-які інтегральні показники, що відображають один або одночасно кілька напрямів інноваційно-інвестиційної спроможності підприємства, що залежить від цілей діагностування. Очевидно, що результат діагностики, у процесі якої використані інтегральні показники відразу за кількома напрямами, буде мати комплексний характер і дозволить отримати всебічну оцінку про об'єкт дослідження.

Складність вирішення даного завдання обумовлена тим, що, забезпечуючи принцип комплексності, до ознакового простору мають входити не один, а кілька інтегральних показників. По суті дане завдання є завданням багатомірного (полікритеріального) розпізнавання І-ІСП. А з погляду ймовірності помилок багатомірного розпізнавання І-ІСП погрішність мінімальна при (р=3) і зростає в міру збільшення (р) [9, с. 120]. Тому вирішення даного завдання зводиться до створення тримірного ознакового простору, тобто трьох інтегральних показників.

Враховуючи вищевикладене, у даному дослідженні об'єднані запропоновані напрями діагностики І-ІСП і представлені у вигляді трьох інтегральних показників:

а) інтегральний показник ефективності використання грошових коштів для фінансового забезпечення інноваційно-інвестиційної діяльності;

б) інтегральний показник інноваційно-інвестиційних можливостей підприємства;

в) інтегральний показник соціально-мотиваційного забезпечення І-ІСП.

У результаті подальшого сполучення цих трьох інтегральних показників буде отриманий також агрегований показник інноваційно-інвестиційної конкурентоспроможності підприємства, який ґрунтується на розрахунку логарифма відношення правдоподібності.

Структурно-логічна схема формування інтегрального показника інноваційно-інвестиційної конкурентоспроможності підприємства (І-ІКП) представлена на рисунку 3.

При формуванні ознакового простору (тобто системи інтегральних показників) необхідно враховувати, що вхідна інформація для розрахунку інтегральних показників має бути доступною не тільки по підприємству, що діагностується, але й по підприємствах, які формують класи S_1 і S_2. Це мають бути документи, які не являють собою комерційну таємницю й можуть бути опубліковані у

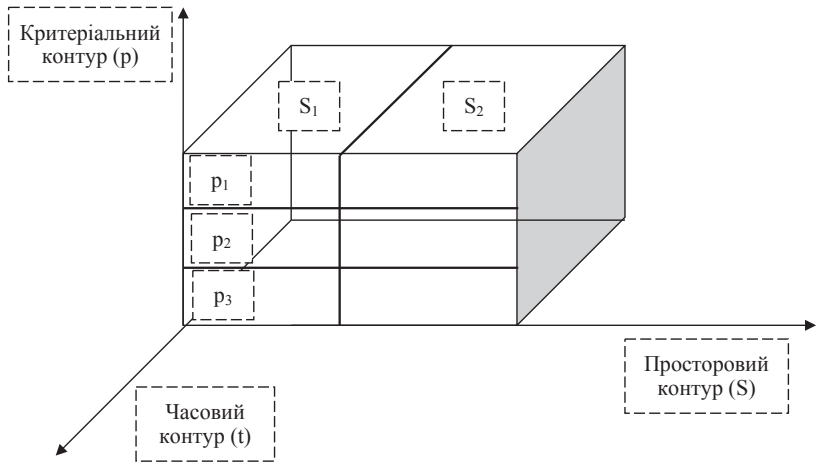


Рис. 2. Багатоконтурний ареал діагностики інноваційно-інвестиційної конкурентоспроможності підприємства (І-ІКП)

Джерело: розробка автора

відкритій пресі, в електронних виданнях (в Інтернеті), які здаються щомісяця в податкову інспекцію й регулярно надаються в управління статистики.

Урахування маркетингового аспекту (конкурентного середовища) досягається тим, що як класи S_1 і S_2 у процесі розпізнавання будуть прийняті підприємства з високим (достатнім) або низьким рівнем інноваційно-інвестиційної конкурентоспроможності. Таким чином, об'єкт, що діагностується, буде розпізнаний за ознаками, які представляють інтерес з погляду цілей діагностування, і серед інших об'єктів, що формують конкурентний простір.

Висновки з проведеного дослідження. У результаті проведених досліджень можна сформувати особливості та вимоги до методологічного забезпечення багатоконтурної діагностики І-ІСП.

Запропонований до практичного використання підхід базується на математичному апараті теорії розпізнавання образів із застосуванням статистичного методу як найбільш зручного з погляду вірогідності розпізнавання.

Для порівнянності даних і більш об'єктивного процесу діагностування необхідно обрати підприємства, які працюють у тій же галузі, що і підприємство, рівень інноваційно-інвестиційної спроможності якого буде діагностуватися (це позбавить від необхідності враховувати й фактори макросередовища). Система показників І-ІСП формується так, щоб уникнути дублювання інформації різними показниками, тобто кожний показник повинен характеризувати нове явище в його діяльності. Обов'язкова наявність в ознаковому діагностичному просторі відносних показників. Діагностика інноваційно-інвестиційної конкурентоспроможності підприємства (І-ІКП) має багатоконтурний ареал, який характеризується двомірним розподілом стану конкурентного інноваційно-інвестиційного середовища, тримірним розподілом ознакового діагностичного простору та часовим виміром діагностичної процедури. Ознаковий простір має містити, на відміну від запропонованих раніше, інтегральні показники, які характеризують кілька аспектів інноваційно-інвестиційної спроможності підприємства. Кількість інтегральних показників, які входять до ознакового простору, обмежена й не може перевищувати трьох з погляду ймовірності помилки багатомірного розпізнавання. Вхідна інформація для розрахунку інтегральних показників ознакового простору має бути доступна не тільки по підприємству, що діагностується, але й по підприємствах, які формують класи розпізнавання.

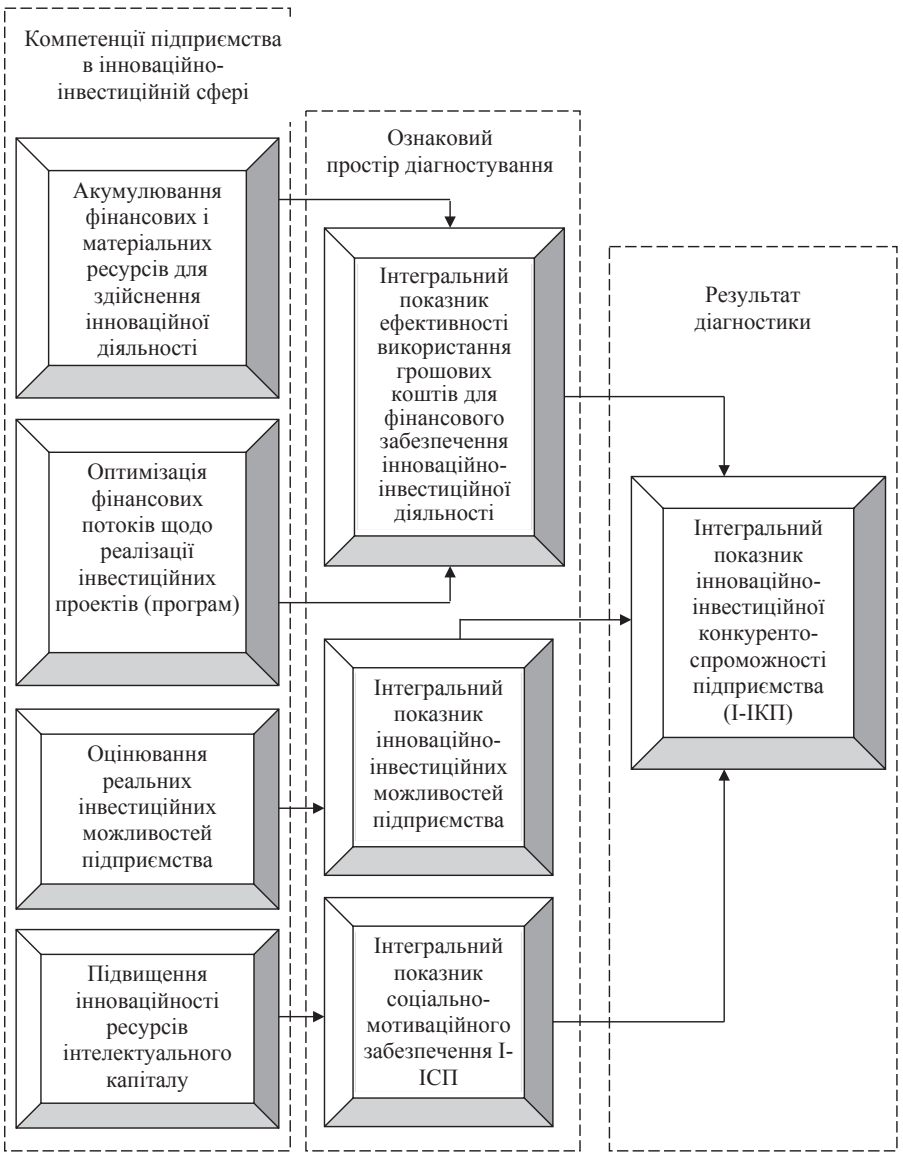


Рис. 3. Структурно-логічна схема формування інтегрального показника інноваційно-інвестиційної конкурентоспроможності підприємства (І-ІКП)

Джерело: розробка автора

Перспективою подальших досліджень може бути розробка методики розрахунку інтегральних показників, що створюють ознаковий простір, та критеріїв класового розподілу діагностичного простору.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Осецький В.Л. Інвестиції та інновації: проблеми теорії і практики [Текст] : монографія / В.Л. Осецький. – К. : ІАЕ УААН, 2003. – 412 с.
2. Проблеми і перспективи ринково-орієнтованого управління інноваційним розвитком : монографія / за ред. д.е.н., професора С.М. Ілляшенко. – Суми : ТОВ «Друкарський дім «Папірус», 2011. – 644 с.
3. Соколова Л.В. Моделювання вибору інвестиційно-привабливого промислового об'єкту / Л.В. Соколова, Т.М. Герман // Економіка : проблеми теорії та практики : збірник наукових праць. Випуск 249. – В 5 т. – Т. 5. – Дніпропетровськ : ДНУ, 2009. – С. 1312-1316.
4. Микитюк П.П. Аналіз інвестиційно-інноваційної діяльності підприємств : монографія / П.П. Микитюк. – Тернопіль :

Тернограф, Тернопільський національний економічний університет, 2009. – 304 с.
5. Смолінська Н.В. Методичні підходи до оцінювання рівня інноваційної спроможності підприємства / Н.В. Смолинська // Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2011. – № 4. – С. 215-221.
6. Мельник О.Г. Системи діагностики діяльності машинобудівних підприємств: полікритеріальна концепція та інструментарій : монографія / О.Г. Мельник. – Львів : Видавництво Львівської політехніки, 2010. – 344 с.
7. Моделі аналізу та управління конкурентоспроможністю промислових підприємств. Наукове видання / С.В. Мілевський, О.В. Мілов. – Харків : Вид. ХНЕУ, 2007. – 156 с.
8. Булах І.В. Оцінка конкурентоспроможності підприємства сфери телекомунікацій : монографія / І.В. Булах, Т.Б. Надтока. – Донецьк : «ДВНЗ ДонНТУ», 2010. – 244 с.
9. Фомин Я.А. Диагностика кризисного состояния предприятия : учеб. пособие для вузов / Я.А. Фомин. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2003. – 349 с.

УДК 334.7

Ракицька С.О.
кандидат економічних наук,
доцент кафедри економіки підприємства
Одеської державної академії будівництва та архітектури

Жусь О.М.
старший викладач кафедри економіки підприємства
Одеської державної академії будівництва та архітектури

ЕФЕКТИВНІСТЬ ІНТЕГРОВАНИХ КОРПОРАТИВНИХ СТРУКТУР БУДІВЕЛЬНОГО КОМПЛЕКСУ УКРАЇНИ

Стаття присвячена розгляду корпоративних структур у будівельному комплексі, видам ефекту, що проявляється при їх створенні та функціонуванні. Розкрито зміст комерційної, некомерційної та інтегральної ефективності. Досліджено прояви синергетичного ефекту від взаємодії учасників будівельної корпорації.

Ключові слова: будівельний комплекс, корпоратизація, інтегровані корпоративні структури, види ефективності, синергетичний ефект.

Жусь О.Н., Ракицкая С.О. ЭФФЕКТИВНОСТЬ ИНТЕГРИРОВАННЫХ КОРПОРАТИВНЫХ СТРУКТУР СТРОИТЕЛЬНОГО КОМПЛЕКСА УКРАИНЫ

Статья посвящена рассмотрению корпоративных структур в строительном комплексе, видам эффекта, возникающего при их создании и функционировании. Раскрыто содержание коммерческой, некоммерческой и интегральной эффективности. Исследованы проявления синергетического эффекта от взаимодействия участников строительной корпорации.

Ключевые слова: строительный комплекс, корпоратизация, интегрированные корпоративные структуры, виды эффективности, синергетический эффект.

Zhus O.N. Rakytska S.O. EFFICIENCY INTEGRATED CORPORATE STRUCTURES OF UKRAINE BUILDING COMPLEX

The article is devoted to corporate structures in the construction industry, types of effect that is manifested in their establishment and maintenance. Maintenance of commercial, non-integrated and efficient. Studied expression synergistic effect of interaction between participants construction company.

Keywords: building complex, corporatization, integrated corporate structures, types of efficiency, synergy effect.

Постановка проблеми. Будівельний комплекс має міжгалузевий і міжрегіональний характер, що свідчить про необхідність ґрунтовного дослідження питань підвищення ефективності функціонування і розвитку будівельних підприємств різних організаційно-правових форм і форм власності. Через наявність специфічних характеристик економіці будівельної галузі властиві істотні відмінності від економіки інших галузей промисловості.

Процес побудови житлової та промислової нерухомості охоплює такі сфери, як будівництво, промисловість будівельних матеріалів та виробництво будівельних конструкцій і деталей, і є тісно пов'язаним з іншими галузями народного господарства, забезпечуючи створення більшості основних виробничих і невиробничих фондів. Взаємозв'язок підприємств будівельного комплексу обумовлює економічну доцільність утворення їх інтегрованих об'єднань. Це чинить істотний вплив на встановлення набору параметрів для цілей оцінки ефективності діяльності будівельних підприємств та визначення способів і алгоритмів розрахунку цих показників.

Вирішення вказаного завдання може бути забезпечено на підставі комплексного підходу до визначення критеріїв оцінки діяльності будівельних підприємств та їх об'єднань в межах корпорації, що ґрунтується на побудові системи оціночних даних, які знаходяться в певному взаємозв'язку один з одним і дають необхідну і достатню інформацію для прийняття управлінських рішень.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженню проблем визначення поняття «корпорація» та особливостям створення корпоративних структур, інституціональним аспектам їх функціонування та управління їх розвитком присвячували наукові розробки такі зарубіжні вчені, як М. Портер, А. Чендлер, І. Ансофф, Р. Фалмер, Г. Клейпер, Д. Норт, Р. Коуз, К. Ерроу, і вітчизняні науковці: О.С. Редькін, А.І. Бутенко, І.О. Іртищева, Н.А. Хрущ, А.А. Чухно, Б.В. Буркинський, О.Є. Кузьмін, З.С. Варналій та ін.

Проблемам інтеграційних процесів у будівельній галузі присвячені праці В.О. Одринської, А.М. Асаула, А.Д. Чернявського, Ю.І. Іванова. Питання

ефективності діяльності об'єднань суб'єктів господарювання та синергетичного ефекту вивчали такі фахівці, як Г. Хакен, Т.М.Гатаулін, В.І. Малихін та А.П. Кохно.

Проте питання вибору системи показників, яка була б спроможна оцінити ефективність діяльності усіх підрозділів та інтегрованої структури будівельної корпорації в цілому, потребує подальшого доопрацювання.

Постановка завдання. Функціонування вітчизняних підприємств відбувається в досить складних і нестабільних умовах зовнішнього середовища, під впливом протиріч ринкових відносин з державним регулюванням і контролем. Інтеграційні процеси здійснюються з метою підвищення адаптаційних можливостей корпорації до несприятливого зовнішнього оточення. Проте зосередження окремих підприємств в одному об'єднанні часто не має технологічної основи, не враховує взаємодії бізнесів, їх синергії. Це зумовлено особливостями приватизації в Україні в попередні роки, реалізацією можливостей набуття прав власності без чіткої спрямованості на підвищенні ефективності її використання з позицій суспільних інтересів. Відсутність мотиваційних механізмів до децентралізованого виконання стратегічних управлінських рішень, недостатній ступінь розвитку інформаційного простору й публічного розкриття інформації, низька достовірність звітних даних значною мірою ускладнює аналітичну оцінку результатів діяльності суб'єктів господарювання та розробку обґрунтованих рекомендацій щодо підвищення її ефективності. Вивчення проявів ефектів, що виникають на базі інтеграційних процесів, і внаслідок цього посилення адаптаційних можливостей підприємств будівельного комплексу вимагає проведення додаткових досліджень.

Виклад основного матеріалу дослідження. Найважливішим напрямом розвитку будівельного виробництва і фактором підвищення його ефективності та інвестиційної активності є кооперація і будівельна інтеграція шляхом корпоратизації.

Формування корпоративних структур, що створюються за принципом технологічного ланцюжка, у сучасному будівельному комплексі України досі не набуло кінцевих форм. Утворення і розвиток інтегрованих об'єднань в даній галузі, основаних на поєднанні технологічно взаємозалежних промислового, будівельного, фінансового і торгового капіталів, є об'єктивно необхідним у ринкових умовах. Інтерес до участі в таких структурах у переробних, промислових і будівельних підприємств значний і зумовлений насамперед їхнім прагненням отримати потрібні інвестиційні ресурси, створити надійні канали для забезпечення сировиною і збуту своєї продукції.

Внутрішньокорпоративні відносини та обмін охоплюють фінансові і промислові ресурси та науково-технічну інформацію. В межах об'єднання діє принцип не конкуренції, а спеціалізації на умовах кооперації (коли сфери діяльності підприємств не перетинаються, а доповнюють одна одну). Тому в структурі постачальник-споживач створюються передумови до монополізації. Таким чином, внутрішнє економічне середовище корпорації набуває певних ознак неринкового характеру.

Отже, будівельне об'єднання (корпорація) – це єдиний спеціалізований виробничо-господарський комплекс, до якого повинні входити суб'єкти економіки з переробки сировини, виробництва будівельних матеріалів та конструкцій, науково-дослідні інститути, конструкторські бюро, технологічні та будівельні організації, які мають виробничі зв'язки і спеціалізоване допоміжне та обслуговуюче господарство. У сучасному виробництві з удосконаленням процесу обробки, поділу технологічного процесу на етапи, розвитком кооперативних відносин між виробниками з'являються можливості поєднання вертикальних зв'язків за технологічним ланцюжком і горизонтальних – за видами діяльності в єдиному господарському циклі [1].

Корпоративні структури мають певні переваги як в виробничо-господарській діяльності, так і в управлінській сфері. Так, зростання ефективності виробництва при створенні корпоративних структур забезпечується за рахунок раціонального використання всіх видів ресурсів, комплексної переробки сировини і матеріалів. Також вказані типи об'єднань надають можливість зниження витрат на управління та маркетинг, удосконалення інформаційного забезпечення виробництва, залучення інвестиційних ресурсів та формування фондів з метою здійснення всіх видів інноваційної діяльності – від модернізації продукції до удосконалення форм і методів організації виробництва.

Корпоратизація призводить не тільки до зростання активів, але й до набуття відповідного досвіду, поліпшення кадрового, управлінського, інноваційного потенціалу, що впливає на результативність функціонування об'єднання. Таким чином, можна констатувати удосконалення координації господарчої діяльності підприємств, якісне перетворення бізнесу і, як наслідок, виникнення синергетичного ефекту.

Створення промислово-будівельних об'єднань дозволяє більш повно реалізувати консолідований потенціал регіонів, але при цьому відповідає не тільки місцевим інтересам, а також є одним із істотних факторів, що впливають на економіку країни в цілому.

Інтегровані структури в будівництві є складними соціально-економічними системами, тому складаються з багатьох елементів, що знаходяться у господарських відносинах і тісних зв'язках один з одним, утворюють певну цілісність. Такі структури розвиваються залежно від співвідношення екстенсивних та інтенсивних факторів виробництва, від спеціалізації за предметним або технологічним типом, кооперування залежно від виду спеціалізації, пропорційності складових елементів системи, сукупності ресурсів, що застосовуються, оборотних коштів, контингенту працівників. Причому підвищення ефективності складної системи характеризує інтенсивний тип розвитку, тому можна говорити не тільки про функціонування, але й про розвиток інтегрованої структури.

Інтегровані структури як об'єднання складаються з декількох підприємств, що зумовлює значимість дотримання як інтересів кожного елемента системи (підприємства, що входить в інтеграцію), так і інтересів інтегрованої структури в цілому (як системи). З цієї точки зору необхідно стимулювання зацікавленості всіх підприємств у підвищенні ефективності функціонування корпорації в цілому, що вимагає посилення координаційної роботи на вищому рівні управління, упорядкування взаємодії учасників будівельного і збутового процесів.

На наш погляд, вирішення проблеми полягає у створенні єдиної виробничої схеми виготовлення і реалізації будівельної продукції від здобичі сировини до завершеного виробу. Організація будівельного комплексу за вказаним принципом можлива шляхом корпоратизації, тобто створення блоку економічно-об'єднаних підприємств з метою виробництва кінцевої будівельної продукції.

Корпорація являє собою систему із закінченим виробничо-будівельним циклом, що передбачає виконання робіт від розробки проекту до здачі об'єктів «під ключ» без залучення сторонніх субпідрядних організацій. Зазначене забезпечується наявністю власних спеціалізованих підприємств і організацій, управлінь механізації і технологічної комплектації [1].

Основними завданнями формування подібних господарських об'єднань є: підвищення ефективності роботи в результаті поєднання зусиль учасників, а також розвитку внутрішньої кооперації виробничих, наукових, проектних, будівельних та інших організацій в єдиний господарський комплекс; завоювання і утримання ринків збуту; закріплення постачальників сировини, матеріалів, комплектуючих виробів і інших ресурсів; прискорення технічного розвитку виробництва. Формування таких структур відбувається шляхом реалізації стратегії вертикальної диверсифікації, тобто поширенням діяльності підприємства на збутові або споживчі ринки.

Оцінюючи ефективність функціонування інтегрованої структури в будівництві, необхідно розглядати кожне підприємство як складну систему, а також їх сукупність з урахуванням виробничих можливостей. З цих позицій зростає значимість аналітичної роботи, а діяльність сучасних корпорацій повинна розглядатися як функціонування складної соціально-економічної системи, стан та підвищення ефективності функціонування якої можна описати тільки за допомогою взаємопов'язаних параметрів.

Результативність і економічна доцільність функціонування корпоративних об'єднань вимірюються абсолютними і відносними показниками. Розрізняють показники економічного ефекту та економічної ефективності.

Економічний ефект – показник, що визначає результат діяльності. Це абсолютний, об'ємний параметр. Для характеристики ефекту використовують величини валового доходу від реалізації, прибутку від операційної діяльності, чистого прибутку тощо.

Економічна ефективність – відносний показник, що зіставляє отриманий ефект з ресурсами, витраченими для досягнення цього ефекту. Такі дані можна використовувати в просторово-часових порівняннях. На практиці оцінка результативності створення корпоративної структури здійснюється на базі аналізу виключно економічних вигід та витрат інтеграції, при цьому ринкова вартість корпоративної структури має бути вищою, ніж сума вартостей підприємств, що в неї входять, до їх об'єднання [2].

Визначення ефективності корпоративного об'єднання є складним завданням у силу низки причин, які обумовлені багатьма факторами і проблемами його функціонування. Будь-яке підприємство стоїть перед необхідністю ефективного використання ресурсного потенціалу для успішного економічного розвитку з урахуванням галузевих особливостей і чинників зовнішнього середовища, які об'єднують податкову, соціально-культурну, фінансово-кредитну, інвестиційну, інформаційну, правову та інші складові. Будівельні корпорації беруть участь у відтворенні не тільки елементів ринкової інфраструктури, а й безпосередньо впливають і на соціальну сферу, результати діяльності якої не мають прибуткового характеру і не підлягають вартісній оцінці. Тому тут мають бути додатково враховані інші показники, на відміну від тих, які застосовуються до комерційних структур.

Таким чином, при визначенні ефективності будівельної корпорації, на наш погляд, необхідно розрізняти такі основні види ефективності:

• комерційна ефективність – це ефективність, яка враховує фінансові наслідки для комерційних організацій, що входять до будівельного об'єднання;

• некомерційна ефективність – система показників, що враховують соціально-економічні наслідки для суспільства загалом, включаючи зовнішні ефекти й суспільні блага;

• інтегральна ефективність – сукупний інтегральний результат, отриманий будівельною корпорацією в цілому.

Оцінка комерційної ефективності повинна враховувати такі аспекти:

- зміна результативності використання діючих виробничих потужностей, потенціалу науково-дослідних і дослідно-конструкторських організацій;

- нові можливості для реальних інвестицій, що виникають у результаті формування корпоративних структур;

- необхідний розгляд технологічних умов виробництва підприємницьких одиниць, що ініціюють інтеграцію, насамперед, в період опрацювання та укладення контрактних відносин;

- доцільне ретельне опрацювання системи контрактних взаємин, що охоплюють основні аспекти спільної діяльності (включаючи фінансовий, науково-технічний, збутовий тощо);

- наявність загальної (консолідованої) власності виступає істотним гарантом реалізованості контрактних відносин;

- поліпшення фінансових та економічних показників (максимізація прибутку і мінімізація витрат, підвищення продуктивності праці, підвищення інвестиційної привабливості підприємств, їх конкурентоспроможності тощо).

Крім того, при ухваленні рішення щодо створення корпоративної структури необхідно враховувати очікувані соціальні наслідки, які не мають вартісної оцінки, проте відображають ефективність корпорації з точки зору суспільства в цілому, а також окремих регіонів, галузей та організацій, що зацікавлені в результатах її функціонування.

Некомерційна ефективність – відповідність результатів господарської діяльності основним соціальним потребам і цілям суспільства. Інтегруючим параметром соціальної ефективності є підвищення народного добробуту, якості життя. Детальніше її можна представити такими показниками:

• створення та збереження привабливих робочих місць, страхування (медичне, пенсійне) працюючих членів трудового колективу;

• забезпечення населення житлом, відповідність виробництва попиту.

Проте необхідний попит можливо забезпечити лише виробництвом якісної продукції та відповідальним ставленням до споживачів. Тому оцінку соціальної ефективності будівельної корпорації вважаємо за необхідне доповнити такими характеристиками, що відображають запровадження системи управління якістю, виробництво якісних товарів та надання якісних послуг:

• благоустрій нових прибудинкових територій, створення соціальної інфраструктури, забезпечення необхідних для комфортного проживання умов та послуг, що формують високий рівень експлуатаційних характеристик нового об'єкту нерухомості;

• підтримка високого рівня фінансової стійкості, дотримання платіжної дисципліни, забезпечення

стабільних податкових надходжень, розвиток підприємницького клімату в регіоні;

• дотримання стандартів у сфері екології (проведення екологічної експертизи нових проектів та матеріалів, звітність корпорації перед громадськістю за свій вплив на навколишнє середовище).

У будівельної корпорації процес забудови міських територій спрямований не тільки на створення комфортних умов проживання, а й для організації сучасного рівня благоустрою, де є всі умови для відпочинку, дозвілля та обслуговування. Під будівлями можуть влаштовуватися гаражі, сауни, більярдні, дитячі секції. При цьому окрема увага має приділятися реалізації проектів зі створення дворів відпочинку, міні-скверів, елементам громадського обслуговування (магазинчикам, офісам і салонам). У результаті може бути досягнений значний соціальний ефект. Крім того, такий підхід відкриває певні можливості і для будівельних корпорацій, які можуть вже після здачі в експлуатацію житла реалізувати програму післяпродажного сервісного обслуговування, тобто укладати договори з ОВББ щодо надання послуг з утримання і обслуговування будинку та прибудинкової території (здійснення поточного ремонту, охорони, відеоспостереження, ремонту сантехнічного та електрообладнання, ремонту тротуарних та велосипедних доріжок тощо). Завдяки цьому підприємство отримує додаткове джерело підтримки обсягів виручки від реалізації продукції та послуг.

Централізоване управління великою диверсифікованою будівельною структурою з урахуванням суспільних потреб і інтересів передбачає дотримання нормативного рівня фінансової стійкості і тим самим здійснення обґрунтованого вибору між ризиком та доходністю, дотримання платіжної дисципліни, запобігання банкрутству, збереження робочих місць, підтримки високої податкової ефективності.

Екологізація будівельного виробництва має впроваджуватися за такими принципами:

• обґрунтування та застосування будівельних матеріалів і конструкцій, яким притаманна екологічність при виготовленні, будівництві та їх експлуатації;

• урахування екологічних методів організації і технології виробництва будівельно-монтажних робіт;

• застосування маловідходних, безвідходних, ресурсо- та енергозберігаючих технологій, машин та устаткування, впровадження комплексної системи природоохоронних заходів, яка включає вторинне використання та утилізацію відходів виробництва.

Таким чином, за результатом прояву ефекту від діяльності будівельної корпорації можна виділити комерційну та некомерційну ефективність. Розрахунок комерційної ефективності повинен враховувати економічний, фінансовий ефекти. Некомерційна ефективність базується на отриманні екологічного, соціального, бюджетного, інституціонального видів ефекту.

Інтегральна ефективність – це результуючий показник, який включає в себе усі перелічені види ефекту, що дозволяє комплексно оцінити позитивні та негативні наслідки діяльності інтегрованої структури.

Інтегральний ефект «може визначатися сумою комплексних показників з урахуванням їх значимості. Він може розглядатися як характеристика не стільки об'єкта, скільки генеральної сукупності ознак ефективності в цілому» [3].

За механізмом виникнення (прояву) ефекту слід виділити синергетичний ефект, зовнішні ефекти. За Г. Хакеном, зміст терміну «синергія» зводиться до того, що складні нелінійні системи здатні до самоорганізації та самовдосконалення [4]. Інше розуміння синергетики, сформульоване І. Ансоффом, виходить з того, що часто об'єднання частин у єдине ціле дає більший ефект, ніж їх механічна сума [5].

При вивченні ефективності діяльності інтегрованих корпоративних структур неминуче виникає питання про те, наскільки зміна їх кінцевих (результативних) показників обумовлена безпосередньо фактором інтеграції, глибиною взаємодії учасників. Тому дуже важливо виявити вплив саме чинника «взаємопроникнення», налагодження реальної групової роботи як суті та умови отримання синергетичного ефекту [6].

Результативність створення і функціонування інтегрованої структури містить у собі приріст ефекту, який виникає за рахунок фактора синергії, що означає перевищення результату простої суми факторів. Ефективність характеризує корисність, вигідність утворення корпорації, сукупну оцінку діяльності учасників в порівнянні з індивідуальною діяльністю, а також з іншими формами взаємодії підприємств між собою.

Висновки з проведеного дослідження. З наведеного вище можна зробити такі висновки.

Одним із найважливіших напрямів підвищення ефективності будівельного виробництва та інвестиційної активності є кооперація і будівельна інтеграція шляхом корпоратизації. Утворення і розвиток інтегрованих об'єднань в даній галузі, заснованих на поєднанні технологічно взаємозалежних промислового, будівельного, фінансового і торгового капіталів, є об'єктивно необхідним у ринкових умовах і має високий ступінь результативності, якщо здійснюється за принципом «технологічного ланцюжка».

Об'єднання за цим принципом надасть можливість поліпшення кадрового, управлінського, інноваційного потенціалу, якісного перетворення бізнесу та відповідатиме суспільним інтересам з точки зору досягнення певного соціального ефекту.

Створення промислово-будівельних структур дозволяє більш повно реалізувати консолідований потенціал регіонів, але при цьому відповідає не тільки місцевим інтересам, а також є одним з істотних факторів, що впливають на економіку країни в цілому. Результати функціонування корпоративних структур відображаються показниками комерційної та некомерційної ефективності, а також супроводжується проявами синергетичного ефекту.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Жусь О.М. Матрична структура корпоративних об'єднань в будівельному комплексі // Вісник Національного університету водного господарства та природокористування : Збірник наукових праць. Випуск 2(38). Економіка. – Рівне : НУВГП, 2007. – 310 с. – С. 82-88.
2. Иванов Ю.И. Слияния, поглощения и разделение компаний: стратегия и тактика трансформации бизнеса. – М. : Альпина Паблишер, 2001. – 224 с.
3. Пономаренко В.С., Гунтарева І.В. Структура визначення інтегрального показника системної ефективності розвитку підприємства [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://repository.hneu.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/278/1.
4. Хакен Г. Синергетика: Иерархия неустойчивостей в самоорганизующихся системах и устройствах [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://ir.nmu.org.ua/bitstream/handle/123456789/71730/.
5. Ансофф И. Стратегическое управление / И. Ансофф. – М. : Экономика, 1989. – 358 с.
6. Кохно А.П. Синергический эффект финансово-промышленных групп. – М. : Перспектива, 2001. – 324 с.

УДК 005

Рудківський О.А.
старший викладач кафедри менеджменту організацій і адміністрування Житомирського державного технологічного університету

ФОРМУВАННЯ ЛОГІСТИЧНОЇ СТРАТЕГІЇ МОЛОКОПЕРЕРОБНОГО ПІДПРИЄМСТВА ТА ЕФЕКТИВНІСТЬ ЇЇ РЕАЛІЗАЦІЇ

У статті розглянуто підхід до формування логістичної стратегії молокопереробних підприємств. Обґрунтовано логістичні стратегії для досліджених молокопереробних підприємств. Запропоновано інтегральний підхід до оцінки ефективності логістичної стратегії молокопереробного підприємства.
Ключові слова: логістична стратегія, ризик логістичної діяльності, інтегральний показник логістичної стратегії.

Рудковский О.А. ФОРМИРОВАНИЕ ЛОГИСТИЧЕСКОЙ СТРАТЕГИИ МОЛОКОПЕРЕРАБАТЫВАЮЩЕГО ПРЕДПРИЯТИЯ И ЭФФЕКТИВНОСТЬ ЕЕ РЕАЛИЗАЦИИ
В статье рассмотрен подход к формированию логистической стратегии молокоперерабатывающих предприятий. Обоснованы логистические стратегии для исследованных молокоперерабатывающих предприятий. Предложен интегральный подход к оценке эффективности логистической стратегии молокоперерабатывающего предприятия.
Ключевые слова: логистическая стратегия, риск логистической деятельности, интегральный показатель логистической стратегии.

Rudkivskyi O.A. FORMATION OF DAIRY COMPANY'S LOGISTICS STRATEGY AND ITS EFFECTIVENESS
The article describes the approach to formation of dairy company's logistics strategy. Grounded logistics strategy for the investigated dairy companies. The integrated approach to evaluating the effectiveness of dairy company's logistics strategy.
Keywords: logistics strategy, risk of logistics activity, integral indicator logistics strategy.

Постановка проблеми. Після формування умов до формування логістичної стратегії молокопереробних підприємств, необхідно застосовувати такі методики формування логістичних стратегій, які б базувалися на принципах: об'єктивності, науковості, новизни, вимірюваності, оптимальності, гнучкості, оперативності. Такі принципи дозволяють запропонувати логістичну стратегію, яка відповідатиме всім стратегічним орієнтирам молокопереробних підприємств, сучасним логістичним науково-практичним підходам. Формування власне логістичної стратегії без оцінки ефективності її запровадження не дозволяє повноцінно відобразити її результативність, а, отже, і доцільність.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Питаннями формування логістичної стратегії підприємств займались Д. Уотерс [1, с. 119], В.І. Сергєєв [2, с. 811], Дж. Сток та Д. Ламберт [3, с. 636] та інші вітчизняні й іноземні дослідники, проте ними лише запропоновані загальні схеми розробки логістичної стратегії, без пропозиції конкретних методик її вибору.

Щодо оцінки ефективності логістичної стратегії, було запропоновано в працях К.В. Мельникової [4] та Н.В. Макарової [5] підхід, який базується на оцінці ефективності логістичної стратегії як сфери інвестування. Запропоновані дослідниками підходи оцінки ефективності логістичної стратегії є достатньо обґрунтованими, проте, слід відзначити, що логістична стратегія, по-перше, не є конкретним рішенням (наприклад, як інвестиційний проект або план підприємства), а є орієнтиром для прийняття подальших рішень; по-друге, результативність логістичної стратегії виявляється не тільки у фінансових результатах (наприклад, збільшенні прибутків, рентабельності або зменшенні витрат), але й у зростанні якості логістичних операцій, процесів, що виявляється у формуванні якісного потенціалу підприємства (наприклад, конкурентних переваг підприємства, зростанні якості обслуговування тощо). А тому пропоновані підходи можуть ефективно застосовуватись тільки за певних обмежуючих умов.

Невирішеними залишаються питання щодо формування універсального об'єктивного підходу щодо формування та оцінки ефективності логістичної стратегії підприємства. Такий підхід має бути сформований на сучасних умовах господарювання, враховувати сучасні розробки в галузі менеджменту та бути універсальним.

Виклад основного матеріалу. Методика формування логістичної стратегії має ґрунтуватись, як і логістичне управління, на розвиненій інформаційній системі підприємства, яка забезпечує систему менеджменту підприємства набором кількісних параметрів, що дозволяють оптимізувати як логістичну систему підприємства, так і його логістичний ланцюг. Такі кількісні параметри за ефективно діючої інформаційної системи молокопереробного підприємства дозволяють вчасно отримати об'єктивні дані про стан розвитку логістичної системи підприємства та його логістичного ланцюгу, а також передбачити його тенденції в майбутньому. А це є необхідною умовою для формування логістичної стратегії підприємства та оцінки ефективності її реалізації.

Формування логістичної стратегії передбачає застосування сучасних ефективних методів в системі логістичного управління. На сьогодні достатньо поширеними та ефективними при формуванні логістичної стратегії є методи економіко-математичного моделювання, спрямовані на дослідження економічних об'єктів шляхом обробки кількісних показників, які характеризують молокопереробні підприємства, їх логістичні ланцюги та умови функціонування та розвитку. Ця група методів дозволяє системі управління отримати об'єктивні дані (аналізуються в переважній більшості кількісні показники) для встановлення причинно-наслідкових зв'язків на основі побудованої (побудованих) моделей, здійснити прогнозування та імітацію розвитку логістичної системи молокопереробного підприємства на перспективу, що є не менш важливим у процесі формування логістичної стратегії. Тобто, з одного боку, економіко-математичні моделі дозво-

Рівень логістичного ризику	високий	Стратегія вибіркової оптимізації витрат	Стратегія вибіркового обслуговування	Стратегія вибіркової мінімізації витрат часу	Стратегія вибіркового інвестування
	середній	Стратегія оптимізації витрат	Стратегія обмеженого обслуговування	Стратегія оптимізації витрат часу	Стратегія обмеженого інвестування
	низький	Стратегія мінімізації витрат	Стратегія максимального обслуговування	Стратегія комплексної оптимізації витрат часу	Стратегія обширного інвестування
		логістичні витрати	якість	час	логістичні активи
		Ключові фактори успіху			

Рис. 1. Матриця вибору логістичних стратегій «ключові фактори успіху – рівень логістичного ризику»

ляють проаналізувати логістичну діяльності (здійснити факторний аналіз), з іншого – дозволяють розробити рекомендації при розробці логістичної стратегії та передбачення результатів її реалізації.

При виборі логістичної стратегії необхідно проаналізувати вплив факторів на результативність логістичної стратегії (яка може бути представлена показниками результативності, прибутковості підприємства за попередні періоди його діяльності). Пропонуємо використання таких факторів при побудові економіко-математичної моделі, які відображають основні складові логістичної результативності молокопереробного підприємства:

1) показники логістичних витрат підприємства;

2) показники логістичних активів підприємства;

3) показники логістичного циклу;

4) показники рівня розвитку логістичного ланцюгу;

5) показники гнучкості та адаптивності логістичної системи та логістичного ланцюгу молокопереробного підприємства.

На основі зазначених показників формується економічна модель логістичної діяльності молокопереробного підприємства, що передбачає перелік специфічних особливостей, які характерні особливостям підходу дослідження процесів формування логістичної стратегії таких підприємств:

1) результати логістичної діяльності виявляються в результатах операційної діяльності молокопереробних підприємств;

2) не всі показники можна використати в процесі побудови економіко-математичної моделі;

3) у переважній більшості варто використовувати відносні, а не абсолютні показники логістичних систем;

4) не існує менш важливих або більш важливих факторів впливу на логістичну діяльність молокопереробних підприємств;

5) показники мають бути кількісно виміряні.

Вибір молокопереробним підприємством логістичної стратегії залежить (виходячи із запропонованого в дослідженні підходу) від: ключових факторів, на які орієнтоване логістичне управління молокопереробного підприємства (витрати, якість, час, логістичних активів); рівня ризику логістичної діяльності, який приймає молокопереробне підприємство (високий, середній, низький).

Виходячи із даних двох параметрів пропонуємо матрицю вибору логістичних стратегій «ключові фактори успіху – рівень логістичного ризику» (рис. 1).

Застосування рівня ризику логістичної діяльності обумовлене спрямованістю підприємств на формування сучасних логістичних ланцюгів, адже прагнення до формування таких ланцюгів впливає на зниження ризику як логістичної діяльності підприємства (так і його операційної діяльності), що є наслідком більш прогнозованої діяльності у сфері формування ланцюга поставок (підприємство має більш надійних постачальників та посередників та на сучасному етапі розвитку молокопереробних підприємств надає конкурентні переваги на ринку).

Більш ризикова логістична діяльність спрямована на отримання короткочасного ефекту від реалізації логістичних інструментів (по суті логістика використовується як інструмент короткочасної оптимізації операцій підприємства), націленість логістичної діяльності молокопереробних підприємств спрямована на «швидку» оптимізацію їх логістичних операцій. Менш ризикова логістична діяльність спрямована на отримання довгострокового ефекту логістичних інструментів (скоріше комплексу логістичних рішень), спрямованих на формування та розвиток інтегрованої логістичної системи в межах власних ланцюгів поставок. Націленість логістичної діяльності молокопереробних підприємств спрямована на формування довгострокових відносин у межах логістичного ланцюгу (перехід від отримання короткочасного ефекту до отримання довгострокового ефекту логістичних інструментів). Фактично перехід від більш ризикової до менш ризикової логістичної діяльності відповідає як розвитку логістичної системи молокопереробного підприємства, так і відхід підприємства від «управління за подіями» до «стратегічного інтегрованого управління», в т. ч. у сфері логістичної діяльності, яка, як зазначалося у попередніх розділах дослідження, стає основою для конкурентної боротьби на ринку продукції молокопереробки як джерело довгострокових конкурентних переваг.

При побудові економіко-математичної моделі, яка б враховувала рівень ризику логістичної діяльності, потрібно виходити із такого: для молокопереробного підприємства відносна зміна доходів повинна перевищувати відносну зміну витрат. Останнє у свою чергу засвідчує, що витрати, здійснені на логістичні інструменти у періоді дослідження, були ефективними, в іншому разі будемо спостерігати зворотну реакцію – перевищення відносної зміни витрат над відносною зміною доходів:

$$\frac{\Delta Д}{Д} > \frac{\Delta В}{В}$$ – умова ефективності логістичних рішень; (1)

$$\frac{\Delta Д}{Д} = \frac{\Delta В}{В}$$ – умова «нульової» ефективності логістичних рішень; (2)

$$\frac{\Delta Д}{Д} < \frac{\Delta В}{В}$$ – умова неефективності логістичних рішень, (3)

де Д – операційні доходи молокопереробного підприємства в періоді дослідження;

В – операційні витрати молокопереробного підприємства в періоді дослідження;

$\Delta Д$, $\Delta В$ – відповідно, зміна операційних доходів і витрат молокопереробного підприємства в періоді дослідження порівняно до попереднього.

Було проведено оцінку тенденцій зміни операційних доходів та витрат шести молокопереробних підприємств Житомирської області (табл. 1).

Як видно з таблиці 1, підприємства, які працюють більш стабільно, мають незначні коливання різниці між тенденціями зміни операційних доходів та витрат (це засвідчує їх менш ризикову діяльність), інші – мають значні коливання. Можна зробити висновок про існування залежності між ризиковістю операційної (у т. ч. логістичної) діяльності та результатами діяльності підприємств, що у свою чергу відображає ефективність логістичного управління.

Здійснено прогнозування зміни різниці між тенденціями зміни операційних доходів та витрат на основі побудови трендових моделей на 2014–2016 роки за допомогою програмного продукту Mathcad 14 та спеціального алгоритму побудови економіко-математичної (трендової) моделі.

Для молокопереробних підприємств, діяльність яких було досліджено, за результатами побудови трендової моделі отримуємо такі результати (табл. 2).

На основі проведеного прогнозування можна оцінити тенденції розвитку молокопереробних підприємств, що вже склались за період дослідження. Провівши аналіз, слід зазначити, що підприємство 4 має тенденцію до стабільного розвитку різниці темпів приросту операційних доходів та витрат. Це засвідчує спрямованість системи управління підприємством на оптимізацію операційних витрат, у т. ч. логістичних витрат. Стосовно підприємств 1 та 3 слід відзначити тенденцію до неоптимального управління балансом операційних доходів та витрат, що, в свою чергу, збільшує ризик логістичної діяльності, адже більші темпи зростання операційних витрат над доходами сприятимуть зниженню рентабельності в майбутньому, тобто зниженню конкурентоспроможності підприємств. Це вказує на низьку ефективність логістичних рішень (у т. ч. стратегічних). Щодо підприємств 2 та 5 можна відзначити проблемний стан підприємств, подолавши який підприємство буде нарощувати операційні доходи більшими темпами, ніж витрати, що у свою чергу не буде результатом ефективно обраної логістичної стратегії, а насідком виходу підприємств з проблемного стану 2009 року.

Оцінку ризику в теорії та практиці управління ризиками можна визначити за допомогою розрахунку показників: середнього значення показника, середньоквадратичного відхилення показника та коефіцієнту варіації показника. Як за фактичними значеннями, так і за прогнозними значеннями показника (різниці темпів зростання операційних доходів і витрат); результати оцінки рівня ризику логістичної діяльності досліджуваних молокопереробних підприємств (табл. 2), використовуючи формули та проводячи розрахунки у програмі Mathcad 14:

$$1)\ k_{ЛР} = \frac{\Delta Д}{Д} - \frac{\Delta В}{В}; \quad (4)$$

2) середнє значення показника $k_{ЛР}$:

$$\bar{k}_{ЛР} = \frac{\sum_{i=1}^{T} k_{ЛРi}}{T}; \quad (5)$$

3) середньоквадратичне відхилення показника $k_{ЛР}$:

$$\sigma_{k_{ЛР}} = \sqrt{\frac{\sum_{i=1}^{T} (k_{ЛРi} - \bar{k}_{ЛР})^2}{T-1}}; \quad (6)$$

4) значення коефіцієнту варіації показника $k_{ЛР}$:

$$\nu_{k_{ЛР}} = \frac{\sigma_{k_{ЛР}}}{\bar{k}_{ЛР}} \times 100\%. \quad (7)$$

Аналізуючи дані підприємств, можна проранжувати підприємства за рівнем логістичного ризику:

1) найбільший рівень ризику має підприємство 5 (середнє значення показника у підприємства значно перевищує всі досліджені підприємства). Також до групи порівняно високого рівня ризику логістичної діяльності належить і підприємство 2 (середньоквадратичне відхилення показника є майже у два рази більшим, ніж у решти підприємств);

2) середній рівень ризику мають підприємство 1 та 3 (середні значення показника у підприємств є близькими, а за середньоквадратичним відхиленням показником – достатньо близькими). Незначно більшим ризик при цьому має підприємство 3;

Таблиця 1

Операційні доходи та витрати молокопереробних підприємств

№ з/п	Показники	Роки							Відхилення 2012 р. до 2006 р.
		2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	
1.	Підприємство 1	0,039	-0,022	0,02	0,018	-0,067	-0,007	0,041	0,002
2.	Підприємство 2	-0,047	0,103	-0,05	0,01	-0,053	-0,025	-8,157	-8,110
3.	Підприємство 3	-0,002	0,004	-0,056	0,013	*	*	*	0,015
4.	Підприємство 4	*	*	-0,001	-0,007	0,016	0,011	0,037	0,038
5.	Підприємство 5	0,078	0,187	-0,066	-0,036	-0,114	18,526	-0,033	-0,111
6.	Підприємство 6	0,041	-0,019	-0,042	-0,006	-0,042	*	*	-0,083

Таблиця 2

Прогнозування різниці між відносної зміни операційних доходів та витрат

Молокопереробне підприємство	Трендова модель	R^2	Прогноз		
			2014	2015	2016
Підприємство 1	$Y = 0{,}01 - 0{,}003 \times t - 0{,}046 \times \sin(4{,}16 \times t)$	0,829	-0,006	0,010	-0,069
Підприємство 2	$Y = 0{,}021 - 0{,}008 \times t - 0{,}068 \times \sin(2{,}58 \times t)$	0,792	0,016	-0,099	-0,057
Підприємство 3	$Y = 0{,}015 - 0{,}012 \times t + 0{,}185 \times \sin(3{,}2 \times t)$	0,958	-0,188	-0,005	-0,23
Підприємство 4	$Y = -0{,}015 + 0{,}0086 \times t - 0{,}0092 \times \sin(3{,}5 \times t)$	0,982	0,05	0,05	0,061
Підприємство 5	$Y = 0{,}157 - 0{,}044 \times t - 0{,}071 \times \sin(2{,}7 \times t)$	0,775	-0,224	-0,188	-0,354
Підприємство 6	$Y = 0.027 - 0{,}016 \times t + 0{,}031 \times \sin(1{,}8 \times t)$	0,991	-0,068	-0,128	-0,153

3) низький рівень логістичного ризику має підприємство 4 (всі показники, у т. ч. і показник варіації, є найменшими серед усіх підприємств. А середнє значення показника є позитивним – на відміну від інших показників).

Для вибору критерію конкурентоспроможності проведено побудову економіко-математичної моделі (лінійної моделі) впливу ключових показників на результати діяльності підприємства на ринку (фінансовий результат від операційної діяльності). Як фактори обрано: для критерію витрат – операційні витрати; для часу – тривалість операційного циклу; для активів – сума запасів та дебіторської заборгованості (інвестованих підприємством задля фінансування операційної діяльності); для якості (обслуговування) – показник рентабельності продукції (адже продукція з високою якістю та рівнем сервісу матиме кращий ринковий успіх, а, отже, і вищу ціну).

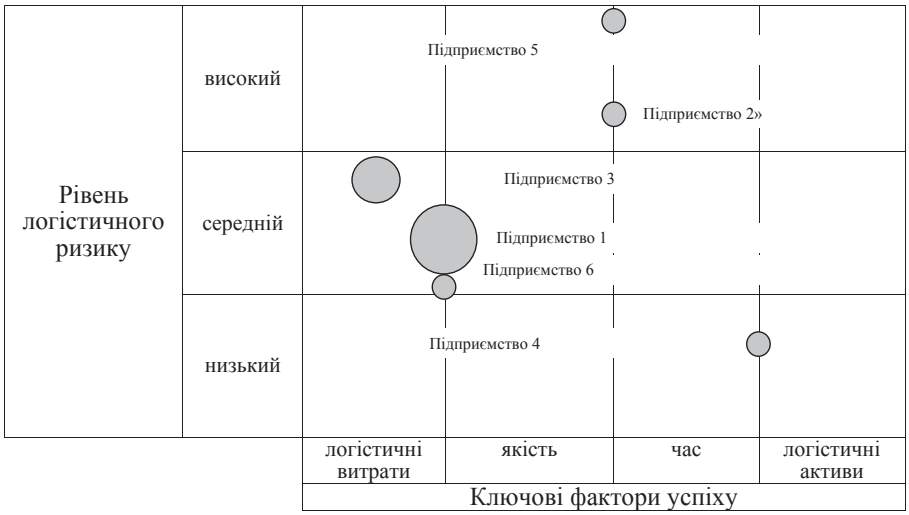


Рис. 2. Вибір стратегії молокопереробних підприємств

За результатами побудованих лінійних моделей виявлено такі основні важливі критерії для молокопереробних підприємств: підприємство 1 – якість та витрати; підприємство 2 – якість та час; підприємство 3 – активи та витрати; підприємство 4 – активи та час; підприємство 5 – якість та час; підприємство 6 – якість та витрати.

Щодо показника якості, то слід зазначити, що він сильно корелює із результативним показником моделі (фінансовим результатом). Слід визначити, що для «проблемних» підприємств на перше місце виходить показник – час (тривалість операційного циклу), тобто по суті показник швидкості проведення операцій та повернення інвестицій.

При визначенні стратегії окрім рівня ризику слід визначити критерії, які мають обрати молокопереробні підприємства, для концентрації логістичної та операційної діяльності на тих ключових елементах конкурентної боротьби (витрати, якість, час, активи), які будуть покладені в основу логістичної стратегії (рис. 2).

Застосування запропонованих стратегій обґрунтовано при збереженні існуючих тенденцій та ризиковості логістичної діяльності молокопереробних підприємств, в іншому випадку – стратегії потребують адаптації до змінених умов.

Стратегія підприємства є по своїй природі специфічним рішенням, яке не дозволяє використовувати як фрагментарний підхід до оцінки ефективності (який враховує тільки ту сферу діяльності підприємства, або той аспект його діяльності, яких стосується стратегія) – стратегія за своєю суттю не є фрагментарною; так і функціональний підхід (який враховує функціональні особливості діяльності підприємства, яких стосується стратегія) – логістична стратегія за своєю роллю є комплексною і не стосується тільки однієї окремої сфери діяльності підприємства. Виходячи із цього, найбільш відповідним суті логістичної стратегії є інтегральний підхід до оцінки її ефективності [6].

Комплексна реалізація запропонованих заходів у межах реалізації логістичної стратегії підприємства дає можливість найбільш оптимально запровадити необхідні в логістичній системі молокопереробних підприємств та їх логістичних ланцюгах зміни, реалізація яких дозволить молокопереробним підприємствам вийти на якісно новий рівень управління та конкуренції – на рівні цілісних систем (ланцюгів), і отримати інтегральний ефект.

Відображенням інтегративного ефекту є відповідне значення інтегративного показника, що характеризує не тільки кількісні зміни в логістичній системі молокопереробного підприємства, але і якісні.

Інтегральний показник можна подати у формі співвідношення індексів зміни якості до індексу зміни витрат логістичної системи молокопереробного підприємства, обумовлених двоспрямованістю логістичних стратегій – або на зменшення витрат, або на підвищення якості обслуговування, або їх поєднання.

Формула такого інтегративного показника матиме такий вигляд:

$$I_{ЛС} = \frac{I_Я}{I_В}, \qquad (8)$$

де $I_{ЛС}$ – інтегральний показник логістичної стратегії;

$I_Я$ – індекс зміни якості логістичної стратегії;

$I_В$ – індекс зміни витрат логістичної стратегії.

Значення інтегративного показника логістичної стратегії мають певні критеріальні рамки:

1) за умови $I_{ЛС}>1$ логістична стратегія є доцільною та ефективною (чим вище це значення, тим краще) – така умова відповідає такій логістичній стратегії, яка забезпечує підвищення рівня якості в межах логістичної системи підприємства порівняно або зменшення логістичних витрат, або поєднує їх;

2) за умови $I_{ЛС}=1$ (або є близьким до одиниці) логістична стратегія не привносить у логістичну систему підприємства суттєвих змін, а ті зміни, що можуть бути за її допомогою реалізовані, не підвищують конкурентоспроможність логістичної системи підприємства;

3) за умови $I_{ЛС}<1$ логістична стратегія не є доцільною, так як її реалізація приносить або підвищення рівня якості в межах логістичної із значним зростанням логістичних витрат, або таке зменшення логістичних витрат, яке значно погіршує рівень якості в логістичній системі підприємства.

При виборі логістичної стратегії підприємства варто враховувати значення інтегративного показника логістичної стратегії, адже він дозволяє відкинути ті альтернативи, які не є ефективними, та оцінити ефективність логістичної стратегії та обрати ту логістичну стратегію, яка дозволить досягнути бажаного інтегрального ефекту.

Таблиця 3

Ефективність логістичної стратегії підприємства 1

№ з/п	Показники	Результати діяльності підприємства за рік		
		без впровадження логістичної стратегії	без використання практик логістичного управління	з використанням практик логістичного управління
1.	Операційні доходи, тис. грн	1060217,2	1060217,2	1060217,2
2.	Операційні витрати, тис. грн	942031,4	938750,6	906544,1
3.	Фінансовий результат від операційної діяльності (NOPAT), тис. грн	118185,8	121466,6	153673,1
4.	Інтегральний ефект, тис. грн	-	3280,8	35487,3
5.	Рентабельність активів (ROA), %	24,3	25,0	31,6

Індекс зміни якості логістичної стратегії – $I_Я$ – це показник, який відображає якісні зрушення в межах логістичної системи шляхом реалізації логістичної стратегії підприємства у порівнянні із існуючим станом. При реалізації логістичної стратегії, орієнтованої на збільшення рівня якості, наприклад, цей показник буде більшим за показник витрат, таким чином буде забезпечено необхідне значення інтегративного показника ефективності логістичної стратегії.

Індекс зміни витрат логістичної стратегії – $I_В$ – це показник, якій відображує зрушення в межах логістичної системи в розрізі логістичних витрат шляхом реалізації логістичної стратегії підприємства у порівнянні із існуючим станом. При реалізації логістичної стратегії орієнтованої на зменшення витрат, наприклад, цей показник буде меншим за показник зміни якості, так як для забезпечення ефективності логістичної стратегії має бути виконана умова: значення менше за значення індексу логістичних витрат, таким чином буде забезпечено необхідне значення інтегративного показника.

Для того щоб врахувати інтегральний вплив логістичної стратегії на діяльність підприємства (за умови відсутності системи логістичного планування), потрібно врахувати синергетичні зміни, які можна відобразити інтегративним показником ефективності логістичної системи [6]. Тоді формулу потрібно скорегувати на коефіцієнт $k_{інт}$:

$$k_{інт} = \frac{I_{еф}^{стр}}{I_{еф}^{баз}}, \qquad (9)$$

де $I_{еф}^{стр}$, $I_{еф}^{баз}$ – інтегральний показник ефективності логістичної системи відповідно за використання логістичної стратегії та за її відсутності. З розвитком системи логістичного планування на підприємствах значення коефіцієнта $k_{інт}$ буде зменшуватись до одиниці.

Скоригований інтегральний показник ефективності логістичної стратегії матиме такий вигляд:

$$I_{ЛС} = \frac{I_Я}{I_В} \times k_{інт}. \qquad (10)$$

Розрахуємо коефіцієнт $k_{інт}$ на основі [6], враховуючи, що впровадження логістичної стратегії дозволить молокопереробним підприємствам здійснювати процеси логістичного планування з розширенням використання сучасних логістичних практик у своїй діяльності.

Для логістичних стратегій, запропонованих молокопереробним підприємствам, можна оцінити інтегральний ефект, який у кінцевому підсумку буде відображатися на результатах їх діяльності, відображених у основних показниках діяльності (відповідно до логістичної стратегії). Коефіцієнт в такому разі відобразить вплив логістичної стратегії на результати діяльності підприємств. При реалізації логістичної стратегії, орієнтованої на зростання рівня якості логістичної системи, дія коефіцієнта буде спрямована на зростання доходності, а орієнтованої на зменшення рівня витрат – на зменшення рівня витрат логістичної системи. За основу індексів зміни якості можна використати темпи приросту операційних доходів підприємства (адже зростання якості логістичної системи буде призводити до помітного зростання доходів, порівняно з витратами); за основу індексу зміни витрат логістичної системи можна використати темпи приросту операційних витрат підприємства.

Використовуючи запропонований підхід, ефективність логістичної стратегії для підприємства 1 повинна відображатися через зростання інтегративного показника ефективності логістичної системи підприємства. Використання лише логістичної стратегії дозволяє підприємству отримати позитивний інтегральний ефект, проте застосування сучасних практик логістичного управління дозволяє значно підвищити ефективність змін на підприємствах та отримати кращий кінцевий варіант.

Результати розрахунків показують, що запровадження логістичної стратегії, орієнтованої на витрати, для підприємства 1 дозволить одержати позитивні результати, які відображаються в уповільненні темпів приросту його операційних витрат (табл. 3).

Висновки та перспективи подальших досліджень. Запропонований підхід відповідає умовам, які ставляться до формування та оцінки логістичної стратегії молокопереробного підприємства, що враховують її природу (логістичну роль на підприємстві, стратегічну спрямованість). Результатами оцінки є інтегральний показник ефективності логістичної стратегії, що відображає той інтегральний ефект, який логістичне стратегічне планування та логістична стратегія дозволяють отримати молокопереробному підприємству. На основі цього підходу можна розробляти як системи оцінки ефективності логістичної стратегії для підприємств інших галузей економіки, так і вибору логістичної стратегії у відповідності до оцінки її інтегративного ефекту.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Уотерс Д. Логистика. Управление цепью поставок : Пер. с англ. – М. : Юнити-Дана, 2003. – 503 с.
2. Корпоративная логистика. 300 ответов на вопросы профессионалов / Под общ. и науч. редакцией проф. В.И. Сергеева. – М. : ИНФРА-М, 2005. – 976 с.
3. Сток Дж.Р., Ламберт Д.М. Стратегическое управление логистикой : Пер. с 4-го англ. изд. – М. : ИНФРА-М, 2005. – 797 с.
4. Мельникова К.В. Методичний підхід до оцінки ефективності логістичних стратегій // БізнесІнформ. – 2012. – № 8. – С. 198-200.
5. Макарова Н.В. Оценка эффективности логистических стратегий // Вопросы экономики и права. – 2010. – № 7. – С. 18-20.
6. Рудківський О.А. Інтегративний підхід до оцінки розвитку логістичної системи молокопереробного підприємства // Ефективна економіка. – 2013. – № 9 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2337&p=1.

УДК 331.5

Удовенко І.О.
кандидат економічних наук,
доцент кафедри туризму та готельно-ресторанної справи
Уманського державного педагогічного університету імені Павла Тичини

ОСОБЛИВОСТІ СТАНОВЛЕННЯ НОВОГО ТИПУ ПРАЦІВНИКА У СФЕРІ ТУРИЗМУ В ПОСТСОЦІАЛІСТИЧНОМУ СУСПІЛЬСТВІ

У статті досліджуються процес формування нового типу працівника туристичної галузі та потреба на ринку праці у таких кадрах. Зазначена залежність виражається через соціальну орієнтацію ринку праці в сфері туризму, тобто певні якісні параметри розвитку його суб'єктів, відносини між ними, результати взаємодії, ефективність функціонування, гуманістичне спрямування. При цьому об'єктами регулювання на ринку праці виступають взаємовідносини між найманими працівниками, роботодавцями та власниками засобів виробництва туристичної галузі. Останні повинні ефективно поєднувати фактори виробництва і забезпечувати високу ефективність виробничого процесу на основі науково-технічного прогресу як в інтересах учасників взаємодії, так і соціальної сфери регіону загалом.

Ключові слова: ринок праці, найманий працівник, зайнятість, сфера обслуговування, технологічні уклади.

Удовенко И.А. ОСОБЕННОСТИ СТАНОВЛЕНИЯ НОВОГО ТИПА РАБОТНИКА В СФЕРЕ ТУРИЗМА В ПОСТСОЦИАЛИСТИЧЕСКОМ ОБЩЕСТВЕ

В статье исследуются процесс формирования нового типа работника туристической отрасли и потребность на рынке труда в таких кадрах. Указанная зависимость выражается через социальную ориентацию рынка труда в сфере туризма, то есть определенные качественные параметры развития его субъектов, отношения между ними, результаты взаимодействия, эффективность функционирования, гуманистическое направление. При этом объектами регулирования на рынке труда выступают взаимоотношения между наемными работниками, работодателями и собственниками средств производства туристической отрасли. Последние должны эффективно сочетать факторы производства и обеспечивать высокую эффективность производственного процесса на основе научно-технического прогресса как в интересах участников взаимодействия, так и социальной сферы региона в целом.

Ключевые слова: рынок труда, наемный работник, занятость, сфера обслуживания, технологические уклады.

Udovenko I.O. FEATURES OF FORMATION OF A NEW TYPE OF WORKER IN THE SPHERE OF TOURISM IN POST-SOCIALIST SOCIETY

This paper examines the formation of a new type of worker tourism industry and the need for the labor market in these frames. The specified dependencies is expressed through social orientation of the labor market in tourism, that certain qualitative parameters of its subjects, the relationship between them, the results of interaction, operational efficiency, humanistic orientation.

Herewith the objects of regulation of the labor market are the relationships between employees, employers and owners of the means of production tourism industry. The latter must effectively combine inputs and provide high efficiency of the production process based on scientific and technological progress in the interests of participants interaction and social area as a whole.

Keywords: labor market, employees, employment, Sphere of service, technological modes.

Постановка проблеми. За роки існування незалежної України закладено підвалини вітчизняного туризму. Завдання, що стоять перед українським туризмом, потребують стратегічного планування його розвитку на перспективу, комплексного підходу до їх вирішення та головне – розробки дієвих виконавчих механізмів, які дозволять зробити його високорентабельною галуззю, сприятимуть соціально-економічному та культурному розвитку країни, створенню її позитивного іміджу в світі [11].

Головного значення набуває людський, а не речовий капітал. Тобто на сучасному етапі розвитку людської цивілізації головним фактором прогресу стають не уречевлені засоби виробництва, а знання та нові ідеї людей. Роль людського капіталу, що збільшується, при переході до економіки знань змінює суспільство та його економічні інститути, наприклад ринок праці.

Перехід від індустріального типу до постіндустріального суспільства призвів до того, що туристична індустрія все більше базується на інтелекті, ніж на матеріальній (речовинній) основі, домінуючим стає «інший тип праці – суперіндустріальний», який ґрунтується на високорозвинених технологіях, вмінях, кваліфікації найманого робітника, що забезпечується високим рівнем освіти, у тому числі формальною освітою (коледж, школа), професійною та «культурною» [6].

Із кожним роком розвиток туризму в Україні набуває все більших обертів. Щороку нашу державу відвідують в середньому 17 млн іноземців, більшість яких є громадянами країн СНД, а третина приїжджає з ЄС. Україна є одним зі світових лідерів з міжнародного туризму – за даними Всесвітньої організації туризму, Україна посідає сьоме місце за кількістю відвідувань щороку. Таким чином, туристична галузь має надзвичайно важливе значення для економіки нашої держави, а розвиток цієї сфери суспільного життя повинен стати одним із пріоритетних завдань на найближче майбутнє.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Аналізуючи економічні аспекти трансформації праці і соціально-трудових відносин у туристичній галузі виникає необхідність врахування положення про багатоваріантність розвитку на етапі становлення постіндустріального суспільства, що було окреслено Д. Беллом. Методологічною основою цього аналізу виступає трисекторна модель, запропонована К. Кларком у 40-і рр. XX ст., що розділила народне господарство на три сектори: видобувні галузі і сільське господарство; галузі обробної промисловості; галузі послуг. Д. Белл доповнив цю модель ще двома секторами: четвертий сектор представлений такими галузями, як торгівля, фінансові послуги, страхування, операції з нерухомістю; п'ятий сектор – охорона здоров'я, відпочинок, освіта, наука, державне управ-

ління, індустрія відпочинку. У третьому секторі Д. Белл залишив галузі житлово-комунального господарства та транспорту.

Так, у США у сфері послуг (включаючи інформаційний сектор) у 1970 р. було зайнято 66% працівників, а в 1993 р. вже – 78%. У той же час чисельність зайнятих у виробничих галузях знизилося з 27 до 16%. За загальними оцінками, у США частка зайнятих у сільському господарстві не перевищує 5%. Ті ж тенденції спостерігаються у Великобританії, що переступила цю межу в 1970 р., Японії (1975 р.), ФРН і Італії (1980 р.) [2].

Постановка завдання. На основі викладеного можна сформулювати дослідження, яке полягає в аналізі якісних змін найманого працівника інноваційного типу та перспективам його залучення у сфері туризму. Комерційна спрямованість діяльності туристичних підприємств, глибока проробка багатьох аспектів, пов'язаних із залученням і обслуговуванням туристів, від планування і підготовки маршрутів до будівництва спеціалізованих комплексів, від роботи з клієнтами до розвитку інфраструктури окремих регіонів, – дозволяє віднести туризм до сучасної індустрії відпочинку, лікування, розваг, бізнесу. Якісні зміни та нетипові характеристики найманого працівника інноваційного типу виробництва в туризмі, що стали характерними, були спричинені новими поступами науково-технічної революції (далі – НТР), яка неодноразово була передумовою переходу суспільного виробництва до наступного етапу розвитку. Так, при переході до індустріального типу виробництва НТР спонукала до початкових спроб часткової автоматизації деяких процесів виробництві туристичного продукту з поступовим поділом технології виробництва на більш прості, які не потребують масового залучення робочої.

Виклад основного матеріалу дослідження. Туристичний ринок в Україні перебуває на стадії становлення. Стан ринку туристичних послуг визначається соціально-економічними та політичними процесами, що відбуваються в країні, відтворюючи перебіг реформування суспільного життя. Україна належить до країн, де туризм як активний спосіб проведення дозвілля заохочувався державою, пропагувався та стимулювався шляхом соціалізації туристичних послуг і тому був сприйнятий більшістю населення як складова способу життя. Поліпшення рівня та умов життя вводить туризм до споживчої суспільної моделі, особливо міського населення, стимулюючи попит і формуючи ринок туристичних послуг.

Туристична індустрія вважається однією з найбільш прибуткових галузей економіки в світі і з кожним роком її вплив на економіку країн посилюється. Поява комп'ютерних мереж Інтернету, електронних баз даних, систем взаєморозрахунків та інших сучасних досягнень у сфері інформаційних технологій сприяла значному збільшенню обсягів наданих туристичних послуг, поліпшенню їх якості, скороченню витрат туристів на пошук і придбання необхідного пакету послуг [4, с. 131].

Обсяг ринку праці (чисельність зайнятих й безробітних громадян працездатного віку) у цілому по країнах СНД, за оцінкою Статкомітету СНД, у 2011 р. становив 141 млн осіб. За рахунок збільшення чисельності населення у низці країн – Азербайджані, Вірменії, Казахстані, Киргизії, Таджикистані, Туркменії й Узбекистані, а також у поєднанні із збільшенням частки населення у працездатному віці було зафіксовано деяке зростання чисельності економічно активного населення в цілому по СНД (приблизно на 1 млн осіб).

Сучасний рівень економічної активності населення країн СНД, попри значно нижчий, ніж у більшості країн світу, пенсійний вік, є досить високим за міжнародними стандартами. Це пояснюється головним чином активністю жінок 20-49 років. Найвищі рівні економічної активності населення характерні для Казахстану, Азербайджану, Росії.

Роботодавці, власники сучасних підприємств прагнуть до того, щоб претендент на робоче місце мав відповідну освіту і володів комп'ютером. При цьому допускається середній рівень здоров'я, і практично не впливають на працевлаштування його сімейний стан та вимоги до умов праці і заробітку. Але іноді наймані працівники не володіють основними критеріями, що створює достатній рівень конкурентоздатності та трудової мотивації. Це пояснюється тим, що вимоги найманої сили залежать від складності виконуваної роботи.

Сучасний ринок найманих працівників досить гнучкий, готовий до кон'юнктурних коливань. На жаль ринок освіти, який є першочерговим інститутом у формуванні кадрового потенціалу, не є еластичним до зростаючого попиту роботодавців у сфері туристичної галузі. Він не готовий оперативно реагувати на потреби у найманих працівниках відповідної кваліфікації туристичної індустрії, що призводить до розбалансування цих двох інститутів. Питання дисбалансу між попитом та пропозицією на ринку праці у сфері туризму стоять у більшості країн світу на пріоритетному місці.

Так, спираючись на вчення А. Сміта, продуктивною можна вважати будь-яку найману працю незалежно від місця розташування, умов її реалізації. До непродуктивного виду найманої праці він відносить працю тих найманих робітників, що задіяні в галузях розміщених ним у своїй ієрархії на нижчих щаблях, наприклад таких як домогосподарство. Тому, на нашу думку, працівники туристичної індустрії відносяться до непродуктивного виду найманої праці.

З огляду на процес переходу до чергового технологічного способу господарювання, ситуація на ринку праці в туристичній сфері викликає якісну зміну поколінь працівників, що відрізняються за рівнем і змістом знань і навичок, розподілом по видах діяльності. Тому що відбувається процес формування нового типу цивілізації, який, в свою чергу, ламає традиційну структуру генотипу працівника і породжує якісно нову, особливо спостерігається подібна тенденція у туристичній галузі.

Проаналізуємо дисбаланси у професійній структурі населення пострадянських країн. Так, у країнах СНД більшість населення зайнято в сфері послуг, зокрема в туризмі, що є специфічним для даного типу суспільства, та можемо виокремити зайнятість в промисловості, бо кожен 4-5 громадянин в Україні, Росії, Білорусі все ще зайнятий у цій сфері [9].

Так, наприклад, на сучасному етапі розвитку у Білорусі у цій сфері зайнято 55% робочої сили, в Росії та Україні – по 61%. У зв'язку з переходом економіки України до ринкового способу господарювання сфера туристичних послуг стала єдиним сектором економіки, яка в умовах структурної кризи в країні нарощує обсяги виробництва. Порівняння її основних параметрів з аналогами країн з розвиненою та перехідною економікою свідчить про дуже значне скорочення обсягів промислового виробництва і відповідне зменшення попиту на робочу силу цієї галузі. У результаті частка працівників промисловості істотно нижче, ніж у більшості економічно розвинених країн.

Попри помітне зростання, протягом останніх років надто низькою залишається зайнятість у будівництві, хоча збільшення обсягів виробництва цієї галузі є необхідним з огляду на її важливість для забезпечення сталого економічного розвитку. Частка працюючих у невиробничих галузях у загальних обсягах зайнятості в цілому відповідає світовим стандартам. Помітно нижчою є тільки питома вага зайнятих фінансовою діяльністю, що свідчить про недостатній розвиток ринкової інфраструктури.

Проте під час оцінки структури зайнятості у сфері туризму, її зрушень протягом періоду економічного зростання та порівняння з європейськими стандартами слід враховувати збереження загального низького рівня зайнятості та продуктивності праці [10].

Будучи включеною у конкурентне середовище, розвивається і сама людина шляхом підвищення кваліфікації, професійного зростання. Внаслідок цього оптимізується структура зайнятості, оскільки людські ресурси трансформуються в ті галузі виробництва, де створюються найкращі умови для їх використання, туризм є найперспективнішою у даному випадку.

Продовжується перерозподіл найманих працівників між різними формами власності: у 2013 році, порівняно з 2010 роком, чисельність працівників підприємств та установ державної власності зменшилася на 6,8%, тоді як працівників приватних структур – зросла на 20,6%.

З початком економічного зростання у 2010 році у країнах СНД майже припинився процес перетоку робочої сили туристичного спрямування із сектору найманої праці до сектору самостійної зайнятості, однак темпи зростання чисельності самозайнятих значно вищі. Загалом кількість найманих працівників за 2008–2011 рр. зменшилася на 4,1%, а самозайнятих (включаючи працюючих без оплати членів сімей) – збільшилася на 16,5%.

За оцінками, масштаби сектора самостійної зайнятості на ринку праці становлять в середньому по країнам СНД від 10 до 15 млн осіб, з них менше ніж 20% – зареєстровані [9]. Понад 70% від загалу задіяні у сільськогосподарському виробництві, у сільській місцевості ця частка становить майже 93% і навіть у міських поселеннях вона перевищує 26%. Основною сферою праці самозайнятих у містах є оптова й роздрібна торгівля – 51,8% і лише близько 15% – у сфері туризму.

Рівень зайнятості найманих працівників у сфері туризму визначально залежить від розвитку економіки країни в цілому та суспільних відносин, основу яких становлять відносини власності, виробничі зв'язки, економічна свобода суб'єктів ринку праці, баланс між ринковою ефективністю та соціальною справедливістю, а також від ступеню розвитку людини як носія робочої сили [3]. Зазначена залежність виражається через соціальну орієнтацію ринку праці у сфері туризму, тобто певні якісні параметри розвитку його суб'єктів, відносини між ними, результати взаємодії, ефективність функціонування, гуманістичне спрямування. При цьому об'єктами регулювання на ринку праці виступають взаємовідносини між найманими працівниками, роботодавцями та власниками засобів виробництва туристичної галузі. Останні повинні ефективно поєднувати фактори виробництва і забезпечувати високу ефективність виробничого процесу на основі науково-технічного прогресу як в інтересах учасників взаємодії, так і соціальної сфери регіону загалом.

Аналіз соціально-трудових відносин у постсоціалістичних країнах, на прикладі України, є важливим етапом дослідження проблематики найманої праці у сфері туризму.

Починаючи з другого півріччя 2008 р. в Україні суттєво прискорився процес до скорочення кількості вільних робочих місць та вакантних посад, при цьому найбільш стрімко – у листопаді-грудні. Якщо на кінець жовтня 2008 року зазначений показник становив 177,5 тис., то у листопаді та грудні – 136,8 тис. та 91,1 тис. відповідно [8].

Кількість вільних робочих місць та вакантних посад на підприємствах, в установах, організаціях на кінець 2010 р. становила 63,9 тис., що на 3,0% менше, ніж на кінець 2009 р. Зниження цього показника відбулося у фінансовій діяльності, державному управлінні, в організаціях, що здійснюють операції з нерухомим майном, оренди, інжинірингу та надання послуг туристичним підприємствам. Найбільше зростання потреби в працівниках на заміщення вільних робочих місць спостерігалося на підприємствах добувної промисловості (у 1,8 рази) та готелів та ресторанів (на 34,2%).

Тобто в Україні на підприємствах третього технологічного укладу зосереджено близько 42% працюючих, які виробляють 57% загального обсягу продукції промисловості, а їх частка в інвестиціях становить 75%.

На підприємствах четвертого технологічного укладу працює 37% зайнятих у промисловості, які виготовляють 38 % продукції, проте їхня частка в інвестиціях – 20%. П'ятий технологічний уклад становить усього лише близько 10% як за питомою вагою працюючих, так і за виробництвом продукції. Приблизно така сама і його частка у загальних обсягах інвестицій [5]. Основа V та VI технологічних укладів – обчислювальна техніка, біотехнології, електронна промисловість, програмне забезпечення, інформаційні послуги. VII технологічний уклад пов'язаний із використанням нових джерел енергії (у тому числі холодного термоядерного синтезу).

Питома вага працівників на підприємствах VI технологічного укладу є не значною, що пов'язано із галузевою структурою промислового виробництва.

Як справедливо зазначає академік НАН України С. Пирожков, «архаїчній технологічній структурі відповідає і архаїчна структура товарного експорту, в якій частка готових виробів становить 30-35%, частка сировини та напівфабрикатів – 65-70% (у світовому експорті товарів готові вироби займають 77,5%, сировина і напівфабрикати – лише 12,5%)» [6].

Концентрація трудоресурсного потенціалу найманих працівників на низькотехнологічних підприємствах III та IV технологічних укладів значно ускладнює завдання зростання продуктивності праці за рахунок впровадження нових технологій та переходу до інформаційного етапу розвитку економіки України.

Аналіз динаміки розвитку туризму у світі засвідчив, що успішність туристичної галузі в одних країнах та невдачі – в інших залежить від: наявності чи відсутності аттрактивних туристичних ресурсів, чистоти довкілля, розвиненості інфраструктури та сфери розваг, високого рівня сервісу. Аналіз розвитку туристичної індустрії у світі дасть змогу визначити основні напрями регулювання та управління туристичною діяльності [12].

Висновки з проведеного дослідження. На сьогоднішній день в Україні стан більшості підприємств туристичної індустрії залишається на рівні далекому

від європейських стандартів, що може стати досить серйозною перешкодою як для залучення інвестицій, так і для формування позитивного іміджу країни.

Туризм в Україні відіграє важливе соціальне та економічне значення, оскільки він є джерелом надходжень до бюджету, створює нові робочі місця, розвиває всі галузі, пов'язані з виробництвом туристичних послуг, сприяє зростанню добробуту населення, відіграє важливу роль у розвитку мирних і дружніх відносин між народами, розширенні міжнаціональних контактів.

Особливістю становлення ринкових відносин в сфері туризму постсоціалістичних країнах є зростаюче привласнення професіональних здібностей найманих працівників, яке відбувається при їх залученні до процесу управління підприємством. Так, чисельність управлінського персоналу (менеджерів вищої ланки) у середньому по країнах СНД протягом 2008–2012 років засвідчила тенденцію до зростання. Це є досить характерним перспективним напрямом для подальшого залучення нового типу найманих працівників у сферу туризму та можливістю доручення їх до системи управління виробничими процесами у сфері туризму.

Вплив як зовнішніх факторів стимулювання, так і власних індивідуальних орієнтирів та прагнень формує механізм мотивації, що є домінуючою у формуванні конкурентоспроможності кожного найманого працівника в будь-якій галузі господарювання, а особливо у перспективній сфері туризму. Разом з тим низький рівень матеріального та соціально-психологічного стимулювання не спонукає людей праці, особливо молодь, підвищувати свою конкурентоспроможність.

На нашу думку, для підвищення рівня конкурентоспроможності найманих працівників у сучасних умовах необхідно:

- забезпечити участь працівників у розподілі прибутку;
- забезпечити належне матеріальне та соціально-психологічне стимулювання працівників шляхом впровадження оплати праці з урахуванням кінцевих результатів господарювання;
- створити можливості для придбання акцій підприємства, надання різних премій, соціальних бонусів;
- створити умови для просування по службі, професійного зростання всіх категорій працівників та самореалізації з урахуванням кон'юнктури ринку праці (професійна підготовка, перепідготовка, підвищення кваліфікації, надання робочих місць відповідно до набутої професії, кваліфікації тощо).

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Горбач Л.М., Каун О.Б. Ринок фінансових послуг : навч. посіб. / Л.М. Горбач, О.Б. Каун. – К. : Кондор, 2006. – 2006. – 436 с.
2. Добрынин А.И. Человеческий капитал в транзитивной экономике: формирование, оценка, эффективность исследования / А.И. Добрынин, С.А. Дятлов, Е.Д. Цыренова. – СПб. : Наука, 1999. – С. 17.
3. Людський розвиток в Україні: 2004 рік (колектив авторів) / Щорічна науково-аналітична доповідь / За ред. Е.М. Лібанової. – К. : Ін-т демографії та соціальних досліджень НАН України, Держкомстат України, 2004. – С. 146.
4. Мельниченко С. Інформаційні технології в управлінні суб'єктами туристичної діяльності / С. Мельниченко // «Вісник КНТЕУ». – 2010. – № 2. – С. 131-143.
5. Новіков О.А. Аналіз структури зайнятих за галузями економіки / О.А. Новіков // Економіка та соціс. – 2010. – № 5; Чухно А. Нова економічна політика / А. Чухно // Економіка України. – 2005. – № 7. – С. 10-23.
6. Сокурянская Л.Г. Студенчество на пути к другому обществу: ценностный дискурс перехода. – Харьков : Харьковский национальный университет имени В.Н. Каразина, 2006. – С. 268-269.
7. Пирожков С.І. Моделі і сценарії структурно-інноваційної перебудови економіки України / С.І. Пирожков // Інвестиційно-інноваційна стратегія розвитку національної економіки : зб. наук. пр. / ОІЕ НАН України, відп. ред. Сухоруков А.І. – К., 2004. – С. 6-11.
8. Про соціально-економічне становище України за 2008 рік [Електронний ресурс] // Веб-сайт Державного комітету статистики України. – Режим доступу : //http://www.ukrstat.gov.ua/druk/soc_ek/publ_u.html.
9. Щербакова Е. Уровень и качество жизни в странах СНГ существенно различаются [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://demoscope.ru/weekly/2010/0415/barom03.php.
10. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://old.niss.gov.ua/Evrointeg/Prez1/roz5.htm.
11. Електронний ресурс – Режим доступу: http://info-library.com/content/1477_Tyrizm_v_Ykraini_na_sychasnomy_etapi.html.
12. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://tourlib.net/books_ukr/muzychenko11.htm.

УДК 338.45:66(477)

Шевцова Г.З.
кандидат економічних наук, доцент,
старший науковий співробітник
Інституту економіки промисловості
Національної академії наук України

РОЗВИТОК ПІДПРИЄМСТВ ХІМІЧНОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ УКРАЇНИ: СУЧАСНІ ТРЕНДИ І НАПРЯМИ МОДЕРНІЗАЦІЇ

Стаття присвячена аналізу стану, основних тенденцій та проблем розвитку підприємств хімічної комплексу України у 2013–2014 рр. Досліджено світовий досвід державного впливу й підтримки підприємств хімічної промисловості. Запропоновано конкретні напрями інституційного, організаційного та технологічного розвитку вітчизняних підприємств хімічної галузі.
Ключові слова: підприємство, хімічна промисловість, модернізація, розвиток, продукція, виробництво.

Шевцова А.З. РАЗВИТИЕ ПРЕДПРИЯТИЙ ХИМИЧЕСКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ УКРАИНЫ: СОВРЕМЕННЫЕ ТРЕНДЫ И НАПРАВЛЕНИЯ МОДЕРНИЗАЦИИ
Статья посвящена анализу состояния, основных тенденций и проблем развития предприятий химического комплекса Украины в 2013–2014 гг. Исследован мировой опыт государственного влияния и поддержки предприятий химической промышленности. Предложены конкретные направления институционального, организационного и технологического развития отечественных предприятий химической отрасли.
Ключевые слова: предприятие, химическая промышленность, модерниза-ция, развитие, продукция, производство.

Shevtsova A.Z. DEVELOPMENT OF THE UKRAINIAN CHEMICAL INDUSTRY ENTERPRISES: STATE-OF-THE-ART AND MODERNIZATION DIRECTIONS
This article analyzes the major trends and issues of developing chemical enterprises in Ukraine during 2013–2014. The international experience of state influence and support for the chemical industry is studied. The concrete directions for institutional, organizational and technological development of domestic chemical enterprises are suggested.
Keywords: enterprise, chemical industry, modernization, development, product, production.

Постановка проблеми. Підприємства хімічного комплексу забезпечують вагому частину сучасного індустріального потенціалу України. На поточному етапі розвитку вітчизняної промисловості частка галузі у її загальних показниках становить: за кількістю підприємств – 8,4%, обсягами виробленої продукції – 8,1%, обсягами реалізованої продукції – 6,4%, кількістю зайнятих працівників – 6,4%, витратами на оплату праці – 6,3%, необоротними активами – 5,0%, оборотними активами – 9,0% (розраховано з урахуванням розділів 20, 21, 22 за КВЕД-2010 за даними [1, с. 100-101, 109-110, 120-122, 199-200, 211-212]).

Упродовж 2010–2011 рр. на підприємствах галузі спостерігалося впевнене посткризове відновлення та зростання виробничо-комерційної і експортної діяльності. Однак вже у другій половини 2012 р. у галузі виникли спадні тенденції, які прискорилися у 2013–2014 рр., а за окремими сегментами розгорнулася нова повномасштабна криза.

Отже, пошук й обґрунтування нової моделі розвитку хімічної промисловості та її суб'єктів господарювання з урахуванням нових умов, обмежень і викликів сьогодення становить актуальне науково-практичне завдання. Викладу авторського бачення певних напрямів формування такої моделі і присвячена ця стаття.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблеми розвитку підприємств хімічної промисловості є предметом наукового аналізу вузького кола вітчизняних наукових джерел, серед яких варто згадати роботи [2-8]. Так, у системному монографічному дослідженні [2] О.О. Шубін розглядає теоретичні засади і практику розвитку українського хімічного комплексу з урахуванням наслідків світової економічної кризи. Перспективам розвитку міжгалузевих зв'язків та реалізації інтеграційних стратегій підприємств хімічної промисловості України присвячена стаття Н.В. Швець [4]. Питання конкурентоспроможності підприємств галузі та напрями її зміцнення досліджено у роботах Т.А. Пєтєшової та М.В. Касаткіної [5; 6]. Оцінку ефективності діяльності підприємств галузі за різними секторами надано у статтях [3; 7; 8].

В якості джерел статистичної і аналітичної інформації також можна вважати результати моніторингу загального стану й тенденцій розвитку хімічного комплексу, а також функціонування його окремих секторів і ринків, які щорічно публікують фахівці галузі [9; 10].

Однак у 2013–2014 рр. загострення внутрішньополітичної ситуації і здійснення найгірших сценаріїв біфуркаційних процесів розвитку України спричинили переплетіння й реалізацію багатьох різнопланових ризиків і додали негативного впливу на функціонування хімічного комплексу: ще більше загострилися проблеми забезпечення базових хімічних виробництв енерго-сировинними ресурсами; через фактичну втрату декількох стратегічних активів внаслідок окупації частини території було зруйновано важливі виробничі ланцюжки; чималого руйнування зазнала транспортна інфраструктура галузі; частина підприємств призупинила виробничий процес та відвантаження готової продукції внаслідок загроз техногенного характеру.

Постановка завдання. Отже, нові передумови суспільно-політичного, інституційного та макроекономічного характеру обумовлюють необхідність подальшого аналізу сучасних особливостей, чинників і результатів діяльності підприємств хімічної промисловості України, вивчення світового досвіду розвитку цієї галузі та обґрунтування на цій основі перспективних напрямів її модернізації. У цьому і полягає основна мета даного дослідження.

Виклад основного матеріалу дослідження. Основу виробничого й експортного потенціалу вітчизняного

хімічного комплексу становлять великотоннажні виробництва базової хімічної продукції. Вони забезпечують майже дві третини від загального показника реалізованої продукції хімічної промисловості, тож для аналізу сучасних тенденцій і проблем розвитку галузі у даному дослідженні використано показники виробництва хімічних речовин і хімічної продукції (розділ 20 за КВЕД-2010).

За підсумками 2013 р. обсяги реалізованої продукції у цьому секторі промисловості скоротилися на 7,9 млрд грн, або на 13,2%, падіння обсягів виробництва хімічної продукції становило 16,9%. Втім, динаміка галузевого виробництва мала неоднорідний різновекторний характер. Найбільшого падіння зазнало виробництво основної хімічної продукції, добрив і азотних сполук, пластмас у первинних формах – на 25,0%, у той час як виробництво мила та мийних засобів, засобів для чищення та полірування, парфумних і косметичних засобів показало впевнене зростання (на 9,6%).

Однак висока питома вага основної хімії в об'ємних показниках і від'ємні фінансові результати структуроутворюючих підприємств обумовили значну збитковість операційної діяльності галузі (-8,2%).

У 2013 р. виникли нові тенденції і у зовнішній торгівлі хімічними продуктами. Так, вперше (якщо не брати до уваги кризовий 2009 р.) скоротився зовнішньоторговельний оборот хімічних товарів, включаючи фармацевтичну продукцію (на $0,9 млрд, або на 6,5% порівняно з 2012 р.). По-друге, стабілізувався імпорт хімічної продукції (на рівні $8,5 млрд), що, однак, відбиває не прискорення процесів імпортозаміщення в українській хімії, а свідчить про загальне звуження внутрішнього товарного ринку. А зниження експортних поставок (на $0,7 млрд, або на 14,5%) спричинило зростання від'ємного сальдо зовнішньої торгівлі галузі до $4,1 млрд.

В цілому аналіз ключових показників розвитку галузі (табл. 1, розроблено за даними [1; 11; 12]) дає підстави говорити, що негативні процеси тут набули прискореного характеру ще у 2013 р., і нинішній кризовий стан цього сектора не можна пояснити лише за рахунок деструктивного впливу загальновідомих суспільно-політичних подій.

Зазвичай головні проблеми базових хімічних виробництв пов'язують зі звуженням платоспроможного внутрішнього попиту, нестабільністю кон'юнктури зовнішніх ринків і підвищенням цін на сировинно-енергетичні ресурси (передусім, природний газ). Але у 2013 р. ці фактори (хоча і мали негативний характер) не чинили надзвичайного впливу і не могли навіть у сукупності із загальними рецесивними процесами у макроекономіці спричинити таке «просідання» об'ємних показників галузі.

Річ у тому, що впродовж 2010-2013 рр. основні тенденції розвитку галузі визначали позаекономічні фактори – процеси активного переформатування її інституційної структури, концентрації і консолідації ключових хімічних активів (насамперед, у складі хімічного холдингу «OstChem Group»). Монополізації зазнали дві основні доходоутворюючі продуктові «гілки» – азотна та титанова. Так, ступінь монополізації підприємствами холдингу виробництва аміаку становить 68%, аміачної селітри – 100%. Зрозуміло, що саме раптова зупинка у вересні 2013 р. основних азотних підприємств та інші методи (не тільки економічної, але й політичної) конкурентної боротьби багато у чому і визначили негативні річні підсумки галузі. Остання стала заручником стратегічних і ситуативних рішень однієї приватної бізнес-структури.

Мабуть, у минулі роки, коли основу конкурентоспроможності хімічних підприємств становила здатність власників забезпечити їх дешевими сировинними ресурсами, така ситуація була прийнятною з точки зору збереження виробничого потенціалу і забезпечення стабільної роботи підприємств. До того ж консолідація активів і формування потужних вертикально інтегрованих структур є сучасним світовим трендом розвитку хімічної промисловості. Проте зі зміною суспільно-політичної ситуації в Україні неминуче відбувається і зміна умов і конфігурації бізнес-середовища. Отже, минулі ключові переваги тепер перетворюються на значні загрози для системоутворюючих підприємств галузі.

Нові виклики для української хімії додав 2014 р. За даними Державної служби статистики України [13], у січні-вересні 2014 р. обсяги реалізації хімічної продукції скоротилися на 13,2% у порівнянні з відповідним періодом минулого року, індекс хімічної продукції становив 85,3. Обсяги експорту хімічної продукції (включаючи фармацевтичну) скоротилися майже на чверть, зокрема, добрив – на 44,5%, органічних хімічних сполук – на 32,4%, продуктів неорганічної хімії – на 31,2%. Внаслідок девальваційних процесів та інфляційного зростання внутрішніх цін (в середньому по товарній групі на 15-20%) відбулося звуження внутрішнього ринку споживання хімічних продуктів, що спричинило скорочення імпортних поставок на 14,9%.

Таблиця 1

Основні показники виробництва хімічних речовин та хімічної продукції у 2011–2013 рр.

ПОКАЗНИКИ	2011	2012	2013	2013/2012, %
1. Кількість підприємств	1405	1329	1502	113,0
2. Обсяги реалізованої продукції (у фактичних цінах), млн грн	57315,2	60011,1	52099,1	86,8
3. Індекси промислової продукції, %	123,7	96,2	83,1	-
4. Індекси цін виробників промислової продукції, %	131,3	106,3	98,7	-
5. Капітальні інвестиції (у фактичних цінах), млн грн	2839	3586	3593	100,2
6. Кількість зайнятих працівників, тис. осіб	95,2	103,8	105,9	102,0
7. Середньомісячна номінальна заробітна плата штатних працівників, грн	2931	3510	3630	103,4
8. Експорт, млн $	5390,3*	5060,1*	4327,3*	85,5*
9. Імпорт, млн $	8020,8*	8587,9*	8437,7*	98,3*
10. Фінансовий результат до оподаткування, млн грн	-1061,4	-7619,6	-8082,0	-
11. Частка збиткових підприємств, %	36,8	36,4	36,3	-
12. Рентабельність (збитковість) операційної діяльності, %	0,2	-8,0	-8,2	-

* разом із фармацевтичною продукцією

Що ж стосується оцінки фінансових результатів до оподаткування великих та середніх підприємств, то офіційні збитки на 23,2 млрд грн при сумі реалізації базової хімічної продукції на 34,3 млрд грн взагалі спонукають поставити під сумнів економічну доцільність цього бізнесу. (Або, скоріше, ще раз підкреслюють кричущу невідповідність звітних даних реальній економіці сучасних хімічних виробництв через організацію штучної збитковості структуроутворюючих підприємств із застосуванням офшорних схем.)

Аналіз інституційних та інших позаекономічних аспектів діяльності структуроутворюючих підприємств галузі в останній час доводить, що приватні власники все частіше роблять їх (та їхні трудові колективи) заручниками у своїй ринковій та політичній боротьбі. З урахуванням прискорення рецесивних процесів в українській хімічній промисловості, негативного впливу макроекономічних, інституційних та суспільно-політичних чинників, що ведуть до втрати останніх конкурентних переваг вітчизняних виробників хімічної продукції, продовження інерційного сценарію її розвитку призведе незабаром до її занепаду та повного руйнування.

У цій ситуації держава не може залишатися стороннім спостерігачем, який лише констатує стагнацію та втрату значної частини стратегічних промислових активів. Зараз вкрай потрібно визначити актуальні державні пріоритети у хімічному комплексі і розробити напрями його модернізації з урахуванням поточних обмежень і можливостей.

Вивчення зарубіжного досвіду свідчить, що хімічна промисловість є важливим сегментом світової економіки. За десять років (2002–2012 рр.) світове виробництво хімічної продукції зросло майже у три рази й становило близько $ 5 трлн. Розрахована на основі даних про динаміку обсягів виробництва хімічних продуктів за регіонами і країнами світу [14] структура ключових продуцентів подана у таблиці 2.

Аналіз даних таблиці 2, а також узагальнення низки статистичних і аналітичних матеріалів українських, європейських, американських і світових організацій (НДІТЕХІМ, CEFIC, ECHA, ICCA, ACC, ABIQUIM та ін.) дозволяють виділити такі моменти.

Після кризового спаду у 2009 р. майже на 10% світове виробництво хімічної продукції швидко відновилося і зараз перевищує докризовий рівень на 30%. Основний приріст виробництва відбувся за рахунок Азійсько-Тихоокеанського регіону, тоді як Північна Америка і Західна Європа продемонстрували деяке падіння.

У кризовий і посткризовий періоди (починаючи з 2009 р.) відбулася зміна світового лідера – зараз Китай впевнено посідає перше місце (28,79% світового виробництва). За десять років (2003–2012 рр.) Китай збільшив своє хімічне виробництво у 8,5 рази, що забезпечило зростання його ринкової долі у 3,5 рази.

Сучасна хімічна промисловість Китаю сформувалася за допомогою прямих іноземних інвестицій. Слідом за своїми головними споживачами – автомобільними, комунікаційними і текстильними компаніями, які бачили майбутні конкурентні переваги у масштабних зростаючих ринках та низьких витратах, – великі хімічні корпорації перевели свої виробничі потужності до Китаю. Важливим моментом грамотної промислової політики тут треба вважати таке обмеження: іноземні компанії можуть виходити на китайський ринок тільки через створення спільних підприємств з китайськими партнерами і передачею ним передових хімічних технологій.

Більшість міжнародних компаній – лідерів світового хімічного бізнесу, зокрема BASF AG, Dupont, Dow, Akzo, Lanxess, DSM, Bayer та ін., опанували певні ніші величезного китайського ринку (переважно у виробництві спеціальних хімікатів високого технологічного переділу) і продовжують реалізовувати стратегії експансії через інвестування у будівництво нових заводів, розширення діючих потужностей, дослідження й розробки (R&D).

Інший напрям – стимулювання урядом Китаю формування державних хімічних компаній – переробників нафтохімічної сировини та виробників хімічної продукції (Sinopec, ChemChina, PetroChina, Sinochem) та сприяння їх розвитку як центрів консолідації галузевих активів та потужних гравців світового рівня. Конкурентні переваги цих компаній на внутрішньому і зовнішніх ринках забезпечуються наданням ним привілейованого доступу до сировинних, водних, енергетичних та фінансових ресурсів. Ще одним інструментом підтримки національних виробників є запровадження підвищених соціальних й екологічних стандартів і субсидування державних підприємств для їх виконання.

Стратегічним завданням розвитку хімічної промисловості КНР є самозабезпечення хімічною продукцією, що на сучасному етапі реалізується шляхом розвитку сегментів «тонких» хімікатів, синтетичних матеріалів і вугільної хімії. Ці напря-

Таблиця 2

Структура світового виробництво хімічної продукції за ключовими країнами-продуцентами, %

КРАЇНА	2002	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Китай	7,64	14,65	17,42	21,56	23,83	26,48	28,79
США	26,03	21,23	19,29	18,03	16,99	15,79	15,47
Японія	10,81	7,66	7,82	8,01	7,87	7,48	7,18
Німеччина	6,92	6,67	6,46	5,92	5,49	5,28	4,77
Корея	3,00	3,38	3,20	3,13	3,37	3,44	3,55
Бразилія	2,10	3,07	2,93	2,91	3,13	3,20	3,08
Франція	4,55	4,14	4,11	3,73	3,20	3,01	2,82
Індія	1,89	2,32	2,42	2,67	2,81	2,73	2,63
Італія	3,78	3,17	2,97	2,78	2,40	2,18	2,00
Великобританія	4,01	3,47	3,03	2,48	2,11	1,95	1,86
Тайвань	1,72	2,10	1,89	1,71	1,97	1,82	1,82
Нідерланди	2,01	2,18	2,11	1,76	1,74	1,73	1,63
Росія	1,60	1,65	1,82	1,47	1,61	1,60	1,53
Інші	23,94	24,31	24,53	23,84	23,48	23,31	22,87
Всього	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

ми розглядаються також з позицій джерел росту експорту як альтернатива ресурсоємним виробництвам базової хімії.

Після певної стагнації збільшилися обсяги виробництва хімічної продукції у США, але позиції світового лідера хімічного ринку втрачено, очевидно, надовго. Традиційно американські хімічні компанії отримують вигоди від високого попиту з боку автомобільної промисловості, а також низьких цін на газову сировину. Останній чинник розглядається як ключовий у довгостроковій підтримці конкурентоспроможності хімічного комплексу і є основою нової індустріалізації США.

За прогнозами American Chemistry Council, темпи приросту американської хімічної промисловості збільшаться до 2,5% у 2014 р. і до 3,5% у 2015 р., а у довгостроковому періоді зростання хімічного сектора США відбуватиметься більш високими темпами, ніж економіки країни в цілому [15].

Західна Європа також є великим центром хімічної промисловості, однак впродовж 2003–2012 рр. питома вага цього регіону знизилася з 31,4% до 20,5%. Західноєвропейська хімічна промисловість є сильно фрагментованою, отже виробничі витрати європейських хімічних компаній у середньому у 1,5 рази перевищують аналогічні показники компаній Середнього Сходу.

Важливою особливістю стратегій розвинутих країн у зв'язку з втратою їхньої конкурентоспроможності на ринках великотоннажної продукції через високі ціни на сировину є диверсифікація портфелів інвестицій у напрямі високих технологій глибокої переробки і виробництва наукоємної малотоннажної продукції.

З метою підтримки своїх виробників країни Західної Європи посилили вимоги до рівня безпеки хімічної продукції. У 2007 р. у рамках оптимізації європейського екологічного законодавства була запроваджена нова європейська система реєстрації, оцінки та авторизації хімічних речовин REACH. За цим регламентом, сполуки, що застосовуються у хімічному виробництві, мають проходити перевірку на безпечність (за критеріями токсичності, пожежонебезпеки тощо) чи замінюватися безпечними альтернативними матеріалами.

Важливим трендом і елементом стратегії розвитку на ринках нафтохімічної продукції стала значна вертикальна консолідація галузі. На цей ринок вийшли такі транснаціональні нафтові компанії, як ExxonMobil, Shell, British Petroleum, TOTAL. Через свої конкурентні переваги енерго-сировинного характеру вони зайняли у сегменті міцні позиції, а по деяких продуктах (етилен, поліетилен, бензол тощо) – навіть лідируюче становище.

Ще однією характеристикою структурних змін на світовому ринку хімічної продукції стало формування нових центрів виробництва і торгівлі і зміцнення позицій компаній країн, що розвиваються (Мексика, Саудівська Аравія, Індія, Корея та інші країни Близького та Середнього Сходу). Їхня висока конкурентоспроможність пов'язана з дешевою вуглеводневою сировиною і державною підтримкою.

Хімічний комплекс відноситься до одного з найбільш інноваційно активних секторів і драйверів розвитку інших сфер економіки. За даними аналітиків Strategy Partners Group [16], хімічний комплекс переважає інші галузі за наукоємністю – показником питомих витрат на НДДКР на одного співробітника. Якщо у хімічному комплексі взяти цей показник за 100%, то у фармацевтиці він становить 171%, у телекомунікації – 90%, автомобілебудуванні – 62%, машинобудуванні – 15%.

Зарубіжний досвід свідчить, що найбільш популярним типом інноваційних структур у хімічній індустрії є технопарки (хімічні парки). Так, активна діяльність хімічних технопарків вважається вагомим чинником високих темпів розвитку хімічної промисловості Китаю. Найбільш великими з них є Huizhou Daya Bay Petrochemical Industry Park (з обсягами інвестицій близько $10 млрд), Shanghai Chemical Industry Park ($9,4 млрд), Guangdong Maoming Petrochemical Zone ($3,1 млрд), Nanjing Chemical Industry Park ($2,6 млрд).

У Німеччині зараз функціонують понад півсотні хімпарків. Широко відомим у східній Німеччині є так званий «Центральний німецький хімічний трикутник» (The Central German Chemical Triangle), де створено шість хімічних парків. Резидентами останніх є понад 600 компаній. Починаючи з 1990 р., у модернізацію виробничих потужностей та побудову сучасної інфраструктури було інвестовано понад €17 млрд. Серед їх інвесторів такі компанії, як Dow, Dupont, BASF AG, TOTAL, Solvay, Degussa, Atofina, Bayer.

Динамічний розвиток цих парків сприяв їх об'єднанню у Центрально-Європейську хімічну мережу (Central European Chemical Network – CeChemNet). Зараз це один з найсучасніших та конкурентоспроможних центрів хімічної промисловості у Європі. Джерелом синергетичних переваг учасників цієї мережі є сировинна інтеграція, а також доступ до специфічних знань та компетенцій кожного учасника в інноваційних дослідженнях [17].

У цілому аналіз структури економіки провідних країн світу свідчить, що розвиток хімічного комплексу на своїй території відноситься ними до пріоритетних напрямів стратегічного характеру. Їхня активна промислова політика включає формування й реалізацію системи відповідних підтримуючих і стимулюючих важелів, спрямованих на утримання і зміцнення конкурентних переваг національних виробників.

В Україні, попри декларативну стратегічну зорієнтованість державної політики розвитку хімічної промисловості у напрямі її інноваційно-інвестиційної моделі, реальні процеси свідчать про несистемність й адаптаційний характер галузевих перетворень. Звичайно, за роки незалежності у хімічному комплексі відбулися певні позитивні зміни, пов'язані із реформуванням інституційного устрою, активізацією інвестиційної діяльності, оновленням частини діючого виробничого потенціалу й побудовою ряду нових експортоорієнтованих й імпортозамінних виробництв. Але ці процеси не супроводжувалися кардинальними зрушеннями в інноваційно-інвестиційній сфері і не забезпечили вирішення завдання якісного оновлення й модернізації ресурсоємної техніко-технологічної бази діючих хімічних виробництв.

Отже, потрібна принципово відмінна – неоіндустріальна – стратегія, спрямована на якісне переформатування й модернізацію застарілого виробничого потенціалу хімічного комплексу на засадах енергоефективності, інноваційної наповненості та конкурентоспроможності.

При розробці такої стратегії варто враховувати як системні проблеми галузі, так і гальмуючі чинники ситуативного характеру. До перших зазвичай відносять надмірну ресурсо- й енергоємність виробництва; високий рівень зносу технологічного обладнання, значна частина якого експлуатується ще з

радянських часів; низький ступінь переділу первісної сировини у базових виробництвах; нестримне зростання цін на енерго-сировинні ресурси; високу залежність від коливань зовнішньої кон'юнктури ринку; структурну невідповідність наявного виробничого потенціалу галузі потребам внутрішнього ринку, низьку диверсифікованість виробництва тощо.

Якщо не брати до уваги фактор військового протистояння, який носить надсистемний характер, серед розглянутих вище поточних тенденцій найбільший, на нашу думку, деструктивний вплив справляють монополізація приватними структурами окремих секторів і ринків, збитковість (у тому числі штучна) операційної діяльності структуроутворюючих підприємств, кратна девальвація національної валюти і різке подорожчання імпортної сировини, напівфабрикатів та споживчої хімічної продукції. Не можна також не відзначити і відсутність в останні роки активної цілеспрямованої державної політики підтримки й стимулювання цього базового сектора промисловості.

Не претендуючи на розв'язання усього комплексу накопичених галузевих проблем, окреслимо ряд пропозицій у вигляді такого концепту (рис. 1).

<table>
<tr><td colspan="5">СИСТЕМНІ ПРОБЛЕМИ</td></tr>
<tr><td colspan="2">Ресурсо- й енергоємність виробництва</td><td colspan="2">Високий рівень зносу технологічного обладнання</td><td>Низький ступінь переділу первісної сировини</td></tr>
<tr><td colspan="2">Зростання цін на енерго-сировинні ресурси</td><td colspan="2">Залежність від коливань зовнішньої кон'юнктури</td><td>Моноструктура експорту</td></tr>
<tr><td colspan="2">Структурна невідповідність наявного виробничого потенціалу галузі потребам внутрішнього ринку</td><td colspan="2">Відсутність стабільних потужних джерел інвестиційної діяльності</td><td>Відсутність радикальних інновацій і збереження техніко-технологічного рівня виробництва на попередньому рівні</td></tr>
<tr><td colspan="2">ПОТОЧНІ ДЕСТРУКТИВНІ ТЕНДЕНЦІЇ</td><td colspan="3">ПОТЕНЦІЙНІ НАПРЯМИ АКТИВНОЇ ДЕРЖАВНОЇ ПОЛІТИКИ МОДЕРНІЗАЦІЇ ГАЛУЗІ</td></tr>
<tr><td colspan="2">Монополізація окремих секторів і ринків</td><td>⇨</td><td colspan="2">Відновлення важелів державного впливу на розвиток стратегічних підприємств</td></tr>
<tr><td colspan="2">Критична ситуація в енергетичній сфері
Збитковість підприємств</td><td>⇨</td><td colspan="2">Залучення іноземних інвестицій і технологій для переходу на альтернативні технології</td></tr>
<tr><td colspan="2">Подорожчання імпортної сировини та продукції</td><td>⇨</td><td colspan="2">Розвиток імпортозамінних виробництв</td></tr>
<tr><td colspan="5">ІНСТРУМЕНТИ ПОЛІТИКИ МОДЕРНІЗАЦІЇ ГАЛУЗІ</td></tr>
<tr><td>Створення потужних вертикально-інтегрованих структур за участю держави</td><td>Державно-приватне партнерство</td><td colspan="2">Кластери, хімпарки та інші організаційні форми активізації інноваційної діяльності</td><td>Міжгалузеві проекти</td></tr>
</table>

Рис. 1. Напрями активної державної політики модернізації хімічної галузі

В основі цього концепту лежить орієнтація на забезпечення державних інтересів у хімічній галузі, що реалізується шляхом визначення державних пріоритетів і формування активної політики її модернізації.

Як конкретні напрями втілення такої політики пропонуються такі:

1. Інституційний – формування (переформатування) вертикально інтегрованих компаній за участю й підтримкою держави.

Мова йде насамперед про азотну й титанову підгалузі, де більшу частину активів контролює холдинг «OstChem Group». У поточній ситуації при наявності надзвичайного стану в енергетичній сфері та внаслідок претензій до головного бенефіціару холдингу з боку зарубіжних судових органів для його підприємств виникли загрози комерційного й інституційного характеру. Нині ці ризики почали реалізовуватися через постанови КМУ про заборону виробникам міндобрив до кінця опалювального сезону використовувати газ із підземних сховищ та про порядок закупки природного газу промисловими, енергогенеруючими та теплогенеруючими підприємствами. До того ж ситуація ускладнюється через вимоги російських кредиторів до холдингу про термінове погашення значної заборгованості за поставлений природний газ. Отже, короткострокові перспективи стабілізації роботи хімічних підприємств холдингу значно скоротилися.

У цьому ж контексті треба розглядати і питання збереження й відновлення платоспроможності ПАТ «Сумихімпром», яке останній час також знаходилося у сфері інтересів «OstChem Group».

У цілому поточну ситуацію можна розглядати як таку, що сприяє руйнуванню схем штучної збитковості провідних хімічних підприємств, відновленню державних позицій у цій галузі промисловості шляхом активних дій щодо демонополізації основних секторів, поверненню контролю над певними стратегічними активами (за прикладом Іршанського ГЗК і Вільногірського ГМК у титановій галузі) та/або формуванню потужних вертикально інтегрованих компаній за участю держави, розвитку механізмів державно-приватного партнерства.

2. Організаційний, пов'язаний з розвитком нових організаційних форм інноваційної діяльності у галузі.

В окремих сегментах вітчизняної хімічної промисловості вже з'явилися перші приклади організації нових виробничих структур інноваційної спрямованості (хімічний технопарк «Хемо-Поль» в Одеській області, індустріальний парк «Свема» на Сумщині).

У цьому плані також варто звернути увагу на досі незатребуваний потенціал певних територіальних утворень в Україні з точки зору можливості і доцільності створення інноваційно-виробничих кластерів у хімічній галузі. Так, у промисловому вузлі Лисичанськ – Сєвєродонецьк – Рубіжне (Луганська обл.) сконцентровано декілька великих структуроутворюючих підприємств, які виробляють базову хімічну продукцію (ПрАТ «Сєвєродонецьке об'єднання «Азот», ВАТ «Об'єднання «Склопластик», ЗАТ «ЛиНІК», ТОВ «НВП Лисичанський гумотехнічний завод», ТОВ «Рубіжанський Краситель», Рубіжанський казенний хімічний завод «Зоря» та ін.). Регіон також традиційно має високий науково-технічний і освітній потенціали, які, втім, недостатньо задіяні в інноваційному розвитку техніко-технологічної бази виробників хімічної продукції. Проблема тут полягає у відсутності дієвих механізмів взаємовигідної співпраці науково-технічного і промислово-виробничого комплексів, інституційного забезпечення і підтримки.

Зрозуміло, що просте механічне поєднання усіх суб'єктів інноваційної діяльності в рамках певного територіального утворення не можна вважати реалізацією кластерной моделі. Питання вибору оптимальних схем взаємодії, обґрунтування мотивації учасників та розрахунку синергетичних ефектів, а також розробки конкретних організаційних процедур та механізмів фінансово-економічного забезпечення залишаються і мають детально опрацьовуватися з урахуванням особливостей конкретної кластерної ініціативи.

3. Технологічний – модернізація існуючих потужностей для використання альтернативних джерел сировинно-енергетичних ресурсів та зменшення залежності від критичного імпорту.

Кардинальним кроком для вирішення проблеми забезпечення діючих хімічних підприємств енергосировинними ресурсами, розвитку їх виробничого й експортного потенціалу може стати активне промислове використання технологій газифікації вугілля, в тому числі підземної. Існує успішний світовий, зокрема китайський, досвід впровадження цих технологій.

У попередні роки урядом опрацьовувалися питання переводу на вугілля частини українських ТЕЦ із залученням технологій, обладнання та кредитних ресурсів китайської сторони. Але нові енергетичні та економічні реалії спонукають до прийняття кардинального і більш масштабного (міжгалузевого) синергетичного рішення, а саме: будівництво потужних газогенераторних установок для забезпечення технологічними газами хімічних підприємств та поставок горючого газу на ТЕЦ.

Для подібного пілотного міжгалузевого проекту можна запропонувати промислові площадки ПрАТ «Сєвєродонецьке об'єднання «Азот» та ПАТ «Лисичанськвугілля», що розташовані на Донбасі. Реалізація такого проекту дозволить розв'язати комплекс складних довготривалих проблем ресурсного характеру, модернізувати застарілий виробничий потенціал регіону та закласти основи стабільної й ефективної роботи його структуроутворюючих підприємств, а також мережі суміжних виробництв. Зрозуміло, що підприємства різних форм власності мають суперечливі інтереси й слабкий інтеграційний потенціал, але шляхи взаємодії тут треба шукати на засадах державно-приватного партнерства, застосування кластерних технологій та інших форм м'якої інтеграції.

Висновки з проведеного дослідження. З наведеного вище можна зробити такі висновки. Нині хімічна промисловість України перебуває у стані гострої кризи, яка спричинена як системними макроекономічними і галузевими проблемами, так і чинниками ситуативного характеру. Такий передбіфуркаційний стан потребує грамотної зваженої державної політики розвитку галузі, оскільки сьогоднішні стратегічні й тактичні рішення матимуть суттєвий вплив на перебіг галузевих перетворень, її конфігурацію і напрями розвитку у довгостроковій перспективі.

У провідних країнах світу розвиток хімічної галузі відносять до пріоритетних напрямків активної промислової політики. Країни-лідери світового ринку хімічної продукції застосовують систему різнопланових важелів прямої і непрямої підтримки національних виробників і сприяють посиленню їх конкурентних позицій на зовнішніх ринках.

Поточну кризову ситуацію у ключових сегментах хімічної промисловості треба розглядати як шанс для відновлення державних позицій і забезпечення механізмів реалізації державних інтересів у галузі у довгостроковій перспективі, зокрема через формування потужних вертикально-інтегрованих структур за участю держави.

В умовах нестримного зростання цін на імпортовані енерго-сировинні ресурси застаріле базове хімічне виробництво втрачає конкурентоспроможність і перспективи стабільної прибуткової діяльності. Напрями модернізації і розвитку галузі треба шукати на шляхах зменшення її енергетичної залежності, організації і стимулювання інноваційно-інвестиційних процесів.

Перспективи подальших досліджень у цьому напрямі мають бути пов'язані з опрацюванням науково-методичних рекомендацій щодо реалізації окреслених варіантів модернізації.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Статистичний збірник «Діяльність суб'єктів господарювання» за 2013 рік / За ред. М.С. Кузнєцової. – К. : ТОВ «Видавництво «Консультант», 2014. – 475 с.
2. Шубін О.О. Хімічна промисловість України: економічні трансформації та перспективи : монографія / О.О. Шубін. Дон. нац. ун-т економіки і торгівлі ім. М. Туган-Барановського. – Донецьк : ДонНУЕТ, 2010. – 628 с.
3. Шубін О.О. Оцінка ефективності управління підприємствами хімічної галузі / О.О. Шубін // Вісник Дон. нац. ун-ту економіки і торгівлі ім. М. Туган-Барановського. – 2012. – № 4. – С. 5-10.
4. Швец Н.В. Проблемы и перспективы развития межотраслевых связей предприятий химического комплекса Украины / Н.В. Швец // Бізнес Інформ. – 2011. – № 4. – С. 75-78.
5. Пєтєшова Т.А. Визначення сфер формування й реалізації конкурентних переваг підприємств хімічної промисловості / Т.А. Пєтєшова, М.В. Касаткіна // Схід. – 2012. – № 4. – С. 70-73.
6. Касаткіна М.В. Конкурентоспроможність підприємств хімічної промисловості: сучасні чинники впливу / М.В. Касаткіна // Науковий вісник ПолтНТУ імені Юрія Кондратюка «Економіка і регіон». – 2011. – № 2(29). – С. 164-169.
7. Гончаров К.Ю. Сучасний стан і тенденції економічного розвитку хімічної промисловості / К.Ю. Гончаров // Актуальні проблеми економіки. – 2007. – № 6. – С. 8-11.
8. Чуприна Н.М. Актуальні економічні питання в хімічній галузі України / Н.М. Чуприна // Наукові записки [Національного ун-ту «Острозька академія»], серія «Економіка». – 2013. – Вип. 23. – С. 125-128.
9. Ковеня Т.В. Підсумки роботи підприємств хімічного комплексу України в 2012 році. Аналітична поточна та прогнозна оцінка стану хімічного комплексу України / Т.В. Ковеня // Хімічна промисловість України. – 2013. – № 3. – С. 3-17; № 4. – С. 6-35.
10. Ковеня Т.В. Аналіз стану виробництва та споживання основних видів хімічної продукції в Україні в 2013 році (обсяги виробництва і реалізації, експортні та імпортні поставки, внутрішні, експортні та імпортні ціни, світові ціни). Прогнозна оцінка функціонування хімічної промисловості України в 2014 році / Т.В. Ковеня // Хімічна промисловість України. – 2014. – № 3. – С. 3-28.
11. Статистичний щорічник України за 2013 рік / За ред. О.Г. Осауленка. – К., 2014. – 534 с.
12. Статистичний збірник «Зовнішня торгівля України» за 2013 рік / Відп. за випуск А.О. Фризоренко. – К. : ДП «Інформаційно-аналітичне агентство», 2014. – 106 с.
13. Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www. ukrstat.gov.ua/.
14. Global Business of Chemistry, 2013 [Електронний ресурс] / American Chemistry Council. – Режим доступу : http://www.americanchemistry.com/Jobs/EconomicStatistics/Industry-Profile/Global-Business-of-Chemistry.
15. Year-End 2013 Chemical Industry Situation and Outlook, December 2013 [Електронний ресурс] / American Chemistry Council. – Режим доступу : http://www.americanchemistry.com/Jobs/EconomicStatistics/Year-End 2013 Chemical Industry Situation and Outlook.
16. Стратегия химической промышленности России на период до 2030 года [Електронний ресурс] / Strategy Partners Group. – Режим доступу : http://www.tpprf.ru/download.php?get=6lpay%2f81bmx3jdextcwcsq%3d%3d.
17. Chemical Parks: Industry Landscaping a la Germany // CEP. – October 2011. – P. 44-47.

СЕКЦІЯ 4
РОЗВИТОК ПРОДУКТИВНИХ СИЛ І РЕГІОНАЛЬНА ЕКОНОМІКА

УДК 334.312.61-022.51(477.87)

Волощук Н.Ю.
старший викладач кафедри обліку і аудиту та фінансів
Карпатського інституту підприємництва
ВНЗ Університету «Україна»

МАЛЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО ЯК ДИНАМІЧНИЙ СЕКТОР РОЗВИТКУ РЕГІОНУ

Стаття присвячена порівняльному аналізу розвитку малого підприємництва України та Закарпатської області зокрема в умовах поглиблення ринкових відносин. Висвітлено особливості формування сприятливого середовища для забезпечення успішного розвитку малого підприємництва, окреслено роль підприємництва через формування функціональних підходів до його розвитку.
Ключові слова: мале підприємництво, порівняльний аналіз, ринкові відносини, функціональні підходи до розвитку.

Волощук Н.Ю. МАЛОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО КАК ДИНАМИЧНЫЙ СЕКТОР РАЗВИТИЯ РЕГИОНА
Статья посвящена сравнительному анализу развития малого предпринимательства Украины и Закарпатской области в частности в условиях углубления рыночных отношений. Освещены особенности формирования благоприятной среды для обеспечения успешного развития малого предпринимательства, определены роль предпринимательства через формирование функциональных подходов к его развитию.
Ключевые слова: малое предпринимательство, сравнительный анализ, рыночные отношения, функциональные подходы к развитию.

Voloshuk N.Y. SMALL BUSINESS AS A DYNAMIC SECTOR OF DEVELOPMENT OF THE REGION
The paper covers the comparative analysis of the small business development in Ukraine and the Transcarpathian region, specifically under further deepening of market relations. The peculiarities of forming favourable conditions for successful development of small business are defined, the role of the small business is shown through forming the main approaches to its development.
Keywords: small business, coparative analisys, market relations, functional approaches to development.

Постановка проблеми. В умовах поглиблення ринкових відносин з метою забезпечення ефективного функціонування економіки регіону необхідним є задіяння всіх суб'єктів господарювання. Важливу роль при цьому відіграє мале підприємництво, успішний розвиток якого сприяє вирішенню соціально-економічних проблем регіону, зокрема формуванню конкурентного середовища в процесі функціонування різних видів економічної діяльності, передусім пріоритетних, для розвитку яких є сприятливі умови і ресурсний потенціал; привабливість для іноземних і вітчизняних інвесторів; підвищення зайнятості населення регіону та інше.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Формуванню науково-теоретичних підходів до сутності підприємництва присвячено в науковій праці Й.А. Шумпетера [19], З.С. Варналія [1], І.І. Лукінова [8], особливостям державного регулювання в сфері малого підприємництва – П.Ю. Лазура, забезпеченню розвитку малого підприємництва на регіональному рівні – В.І. Варцаби, М.В. Газуди, В.П. Мікловди, О.Я. Сідун [11; 9] та ін.

Постановка завдання. На основі результатів дослідження здійснити порівняльний аналіз функціонування суб'єктів малого підприємництва країни та регіону з окресленням ролі і перспектив його розвитку.

Виклад основного матеріалу дослідження. Мале підприємництво як динамічний і мобільний сектор економіки регіону відіграє важливу роль у процесі формування конкурентного середовища для функціонування підприємницьких структур та вирішення проблем зайнятості населення, підвищення його добробуту, наповнення ринку товарами та послугами.

У суспільстві сформувалися певні принципи щодо становлення і розвитку суб'єктів малого підприємництва. Цей вид господарювання за роки незалежності України пройшов складний організаційний шлях формування, становлення і розвитку з утвердженням певних тенденцій підприємницької діяльності. Визначилися напрями господарювання малих підприємницьких структур, окреслилися першочергові завдання їх подальшого функціонування і розвитку, сформувалася суспільна думка щодо їх діяльності.

Вагомий вплив малого підприємництва на процес ефективного реформування вітчизняної економіки підкреслював І.І. Лукінов, вважаючи, що цей процес обумовлюється формуванням належних економічних і правових умов з метою забезпечення успішного розвитку малого бізнесу, однак не за рахунок штучного подрібнення діючих великих промислових і аграрних виробництв, оскільки це може вплинути на розвиток великого бізнесу і призупинити впровадження розробок науково-технічного прогресу [8, с. 140].

Загалом, підприємництво, як визначає Господарський кодекс (ст. 42), є самостійною, ініціативною, систематичною, на власний ризик господарською діяльністю, що здійснюється суб'єктами господарювання (підприємцями) з метою досягнення економічних і соціальних результатів та одержання прибутку [2]. Однак формування сприятливого середовища для розвитку цього виду підприємництва повинно супроводжуватися інноваційними процесами, оскільки підприємець є власне інноватором, як і вважав теоретик підприємництва Й. Шумпетер [19, с. 56].

Підприємництво, як вважає З.С. Варналій, є особливим типом господарювання, де головним суб'єктом є підприємець, який раціонально поєд-

нує (комбінує) фактори виробництва на інноваційній основі і власній відповідальності, організує і керує виробництвом з метою одержання підприємницького доходу [1, с. 37].

Правові засади державної підтримки суб'єктів малого підприємництва незалежно від форми власності з метою якнайшвидшого виходу з економічної кризи та створення умов для впровадження ринкових реформ визначає Закон України «Про розвиток та державну підтримку малого і середнього підприємництва в Україні», де чітко наголошено, що суб'єктами малого підприємництва є фізичні особи, зареєстровані в установленому законом порядку як фізичні особи-підприємці, в 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, та юридичні особи-суб'єкти господарювання будь-якої організаційно-правової форми та форми власності, в 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 [10].

Розвиток малого підприємництва є одним з перспективних напрямів ринкових трансформацій в Україні, оскільки функціонування малих підприємств базується передусім на мобільності і швидкій диверсифікації їх діяльності з метою адаптації до швидкоплинних і змінних умов господарювання. Роль малого і середнього підприємництва в національній економіці найкраще проявляється в притаманних йому функціях, серед яких основними є [7, с. 91-95]: формування конкурентного середовища; забезпечення значної частки валового національного продукту; вирішення проблем зайнятості; надає ринковій економіці необхідної гнучкості; сприяє прискоренню науково-технічного прогресу тощо.

Дослідження свідчить, що за період 1991-1996 рр. малий бізнес в Україні під впливом різних процесів (гіперінфляція, бартеризація, зменшення обсягу внутрішнього ринку тощо) перебував у кризовому стані і практично не розвивався. Це підтверджується і показниками економічної статистики, які стали більш доступними для наукового аналізу в зв'язку з переходом вітчизняної системи обліку та методів статистичного спостереження до міжнародних стандартів на основі впровадження в статистичну практику Класифікації видів економічної діяльності (КВЕД), гармонізованої з міжнародною класифікацією видів діяльності Євросоюзу NACE (Rev. 1.1). Нині статистична інформація формується згідно з Національним класифікатором України (ДК 009:2010), який набув чинності 01.01.12 у новій редакції [6].

За даними статзвітності за 1992-1997 рр., внаслідок інтенсивного процесу приватизації в Україні, було роздержавлено понад 56 тис. виробничо-господарських об'єктів. Державна форма власності реформованих підприємств перетворилася на колективну, приватну і змішану. За підсумками господарювання в 1990 р. зареєстрована найбільша частка підприємств колективної форми власності – 73,5%. У загальнодержавній формі власності залишалося 21,3%. Колективні підприємства виробляли 63,5% продукції, загальнодержавні – 35,4%.

Стрімко зростала кількість новостворених малих підприємницьких структур: у 1997 р. їх кількість становила 136,2 тис. од., або на 40,2 тис. більше проти 1995 р. У розрахунку на 10 тис. населення припадало 27 малих підприємств. Однак малі підприємства в аналізований період проходили організаційне становлення, їх частка у виробництві продукції була мізерною. У 2000 та 2005 рр. малі підприємства України реалізували продукції (робіт, послуг) відповідно 8,1 та 5,5% до обсягу реалізованої продукції по економіці в цілому. За даними статистики, істотний обсяг нарощування виробництва і реалізації продукції суб'єктами малого підприємництва відмічено починаючи з 2006 і до 2013 р. Так, за 2006 р. було реалізовано продукції на суму 357252,6 млн грн, або в 4,3 разу більше проти 2005 р. [15, с. 319]. Приріст реалізації продукції в 2012 р. перевищував показник 2006 р. у 1,9 разу, або на 313,2 млрд грн. Незначні відмінності спадної тенденції спостерігаються в 2013 р. порівняно з 2012 р. (-219,6 млн грн).

За останні роки відмічено значне зростання показника реалізації продукції в розрахунку на 1 найманого працівника: з 165,5 тис грн у 2006 р. до 354,3 тис грн у 2013 р. Разом з тим, як засвідчує аналіз незадовільними залишаються фінансові показники малих підприємств: до 2010 р. включно збільшувалися збитки від підприємницької діяльності, за останні три роки питома частка збиткових підприємств знаходиться в межах 30%.

За аналізовані роки знизилася кількість найманих працівників підприємств-суб'єктів підприємницької діяльності, вона практично стабілізувалася – на одному малому підприємстві зайнято 5 найманих працівників. Кожен четвертий працівник підприємницьких структур зайнятий у малому бізнесі, а з числа економічно активного населення – кожний одинадцятий [17, с. 284, 337].

Порівняльний аналіз основних показників діяльності суб'єктів малого підприємництва (фізичних осіб-підприємців включно) по Україні та в розрізі областей Карпатського регіону засвідчує певні тенденції зростання обсягу реалізації виробленої продукції. Однак відсоток реалізованої продукції підприємницькими структурами малого бізнесу Закарпатської, Івано-Франківської, Чернівецької областей до обсягу по Україні не перевищує 1,6%, Львівської – 4,1%.

За підсумками господарювання суб'єктів малого підприємництва України за аналізовані роки (2010-2013 рр.), на фоні зростання обсягу реалізованої продукції (568,3 у 2010 р. проти 670,3 млрд грн у 2013 р.), у тому числі і в розрахунку на одного зайнятого працівника (відповідно 262,5 та 333,4 тис грн), збільшується їх кількість (відповідно 357,3 та 373,8 тис од.), але зменшується зайнятість працівників (відповідно 2164,6 до 2010,7 тис осіб). За чотири останні роки (2010-2013 рр.) кількість зайнятих у малому бізнесі України скоротилася на 153,9 тис. осіб, а в Закарпатській області – на 8,3 тис осіб. За 2013 рік кількість суб'єктів малого підприємництва з урахуванням фермерських господарств та статистичної інформації по фізичних особах – підприємцях на 10 тис. наявного населення області становила 317 од., з яких 46 од. становлять малі підприємства, 275 – фізичні особи-підприємці [13, с. 267]. Регіональні особливості функціонування малих підприємств Закарпатської області відображені в таблиці 1.

Аналіз статистичних показників за 2013 р. свідчить, що в структурі кількості підприємств області за розмірами, частка малих становить 95,3%, середніх – 4,6%, великих – 0,1% загальної кількості суб'єктів підприємницької діяльності. Якщо в 2007-2008 рр. останні були розташовані в м. Мукачево та Ужгородському районі, то за результатами структур-

Таблиця 1

Основні показники діяльності малих підприємств Закарпатської області

Показники	2000	2005	2010	2011	2012	2013
Кількість малих підприємств, од.	5843	7802	5453	5246	5322	5741
на 10 тис. осіб наявного населення, од.	46	63	44	42	43	46
Середньорічна кількість найманих працівників на малих підприємствах, тис. осіб	41,7	36,7	35,8	31,7	28,7	27,1
до попереднього року, %	105,8	92,0	96,5	88,5	90,5	94,4
у розрахунку на 1 підприємство, осіб	7	5	7	6	6	6
до кількості найманих працівників підприємств-суб'єктів підприємницької діяльності, %	24,6	30,4	35,8	33,1	32,3	32,3
до кількості працездатного населення, %	7,3	6,2	6,1	5,5	4,9	4,6
Обсяг реалізованої продукції (товарів і послуг), тис. грн.	654,1	1188,8	4463,9	5252,3	5467,8	5351,0
до обсягу реалізованої продукції (товарів і послуг) по економіці в цілому, %	22,9	11,2	22,1	19,9	19,9	17,8
реалізовано продукції в розрахунку на 1 найманого працівника, тис. грн.	15,7	32,4	124,7	165,7	190,5	197,5
Операційні витрати з реалізованої продукції (робіт і послуг), тис. грн.	...	1178,7	4119,7	...	...	...
Оборотні кошти, тис. грн.	460,4	880,3	2695,7	...	...	...
Фінансовий результат від звичайної діяльності до оподаткування (сальдо), тис. грн.	+ 8577,0	-7365,7	-68897,1	-17642,8	-19265,8	-21271,1
Сума прибутку, тис. грн.	59626,0	73261,1	203302,3	270705,4	282332,2	411629,5
Частка прибуткових підприємств, %	72,3	80,0	64,8	72,3	72,8	73,5
Сума збитків, тис. грн.	51049,0	80626,8	272199,4	288348,2	301598,0	432900,6
Частка збиткових підприємств, %	27,7	20,0	35,2	27,7	27,2	26,5
Середньомісячна заробітна плата найманих працівників, грн.	131,30	411,26	1091,91	1234,4		
Дебіторська заборгованість, тис. грн.	236823,0	491629,0	1684320,5	2375736,0		2116904,5
Кредиторська заборгованість, тис. грн.	363233,1	617770,0	2896640,8	2724543,3		3530071,5
Валові капітальні інвестиції, тис. грн.	37668,0	194086,0	576749,7	1162763,0		

**За 2005 р. наведено фінансові результати від звичайної діяльності до оподаткування

Розраховано за джерелами: [13, с. 325, 267-268; 18, с. 113, 117; 5, с. 223, 221; 4]

ного спостереження починаючи з 2009 р. великі підприємства зосереджені лише в Ужгородському районі [12, с. 168].

За видами економічної діяльності великі підприємства переважно належать до промислової сфери, така ж тенденція і стосовно середніх за розмірами підприємств, а також у таких видах економічної діяльності: оптова та роздрібна торгівля; ремонт автотранспортних засобів і мотоциклів; сільське господарство, лісове господарство та рибне господарство; транспорт, складське господарство, поштова та кур'єрська діяльність. Переважна більшість малих підприємств зосереджена в сфері сільського, лісового та рибного господарств, а також оптової та роздрібної торгівлі; ремонті автотранспортних засобів і мотоциклів; промисловості; будівництві [13, с. 269-271]. За період 2010-2013 рр. кількість малих підприємств поступово зростає. Так, якщо в 2010 р. їх кількість становила 5453 од., то в 2013 р. – 5741 од., що на 5,3% більше ніж у 2010 р. Найбільше кількість малих підприємств у розрахунку на 10 тис. осіб наявного населення скоротилася в м. Ужгород – 70 од., м. Чоп – 36 од., в м. Хуст – 35 од. У гірських районах – Воловецькому та Великоберезнянському – відповідно 30 та 24 од.

У процесі дослідження виявлено негативні тенденції щодо обсягу реалізованої продукції малими підприємствами, оскільки у 2010 р. було реалізовано продукції на суму 4463,9 млн грн, або 22,1% до обсягу реалізованої продукції (товарів і послуг) по економіці Закарпатської області в цілому, а в 2013 р. – 5351,0 млн грн, або 17,8%. У цьому ж році частка малих підприємств у реалізації продукції (робіт, послуг) становила 45,8%, фізичних осіб-підприємців – 54,2%. До речі, у реалізації продукції показник останніх є найвищий за часткою реалізованої продукції фізичними особами-підприємцями серед восьми областей Західного регіону України. За результатами структурного спостереження впродовж останніх п'яти років понад половину обсягу реалізованої продукції (робіт, послуг) малими підприємствами забезпечують підприємства торгівлі, ремонту автомобілів, побутових виробів та предметів особистого вжитку. За аналізований період відносно стабільною залишається частка обсягу реалізованої продукції (робіт, послуг) малих підприємств, які діяли в сфері освіти, охорони здоров'я та надання соціальної допомоги, комунальних та індивідуальних послуг, культури та спорту, готелів та ресторанів. Зростає в обсязі реалізованої малими підприємствами продукції (робіт, послуг) частка підприємств транспорту та зв'язку. Стабільно третину обсягу реалізованої продукції (робіт, послуг) забезпечують малі підприємства м. Ужгорода, п'яту частину – підприємства м. Мукачева.

На конкурентоздатність малих підприємств значно впливають фінансові результати діяльності. Вперше за шість останніх років діяльність малих підприємств стала прибутковою: у 2011 р. сума прибутку становила 304,1 млн грн, або на 15,8 млн грн перевищила суму збитків, прибутковими були 72,2% малих підприємств. Характерно, що в аналізованому році операційні витрати в розрахунку на одиницю реалізованої продукції (робіт, послуг) становили 96,1 коп./грн., у тому числі в структурі операційних витрат матеріальні витрати становили 20,5%, вартість товарів та послуг, придбаних для перепродажу

та реалізованих без додаткової переробки, – 51,0%, витрати на оплату праці – 10,0%, відрахування на соціальні заходи – 3,4%. За 2012-2013 рр. стабілізувалися суми податкових надходжень до бюджету від суб'єктів малого підприємництва. У 2012 та 2013 рр. від підприємців-фізичних осіб до бюджету надійшло відповідно 200,1 млн грн та 232,7 млн грн, від суб'єктів малого підприємництва-юридичних осіб – 710,8 млн грн та 795,1 млн грн.

За останні роки на третину зменшилася частка витрат підприємств на будівництво. Позитивно також, що на третину зросла частка витрат на придбання нових основних засобів та інших необоротних матеріальних активів.

Малими підприємствами за рахунок усіх джерел фінансування залучалися валові інвестиції в основний капітал та в нематеріальні активи, які вперше за останні п'ять років зросли, перевищивши своє значення за 2010 рік у два рази (у 2011 р. – 1162,8 млн грн). Основним джерелом інвестицій залишаються власні кошти підприємств.

Найактивніше залучалися інвестиції малими підприємствами в сфері операцій з нерухомим майном, оренди, інжинірингу та надання послуг підприємцям. Сума залучених ними інвестицій за 2011 р. більш ніж удвічі перевищила показник 2010 року і становила 980,5 млн. грн. Однак за останні два роки органами статистики показники валових інвестицій не відслідковувалися.

На малих підприємствах області працює третина загальної кількості найманих працівників, або 6,0% до кількості працездатного населення (2013 р.). Проте внаслідок економічної кризи останніх років у державі в 2013 р. середньорічна кількість найманих працівників малого бізнесу скоротилася проти показника 2006 р. на 7,0 тис осіб (підприємців-фізичних осіб включно). Вагомою є частка найманих працівників у сфері готелів та ресторанів – 83,9% загальної кількості, операцій з нерухомим майном, оренди, інжинірингу та надання послуг підприємцям – 73,3%, будівництва – 71,4%, у сфері освіти всі наймані працівники працюють на малих підприємствах.

Інтенсивність і результативність господарської діяльності суб'єктів малого підприємництва значною мірою залежать від рівня оплати праці. Середньомісячна заробітна плата найманих працівників на малих підприємствах області за 2011 р. зросла проти попереднього року на 13,0% і становила 1234,38 грн, проте була однією з низьких (включаючи Волинську та Івано-Франківську області) у Західному регіоні країни.

Нижче прожиткового мінімуму була заробітна плата в працівників сфери готельно-ресторанного господарства, охорони здоров'я та надання соціальної допомоги, а також на малих підприємствах м. Чоп, Великоберезнянського, Виноградівського, Воловецького, Іршавського, Міжгірського, Перечинського, Рахівського та Тячівського районів. Вищою за обласний показник була заробітна плата найманих працівників у сфері фінансової діяльності – 2251,15 грн, торгівлі, ремонту автомобілів, побутових виробів та предметів особистого вжитку – 1465,00 грн, транспорту та зв'язку – 1281,29 грн.

За адміністративно-територіальною належністю перевищувала значення обласного показника заробітна плата на малих підприємствах м. Ужгород, м. Мукачево, Мукачівського, Свалявського, Хустського та Ужгородського районів. Найнижчою вона була на малих підприємствах Воловецького району – 794,44 грн.

Серед областей Карпатського регіону в 2011 р. найвищою середньомісячна заробітна плата найманого працівника в підприємництві була у Львівській області – 1324,83 грн, у Закарпатській – на 100 грн менша. Науковці-дослідники констатують негативну тенденцію щодо виплати заробітної плати «в конвертах», зокрема в приватних підприємницьких структурах. В умовах функціонування так званої «тіньової економіки» у країні така практика справді існує. На окремих підприємствах малого бізнесу існує негативна тенденція накопичення заборгованості з виплати заробітної плати. Постає завдання дотримання підприємницькими структурами області чинного законодавства в плані мінімальних гарантій щодо оплати працівників та строків виплати заробітної плати, доведення розміру середньомісячної заробітної плати в сфері малого підприємництва до розміру середньомісячної заробітної плати працівників, зайнятих в економіці області.

Висновки з проведеного дослідження. Утвердження позитивних тенденцій і реалізація заходів щодо удосконалення підприємницької діяльності в регіоні перебувають у прямій залежності від формування цілеспрямованої, послідовної та передбачуваної державної регуляторної політики та дій владних і управлінських органів у сфері господарської діяльності. До основних заходів щодо активізації розвитку малого підприємництва слід віднести: законодавче забезпечення, регулювання підприємницької діяльності, зокрема лібералізацію законодавства, усунення адміністративних бар'єрів та зменшення регуляторних факторів функціонування суб'єктів підприємництва, подальший розвиток інфраструктури малого підприємництва, створення механізму фінансової підтримки підприємств, заохочення комерційних банків до інвестування малого підприємництва, підвищення ефективної співпраці з органами державного управління.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Варналій З.С. Мале підприємництво: основи теорії і практики / З.С. Варналій. – 3-є видання. – К.: Знання, КОО. – 2005. – 302 с.
2. Господарський кодекс України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://zakon4.rada.gov.ua.
3. Діяльність суб'єктів великого, середнього, малого та мікропідприємництва / Державна служба статистики України: статистичний збірник / за ред. М. С. Кузнєцова. – К., 2014. – 510 с.
4. Діяльність суб'єктів господарювання Закарпатської області: статистичний збірник за 2011 рік. – Ужгород, 2012. – 247 с.
5. Діяльність суб'єктів господарювання Закарпатської області: статистичний збірник за 2012 рік. – Ужгород, 2013. – 235 с.
6. Класифікація видів економічної діяльності ДК009:2010 [Електронний ресурс]: Національний класифікатор України / Держспоживстандарт України від 11.10.2010 № 457. – Режим доступу: http://www.ubc.ua/Links/codes_ua2.html 184.
7. Лазур П.Ю. Державне регулювання малого і середнього підприємництва / П.Ю. Лазур. – Львів: Новий Світ-2000, 2006. – 400 с.
8. Лукінов І.І. Економічні трансформації (наприкінці XX сторіччя): наукове видання / І.І.Лукінов. – К.: Ін-т економіки НАН України, 1997. – 456 с.
9. Мікловда В.П. Регіональні фактори розвитку малого підприємництва за видами економічної діяльності / В.П. Мікловда, М.В. Газуда // Інноваційна економіка: всеукраїнський науково-виробничий журнал. Вип. 1. – Тернопіль, 2008 [7]. – С. 53-57.
10. Про розвиток та державну підтримку малого і середнього підприємництва в Україні: Закон України від 22.03.2012 № 4618-VI // Відомості Верховної Ради України (ВВР). – 2013. – № 3. – Ст. 23.
11. Регіональні механізми розвитку і підтримки малого підприємництва / В.П. Мікловда, В.І. Варцаба, М.М. Пітюлич,

О.Я. Сідун: монографія. – Ужгород: Карпати, 2001. – 152 с.
12. Розвиток підприємств – суб'єктів підприємницької діяльності Закарпатської області: статистичний збірник. – Ужгород, 2010. – 248 с.
13. Статистичний щорічник Закарпаття за 2013 рік / Головне управління статистики у Закарпатській області; за ред. Г.Д. Гриник. – Ужгород, 2014. – 511 с.
14. Статистичний щорічник України за 2000 рік / Державний комітет статистики України; за ред. О.Г. Осауленка. – К.: Техніка, 2001. – 598 с.
15. Статистичний щорічник України за 2005 рік / Державний комітет статистики України; за ред. О.Г. Осауленка. – К.:, Видавництво «Консультант», 2006. – 575 с.
16. Статистичний щорічник України за 2010 рік / Державна служба статистики України; за ред. О.Г. Осауленка. – К.: ТОВ «Август Трейд», 2011. – 559 с.
17. Статистичний щорічник України за 2013 рік / Державна служба статистики України; за ред. О.Г. Осауленка. – К.: ТОВ «Август Трейд», 2014. – 534 с.
18. Фінансовий стан підприємств-суб'єктів підприємницької діяльності Закарпатської області: статистичний збірник / Головне управління статистики у Закарпатській області. – Ужгород, 2014. – 171 с.
19. Шумпетер Й. Теория экономического развития (Исследование предпринимательской прибыли, капитала, кредита, процента и цикла коньюнктуры). – М.: Прогресс, 1982. – 455 с.

УДК 338.2

Лаврів Л.А.
кандидат економічних наук,
доцент кафедри державного і муніципального управління
Тернопільського національного економічного університету

МЕХАНІЗМ УКЛАДАННЯ УГОД ЩОДО РЕГІОНАЛЬНОГО РОЗВИТКУ У СИСТЕМІ ПІДТРИМКИ ТА ЗАХИСТУ ЕКОНОМІЧНОЇ КОНКУРЕНЦІЇ В РЕГІОНІ

Висвітлено передумови сучасного стану укладання угод щодо регіонального розвитку. Проведено аналіз чинного механізму укладання угод щодо регіонального розвитку в Україні та надано рекомендації з його удосконалення у контексті підтримки й захисту економічної конкуренції в регіоні.

Ключові слова: угода щодо регіонального розвитку, економічна конкуренція, регіональний розвиток.

Лаврив Л.А. МЕХАНИЗМ ЗАКЛЮЧЕНИЯ СОГЛАШЕНИЙ ПО РЕГИОНАЛЬНОМУ РАЗВИТИЮ В СИСТЕМЕ ПОДДЕРЖКИ И ЗАЩИТЫ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ КОНКУРЕНЦИИ В РЕГИОНЕ

Освещены предпосылки современного состояния заключения соглашений по региональному развитию. Проведен анализ действующего механизма заключения соглашений по региональному развитию в Украине и даны рекомендации по его усовершенствованию в контексте поддержки и защиты экономической конкуренции в регионе.

Ключевые слова: соглашение о региональном развитии, экономическая конкуренция, региональное развитие.

Lavriv L.A. MECHANISM OF CONCLUDING THE AGREEMENTS ON REGIONAL DEVELOPMENT IN THE SYSTEM OF SUPPORT AND PROTECTION OF ECONOMIC COMPETITION IN THE REGION

The preconditions of the current state of conclusion the agreements on regional development are outlined. The current mechanism of the agreements on regional development in Ukraine is analyzed. The recommendations of improvement the mechanism of the agreements on regional development in the context of support and protection of economic competition in region are given.

Keywords: agreement on regional development, economic competitiveness, regional development.

Постановка проблеми. В умовах міжнародної інтеграції та глобалізації економічна конкуренція в регіонах виступає, з одного боку, рушійною силою розвитку ринкового середовища в країні, з іншого – індикатором розвитку, а тому потребує підтримки на законодавчому рівні й застосування адекватних інструментів захисту в контексті реалізації регіональної, фінансової, інвестиційної, науково-технічної, інформаційної та інших напрямів державної економічної політики. Формування сприятливого інституційного середовища для розвитку конкуренції в регіонах потребує активних, цілеспрямованих та узгоджених дій з боку органів державної влади та органів місцевого самоврядування. Одним із важливих інструментів узгодження їх діяльності в питаннях державного стимулювання розвитку регіонів, як основи підтримки економічної конкуренції, виступають угоди щодо регіонального розвитку, які укладаються між Кабінетом Міністрів України та обласними радами.

Як засвідчує аналіз останніх досліджень і публікацій, якщо інституційній підтримці регіонального розвитку та регіональній політиці на сьогодні присвячено низку праць вітчизняних вчених (З.С. Варналія [1], В.С. Куйбіди [2], А.Ф. Мельник [3], В.Є. Воротіна, Я.А. Жаліла [4] і ін.), науковці (М.П. Бутко, Л.П. Подоляк [5], А.І. Мокій [6], В.І. Волошин, Н.А. Мікула, Т.Г. Васильців, В.В. Боревський [7] та ін.) досліджують різні аспекти конкурентоспроможності регіональних господарських систем, то лише в поодиноких працях (В. Жук [8], М. Іжа [9]) піднімається питання реалізації угод щодо регіонального розвитку, а в контексті підтримки й захисту економічної конкуренції в регіонах проблема укладання угод між державними органами влади та органами місцевого самоврядування залишається недослідженою.

Постановка завдання. У рамках окресленої проблеми завданнями даного дослідження є: висвітлення передумов сучасного стану укладання угод щодо регіонального розвитку; аналіз чинного механізму укладання угод щодо регіонального розвитку в Україні та надання рекомендацій з його удосконалення в контексті підтримки й захисту економічної конкуренції в регіоні.

Виклад основного матеріалу дослідження. Угоди щодо регіонального розвитку, які укладаються між

Кабінетом Міністрів України та Верховною Радою АР Крим, обласними, Київською, Севастопольською міськими радами – важливий інструмент узгодження діяльності центральних та місцевих органів виконавчої влади і органів місцевого самоврядування в питаннях державного стимулювання розвитку регіонів. Таким угодам відводиться ключова роль при реалізації державної стратегії регіонального розвитку та регіональних стратегій, адже договірні відносини, з одного боку, покликані забезпечити бюджетну підтримку регіону при реалізації пріоритетних цілей, з другого боку, уможливлюють взаємоузгодження діяльності органів влади й органів місцевого самоврядування в рамках загальнодержавної регіональної політики.

Договірні відносини можуть стати запорукою ефективного стратегування, оскільки «ефективна стратегія повинна відповідати кільком критеріям, зокрема, вона має бути технічно здійсненною та політично прийнятною для головних стейкхолдерів; коректною та адекватною щодо врегулювання певної стратегічної проблеми; відповідати принципам функціонування організаційної системи. Щоб розробити таку стратегію, потрібен продуманий, зважений діалог учасників робочої групи, а часто й угоди та домовленості між особами, що уповноважені ухвалювати стратегічні рішення [10]».

Сфера укладання та виконання угод щодо регіонального розвитку між Урядом та обласними радами в Україні врегульована низкою чинних законодавчих і нормативно-правових актів, зокрема: Законом України «Про стимулювання розвитку регіонів» від 8.09.2005 р., постановою Кабінету Міністрів України «Про затвердження Порядку підготовки, укладення та виконання угоди щодо регіонального розвитку і відповідної типової угоди» від 23.05.2007 р., постановою Кабінету Міністрів України «Про затвердження Державної стратегії регіонального розвитку на період до 2020 року» від 6.08.2014 р. та ін.

Закон України «Про стимулювання розвитку регіонів», який визначає правові, економічні й організаційні засади реалізації державної регіональної політики щодо стимулювання розвитку регіонів та подолання депресивності територій [11], регламентує порядок укладення угод щодо регіонального розвитку та встановлює основні вимоги до них. Угода щодо регіонального розвитку повинна передбачати: 1) спільні заходи центральних і місцевих органів виконавчої влади й органів місцевого самоврядування з реалізації в регіоні державної стратегії регіонального розвитку; 2) спільні заходи центральних та місцевих органів виконавчої влади і органів місцевого самоврядування з реалізації регіональної стратегії розвитку; 3) порядок, обсяг, форми та строки фінансування спільних заходів, визначених сторонами, відповідно до Державного бюджету України та місцевих бюджетів; 4) порядок інформування про реалізацію сторонами угоди щодо регіонального розвитку; 5) відповідальність сторін угоди за невиконання або неналежне виконання передбачених нею заходів; 6) порядок внесення змін до угоди; 7) порядок набрання чинності та строк дії угоди. За згодою сторін угода щодо регіонального розвитку може включати й інші положення [11, ст. 4]. Ініціатива щодо укладення угоди може виходити як від Кабінету Міністрів України та центральних органів виконавчої влади, так і від обласних рад (Верховної Ради Автономної Республіки Крим, Київської та Севастопольської міськрад), інші органи місцевого самоврядування можуть подавати свої пропозиції щодо укладення такої угоди, а також про внесення змін до неї.

Постановою Кабінету Міністрів України від 23.05.2007 р. № 751 [12] схвалено порядок, який визначає процедури ініціювання, підготовки й підписання угоди щодо регіонального розвитку, а також процедуру проведення моніторингу її виконання, а також типову форму угоди й форму звіту про її виконання.

Із ухваленням оновленої «Державної стратегії регіонального розвитку на період до 2020 року» від 6.08.2014 р. угоди щодо регіонального розвитку не втратили своєї актуальності та знову розглядаються як інструмент реалізації Стратегії, з метою розв'язання регіональних та міжрегіональних проблем розвитку, що сприятиме посиленню вертикальної та горизонтальної координації діяльності центральних та місцевих органів виконавчої влади, органів місцевого самоврядування під час здійснення заходів щодо динамічного зростання центрів економічної активності та інтеграції до них територій, що мають менший потенціал розвитку, насамперед сільських районів та невеликих населених пунктів [12]. Укладання таких угод також є одним із завдань щодо посилення міжгалузевої координації в процесі формування й реалізації регіональної політики, засобом узгодження державних та регіональних стратегічних пріоритетів на довгостроковий період.

Таким чином, можна констатувати, що нормативно-правове підґрунтя для розробки й реалізації угод щодо регіонального розвитку в рамках реалізації державної регіональної політики в Україні в цілому створене, що, у свою чергу, передбачає: «можливість концентрації ресурсів регіонів та держави на вирішенні найгостріших проблем; узгодження інтересів органів виконавчої влади та органів місцевого самоврядування щодо реалізації стратегічних завдань регіонального розвитку; диверсифікацію джерел ресурсів регіонального розвитку» [8] та надає інші переваги.

Однак слід зауважити, що практика укладання угод між Кабінетом Міністрів України та обласними радами в рамках реалізації стратегічних підходів до управління регіональним розвитком на сьогодні недостатньо поширена на усі регіони. Так, за даними звітів про виконання угод щодо регіонального розвитку [14], станом на 2014 рік такі угоди були укладені лише в шести областях: Донецькій, Львівській, Вінницькій, Волинській, Івано-Франківській, Херсонській (табл. 1).

Крім недостатнього поширення на усю територію країни, укладення угод ускладнюється також іншими проблемами.

Так, колегія Рахункової палати, за результатами аудиту виконання в 2009-2011 роках угод щодо регіонального розвитку, укладених між Кабінетом Міністрів України та Вінницькою, Волинською, Донецькою і Львівською обласними радами, резюмувала, що «Міністерство економічного розвитку та торгівлі України, Міністерство фінансів України й інші центральні органи виконавчої влади не забезпечили створення дієвого механізму реалізації цих угод за рахунок коштів державного бюджету. Як наслідок, жоден із заходів за цими угодами, починаючи з 2009 року, у повному обсязі не був виконаний, а отже, не відбулося суттєвого впливу на зменшення диспропорцій економічного росту та розвиток виробничої, соціальної та інженерно-транспортної інфраструктури областей [15]».

За результатами реалізації угод у Донецькій, Львівській, Херсонській, Волинській областях мож-

на констатувати, що в цілому фактичний обсяг фінансування спільних заходів був значно нижчим від запланованого. По угодах у Вінницькій та Івано-Франківській областях, реалізація яких ще триває, також прослідковуються негативні тенденції щодо суттєвого недофінансування заходів у розрізі попередніх етапів їх виконання (табл. 2). Низький рівень фінансування угод обґрунтовується обмеженістю ресурсів бюджетів усіх рівнів внаслідок складної політичної та економічної ситуації в країні [16; 17], але також пов'язаний із відсутністю дієвих механізмів залучення бюджетних коштів до виконання угод та із «недотриманням законодавчо встановленого механізму планування в державному бюджеті відповідних (окремих) бюджетних програм на фінансування угод [15]».

Недостатній рівень фінансування реалізації угод за рахунок усіх джерел (табл. 2) унеможливлює досягнення очікуваних при їх укладанні результатів та свідчить про недостатню фінансову підтримку державою економічної конкуренції у регіонах.

На сьогодні угоди щодо регіонального розвитку в Україні не виконують своєї важливої ролі при реалізації загальнодержавної регіональної політики, адже досі значними залишаються міжрегіональні диспропорції щодо обсягів новоствореної доданої вартості,

Таблиця 1

Поширення практики укладання угод щодо регіонального розвитку між Кабінетом Міністрів України і відповідними обласними радами станом на 2014 р. та запланована структура їх фінансування

Регіон	Дата підписання угоди	Термін дії	Обсяг фінансування заходів						
			всього	у тому числі за рахунок:					
			млн. грн.	державного бюджету		місцевих бюджетів		інших джерел	
				грн.	%	грн.	%	грн.	%
Волинська область	12.01.2010	до 31.12.2014 року	на 2010 – 2014 роки:						
			1941,806	1179,968	60,8	296,71	15,3	465,128	23,9
Вінницька область	26 січня 2010 року	до 31 грудня 2015 року	на 2010-2015 роки:						
			2 852,005	1624, 964	57	497, 641	17,4	728, 901	25,6
Івано-Франківська область	6 жовтня 2010 року	з 1 січня 2011 року до 31 грудня 2015 року	на 2011 – 2015 роки:						
			1 060,63388	594,3155	56	237, 67838	22,4	228,640	21,6
Львівська область	25 червня 2009 року	з 1 січня 2009 року до 31 грудня 2013 року	на 2009 – 2013 роки:						
			3255,8926	1842,0025	56,6	1339,081	41,1	74,8091	2,3
Херсонська область	19 жовтня 2010 року	до 31 грудня 2013 року	на 2011 – 2013 роки:						
			1113,320	173, 445	15,6	123,805	11,1	816,0	73,3
Донецька область	15.09.2007 р. (20.10.2010 – додаткова угода)	до 31 грудня 2011 року	на 2008-2011 роки:						
			4410,6779	3760,5427	85,3	327,8586	7,4	322,2766	7,3

Джерело: складено за даними [14]

Таблиця 2

Стан фінансування спільних заходів у рамках угод щодо регіонального розвитку між Кабінетом Міністрів України і відповідними обласними радами станом на 2014 р.

Область	Тривалість дії угоди, роки	Запланований орієнтовний обсяг фінансування, тис. гривень	Фактичний обсяг фінансування спільних заходів з усіх джерел	
			тис. гривень	% від передбаченого угодою
Донецька	2008-2011	4 410 677,9	2 179 392,7	49,4
Львівська	2009-2013	3 255 892,6	1 974 493	60,6
Херсонська	2011-2013	1 113 250	434 319,8	39
Волинська	2010-2014, в т.ч.:	1 941 806		
	2010	*130 560*	*x*[1]	*x*
	2011	*215 063*	*146 272,2*	*68*
	2012	*318 751*	*98 577,42*	*30,9*
	2013	*659 889*	*174 468,79*	*26,4*
	2014	*617 543*	*30601,22*	*52*
Вінницька	2010-2015, в т.ч.:	2 852 005		
	2010	*185 692*	*x*[1]	*x*
	2011	*472 548*	*162 313,1*	*34,3*
	2012	*591 082*	*149 379,6*	*25,3*
	2013	*584 438*	*106 702,4*	*18,3*
	2014	*552 026*	*48 480,1*[2]	*8,82*
Івано-Франківська	2011-2015, в т.ч.:	1 060 633,88		
	2011	*99 333,88*	*49 293,8*	*49,6*
	2012	*127500,0*	*37 452*	*29,4*
	2013	*131 300,0*	*16752,37*	*12,8*
	2014	*142 000,0*	*3883,7*[2]	*2,72*

Примітки:
[1] – інформація не оприлюднена
[2] – дані наведені станом на І півріччя

Джерело: складено за даними [14]

залучення іноземних інвестицій, розміру заробітної праці та рівня бідності; має місце периферійність розвитку окремих регіонів; у більшості областей підвищується ступінь зношеності основних фондів тощо. При збереженні таких негативних тенденцій, наростанні внутрішніх проблем у країні та посиленні зовнішньої агресії з боку Росії, підвищується імовірність ще більшого зниження рівня життя населення в регіонах та загострення соціальної напруги в суспільстві.

Угоди щодо регіонального розвитку досі не стали дієвим інструментом стимулювання розвитку регіонів і реалізації регіональних стратегій розвитку навіть у тих областях, на які практика їх укладання поширювалась. А, зважаючи на те, що такими угодами передбачалась реалізація найбільш пріоритетних заходів у відповідних регіонах, їх недофінансування унеможливило своєчасне здійснення необхідних дій, тоді як мало б сприяти концентрації ресурсів на реалізації перспективних проектів, здатних принести реальне збільшення надходжень до бюджетів, підвищити конкурентоспроможність регіонів, залучити нові інвестиції чи виконати важливі соціально значущі функції для суспільства.

Так, оскільки при реалізації «Угоди щодо регіонального розвитку Херсонської області між Кабінетом Міністрів України та Херсонською обласною радою» на фінансування спільних заходів фактично було спрямовано тільки 39% від передбаченого обсягу, із 9 завдань (у рамках 6 спільних заходів за період виконання Угоди) лише одне було виконано в повному обсязі, 5 – частково, 3 – не було виконано [18]. При виконанні «Угоди щодо соціально-економічного розвитку Львівської області між Кабінетом Міністрів України та Львівською обласною радою» спільні заходи були профінансовані лише на 60,6%, і, внаслідок недофінансування, із 82 завдань (у рамках 14 спільних заходів за період виконання Угоди) повністю було виконано тільки 20 завдань, 33 – частково, а 29 – не виконано взагалі [19]. «Через недостатню концентрацію ресурсів при реалізації пріоритетних завдань у Донецькій області не фінансувалися і не проводилися передбачені угодою роботи з модернізації вакуум-насосних станцій, дегазаційних систем, з будівництва когенераційних станцій, тобто, не виконана поставлена мета щодо гарантування безпеки праці, стабілізації рівня видобутку вугільної продукції, зростання обсягів альтернативного палива, щорічної економії не менш як 1,6 млрд грн бюджетних коштів; у Вінниці не введено в експлуатацію пусковий об'єкт 2010 року – хірургічний корпус обласної лікарні ім. Пирогова [15]».

Окрім того, що угоди щодо регіонального розвитку в повній мірі не виконали покладених на них функцій, розподіл бюджетних ресурсів при визначенні орієнтовних обсягів фінансування передбачених угодами заходів здійснювався без чітко визначених критеріїв. Так, зокрема, у Донецькому регіоні фактичний обсяг фінансування спільних заходів більш як у 5 разів перевищував обсяг фінансування заходів угоди в Херсонській області (2 179 392,7 тис. грн проти 434 319,8 тис. грн, відповідно (див. табл. 2). Це суперечить засадам державної підтримки розвитку конкуренції в регіонах і тільки посилило патерналістські очікування мешканців Донецької області. Як наслідок, замість позитивів у стимулюванні розвитку Донецького регіону, виникла ескалація конфлікту з боку громадян, не задоволених діяльністю органів державної влади й органів місцевого самоврядування.

Чинний механізм укладення угод щодо регіонального розвитку, у силу окреслених недоліків, не дозволяє забезпечити належної відповідальності місцевих органів влади за ефективне використання ресурсів при розв'язанні економічних і соціальних проблем областей. Якщо у світовій практиці на сьогодні органи влади переходять на технології результативно орієнтованого менеджменту, то в Україні представлені органами державної влади звіти про виконання угод щодо регіонального розвитку [13] констатують факти невиконання передбачених ними заходів через відсутність належної бюджетно-фінансової підтримки та загострення кризових явищ. Проблема є особливо критичною саме тому, що ці угоди позиціонуються як дієвий інструмент реалізації стратегій розвитку областей, а відтак негативний досвід їх реалізації засвідчує наявність значних бар'єрів у стратегічному розвитку регіонів.

За цих обставин підвищення конкурентоспроможності регіонів потребує здійснення дієвих, а не декларативних заходів у рамках державної регіональної політики. У даному контексті, для вдосконалення механізму укладення і реалізації угод щодо регіонального розвитку, вважаємо за доцільне:

1) на законодавчому рівні передбачити реалізацію дієвих важелів підтримки й захисту економічної конкуренції в регіонах. Ігнорування необхідності забезпечення конкурентних основ їх розвитку унеможливлює й досягнення високих темпів розвитку національної економіки. Важливість конкурентоспроможності для економічного зростання та якісного перетворення економіки є загальновизнаною у світовій практиці. Як стверджують зарубіжні фахівці, «у конкурентних економіках має місце дія факторів, політики та інститутів, які забезпечують вищий рівень продуктивності, що, у свою чергу, забезпечує зростання добробуту [20]». Водночас зворотній процес матиме недооцінювання ролі розвитку конкуренції на регіональному рівні. У вітчизняному законодавстві підвищення конкурентоспроможності регіонів як основи їх динамічного розвитку хоч і констатується в «основних засадах внутрішньої політики в сферах розвитку місцевого самоврядування та стимулювання розвитку регіонів» [21, с. 4] у рамках розроблення та впровадження проектів міжрегіональних економічних зв'язків і транскордонного співробітництва, проте в цьому засадничому акті. не приділяється окрема увага питанням розвитку конкуренції в регіонах У цьому ж контексті слід зазначити, що згідно положень Закону України «Про стимулювання розвитку регіонів» [11], який став підґрунтям формування державної стратегії регіонального розвитку та укладення відповідних угод, стимулювання розвитку регіонів здійснюється на засадах: збалансування загальнодержавних, регіональних та місцевих інтересів розвитку, визначення державою з урахуванням пропозицій органів місцевого самоврядування науково обґрунтованих пріоритетних напрямів регіонального розвитку; програмно-цільового підходу до розв'язання проблем соціально-економічного розвитку, створення сприятливого інвестиційного середовища в регіонах; максимального наближення послуг, що надаються державними органами та органами місцевого самоврядування, до споживачів цих послуг; концентрації на конкурсній основі коштів Державного бюджету України, місцевих бюджетів, а також інших ресурсів з метою досягнення найбільш ефективного їх використання для цілей регіонального розвитку; співробітництва та взаємної відповідальності центральних і місцевих

органів виконавчої влади, органів місцевого самоврядування, наукових і громадських організацій та інших суб'єктів у виконанні завдань регіонального розвитку [11, с. 2]. Таким чином, з одного боку, за своїм змістовним наповненням усі ці заходи мали б сприяти розвитку конкуренції в регіонах. Але, з другого боку, імовірно, відсутність у Законі України «Про стимулювання розвитку регіонів» понять «конкуренція», «конкурентоспроможність регіонів» тощо довгий час мало наслідком формування надмірних очікувань від держави з боку регіонів, що при обмеженості бюджетних ресурсів та недобросовісній практиці перерозподілу коштів між областями призвело до гальмування розвитку належних конкурентних відносин на регіональному рівні й у цілому не дозволило реалізувати визначені цілі щодо стимулювання регіонального розвитку;

2) раціоналізувати формування й реалізацію регіональних стратегій розвитку. Так як пріоритетні напрями узгодженої діяльності сторін щодо здійснення спільних заходів у рамках укладання і виконання угод щодо регіонального розвитку переважно формуються згідно пріоритетів, визначених регіональними стратегіями, останні на сьогодні потребують перегляду й коригування, як згідно вимог «Державної стратегії регіонального розвитку на період до 2020 року», якою передбачається провести відповідні заходи в шестимісячний термін, так і за наслідками їх неуспішної реалізації. Тому вдосконалення практики укладання угод щодо регіонального розвитку нероздільно пов'язане із необхідністю удосконалення методичних, організаційних та інших засад формування й реалізації регіональних стратегій розвитку;

3) закріпити, на підготовчому етапі укладення угоди щодо регіонального розвитку, чіткий розподіл завдань і відповідальності за її виконання з боку органів державної влади, органів місцевого самоврядування, представників місцевих бізнес-структур та інших стейкхолдерів. Відповідно, планування фінансових ресурсів на реалізацію заходів у графі «з інших джерел» доцільно конкретизувати. Така прозорість дозволить підвищити мотивацію різних суб'єктів до виконання завдань і їх відповідальність за фактичне виконання запланованих заходів, а також прискорить досягнення стратегічно важливих цілей;

4) підвищити відповідальність органів влади за реалізацію регіональних стратегій через забезпечення альтернативних договірних відносин. Запровадження договірних засад у відносинах між Кабінетом Міністрів України та органами місцевого самоврядування в контексті реалізації регіональних стратегій розвитку є важливим аспектом інституціоналізації стратегічних планів. Водночас, запровадження спільної відповідальності центральних і місцевих органів виконавчої влади та обласних рад за реалізацію в регіонах заходів, визначених регіональними стратегіями розвитку, має силу тільки на період перебування посадових осіб при владі. Тому паралельно з угодою щодо регіонального розвитку, на засадах цивільного законодавства, може бути укладений договір суспільної згоди як домовленість між представниками центральних та місцевих органів влади й представниками територіальних громад регіону (підприємцями, науковцями, лідерами громад тощо) з питань: формування та реалізації стратегічного бачення, стратегічних цілей, стратегій і стратегічних планів розвитку регіону. Тоді кадрові зміни в органах влади суттєво не вплинуть на зміст стратегічного документа, не спричинять його повного ігнорування, адже узгодження договірних умов також залежатиме від позиції решти учасників договору.

Висновки з проведеного дослідження. Резюмуючи зазначимо, що надалі укладання угод щодо регіонального розвитку в Україні не повинно зводитись до необхідності здійснення певного процесу чи процедури, але має проводитись системно, прозоро, задля досягнення очікуваних результатів та забезпечення ефективності й результативності в управлінні регіональним розвитком.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Варналій З.С. Державна регіональна політика України: особливості та стратегічні пріоритети: монографія / [Варналій З.С., Бабінова О.О., Бойко-Бойчук О.В. та ін.]; за ред. З.С. Варналія. – К.: НІСД, 2007. – 768 с.
2. Куйбіда В.С. Нова державна регіональна політика в Україні: збірник науково-аналітичних матеріалів, нормативно-правових актів та навчально-методичних документів у галузі регіонального розвитку / [Куйбіда В.С., Іщенко О.М., Ткачук А.Ф., Толкованов В.В. та ін.]; за заг. ред. В.С. Куйбіди. – К.: Крамар, 2009. – 232 с.
3. Мельник А. Узгодження пріоритетів розвитку адміністративно-територіальних утворень у рамках державної регіональної політики: концептуальні засади та проблеми практики / А.Мельник, Л.Лаврів // Вісник ТНЕУ. – 2012. – № 4. – С. 7-19.
4. Воротін В.Є. Державне управління регіональним розвитком України: монографія / [Воротін В.Є., Жаліло Я.А., Біла С.О. та ін.]; за заг. ред. В.Є. Воротіна, Я.А. Жаліла / Національний інститут стратегічних досліджень. – К., 2010. – 288 с.
5. Бутко М. Державне регулювання як інструмент підвищення конкурентоспроможності регіонів / М. Бутко, Л. Подоляк // Економіка України. – 2007. – № 6. – С. 36-44.
6. Стратегія та механізми зміцнення просторово-структурної конкурентоспроможності регіону: монографія; за ред. А.І. Мокія, Т.Г. Васильціва. – Львів: Ліга Прес, 2010. – 488 с.
7. Механізми та інструменти використання переваг інтеррегіонального та транскордонного співробітництва в підвищенні конкурентоспроможності західних регіонів України: Аналітична доповідь / Волошин В.І., Васильців Т.Г., Мікула Н.А., Борщевський В.В. [і ін.] / НІСД. – Львів, 2011. – 51 с.
8. 8 Жук В. Підвищення ефективності реалізації угод щодо регіонального розвитку між кабінетом Міністрів України та обласними радами / В. Жук. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: old.niss.gov.ua/monitor/september09/18.htm.
9. Іжа М.М. Проміжні результати реалізації угод щодо регіонального розвитку / М.М. Іжа // Держава і право. – 2012. – Вип. 56. – С. 566-570.
10. Bryson J.M. Strategic Planning for Public and Nonprofit Organizations: A Guide to Strenthening and Sustaining Organizationnal Achivement / Bryson J.M. – San Francisko: Jossey-Bass Publishers, 1995. – 325 p.
11. Про стимулювання розвитку регіонів: Закон України № 2850-IV від 08.09.2005 р. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://zakon.nau.ua/doc/?code=2850-15.
12. Про затвердження Порядку підготовки, укладення та виконання угоди щодо регіонального розвитку і відповідної типової угоди: Постанова Кабінету Міністрів України від 23.05.2007 р. № 75. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://zakon.nau.ua/doc/?code=751-2007-%EF.
13. Про затвердження Державної стратегії регіонального розвитку на період до 2020 року: Постанова Кабінету Міністрів України від 6.08.2014 р. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/385-2014-%D0%BF.
14. Звіти про виконання угод регіонального розвитку. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.me.gov.ua/Documents/List?lang=uk-UA&tag=ZvitiProVikonanniaUgodRegionalnogoRozvitku&pageNumber=3.
15. Регіональний розвиток має хороший закон, та не має вправних виконавців / Рахункова палата України. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.ac-rada.gov.ua/control/main/uk/publish/article-/16738797;jsessionid=343D72E54ECF169922705018F4918BDB.
16. Звіт про виконання Угоди щодо регіонального розвитку Івано-Франківської області між Кабінетом Міністрів України та Івано-

Франківською обласною радою за І півріччя 2014 року. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.me.gov.ua.
17. Звіт про виконання Угоди щодо регіонального розвитку Вінницької області між Кабінетом Міністрів України та Вінницькою обласною Радою за І півріччя 2014 року. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.me.gov.ua.
18. Аналітична записка щодо результатів проведення оцінки ефективності здійснення спільних заходів, передбачених Угодою щодо регіонального розвитку Херсонської області між Кабінетом Міністрів України та Херсонською обласною радою. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.me.gov.ua.
19. Аналітична записка щодо результатів проведення оцінки ефективності здійснення спільних заходів, передбачених Угодою щодо соціально-економічного розвитку Львівської області між Кабінетом Міністрів України та Львівською обласною радою. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.me.gov.ua.
20. Akinmade Emejulu D. Global Agenda Council on Competitiveness 2012-2014 / D. Akinmade Emejulu, M. Drzeniek, J. Blanke, available at: http://www.weforum.org/content/global-agenda-council-competitiveness-2014-2016.
21. Про засади внутрішньої і зовнішньої політики: Закон України № 2411-VI від 01.07.2010 р. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://zakon.nau.ua/doc/?uid=1146.540.2&nobreak=1.

СЕКЦІЯ 5
ДЕМОГРАФІЯ, ЕКОНОМІКА ПРАЦІ, СОЦІАЛЬНА ЕКОНОМІКА І ПОЛІТИКА

УДК 332.1:331.556

Гаврилець О.В.
кандидат економічних наук,
старший викладач кафедри маркетингу
Мукачівського державного університету

Дочинець Н.М.
кандидат економічних наук,
доцент кафедри педагогіки та суспільних дисциплін
Закарпатського художнього інституту

Кампо Г.М.
кандидат економічних наук,
доцент кафедри фінансів
Ужгородського національного університету

ТЕОРЕТИКО-КОНЦЕПТУАЛЬНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ТРУДОВОЇ МІГРАЦІЇ

У статті розглянуто та проаналізовано основні концептуальні підходи до визначення сутності, особливостей, цілей та етапів трудової міграції. Проведено систематизацію теорій міграції на основі існуючих наукових підходів. Визначено специфіку організації та застосування маркетингових технологій у оцінці міграційних процесів.

Ключові слова: міграція, теорія трудової міграції, робоча сила, мігрант, внутрішня міграція, міжнародна міграція, маркетинг міграційних процесів.

Гаврилец О.В., Дочинец Н.М., Кампо Г.М. ТЕОРЕТИКО-КОНЦЕПТУАЛЬНЫЕ ОСНОВЫ ИССЛЕДОВАНИЯ ТРУДОВОЙ МИГРАЦИИ

В статье рассмотрены и проанализированы основные концептуальные подходы к определению сущности, особенностей, целей и этапов трудовой миграции. Проведена систематизация теорий миграции на основе существующих научных подходов. Определена специфика организации и использования маркетинговых технологий в оценке миграционных подходов.

Ключевые слова: миграция, трудовая миграция, рабочая сила, мигрант, внутренняя миграция, международная миграция, маркетинг миграционных процесов.

Gavrylets O.V., Dochynets N.M., Campo G.M. THEORETICAL AND CONCEPTUAL BASIS OF THE STUDY OF LABOR MIGRATION

The basic conceptual approaches to defining the essence, peculiarities, objectives and stages of labor migration have been analyzed in the article. The theories of migration on the basis of existing scientific approaches have been systematized. Defined Specificity of organization and implementation of marketing technologies in the evaluation of migration approaches has been defined.

Keywords: migration, labor migration, labor, migrant, internal migration, international migration, migration process marketing.

Постановка проблеми. У сучасному світі міграція стає чи не найбільш значимим та впливовим явищем як з точки зору економіки, так і політики та суспільства у цілому. Посилення процесів глобалізації світової економіки актуалізують необхідність глибокого вивчення як на теоретичному, так і на прикладному рівні об'єктів, причин, наслідків та особливостей виникнення та активізації міграційних потоків, пов'язаних з особливою формою міграції – трудовою міграцією. Результати таких досліджень сприятимуть максимізації позитивних, корисних ефектів трудової міграції та мінімізації небажаних наслідків її розвитку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Важливими з точки зору розуміння предмета дослідження є праці зарубіжних дослідників з проблем міграції – Е. Равенштайна, С. Стоффера, Є. С. Лі, Дж. Харриса, М. Тодаро, Дж. Беккера, С. Сассена, Л. Бувье, Д.М. Кейнса, Т. Мана, Т. Мальтуса, П. Самуельсона, Дж. Саймона, А. Сміта, Б. Томаса, М. Фрідмана, В. Зелінскі, А.В. Топіліна, Л.Л. Рибаковського, В. Іонцева та ін. Значний вклад у дослідження теорії та практики міжнародної трудової міграції, вдосконалення інструментів її регулювання зробили такі вітчизняні вчені, як В. Геєць, Е. Лібанова, Ю. Макогон, О. Власюк, О. Малиновська, Н. Марченко, А. Мокій, О. Пуригіна, А. Філіпенко.

Мета статті. Попри наявну широку теоретико-прикладну базу з вивчення міграційних процесів, надалі актуальними залишаються питання щодо дослідження міграційної ситуації як в поточному, так і в перспективному періоді. Огляд зарубіжних теорій трудової міграції, основних концептуальних підходів, заснованих на міждисциплінарному підході, дозволить виявити наслідування, простежити еволюцію поглядів, а також визначити нові напрями вивчення міграції трудових ресурсів. До того ж, враховуючи посилений вплив інтеграційних процесів на економічні явища, доцільним є обґрунтування необхідності впровадження маркетингової концепції до дослідження міграційних процесів та проблем, пов'язаних з ними.

Виклад основного матеріалу. Складність явища трудової міграції та процесів пов'язаних з його до-

слідженням та оцінкою сприяло появі великої кількості теорій. Розгляду теоретико-концептуальних підходів до розуміння трудової міграції, причин її виникнення та мотивів, передує необхідність представлення термінологічного апарату щодо об'єкта дослідження. Так, у міжнародній економіці поширеним є поняття «міграція робочої сили», яке трактується як переселення працездатного населення із однієї країни в іншу строком більше ніж на рік [1, с. 543]. А.В. Похлєбаєва пояснює міграцію робочої сили як процес переміщення трудових ресурсів із однієї країни в іншу з метою працевлаштування на більш вигідних умовах, ніж в країні перебування, що визначаються співвідношенням попиту і пропозиції на ринку праці [2, с. 8]. Окрім терміну «міграція робочої сили», в науковій літературі використовують поняття «трудова міграція», які часто у працях провідних дослідників з питань міграції виступають як синоніми. Деякі з науковців вбачають різницю в цих двох категоріях, зокрема в частині структурної характеристики мігрантів та причин їх пересування [3, с. 9]. Існує також думка, відповідно до якої визначення суб'єкта міграції може обмежитися поняттям «міжнародний мігрант», згідно з яким це особа, яка здійснює міждержавне територіальне пересування (міжнародну міграцію) з метою зміни місця проживання і роботи, назавжди чи на визначений строк (від одного дня до декількох років) [4, с. 14]. Однак наведене визначення є змістовним у процесі зовнішньої міграції. Так, у вітчизняній науковій літературі, присвяченій проблемам міграції, використовують переважно термін «трудова міграція», яку визначають як переміщення у просторі, що здійснюється індивідами з метою підвищення рівня життя на основі більш вигідного використання власної робочої сили без зміни постійного місця проживання [3, с. 8]. Дане визначення не обмежується видовими характеристиками міграційного процесу, а тому претендує на широке застосування при подальших дослідженнях.

Різноманіття представлених дефініцій, які не вичерпують множини поданих у науковій літературі визначень, дозволяє робити висновки про відповідну множину теоретичних підходів та концепцій до вивчення трудової міграції. Так, більшість розроблених на сьогодні теорій засновуються на таких підходах, як індивідуальний, структурний, системний та міждисциплінарний [5, с. 26-27].

В основі індивідуального підходу лежить теорія людського капіталу (Г. Беккер, Т. Шульц, Дж. Мюнцер) та концепія економіки сімейної міграції (Дж. Борхас). Згідно з першою теорією, людський капітал прямує туди, де є можливість отримати максимальний прибуток від капіталовкладень в освіту, кваліфікацію та досвід [6]. Зокрема, Г. Беккер стверджує, що міграція робочої сили є результатом впливу низки об'єктивних факторів, серед яких:

- відмінності між чисельністю населення та рівнем їх життя в розвинутих країнах у порівнянні з третіми країнами;
- зниження адміністративних та інших бар'єрів на шляху мігрантів у зв'язку з розвитком процесів глобалізації;
- необхідність покриття дефіциту, викликаного низьким рівнем народжуваності на ринку праці розвинутих країн за рахунок молоді із-за кордону.

Досягненням даної теорії міграції є дослідження питань, пов'язаних з грошовими переказами мігрантів, як засобу перерозподілу доходів. Вченими виділено як позитивні, так і негативні наслідки такого явища, що ще раз підкреслює неоднозначність впливу міграційних процесів на країни-учасниці.

Інша концепція – концепція економіки сімейної міграції – пояснює міграційні процеси з точки зору сім'ї. Саме рівень переваг, які очікують у результаті міграції сімейні пари, визначають оптимізаційну стратегію їх поведінки.

Якщо в основі індивідуального підходу розглядається індивід чи їх група, то особливістю структурного підходу до розуміння міграційних процесів є наявність соціальних, економічних, психологічних та інших структур в яких перебуває людина. Такі структури функціонують шляхом «притягування-виштовхування» потенційних мігрантів за рахунок таких факторів, як різниця в рівнях заробітної плати між країнами-донорами та країнами-реципієнтами, соціальним тиском, утвореним в результаті зростання населення та безробіття, невідповідністю у демографічному розвитку різних регіонів світу. Особливими структурами вважаються інформаційні структури, які забезпечують необхідною інформацією для пересування трудові ресурси, та власне міграційний рух, який здатний сам створювати певні структури задля сприяння та підтримання міграції в подальшому її розвитку. Даний підхід представлений значною кількістю теорій, серед яких [6]:

- теорія неокласичної економіки (Дж. Харріс, М. Тодаро, Старк);
- нова економічна теорія міграції (Е. Тайлор, П. Арнольд);
- теорія сегментованого (подвійного) ринку праці (Фортес, М. Пайора);
- теорія світового ринку праці (Е. Плетньов, Д. Джонстон);
- теорія світових систем чи світового господарства (С. Сассен, І. Валлерстайн, Е. Петрас);
- теорія нового міжнародного економічного порядку (В. Бенінг, Дж. Пхгваті);
- теорія «процвітання» чи «технологічного розвитку» (Дж. Саймон).

Так, теорія неокласичної економіки, вивчаючи зовнішню трудову міграцію, пояснює причини її поширення економічною нерівновагою та нерівністю між країнами в рівнях заробітної плати. Заробітна плата може втратити функцію стимулювання міграції в результаті економічного росту країни-експортера робочої сили [7, с. 70-71]. Зокрема, неокласична теорія макрорівня пояснює трудову міграцію географічною різницею попиту і пропозиції на робочу силу в розрізі як внутрішнього її виду, так і зовнішнього. Однак для пояснення міграції студентів або інших категорій мігрантів, для яких заробітна плата не є визначаючим фактором, дана теорія не є прийнятною. До того ж вона не враховує низку факторів, які впливають на міграційні процеси і не відносяться до економічних.

Неокласична мікроекономічна теорія пояснює структуру міграційних потоків множиною індивідуальних переміщень, учасники яких керуються особистою корисністю від здійснюваного процесу. При цьому представники даної теорії в основі такої корисності розглядають головним чином монетарні компоненти, відводячи нематеріальним складовим поведінки мігрантів другорядне значення, що заслуговує на критику. Адже, як зазначав Л. С'яастад, «якби не існувало психологічних витрат, то кількість мігрантів була б набагато більшою, і в світі повних знань, саме необхідність рахуватися із значенням цих витрат, в більшій мірі визначатиме різницю в оплаті праці в різних країнах, ніж монетарні чи альтернативні ви-

трати міграції» [1]. До того ж дана теорія розглядає прийняття рішення про міграцію як поетапний процес, чим виключає з досліджуваної сукупності тих потенційних мігрантів, які таке рішення приймають імпульсивно або недобровільно.

Своєрідний синтез мікро- та макропідходів до вивчення міграції здійснює нова економічна теорія, яка, як і концепція економіки сімейної міграції, виходить з того, що рішення про міграцію приймаються колективно, членами домогосподарств чи сімей. При цьому люди діють спільно не тільки з метою максимізації очікуваних вигод від міграції, пов'язаних з грошовими переказами працюючих мігрантів, але і з метою мінімізації ризиків, що спричинені недостатнім розвитком у своїй країні ринкової інфоаструктури. Таким чином, навіть за відсутності відмінностей у заробітній платі домогосподарства можуть мати сильніші стимули для диверсифікації ризиків через міграцію, що підтверджує думку про те, що різниця у рівнях оплати праці не є необхідною умовою для здійснення трудової міграції.

Якщо попередні теорії акцентували увагу на причинах міграції з точки зору мігранта, то теорія сегментованого ринку, яка також використовує структурний підхід до дослідження міграційних потоків, основним чинником трудової міграції вважає структурні потреби економік у регіонах прибуття – містах чи країнах. М. Пайора зроблено спробу розкрити комплексний взаємозв'язок між країною еміграції та країною імміграції [8, с. 410]. Саме від такого взаємозв'язку в даних країнах у перспективі зазнають вирівнювання показники попиту та пропозиції на робочу силу, що згодом прискорює економічний та науково-технічний розвиток обох країн. Дана теорія розглядає ринок праці як сукупність сегментів, представники яких (трудові мігранти) різняться за рівнем кваліфікації (первинний та вторинний), належністю до підприємства (внутрішній та зовнішній ринок) та способом міграції за рівнем легальності проникнення на ринок праці (формальний та неформальний). Причому в якості критеріїв сегментування ринку праці пропонується використовувати як культурно-психологічні фактори, запропоновані М. Хехтером та С. Ліберзоном, так і соціально-економічні чинники, які на думку В. Б. Євтуха є визначальними при аналізі соціальних процесів. Дана теорія є актуальною, зокрема в питанні дослідження процесів нелегальної трудової міграції, масштаби якої сьогодні невпинно зростають.

Дещо іншим є розуміння трудової міграції в теорії світового ринку праці, представники якої, на відміну від основоположників попередньої концепції, розглядають світовий ринок праці як такий, що позбавлений територіальних чи то географічних меж і функціонує на основі експорту та імпорту робочої сили. На думку Є.П. Плетньова, міграція виступає інструментом розподілу як безробітніх на світовому капіталістичному виробництві, так і працевлаштованих у межах певної держави, які мають намір змінити місце прикладання праці за більш перспективних умов [3, с. 16]. При цьому переміщення через державні кордони створює системний ефект, адже воно сприяє розвитку галузей господарства, у яких задіяні мігранти, а, в свою чергу, розвиток матеріально-технічної бази світової промисловості і транспорту створює нові можливості для переміщення робочої сили. Синонімічним до даного є твердження, сформульоване в рамках теорії світових систем С. Саасеном. Згідно з ним, процес міграції повязується з розвитком міжнародної транспортно-комунікаційної системи, що значно полегшує процес переміщення людей між країнами [9, с. 39]. Саме світовий ринок, проникаючи у країни, що розвиваються, діє як каталізатор для міжнародної міграції. Функціонуючи у структурі взаємовідносин «центр-периферія», світовий ринок праці керується економічно і політично розвинутими країнами (центрами) та забезпечується ресурсами, у тому числі трудовими, з регіонів (периферій), що пов'язані з центрами історично, культурно, географічно [10].

На відміну від попередніх структурних теорій трудової міграції, теорія нового міжнародного економічного порядку пропонує акцентувати увагу на такому кон'юнктуроутворюючому чиннику світового ринку праці, як пропозиція робочої сили. В основі даної концепції – положення про важливість розробки «механізму більш повної і справедливої компенсації» країнам-донорам, який відшкодовував би, за рахунок країн іміграції, витрати, повязані з підготовкою висококваліфікованої робочої сили в країнах еміграції. Якісні характеристки робочої сили та наслідки міграції для країн-донорів – питання не меншої ваги в рамках теорії нового міжнародного економічного порядку [11, с. 20]. Ніби у продовження представленого вище підходу представники теорії «процвітання» чи «технологічного розвитку» також розглядають трудових мігрантів як фактор розвитку країни їх приймання, стверджуючи, що переваг від життєдіяльності мігрантів більше, ніж витрат на їх облаштування. У цілому міграційний приріст, за даною теорією, є позитивним фактором для подальшого демографічного та економічного розвитку країни-імігранта.

У рамках системного підходу, запропонованого П. Стокером, виділяють теорії, представники яких вивчають процес міграції у контексті світових потоків капіталів і товарів, дії різного роду факторів, що носять глобальний характер. Зокрема, теорія суспільного капіталу наголошує на наявності певних інститутів, які виступають посередниками між країнами – учасницями міграційного потоку. Цей свого роду «суспільний капітал» у поєднанні з досвідом мігрантів, що мігрували раніше, полегшують для потенційних мігрантів прийняття рішення про переміщення. Такий досвід у теорії міграційних мереж, представниками якої є Ф. Хьюго, Д. Массей, трансформовано у поняття «співтовариство мігрантів». Співтовариство являє собою сукупність як минулих, так і потенційних мігрантів, міжособові взаємовідносини між якими носять, окрім родинного, й інший, зокрема, дружній характер. Утворюється так звана міграційна мережа, яка спрощує процес міграції, знижує ризики пов'язані з ним та збільшує вигідність такого процесу. Звідси, саме соціальні зв'язки індивіда виступають різновидом соціального капіталу.

Таким чином, різноманітність представлених теорій, дають можливість робити висновки про різнопланованість явища трудової міграції, дослідження якої потребує врахування та оцінки значного кола факторів, їх систематизацію (табл. 1). Роль їх буде змінюватися залежно від форми міграції, спрямованості її потоків та структурної складової механізму міграції, що буде обрана за основу дослідження. З цієї позиції змістовним та таким, що відповідає ознаці комплексності дослідження, є міждисциплінарний підхід до розуміння трудової міграції. Даний підхід заснований на економічних, демографічних, соціальних, етнографічних та інших характеристиках міграційного процесу, які дозволили виділити відповідні напрями вивчення феномена міграції.

Таблиця 1

Огляд теоретичних підходів щодо причин та факторів впливу на процеси трудової міграції

Підходи до вивчення трудової міграції	Теорії	Автори	Міграційні фактори впливу	Причини міграції
Індивідуальний підхід	Теорія людського капіталу	Г. Беккер, Т. Шульц, Д. Мюнцер	Економічні Психологічні Культурні	Прямування людського капіталу до місць отримання максимальних прибутків
	Теорія економіки сімейної міграції	Дж. Борхас	Економічні Соціальні Психологічні	Переваги в результаті міграції формують стратегію поведінки сім'ї
Структурний підхід	Теорія неокласичної економіки	Дж. Харріс, М. Тодаро, О. Старк, Л. Сяастад	Матеріальні Нематеріальні	Масштаби міграції визначаються розмірами диференціації прибутку
	Нова економічна теорія міграції	Е. Тайлор, П. Арнольд	Монетарні	Можливість максимізації прибутку за мінімізації ризику пов'язаного з міграцією
	Теорія подвійного ринку праці	Фортес, М. Пайора	Економічні	Наявність постійного попиту в розвинутих країнах
	Теорія світового ринку праці	Е. Плетнев, Д.Джонстон	Економічні Політичні Матеріально-технічні	Розвиток світової промисловості, сільського господарства, морського та залізничного транспорту
	Теорія світових систем	С. Сассен, І. Валлерстайн Е. Петрас	Історичні Культурні Адміністр. Лінгвістичні	Всебічні взаємозв'язки між колоніальними державами та колоніями
	Теорія нового міжнародного порядку	В. Бенінг, Д. Пхгваті	Економічні	Наявність пропозиції іноземної робочої сили
	Теорія «технологічного розвитку»	Д. Саймон	Економічні Демографічні	Ріст міграції єпохідною росту населення, що є запорукою розвитку
Системний підхід	Теорія суспільного капіталу	П. Стокер	Економічні Соціальні	Наявність державних, громадських та комерційних інститутів, що виступають посередниками в міграції
	Теорія міграційних мереж	Ф. Хьюго Д. Массей	Економічні Соціальні Психологічні	Наявність соціальних зв'язків за кордоном знижує витрати та ризики пов'язані з міграцією

Систематизовано на основі джерел [1; 2; 3; 5; 6; 11; 12]

Міждисциплінарна дискусія щодо гносеологічних та парадигмальних аспектів теорій про міграцію аж до виділення її в окрему науку – міграціологію – дозволяє визначити основоположні питання в розрізі окремих наук та висунути міждисциплінарні гіпотези, одночасно засновані на концепціях і відкриттях декількох дисциплін [12, с. 35-36].

У даному контексті особливої ваги набуває маркетинговий підхід до розуміння та дослідження процесів трудової міграції, його аналітичний та ідеологічний аспекти. Маркетинг володіє набором різноманітних інструментів впливу на ринкове середовище, які засновані на знанні психології споживача та закономірностей економічних процесів. Так, якщо в рамках демографії дослідницькі питання міграційних процесів лежать в площині того, як міграція впливає на характеристики населення, або ж у рамках економіки – чим пояснюється рішення мігрувати і яким є ефект від цього рішення, то маркетинговий підхід дозволяє дослідити проблеми пов'язані з виявленням та забезпеченням потреб учасників міграційного процесу. Розглядаючи ринок робочої сили як місце зустрічі покупців і продавців, науково-пізнавальним є визначити передумови, особливості та наслідки їх поведінки з приводу купівлі-продажу такого специфічного товару, як робоча сила у контексті трудової міграції. Трансформуючи основні категорії маркетингу у термінологію міграціології, доцільно провести характеристику основних складових міграційного процесу з точки зору маркетингу. Це дозволить виявити нові можливості щодо аналізу міграційних компонент як на теоретичному, так і на прикладному рівні.

Висновки та перспективи подальших досліджень. Виходячи з подальшого нарощення міграційної активності робочої сили як на національному, так і світовому рівні, необхідним є пошук нових підходів до теоретичного та прикладного аналізу казуальних зв'язків такої активності. Відповідно до вимог та обставин часу, що настав, зростає роль маркетингових засад у вирішенні поставлених завдань, що і потребує подальших систематичних досліджень.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Колосницына М.Г. Международная трудовая миграция: теоретические основы и политика регулирования / М.Г. Колосницына, И.К. Суворова [Электронный ресурс] // Экономический журнал ВШЭ. – 2005. – № 4. – Режим доступа : http://library.hse.ru/eesources/HSEeconomicjournal/ articles/0904 05.pdf.
2. Похлебаева А.В. Понятие миграции и ее классификация / А.В. Похлебаева // Журнал международного права и международных отношений. – 2005. – № 3. – С. 4-10.
3. Населення України. Трудова еміграція в Україні. – К. : Ін-т демографії та соціальних досліджень ім. М.В. Птухи НАН України, 2010. – 233 с.
4. Ивахнюк И.В. Международная трудовая миграция / И.В. Ивахнюк. – М. : Теис, 2005. – 286 с.
5. Стокер Питер. Работа иностранцев: Обзор международной миграции рабочей силы. – М. : Протестант, 1995. – 170 с.
6. Сухов А.Н., Трыканова С.А. Миграции в Европе и ее последствия / А.Н. Сухов, С.А. Трыканова [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://thelib.ru/books/a_n_suhov/migraciya_v_evrope_i_ee_posledstviya-read-2.htmlA.

7. Ивахнюк И.В. Международная трудовая миграция / И.В. Ивахнюк. – М. : Теис, 2005. – 286 с.
8. Мировая экономика в начале XXI века : учебное пособие. – М. : Издательство «Директ-Медиа», 2013. – 928 с.
9. Гайдаш О.С. Теоретичні засади дослідження міжнародного ринку праці / О. С. Гайдаш [Электронный ресурс] // Теоретичні і практичні аспекти економіки та інтелектуальної власності, Випуск 2. – Т. 1. – 2012. – С. 37. – Режим доступа : http://eir.pstu.edu/handle/123456789/4403.
10. Креминская Е.Д. Методологические основы изучения миграционных процесов в глобализирующемся мире (политологическое измерение) / Е.Д. Креминская [Электронный ресурс] // Науковий вісник Рівненського державного гуманітарного університету. Випуск 9. – 2012. – Режим доступа : http://www.google.com.ua/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=3&cad=rja&uact=8&ved=0CCkQFjAC&url=http%3A%2F%2Fwww.vestnik.sseu.ru%2Fview_pdf.php%3Fpdf%3D1984&ei=d2eYVIX3M8LMyAPwiIGYCw&usg=AFQjCNHaBcXwxWHP1dsQK4adOhbSI6T0XQ&bvm=bv.82001339,d.bGQ.
11. Метелев С. Международная трудовая миграция и нелегальная миграция в Росии / С. Метелев. – М. : ЮНИТИ-ДАНА: Закон и право. – 2006. – 175 с.
12. Методология и методы изучения миграционных процессов / [под ред. Зайончковской Ж., Молодиковой И., Мукомеля В.] Междисциплинарное учебное пособие. – М. : РОО «Центр миграционных исследований», 2007. – 370 с.

УДК 330.1

Дєліні М.М.
кандидат економічних наук,
доцент кафедри управління, інформаційно-аналітичної діяльності та євроінтеграції
Національного педагогічного університету імені М.П. Драгоманова

СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ВИЩОЇ ОСВІТИ В УКРАЇНІ

Стаття присвячена обґрунтуванню розвитку різних напрямів соціальної відповідальності в Україні, а саме у сфері вищої освіти. Зазначено важливість виховання соціально відповідальної молоді та значення ВНЗ у цьому процесі. Наведено основні категорії, за якими може бути визначена соціальна відповідальність вищої школи.

Ключові слова: соціальна відповідальність бізнесу, корпоративна соціальна відповідальність, соціально відповідальний університет, вища освіта, університет, ВНЗ.

Делини М.Н. СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ В УКРАИНЕ
Статья посвящена обоснованию развития различных направлений социальной ответственности в Украине, а именно в сфере высшего образования. Определена важность воспитания социально ответственной молодежи и значение ВУЗа в этом процессе. Приведены основные категории, по которым может быть определена социальная ответственность высшей школы.

Ключевые слова: социальная ответственность бизнеса, корпоративная социальная ответственность, социально ответственный университет, высшее образование, университет, ВУЗ.

Dielini M.N. SOCIAL RESPONSIBILITY OF HIGH EDUCATION IN UKRAINE
Article dedicated to substantiate of different areas' development of social responsibility in Ukraine, and namely in the field of higher education. Determine the importance of educating socially responsible youth and the value of the university in this process. Listed the main categories in which the social responsibility of higher education can be determined.

Keywords: social responsibility, corporate social responsibility, social responsible university, high education, university, high school.

Постановка проблеми. Нині, в умовах нинішнього розвитку України, все більшого розвитку отримує питання соціальної відповідальності. Цей процес відбувається, не дивлячись на економічний та політичний стан у країні, що може бути обумовлено вивченням, дослідженням та перейняттям досвіду розвинених держав та підприємств. Але, на жаль, це питання у нашій країні розглядається з боку соціальної відповідальності бізнесу (СВБ) чи корпоративної соціальної відповідальності (КСВ), які за своєю суттю є однаковими, хоча й деякими вченими розрізняються, а саме: СВБ стосується усіх видів підприємств, тоді як КСВ – великих корпорацій.

Але поняття соціальної відповідальності є дещо ширшим за своїм змістом й може бути застосоване у багатьох напрямах, що може бути втілено у тріаді «бізнес-влада-суспільство». Саме з позиції останнього й буде проведене дослідження у цій науковій статті. Тому що виховання соціально відповідального суспільства у великій мірі відбувається у вищий школі й має визначальне значення як для економіки країни, так і для країни взагалі.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Предметом свого дослідження соціальну відповідальність вищої освіти зробили багато вітчизняних вчених різних наукових сфер, так як це питання може бути розглянуто в різних наукових галузях. Так, В.П. Андрущенко та В.Л. Савельєв досліджували цю категорію з точки зору поєднання розширення автономії ВНЗ України з одночасним розвитком соціальної відповідальності університету. О. Грішнова та С. Бех обґрунтовують поняття «соціально відповідальний університет» і здійснюють аналіз розвитку соціальної відповідальності провідних українських ВНЗ. В.Г. Вієвська обґрунтовує важливість формування соціальної від повільності як типової якості особистості менеджера, спираючись на дослідження цінностей сучасної молоді. С. Квіт визначає напрями, у яких може бути сформована соціальна відповідальність українських університетів. Л.С. Шевченко також досліджує сутність цього поняття та визначає якість вищої освіти саме через цю категорію.

Постановка завдання. На основі викладеного можна сформулювати завдання, яке полягає в обґрунтуванні шляхів розвитку соціальної відповідальності вищої освіти в Україні та значенні цієї категорії для економіки країни.

Виклад основного матеріалу дослідження. Як було вже зазначено, питання соціальної відповідальності бізнесу привертає на себе все більше уваги з різних сторін, як підприємців, які все частіш звертаються до нього у своїй діяльності, так і науковців, які роблять його предметом свого наукового пошуку, так і провладних структур, які розуміють, що це є вагомим чинником становлення України як економічно розвиненої держави.

Актуальність дослідження соціальної відповідальності бізнесу в Україні посилюється у зв'язку з тим, що вітчизняне господарське середовище не пройшло у своєму розвитку необхідних етапів, які у західному суспільстві призвели до усвідомлення важливості філософії соціальної відповідальності. Підприємства зазнають впливу зовнішнього середовища і мають відповідно реагувати на його запити, зокрема щодо соціальної орієнтації. Зростає увага потенційних інвесторів до інформації про конкурентоспроможність компанії, її зовнішній імідж, відповідність міжнародним стандартам якості та етики ділових відносин. Проте неефективність більшості системоутворюючих інститутів вітчизняного ринкового середовища актуалізує потребу у формуванні національної моделі соціальної відповідальності в межах тріадної системи «бізнес – влада – суспільство». Задоволення цієї потреби відбувається на тлі несприятливого суспільного середовища – в умовах дефіциту людських цінностей, раціональної трудової етики та соціальної відповідальності, кризи корпоративної ідентичності та самовіддачі, що стримує формування відносин довіри між основними суб'єктами життєдіяльності, роботодавцями, працівниками, партнерами по бізнесу. Дефіцит довіри населення до ринкових інститутів виробництва, споживання та розподілу товарів і послуг виступає гальмом соціальних та економічних перетворень українського суспільства, не формує міцне підґрунтя для взаємовідповідальної рівноправної взаємодії між бізнесом, владою, суспільством [1].

Для формування діючої системи СВБ на підприємствах України варто зазначити, що основними характеристиками соціальної відповідальності бізнесу є добровільність; інтегрованість у бізнес-стратегію підприємства, системність; користь для усіх зацікавлених сторін: співробітників, споживачів, акціонерів, товариств тощо, а також для самого підприємства; внесок у процес сталого розвитку. Як уже було зауважено, то СВБ багатьма сприймається лише як акт благодійності, але в дійсності соціальна відповідальність бізнесу містить у собі процедури і практики компаній з семи аспектів діяльності:

- організаційне управління;
- права людини;
- трудові відносини;
- етична операційна діяльність;
- захист навколишнього середовища;
- захист прав споживачів;
- розвиток місцевих громад та співпраця з ними [2].

Національна стратегія визначила такі напрями СВБ в Україні: у сфері охорони довкілля; у сфері забезпечення внеску в розвиток суспільства; у сфері корпоративних і трудових відносин [3].

Визначальними ознаками такої діяльності прийнято вважати: спрямованість на вирівнювання наявних соціально-економічних диспропорцій; створення довірливих взаємовідносин між бізнесом, суспільством і державою; покращення результативності бізнесу у довгостроковому періоді; добровільність. Дійсно, тільки керуючись власним бажанням і морально-етичними принципами, прийнятими в організації, її керівництво обирає шлях побудови соціально відповідального бізнесу. Іншою важливою ознакою СВБ є її правовий характер і спрямованість на досягнення ділової досконалості та якості в організації виробництва, що регулюються переважно міжнародними стандартами серії ISO 9000 [4]. Все вищезазначене неможливо без розуміння кожною людиною своєї соціальної відповідальності перед суспільством, що в багатьох випадках може бути сформоване у закладах вищої освіти. Саме виховання соціально відповідальної молоді й є засобом формування нового суспільства та розвиненої економіки України.

На сьогоднішній день загально прийнятим визначенням соціальної відповідальності за керівництвом з питань соціальної відповідальності – ISO 26000 є: «соціальна відповідальність – це відповідальність організацій за вплив своїх рішень та дій на суспільство та оточуюче середовище, що реалізується шляхом прозорої та етичної поведінки, яка узгоджується зі сталим розвитком, здоров'ям та добробутом суспільства; відповідає інтересам груп та зацікавлених осіб, відповідає чинній нормативній базі та відповідним міжнародним зобов'язанням та є інтегрованою у діяльність та стратегії розвитку організації або компанії та здійснюється у повсякденній діяльності» [5, с. 110].

Стоячи перед складністю теперішніх і майбутніх глобальних викликів, вища освіта має соціальну відповідальність для покращення нашого розуміння багатогранних проблем, які включають соціальний, економічний, науковий і культурний виміри і нашу здатність відповідати їм. Вона повинна привести суспільство до створення глобальних знань, які б відповідали глобальним викликам, між іншим викликам продовольчої безпеки, зміни клімату, розподілу водних ресурсів, міжкультурного діалогу, запровадження відтворювальних джерел енергії та охорони здоров'я.

Вища освіта повинна не тільки надавати тверді навички для теперішніх і майбутніх поколінь, але й має також сприяти освіті соціально відповідальних громадян, які прагнуть до створення миру, захисту прав людини і цінностей демократії [6].

Представники ЮНЕСКО, європейських університетів у публікаціях останніх років висвітлюють проблеми розвитку університетської освіти як складової частини системи вищої освіти у XXI столітті. Серед них:

- масовізація вищої освіти;
- інтернаціоналізація;
- фінансова криза університетів й шляхи виходу із неї;
- диверсифікація вищих навчальних закладів;
- проблеми якості вищої освіти;
- новітні технології навчання і проблема відкритості і конкурентоспроможності університетів;
- вирівнювання національних освітніх систем і роль університетів у цьому процесі;
- удосконалення управління;
- соціальна відповідальність університетів [7].

Отже, питання важливості розвитку соціальної відповідальності вищої освіти є зрозумілим та привертає увагу провідних світових університетів та міжнародних організацій.

Основою для концепції соціальної відповідальності вищої освіти взагалі вважають концепцію соціальної відповідальності бізнесу. Однак Л.С. Шевченко зазначає, що такий підхід є не зовсім правильним.

У ВНЗ і бізнес-структур різні місії, цілі і кінцеві результати. Е. Пеєр, Ф. Шуллер та С. Віллмс пи-

шуть: «Наші університети і системи вищої освіти існують для того, аби давати людям освіту і готувати їх до того, щоб вони стали повноцінними, всебічно розвиненими членами нашого складного постіндустріального суспільства» [8, с. 6].

С. Фуллер слушно зазначає, що серцем сучасного університету є «гуманітарна освіта». Вона виходить за межі професійної кваліфікації і завершує формування людської особистості, готуючи її до «громадянства», у рамках якого людина ідентифікує себе не тільки з родиною або містом, а з цілою нацією, і яке в загальному сенсі формується в інтересах людства.

Федоров характеризує суспільно активний ВНЗ як прообраз вільної демократичної держави, який втілює у собі її основні риси і забезпечує вироблення у тих, хто навчається, системи цінностей громадянського суспільства, звички і навички жити в умовах вільної самоврядної громади, що у своїй сукупності впливає на розвиток соціальної відповідальності студентів і сприяє вкоріненню демократичного укладу в житті співтовариств, соціальному просторі, що оточує університет.

На думку Л.С. Шевченко, роль ВНЗ (університетів) має бути провідною не тільки у виробництві освітніх благ, а й у передаванні студентам визнаних у суспільстві цінностей, інтеграції студентської молоді в суспільство. ВНЗ несуть соціальну відповідальність за ефективне використання суспільних (державних) ресурсів з метою підвищення ефективності роботи ВНЗ, забезпечення єдності навчання і виховання, включення студентів і викладачів у різні соціальні практики (їх суспільну відповідальність); власних ресурсів – для розвитку і консолідації суспільства, проведення демократичних реформ; взаємодію з окремим и громадянами, органами влади, бізнес-структурами, різними організаціями та установами – для функціонування ВНЗ як соціального інституту відкритого типу, центру соціальної політики в регіоні його присутності [8, с.6].

Соціальна відповідальність вищих навчальних закладів пов'язана з тим, що саме у системі вищої освіти формується інтелектуальна еліта нації. Фахівці з вищою освітою є показником освіченості, цивілізованості країни, її професійного, наукового потенціалу і конкурентоспроможності [7].

Західні дослідники, приступаючи до вивчення практичних аспектів корпоративної соціальної відповідальності у сфері вищої освіти, спирались на розробки саме із сфери етики бізнесу та управління. Процеси приватизації та комерціалізації в університетській діяльності, на їх думку, є досить вагомим аргументом на користь саме такого підходу. Цілком у дусі адаптивних теорій організації, про які йшла мова, – «теорії невизначеності» та «теорії ресурсної залежності». Спрацьовує концептуальний ланцюжок: зміни в середовищі – відповідні реакції у внутрішньому врядуванні університету та його місії – навчальній та дослідницькій діяльності [9, с. 248].

О. Грішнова та С. Бех у своєму дослідженні вважають, що корпоративна соціальна відповідальність освітніх закладів має бути ініціативою для загальної перебудови суспільства за рахунок участі студентства як особливо активного прошарку населення. Результатами впровадження такої ініціативи можуть бути такі покращення, як підвищення кваліфікації випускників університету до рівня вимог сучасного ринку праці, збільшення рівня зайнятості молоді, поліпшення стану здоров'я та благополуччя суспільства в цілому [10, с. 12].

Саме вони наводять поняття «соціально відповідальний університет», який вони бачать як навчальний заклад, що поширює соціальну відповідальність у суспільстві як через свою прозору та етичну діяльність, високу якість навчання, так і через виховання відповідальності студентів та випускників [10, с. 12].

Від соціально відповідального ВНЗ (університету) очікують насамперед досягнення високих кінцевих результатів діяльності. В. Тамбовцев розрізняє безпосередні (outputs) і кінцеві (outcomes) результати діяльності ВНЗ. Безпосередні результати – це зміни, що відбулися всередині організації і матеріально-речової складової її зовнішнього середовища, які збігаються або не збігаються з початковими намірами (планами) організації (керівництва організації) за величиною, але відповідають їм за предметною галуззю.

Кінцеві результати діяльності – це зміни, які мали місце у станах інших індивідів або організацій (stakeholders), що прямо чи непрямо спричинені діями працівників даної організації [8, с. 6].

Починаючи з 1990-х років, європейська громадськість почала вимагати від університетів чітко й зрозуміло сформулювати очікувані результати своєї освітньої діяльності, насамперед для того, аби обґрунтувати доцільність їх державного фінансування.

Перш за все йшлося про забезпечення сучасної якості вищої освіти.

До розв'язання проблеми долучилися й міжнародні організації: 1) ухвалено шість регіональних конвенцій ЮНЕСКО з визнання кваліфікацій (оцінювання якості освіти), які ратифіковані понад 100 державами-членами і стали ядром Болонського процесу; 2) розроблено Керівні принципи ЮНЕСКО – ОЕСР із забезпечення якості у сфері трансграничної вищої освіти (2005 р.); 3) створено Глобальний Форум ЮНЕСКО з міжнародної якості, акредитації та визнання кваліфікацій; 4) реалізується пілотний проект ЮНЕСКО з відкриття порталу провідних ВНЗ (2006 р.) з метою надання достовірної і повної інформації про авторитетні ВНЗ світу та 5) спільний проект ЮНЕСКО і Світового банку – Глобальна ініціатива із забезпечення якості з метою створення міжнародної програми підтримання освіти у країнах, що розвиваються, Східній Європі та Середній Азії [8, с. 7].

С. Квіт у своїй промові зазначив: «...глобальна соціальна відповідальність українських вишів пов'язана насамперед з тією конструктивною роллю, які вони повинні відігравати у власному суспільстві. Ми не зможемо запропонувати нічого корисного назовні, якщо не вплинемо на створення «learning society» в Україні. Водночас ця роль має бути співзвучною з тими великими завданнями, що ставлять перед собою всі сучасні університети з метою змінювати наш спільний глобальний світ на краще.

Також сучасний університет повинен мати не лише глобальну, національну, але також локальну місію, виконуючи очевидно корисну роль для місцевої громади за місцем свого фізичного розташування. Також будь-які освітні реформи спиратимуться не лише на консенсус академічної громади та впливових політичних сил. Третьою складовою консенсусу реформ повинно стати суспільство» [11].

Отже, дивлячись на великий науковий доробок у цій сфері, можна зробити висновок, що цьому питанню почали приділяти увагу, що є доречним, особливо з огляду на те, що М.Г. Вієвська у своїй науковій статті наводить результати свого опитування серед студентів, які виявляють, що соціальна відповідальність не є провідною з точки зору молоді [12, с. 30].

Саме усвідомлення важливості та актуальності формування соціально відповідальної вищої освіти призвело до того, що в останні роки деякі вищі навчальні заклади інтуїтивно прийшли до потреби створення курсу з соціальної відповідальності (Львівський інститут банківської справи Університету банківської справи Національного банку України), або введення цієї теми до програми курсів з економіки, етики бізнесу, міжнародного менеджменту тощо (Львівський інститут менеджменту, Київський національний економічний університет, Національний технічний університет України «КПІ» та інші). На сьогоднішній день кожен ВНЗ втілює своє бачення щодо цього феномену та програми курсу.

Першим вагомим кроком до залучення вищих навчальних закладів до концепції соціальної відповідальності на Україні став тренінг «Викладання корпоративної соціальної відповідальності в університетах: із чого розпочати?», ініційований та проведений Центром розвитку корпоративної соціальної відповідальності наприкінці лютого 2009 року. У тренінгу взяли участь викладачі вищих навчальних закладів Києва, Донецька, Харкова, Дніпропетровська, Тернополя, Запоріжжя, Одеси, Львова та інших міст України. Результатами цього заходу стали створення мережі вузів «Корпоративної соціальної відповідальності», учасники якої можуть обмінюватися інформацією та поповнювати свої знання з питань соціальної відповідності, розробка навчальних програм щодо викладання соціальної відповідальності в умовах університетів та обговорення структури посібника з корпоративної соціальної відповідальності [5, с. 110].

Напрями, в яких може бути втілена соціальна відповідальність вищої освіти, наведено у статті О. Грішнової та С. Бех, де автори виділяють такі критерії:

- якість освіти;
- наявність програм підтримки успішних студентів;
- сприяння працевлаштуванню працівників;
- турбота про здоров'я, дозвілля студентів;
- прозорість процедур і конкурсів;
- наявність в університеті навчального курсу з КСВ;
- наявність сформульованих місій та цінностей;
- наявність розділу КСВ на сайті;
- наявність звіту про КСВ;
- участь у розвитку громад;
- волонтерська і благодійна діяльність;
- турбота про навколишнє середовище [10, с. 14].

Цей перелік є достатньо повним та обґрунтованим й тому може бути прийнятим як основа оцінки рівня соціальної відповідальності університетів України.

Висновки з проведеного дослідження. Отже, з вищенаведеного можна зробити такі висновки: соціальна відповідальність повинна виявлятися не тільки в підприємництві, а й у суспільстві, тому що саме це стає основою побудови економічно розвиненої держави. Усвідомлення важливості виховання соціально відповідального члену суспільства та створення конкретних кроків для цього стане великим підґрунтям для цього. Причому соціальна відповідальність університету може відбуватися у різних напрямах. По-перше, виховання соціально відповідальної молоді. По-друге, соціальна відповідальність перед студентами ВНЗ. І саме виходячи з цього буде формуватися соціальна програма університету. Хоча діяльність в обох цих напрямах буде більш ефективною та буде виявляти дійсно соціально відповідальний університет. Влада, керівництво ВНЗ та суспільство повинні усвідомити значення вищої освіти у вихованні соціально відповідальної молоді. Що може бути здійснено багатьма шляхами і за тими ж напрямами, що й у бізнесі. Так, це буде підвищення якості освіти університету, виховання соціально відповідальних цінностей, обов'язкове викладання дисциплін з КСВ, участь студентів та університету в громадських та волонтерських акціях тощо. Саме це створить важливий прошарок соціально відповідальної молоді, яка не тільки є суб'єктом суспільства, а й суб'єктом бізнесу (отримуючи робочі місця чи формуючі власну бізнес-структура) та влади (якщо робота пов'язана з цією сферою). У такому разі соціально відповідальні цінності переносяться автоматично із університету до інших структур, що й підтверджує актуальність і важливість цього напряму дослідження.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Діагностика стану та перспектив розвитку соціальної відповідальності в Україні (експертні оцінки) : монографія / О.Ф. Новікова, М.Є. Дейч, О.В. Панькова та ін. ; НАН України, Ін-т економіки пром-сті. – Донецьк, 2013. – 296 с.
2. Глебова А.А. Социальная ответственность бизнеса Украины на современном этапе формирования рыночных условий / А.А. Глебова // «Экономика и управление: теория и практика» : материалы международной заочной научно-практической конференции (20 сентября 2012 г.). [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://sibac.info/index.php/2009-07-01-10-21-16/3898-2012-09-28-06-31-52. – Название с экрана.
3. Стратегія сприяння розвитку соціальної відповідальності бізнесу в Україні на період до 2020 року // [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.svb.org.ua/sites/default/files/201309_strategiya_spriyannya_rozvitku_svb_v_ukrayini.pdf. – Назва з екрану.
4. Сокол Н.А. Вплив інституційних чинників на процес формування соціальної відповідальності бізнесу в Україні / Н.А. Сокол // Бізнес Інформ. – 2014. – № 5. – С. 238-242.
5. Ковальчук О.С. Соціальна відповідальність як складова вищої інженерної освіти / О.С. Ковальчук // Вісник НТУУ «КПІ». – 2010. – Серія: Філософія. Психологія. Педагогіка. – Випуск 1. – С. 109-112.
6. Комюніке Всесвітньої конференції з вищої освіти – 2009 : «Нова динаміка вищої освіти і науки для соціальної зміни і розвитку» ЮНЕСКО, Париж, 5-8 липня 2009 року (8 липня 2009 р.) [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/952_011. – Назва з екрану.
7. Кузнєцова Н.В. Соціальна відповідальність вищої освіти в Україні / Н.В. Кузнєцова, В.О. Кузнєцов [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://e-learning.onu.edu.ua/stati/pedagog-kavisho-shkoli/kuzn-cova-n-v-soc-alna-v-dpov-daln-st-visho-osv-ti.html. – Назва з екрану.
8. Шевченко Л.С. Соціальна відповідальність вищих навчальних закладів: аспект якості освіти / Л.С. Шевченко // Вісник Національного університету «Юридична академія України імені Ярослава Мудрого». – 2011. – № 4(7). – С. 5-15.
9. Андрущенко В.П. Освітня політика (огляд порядку денного) / В.П. Андрушенко, В.Л. Савельєв. – К. : «МП Леся», 2010. – 368 с.
10. Грішнова О. Соціальна відповідальність університетів України: порівняльний аналіз та основні напрямки розвитку / О. Грішнова, С. Бех // Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. – 2014. Серія «Економіка». – № 5(158). – С. 11-18.
11. Serhiy Kvit Social responsibility of Ukrainian university. Speech at 2013 Annual Conference of Canadian Bureau for International Education in Vancouver Education for a Better World: Our Global Social Responsibility, November. [Electronic source]. – Access mode : http://kvit.ukma.kiev.ua/2013/12/social-responsibility-of-ukrainian-universities/#more-1512. – Title screen.
12. Вієвська М.Г. Формування соціальної відповідальності сучасних фахівців як інтегруюча тенденція / М.Г. Вієвська // Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. – 2010. Серія (Філософія. Політологія.). – 94-96. – С. 28-31.

УДК 331.101

Дьомкіна О.В.
аспірант кафедри економіки підприємства
Київського національного університету імені Тараса Шевченка

РИЗИКИ ПРИ ІНВЕСТИЦІЯХ У РОЗВИТОК ПЕРСОНАЛУ ПІДПРИЄМСТВА: КЛАСИФІКАЦІЯ ТА ПРИЧИНИ ВИНИКНЕННЯ

Стаття присвячена дослідженню ризиків при інвестиціях у розвиток персоналу підприємства, класифікації таких ризиків, а також визначенню причин їх виникнення. У дослідженні автор виокремлює основні групи ризиків, які стосуються співробітника, підприємства та зовнішніх змін. Було також визначено ризики неінвестування у розвиток персоналу, охарактеризовано причини їх появи та їх особливості.

Ключові слова: ризик, інвестиції, розвиток персоналу, мотивація, управління персоналом, класифікація ризиків при інвестиціях у розвиток персоналу, людський капітал.

Дёмкина О.В. РИСКИ ПРИ ИНВЕСТИЦИЯХ В РАЗВИТИЕ ПЕРСОНАЛА ПРЕДПРИЯТИЯ: КЛАССИФИКАЦИЯ И ПРИЧИНЫ ВОЗНИКНОВЕНИЯ

Статья посвящена исследованию рисков при инвестициях в развитие персонала предприятия, классификации таких рисков, а также определению причин их возникновения. В работе автор выделяет основные группы рисков, которые относятся к сотруднику, предприятию и внешним изменениям. Были также определены риски неинвестирования в развитие персонала, охарактеризованы причины их появления и особенности.

Ключевые слова: риск, инвестиции, развитие персонала, мотивация, управление персоналом, классификация рисков при инвестициях в развитие персонала, человеческий капитал.

Domkina O.V. RISKS OF INVESTMENT IN THE DEVELOPMENT OF PERSONNEL OF A FIRM: CLASSIFICATION AND REASONS OF OCCURANCE

This article provides a definition and classification of risks of investment in the development of a personnel, with an emphasis on the reasons of its occurrence. In the research, the author separates three main groups of risks: related to the employee, related to the firm, and external changes. Particularly, the risks of non-investments were indicated and characterized.

Keywords: risk, investment, personnel development, motivation, human resource management, classification of risks of investment in the development of personnel, human capital.

Постановка проблеми. В умовах глобалізації та підвищення ролі економіки знань все більшого значення набуває людський капітал, оскільки він виступає головним засобом виробництва та джерелом здобуття конкурентних переваг. З огляду на це, ключове значення надається правильному та ефективному використанню людського капіталу, його розвитку як на світовому, державному рівнях, так і на рівні окремих підприємств. Крім того, підприємства утворюють дуже важливу та велику ланку у системі формування та розвитку людського капіталу та в отриманні економічного та соціального ефекту від цього [8].

Розвиток людського капіталу передбачає вкладення ресурсів часу та коштів зараз для отримання результату у майбутньому, тобто це – інвестиції. Але даний вид інвестицій, завдяки наявності людського чинника в своїй основі, має низку особливостей, які необхідно враховувати для того, щоб вони були ефективними та приносили очікуваний результат. До того ж інвестиції як економічна категорія пов'язані з ризиком. Саме тому визначення та вивчення ризиків, які можуть виникнути у разі вкладення коштів у розвиток персоналу підприємства, а також розуміння причин їх виникнення, має велике значення, адже дає можливість передбачити негативні наслідки, підготуватися до них, розробити ефективну стратегію управління ризиками та уникнути небажаних втрат для підприємства. Все це набуває ще більшої актуальності з огляду на сучасний стан економічної ситуації в Україні, для подальшого розвитку економіки, підвищення її конкурентоспроможності та виходу з кризи.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблемами дослідження інвестицій у людський капітал підприємства та розвитку персоналу займалися такі вітчизняні вчені, як О.А. Грішнова, В.М. Гриньова, А.В. Денисова, О.С. Заклекта-Берестовенко, О.В. Захарова, А.Я. Кібанов, А.М. Колот, Е.М. Лібанова, В.Г. Никифоренко, В.А. Савченко, Ф.І. Хміль. Основоположниками теорії людського капілу вважають таких зарубіжних вчених, як Г. Бекер, Т. Шульц, П. Ромер, Я. Мінцер. Останнім часом з'явилося багато наукових праць присвячених дослідженню людського капіталу та оцінці ефективності інвестицій у нього як в загальному визначенні, так і в аспекті людського ресурсу підприємств, що свідчить про підвищення актуальності даного напряму. Зокрема, вагомий внесок у розвиток, дослідження та впровадження методів оцінки ефективності інвестицій у людський капітал на практиці зробив американський вчений Як Фітц-енц, який протягом більш ніж тридцяти років досліджує теоретичні та прикладні питання інвестицій у людський капітал, розробляє кількісні показники для вимірювання ефективності інвестицій на підприємствах. Крім того, варто підкреслити внесок у дослідження даного напряму таких зарубіжних вчених, як С. Попов, В. Дятлов, Р. Алмеіда, П. Карнейро, Д. Кіркпатрик, К. Коерзельман, Дж. Хартога, Х. фан Офема, С. Байдечі, Х. Нільсен, Ф. Хедоурі.

Разом з тим слід наголосити, що багато теоретичних питань за даною проблемою, зокрема визначення та класифікація ризиків інвестування у розвиток персоналу підприємства, ще не вирішено, вони знаходяться на етапі постановки і вимагають подальшого розв'язання та комплексного дослідження.

Постановка завдання. Метою даного дослідження є класифікація ризиків при інвестиціях у розвиток персоналу підприємства та визначення причин їх виникнення.

Для досягнення поставленої мети були сформульовані та вирішені такі завдання:

• визначено та класифіковано ризики при інвестиціях у розвиток персоналу підприємства;

• наведено причини виникнення таких ризиків на підприємствах.

Виклад основного матеріалу дослідження. Розвиток персоналу підприємства – це комплексне, багатогранне поняття, яке охоплює широке коло економічних, соціальних, психологічних та педагогічних проблем [1]. З огляду на це, в економічній науковій літературі не існує єдиного підходу до його визначення, тому що різні науковці по-різному трактують його сутність, акцентуючи увагу на окремих аспектах даної категорії. На нашу думку, найбільш повним є визначення А.Я. Кібанова, який характеризує розвиток персоналу як сукупність організаційно-економічних заходів служби управління персоналом у сфері навчання персоналу організації, його перепідготовки і підвищення кваліфікації. Ці заходи також охоплюють питання професійної адаптації, оцінювання кандидатів на вакантну посаду, поточної періодичної оцінки кадрів, планування ділової кар'єри та службово-професійного просування кадрів, роботи з кадровим резервом [6].

Ризик при інвестуванні у розвиток персоналу підприємства являє собою об'єктивно-суб'єктивну категорію діяльності господарського суб'єкта, що характеризується ймовірністю отримання додаткових конкурентних переваг та економічної вигоди, а також імовірністю часткової або повної втрати інвестованих коштів, в залежності від ефективності оцінки і управління факторами невизначеності, пов'язаними з персоналом підприємства. Наявність ризиків при інвестиціях у розвиток персоналу – це природне явище, що виникає із економічної сутності інвестицій.

Для побудови структури ризиків, їх подальшого аналізу, вивчення та управління варто розділити ризики за різними характеристиками та джерелами походження, тобто класифікувати їх. У науковій літературі існують загальні підходи до класифікації ризиків за різними ознаками, зокрема варто навести основні, що стосуються теми даного дослідження, та дозволяють висвітлити та вирішити поставленні у статті завдання. Основні підходи до класифікації ризиків такі [4; 5; 8]:

1. За характером наслідків розрізняють чисті та спекулятивні ризики. Чисті ризики практично завжди несуть у собі втрати для підприємницької діяльності, а спекулятивні можуть нести як втрати, так і додатковий прибуток.

2. За часом ризики можуть бути короткостроковими і постійними, а також ретроспективними (пов'язані із рішеннями, що були прийняті у минулому, але реалізуються тепер внаслідок зміни певних факторів впливу), поточними (співвідносяться із поточною діяльністю, змінюються під впливом постійно діючих факторів ризику) і перспективними (пов'язані з можливими змінами умов функціонування суб'єкта ризику нині, що в майбутньому може створити або змінити ризиковану управлінську ситуацію, подію, операцію тощо).

3. За рівнем втрат ризики поділяються на низькі, помірні, повні або мінімальні, оптимальні, допустимі, середні, максимальні, критичні, катастрофічні.

4. За сферою виникнення розрізняють зовнішні та внутрішні ризики, тобто ризики породжені ендогенними або екзогенними факторами функціонування об'єкту ризику відповідно.

5. За природою виникнення розрізняють суб'єктивні (невизначеність цілей діяльності: неправильне розуміння процесів, що аналізується, недостатній рівень кваліфікації, освіти, досвіду, необгрунтовані амбіції), об'єктивні (нестача інформації, стихійні лиха, макроекономічні, політичні зміни).

Аналізуючи ризики при інвестиціях у розвиток персоналу підприємства, на першому етапі варто розділити їх на три основні групи: ризики, що пов'язані з працівником, що стосуються підприємства та ризики, пов'язані із зовнішніми змінами. Даний поділ за джерелами виникнення, на нашу думку, сприяє кращому розумінню причин ризику та дозволяє більш ефективно управляти їм. Схематично цей поділ, класифікація та взаємозв'язки зображені на рисунку 1.

Отже, серед ризиків інвестування у розвиток персоналу підприємства можна виділити такі:

1. Ризик дострокового звільнення. Ризик того, що навчений підприємством працівник залишить місце роботи до того, як вкладені в нього кошти окупляться та почнуть приносити прибуток підприємству. У даному випадку обов'язково потрібно враховувати й незаплановані витрати підприємства на пошук нового працівника, його навчання та час адаптації до роботи. Варто зазначити, що ця категорія ризику є дуже небезпечною для підприємства, оскільки може привести до значних втрат.

Крім того, даний вид ризику за останні роки став ще більш небезпечним, оскільки, за офіційними даними Українського інституту соціальних досліджень [11], близько 50% українців не бачать перспектив нормального життя і працевлаштування в Україні. Причому кількість громадян, які сподіваються на поліпшення умов побуту та праці, зменшилася з 40% у 2005 році до 13% на початок 2013 року. За даними експертів, Україну масово залишають молоді люди до 30-40 років, причому більшість з них – це висококласні фахівці зі знанням іноземних мов. В основному імігрують у Північну Америку – 42% від загальної кількості емігрантів.

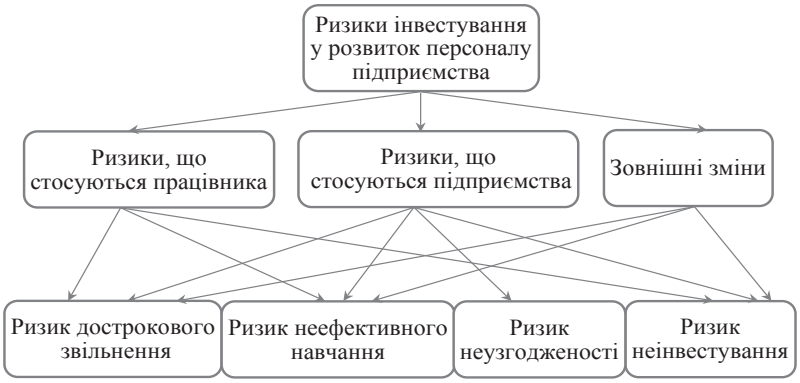


Рис. 1. Класифікація ризиків при інвестиціях у розвиток персоналу підприємства

Джерело: розробка автора

Окрім змін в економічній та політичній ситуації в країні існує велика кількість причин, за якими працівник залишає те чи інше підприємство. У більшості випадків причинами є низький рівень заробітної плати, великі обсяги роботи, нецікава робота, недостатній рівень трудової мотивації, нерозвинений рівень корпоративної культури та недосконалість системи управління персоналом підприємства, відсутність можливості кар'єрного

зростання, взаємовідносини з керівництвом. До того ж причинами, що призводять до дострокового звільнення, можуть бути й особисті причини та обставини. Варто також звернути увагу на те, що для більшості працівників останнім часом все більшого значення набуває наявність заходів з навчання персоналу, соціального пакету, який включає в себе страхування життя, медичне страхування, виділення додаткових коштів на харчування, надання путівок та абонементів для заняття спортом тощо.

2. Ризик неефективного навчання. Даний вид ризику варто розглянути у двох складових:

• ризик того, що підприємство обере неадекватну програму навчання, тренінг, який буде мати лише короткостроковий ефект та не надасть особливих конкурентних переваг, тобто це ризик, який стосується дільності підприємства. Цей вид ризиків характеризується відносно малими втратами, оскільки, як правило, сам факт проведення заходу з навчання персоналу вже несе в собі позитивний ефект, та навіть при невдалому підборі програми навчання ситуацію можна швидко виправити, враховуючи минулі помилки при побудові наступної програми. За офіційними даними швейцарських дослідників, що були опубліковані у звіті, присвяченому людському капіталу, у 2013 році Україна зайняла 88-ме місце серед 122-ти країн за категорією «навчання персоналу» та 84-те у категорії «сервіси з навчання персоналу» [13, с. 508]. Ці цифри свідчать про те, що система навчання персоналу на підприємствах України не є досконалою, та те, що є певні проблеми, на які варто було б звернути увагу, що у свою чергу дасть можливість зменшити ризики інвестування у розвиток персоналу;

• при інвестиціях в людський капітал має місце й ризик того, що персонал, у який було вкладено кошти, не засвоїть належним чином отриманих знань та, як результат, не підвищиться рівень ефективності праці. Як правило, причиною в даному випадку є низька або недостатня здатність працівників до навчання, початково неправильно підібраний персонал, зниження мотивації щодо кар'єрного зростання. Отже, дуже важливою для підприємства є розробка системи оцінювання рівня здатності до навчання у претендентів на посаду та вдосконалення системи підбору та тестування персоналу для підприємства.

3. Ризик неузгодженості стратегії підприємства та дій по управлінню персоналом. Такий ризик має місце у випадку, коли підприємство не врегульовує свої стратегічні цілі з напрямами та планами розвитку персоналу, який має цих цілей досягати. У такій ситуації ресурси вкладені у розвиток персоналу можуть використовуватися неефективно або навіть підприємство може мати негативні фінансові наслідки. До того ж, на думку Ф.І. Хміль, розвиток персоналу і є тим ітеративним (повторюваним) процесом досягнення таких показників рівня кваліфікації працівників, які відповідають стратегії розвитку організації [12, с. 325]. Загалом, аналіз наукових досліджень та реальний управлінський досвід доводить, що організація (як елемент управлінського процесу) передбачає на сучасному етапі вирішення менеджерами таких актуальних завдань [9]:

• підбір кваліфікованих педагогів для навчання персоналу;

• формування управлінської «команди», яка працюватиме над створенням нових напрямів розвитку персоналу та організації в цілому;

• добір «учнівського» контингенту, формування робочих груп;

• створення матеріально-технічної бази для успішного функціонування професійного розвитку персоналу і розв'язання економічних проблем в умовах нестабільної економіки;

• науково-методичне забезпечення процесу професійного розвитку персоналу.

4. Ризик неінвестування. Ще одним видом ризику, який суттєво відрізняється від всіх попередніх ризиків, є ризик того, що підприємство може втратити свої конкурентні переваги, кращих працівників та взагалі імідж, якщо не буде інвестувати кошти у свій людський капітал. Особливістю інвестування за таких умов є й те, що навіть якщо підприємство буде інвестувати за більшістю напрямків у свій персонал, а за якимсь ключовим ні, то це вже може стати причиною суттєвих втрат та зниження корисності всіх інших заходів. Причинами виникнення таких ризиків є підвищення рівня конкуренції, швидка зміна та поява нових методів та технологій управління.

На сьогоднішній день цей вид ризику є дуже актуальним, оскільки, знаходячись приблизно в рівних умовах, підприємства можуть здобути додаткових конкурентних переваг, інвестуючи у свій персонал, а можуть і зазнати збитків, якщо інвестувати не будуть. Причому негативний ефект, як правило, буде проявлятися у довгостроковому періоді, оскільки працівники підприємства та його клієнти відреагують на певну нестачу та відмінність від інших підприємств через деякий час. Крім того, можна виділити ще низку можливих ризиків, що можуть мати місце у разі неінвестування у розвиток персоналу підприємства:

1. Ризик того, що на підприємстві будуть працювати недостатньо кваліфіковані фахівці, що може призводити до помилок, зниження якості праці, повільного або недостатньо швидкого виконання своїх посадових обов'язків, підвищеної плинності кадрів. До того ж, якщо навіть підприємство обирає стратегію прийняття на роботу вже навчених висококваліфікованих працівників та не інвестує у розвиток свого персоналу, з часом знання та кваліфікація будуть втрачати свою актуальність та ефективність праці буде зменшуватися. Це все може призвести до втрати репутації, клієнтів, позицій на ринку, що у свою чергу впливає на фінансові результати діяльності підприємства.

2. Ризик зменшення мотивації працівників та привабливості підприємства як роботодавця, адже наявність системи навчання та розвитку персоналу на підприємстві є суттєвою перевагою при виборі місця роботи та сприяє формуванню лояльності у працівників до підприємства, на якому вони працюють.

3. Ризик зменшення соціального ефекту від інвестицій, адже підприємства являють собою важливу ланку та джерело для формування та розвитку людського капіталу [2].

Таким чином, при відсутності або недостатній кількості інвестування у розвиток персоналу на підприємстві можуть виникати певні ризики втрати конкурентних переваг, зниження якості продукції або послуг, зменшення мотивації працівників та плинність кадрів. Але варто й підкреслити обернену сторону ризику, адже відсутність інвестицій у розвиток персоналу підприємства може виступати в деяких випадках стимулом до самостійного навчання та розвитку працівників, формування в них необхідних вмінь та навичок. Що, у свою чергу, призводить до підвищення відповідальності та свідомості щодо свого професійного розвитку. Це набуває ще більшої актуальності з розвитком інформаційних технологій та доступом

до глобальних безкоштовних та платних програм навчання у вигляді онлайн-курсів, форумів, тренінгів.

Варто також зазначити, що витратно-доходний підхід, як правило, нехарактерний для ризиків неінвестування у розвиток персоналу. Часто витрати на персонал бувають набагато більшими за доходи, але якщо цих вкладень не робити, то загальні непрямі втрати будуть набагато більшими, особливо від втрати конкурентних переваг, можливої плинності кадрів, втрати клієнтів тощо.

Висновки з проведеного дослідження. З наведеного вище можна зробити висновки, що ризики при інвестиціях у розвиток персоналу підприємства являють собою комплексний, багаторівневий та складний для вимірювання вид ризику, що характеризується у першу чергу наявністю людського фактора та пов'язаними з цим особливостями. Цей вид ризику суттєво відрізняється від інших загальноприйнятих видів ризику та не є достатньо вивченим та дослідженим. Виокремлення ризиків інвестування у розвиток персоналу підприємства, їх характеристика та класифікація являють собою важливий етап для подальшого аналізу та оцінки таких ризиків. У рамках наступного кроку у цьому напрямі доцільно було б детально дослідити фактори, що впливають на кожний із зазначених у даній статті видів ризику.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Брич В.Я. Теоретичні аспекти розвитку персоналу / В.Я. Брич, О.Я. Гугул // Вісник Хмельницького національного університету. – 2009. – № 5. – С. 13-16.
2. Грішнова О.А. Людський капітал України: стан, проблеми, перспективи відтворення : [монографія] / Лич В.М., Бондар І.К., Лютий І.О., Грішнова О.А. та ін. За ред. В.М. Лича. – К. : КНУБА, 2009. – Ч. І. – 224 с., – Ч. ІІ. – 236 с.
3. Захарова О.В. Управління інвестуванням у людський капітал : методологія, оцінка, планування : [монографія] / Захарова О.В. – Донецьк : ДВНЗ ДонНТУ, 2010. – 378 с.
4. Івченко І.Ю. Моделювання економічних ризиків і ризикових ситуацій : навч. посіб. / Івченко І.Ю. – К. : Центр учбової літератури, 2007. – 344 с.
5. Камінський А.Б. Економічний ризик та методи його вимірювання : навч. посіб. / Камінський А.Б. – К. : Видавничий дім Козаки, 2002. – 120 с. – ISBN 966-514-040-X.
6. Кибанов А.Я. Управление персоналом организации : учебник / под ред. А.Я. Кибанова. – 3-е изд., доп. и перераб. – М. : ИНФРА-М, 2007. – 638 с.
7. Колот А.М. Соціально-трудова сфера: стан відносин, нові виклики, тенденції розвитку [Текст] : монографія / А.М. Колот. – К.: КНЕУ, 2010. – 251 с.
8. Лук'янова В.В. Діагностика ризику діяльності підприємства : [монографія] / В.В. Лук'янова. – Хмельницький : ПП В.В. Ковальський, 2007. – 312 с.
9. Мажник Н.А., Костін Д.А. Теоретичні основи управління професійним розвитком персоналу підприємства // Бізнес Інформ. – 2011. – № 1. – С. 103-107.
10. Никифоренко В.Г. Інвестування в людський капітал : механізми та інструментарій // Бізнес Інформ. – 2013. – № 4. – С. 274-277.
11. Український інститут соціальних досліджень [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.uisr.org.ua/monitoring.
12. Хміль Ф.І. Управління персоналом : підручник для студентів вищих навчальних закладів / Хміль В.Ф. – К. : Академвидав, 2006. – 488 с.
13. Economic Forum : The Human Capital Report 2013 [Electronic version]. – Access mode : http://reports.weforum.org/human-capital-index-2013/.

УДК 351.83

Решетова Г.І.
кандидат наук з державного управління,
доцент кафедри менеджменту невиробничої сфери
Донецького державного університету управління

ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД РЕГУЛЮВАННЯ МІГРАЦІЙНОГО РУХУ НАСЕЛЕННЯ

У статті опрацьовано досвід зарубіжних країн у сфері міграційної політики. Досліджено принципи імміграційної політики ЄС, що водночас є й основними напрямами діяльності в міграційній сфері, накреслені необхідні заходи та засоби їх реалізації. Розглянуто можливість використання в Україні елементів зарубіжного досвіду.

Ключові слова: міграція, міграційний рух населення, ЄС, причини міграції, міжнародна міграція, досвід, імміграція.

Решетова А.И. ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ РЕГУЛИРОВАНИЯ МИГРАЦИИ НАСЕЛЕНИЯ
В статье проанализирован опыт зарубежных стран в области миграционной политики. Исследованы принципы иммиграционной политики ЕС, которые в то же время являются и основными направлениями деятельности в миграционной сфере, намечены необходимые меры и средства их реализации. Рассмотрена возможность использования в Украине элементов зарубежного опыта.

Ключевые слова: миграция, миграционное движение населения, ЕС, причины миграции, международная миграция, опыт, иммиграция.

Reshetova G.I. REGULATION OF FOREIGN EXPERIENCE MIGRATION POPULATION
The article elaborated the experience of foreign countries in the field of migration policy. Principles of EU immigration policy, which is also the main directions of migration, outlined the necessary steps and measures for its implementation. The possibility of elements in Ukraine international experience.

Keywords: migration, migration of population, EU, causes of migration, international migration, experience of immigration.

Постановка проблеми. Разом із здобуттям незалежності у нашій країні розпочалася нова сторінка міграційної історії, одним із наслідків розпаду СРСР стало повноцінне залучення країни в міжнародний обмін населенням. Проте набуття права на вільне пересування співпало у часі із глибокими структурними трансформаціями економіки, що супроводжувалися падінням рівня життя населення, зростанням

безробіття, неповної зайнятості. Виїзд громадян на роботу за кордон перетворився не лише на найчисленніший, а й на найбільш значущий для суспільства міграційний потік, що має численні психологічні, світоглядні, культурні, політичні, економічні та інші наслідки. Породжені міграцією виклики та проблеми вимагають адекватних відповідей засобами міграційної, соціально-економічної, зовнішньої політики, захисту прав людини. Саме тому стає актуальним дослідження зарубіжного досвіду регулювання міграційного руху населення.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. В Україні проблемами регулювання міграційного руху населення займаються багато дослідників, а саме: Т. Драгунова, Ж. Зайончковська, С. Злупко, В. Євтух, А. Кірєєв, Е. Лібанова, О. Малиновська, Ю. Олефір, В. Онікієнко, В. Перевєдєнцев, С. Пирожков, О. Позняк, О. Хомра, Л. Шамілева, Л. Шаульська. Дослідженням причин та наслідків міграції присвячено роботи багатьох зарубіжних вчених, таких як: Дж.С. Беккер, Дж. Борнас, Х.Р. Кларк, А. Лаффер, Д. Массей, Дж. Минцер, Л.А. Саастад, П. Самуельсон, С. Сассен, А. Сіммонс, А. Портес, Дж.Р. Харрис та інші.

Постановка завдання. Завданні статті полягає в аналізі та узагальненні зарубіжного досвіду державної міграційної політики, а також у визначенні можливості використання в Україні.

Виклад основного матеріалу дослідження. Формування міграційної політики України досі не є завершеним, незважаючи на те, що низка законів, зокрема перші редакції Законів України «Про біженців» та «Про імміграцію», спрямованих на регулювання імміграційних процесів, були прийняті більш ніж 10 років тому. Лише наприкінці 2010–початку 2011 рр. діяльність держави у міграційній сфері дещо активізувалася. У 2011 р. був прийнятий у новій редакції Закон України «Про біженців та осіб, які потребують додаткового або тимчасового захисту», до Закону України «Про імміграцію» у 2011–2012 рр. було внесено низку змін. Після тривалого перебування в невизначеному статусі почалася фактична діяльність Державної міграційної служби, створеної на базі державного департаменту у справах громадянства, імміграції та реєстрації фізичних осіб МВС України і департаменту у справах біженців розформованого Держкомнацрелігій. ДМС України визначена центральним органом державної влади з реалізації державної політики у сферах міграції (імміграції та еміграції), у тому числі протидії неврегульованій (незаконній) міграції, громадянства, реєстрації фізичних осіб, біженців та інших визначених законодавством категорій мігрантів [1]. У 2011 р. була підготовлена і затверджена Указом Президента Концепція міграційної політики України, розроблений і прийнятий План заходів щодо її реалізації [2]. Це перші нормативні акти міграційної політики, які мають комплексний характер. На сьогодні актуальною стає проблема виконання прийнятих заходів, оцінки їхньої ефективності та успішності, а також розробки додаткових заходів міграційної політики

Теоретичні дослідження процесу міграційного руху населення були ще у XIX столітті. Саме тоді, у 1885 році, англійським дослідником Е.Г. Равенштейном були сформульовані одинадцять міграційних законів, які він вивів розглядаючи міграції у Великобританії й Північній Америці. Ці закони справедливі й сьогодні, що свідчить про їх об'єктивний характер, а значить і можливість впливу на їх перебіг. Саме тому на них базуються багато теорій в міграціології. Основними з них є такі: найбільше міграцій здійснюється на короткі відстані; чим крупніше територіальний центр, тим він більше привабливий для мігрантів; кожному міграційному потоку відповідає свій контрпоток; зростання великих міст більшою мірою обумовлений міграцією населення, ніж природним приростом; масштаби міграції зростають із розвитком промисловості й торгівлі й особливо з розвитком транспорту; економічні причини міграції є визначальними [3].

Практично усі країни вживають заходів, що обмежують міжнародну міграцію, адже міграція приводить до росту сукупного обсягу виробництва, хоча розподіл економічних вигод від міграції далеко не рівномірний. Негативні обставини – фінансовий тягар, що іммігранти покладають на бюджет більш розвитих країн. Особливо чітко це виявляється, коли розвиті країни близько розташовані або навіть граничать з менш розвитими державами.

Проблеми, що несе із собою міжнародна міграція робочої сили, призвели до створення широкої системи державного і міждержавного регулювання. Законодавства більшості країн, що регулюють в'їзд іноземців, насамперед встановлюють різницю між іммігрантами – людьми, які переїжджають в країну на постійне місце проживання, і неіммігрантами – людьми, що приїжджають у країну тимчасово і/або не претендують там на постійне місце проживання. Найбільш важливим з економічної точки зору є регулювання трудової імміграції. Зазвичай державне регулювання здійснюється через прийняття фінансованих з бюджету програм, спрямованих на обмеження припливу іноземної робочої сили або на стимулювання мігрантів до повернення на батьківщину.

Більшість країн використовують селективний підхід при регулюванні імміграції (Канада, Австралія, Нова Зеландія тощо). Його зміст – держава не перешкоджає в'їздові тих категорій працівників, що потрібні в даній країні, обмежуючи в'їзд всім іншим. Проблемами трудової імміграції займаються державні інститути приймаючих країн, що діють на основі національного законодавства, а також підписаних двосторонніх і багатосторонніх угод.

Зазвичай у вирішенні проблем імміграції задіяно як мінімум три державних відомства: міністерство закордонних справ, що відає через своє консульське керування видачею в'їздних віз, міністерство юстиції в особі служби по імміграції або інші органи прикордонного контролю, що безпосередньо виконують визначений законом режим в'їзду, і міністерство праці, що наглядає за використанням іноземної робочої сили.

У більшості країн дозвіл на в'їзд іммігрантові видається на підставі підписаного контракту з наймачем про його працевлаштування і висновку міністерства праці про те, що дана робота, оскільки вимагає спеціальних навичок або з інших причин, не може виконуватися місцевими робітниками. У деяких країнах перед видачею дозволу на в'їзд потенційного іммігранта його роботодавець зобов'язаний дістати згоду міністерства внутрішніх справ і профспілок даної галузі.

Нормативно-правова база для імміграції в більшості приймаючих країн представлена величезною кількістю законів і підзаконних актів. Основні риси імміграційного законодавства такі.

Професійна кваліфікація. Законодавства усіх приймаючих країн установлюють тверді вимоги до рівня організації і стажу роботи за спеціальністю. Мінімальною вимогою до освіти вважається закінчення повного курсу середньої школи або професійно-технічного училища, що повинно підтверджуватися відповідним дипломом.

Обмеження особистого характеру. Зрозуміло, законодавство приймаючих країн висуває тверді вимоги до стану здоров'я іммігрантів. У країни не допускаються наркомани, психічно хворі люди, люди, заражені вірусом СНІД. Іммігранти зобов'язані надати довідку про стан свого здоров'я, завірений консульською установою приймаючої країни, або пройти спеціальне медичне обстеження. Віковий ценз іммігрантів установлюється законодавством у залежності від галузі промисловості, у якій вони мають намір працювати.

Кількісне квотування. Більшість країн, що приймають іммігрантів, установлюють їхню максимальну кількість. Кількісні квоти можуть вводитися в рамках всієї економіки в цілому – частку іноземної робочої сили у числі всіх трудових ресурсів; у рамках окремих галузей – частку іноземних робітників у числі всіх зайнятих у даній галузі; у рамках окремих підприємств – частку іноземних робітників на одному підприємстві; або як обмеження на загальну кількість іммігрантів, що приїжджають у країну протягом одного року.

Економічне регулювання. Воно уводить певні фінансові обмеження, що забезпечують скорочення чисельності іммігрантів.

Тимчасові обмеження. Законодавства більшості країн установлюють максимальні терміни перебування іноземних працівників на їхній території, після закінчення яких вони повинні або залишити приймаючу країну, або отримати від компетентних органів дозвіл на продовження свого перебування в ній.

Географічні пріоритети. Практично кожна країна, що приймає іммігрантів, законодавчо встановлює географічну і національну структуру імміграції.

Заборони. Явні і приховані заборони наймати іноземну робочу силу звичайно містяться в законах про професії, якими іноземцям займатися заборонено. Явні заборони перераховані галузі або спеціальності, у яких працювати іноземцям не можна. приховані заборони установлюють перелік галузей або спеціальностей, у яких можуть працювати тільки громадяни даної країни, перекриваючи тим самим доступ до них іноземців. Заборонена нелегальна імміграція, що у більшості країн припиняється поліцейськими методами, але не завжди ефективно.

Законодавчо встановлюються санкції за порушення порядку імміграції. Вони можуть накладатися як на самих мігрантів, так і на тих, хто допомагає їм незаконно в'їхати в країну або наймає них на роботу. Незаконне проникнення в країну вважається злочином. За його здійснення передбачаються депортація, грошові штрафи і/або тюремне ув'язнення.

Подібний злочин, зроблений повторно, карається повторною депортацією, великим грошовим штрафом і більш тривалими термінами ув'язнення. За незаконне посередництво або наймання на роботу нелегального іммігранта передбачається настільки великі штрафи, що вони можуть вести до руйнування деяких невеликих фірм і підприємств.

В умовах тиску з боку профспілок, що бачать у напливі іммігрантів головну причину безробіття, уряди вживають активних заходів по стимулюванню виїзду іммігрантів назад на батьківщину. У числі традиційних державних заходів реемігрції наступні:

Програми стимулювання реемігрції, що включає заходи для примусової репатріації незаконних іммігрантів до надання матеріальної допомоги іммігрантам, що бажають повернутися на батьківщину.

Програми професійної підготовки іммігрантів. Уряди окремих країн (Франція, Німеччина, Швейцарія) розглядають програми професійної освіти іммігрантів. Отримавши освіту у розвинутій країні, іммігранти зможуть розраховувати на більш високооплачувану і престижну роботу, що і спонукає їх повернутися на батьківщину. Однак інтерес з боку іммігрантів до участі в таких програмах виявився досить низьким з тієї причини, що придбання спеціальності саме по собі не гарантувало одержання роботи з цієї спеціальності на батьківщині. Тому більшість іммігрантів воліли зберегти свої існуючі, нехай і низькооплачувані, роботи в розвитих країнах, ніж реемігрувати і намагатися знайти кращу роботу на батьківщині.

Програми економічної допомоги країнам масової еміграції. Розвиті країни укладають угоди з країнами-експортерами робочої сили про інвестиції частини переходів працівників на батьківщину і частини державних засобів у створення нових підприємств у країнах, що розвиваються, що могли б стати місцями роботи для реемігрантів. Такі підприємства здобували форму кооперативів, спільних компаній, акціонерних товариств.

Якщо розглядати проведення міграційної політики у країнах Європейського Союзу, то варто зазначити, що вона лише поступово і з великими труднощами стала предметом спільних зусиль у рамках ЄС. У перші роки європейської інтеграції міграційним питанням приділялася мінімальна увага. У 1980-ті рр. вони вирішувалися здебільшого шляхом неформальних міжурядових відносин, у 1990-ті – набули формалізованих форм, і лише після 1999 р. розпочався період розробки і запровадження єдиної для ЄС міграційної політики і практики [4]. У 2008 р. Єврокомісія проаналізувала міграційну ситуацію в Європі початку XXI століття та підбила підсумки першого етапу формування міграційної політики ЄС [5]. Було сформульовано принципи імміграційної політики ЄС, що водночас є й основними напрямами діяльності в міграційній сфері, накреслені необхідні заходи та засоби їх реалізації.

Перший принцип – створення ясної та прозорої системи правил та процедур з метою забезпечення легальної імміграції. Це передбачає надання громадянам третіх країн необхідної інформації про легальний в'їзд та перебування на території ЄС, гарантування їхніх прав, які мають бути наближені до таких, якими користаються громадяни ЄС, забезпечення гнучкої спільної візової політики, передовсім стосовно тимчасових візитів, а також поїздок з освітньою та професійною метою.

Відповідно до другого принципу, економічна імміграція має відповідати потребам ринку праці ЄС, причому не лише за кількістю, а й за якістю, тобто за професійно-кваліфікаційним складом, сприяти економічному зростанню. Його реалізація не повинна суперечити правам мігрантів, як і преференціям, якими на ринку праці користуються громадяни ЄС, а також праву кожної країни-члена визначати обсяги економічної імміграції на свою територію, відбуватися у тісній співпраці з соціальними партнерами, роботодавцями та місцевою владою. Для забезпечення потреб ринку праці ЄС було запропоновано організовувати професійне навчання потенційних мігрантів, у т.ч. в країнах походження, визнавати набуту на батьківщині кваліфікацію, сприяти працевлаштуванню іммігрантів, передусім жінок, а також розвитку підприємницької діяльності іммігрантів.

Не менш важливим принциповим напрямом міграційної політики ЄС є інтеграція іммігрантів у країнах перебування, двосторонній процес, у якому беруть участь і іммігранти, і суспільство прийому.

Наступний принцип спільної імміграційної політики ЄС – солідарність, що передбачає взаємну довіру та справедливий розподіл відповідальності між країнами-членами. Це вимагає обміну інформацією, оцінки міграційної політики на національному рівні з точки зору інтересів ЄС в цілому. А також передбачає фінансову та організаційну допомогу країнам, які відчувають найбільший імміграційний тиск.

Складовою солідарної діяльності є також співпраця з третіми країнами. Вона передбачає надання допомоги у розбудові систем міграційного менеджменту та законодавства в країнах походження та транзиту мігрантів. ЄС очікує від партнерів спільних зусиль у справі запобігання нелегальній міграції, натомість пропонує співпрацю у сфері мобільності робочої сили, передовсім на основі циркулярності, тобто тимчасових, проте повторюваних поїздок. Особлива увага приділяється країнам, які належать о числа потенційних членів ЄС. Зокрема, в угоди про асоціацію інкорпоровано питання щодо соціального захисту мігрантів. Розвивається співпраця з країнами-сусідами, а також країнами, які є найбільшими постачальниками мігрантів, передусім африканськими, латиноамериканськими тощо.

Серед принципових напрямів, спрямованих на забезпечення внутрішньої безпеки ЄС у контексті міграції, – інтегрована охорона кордону та адекватна візова політика, зокрема, запровадження єдиної візової етикетки, створення візових центрів, які б видавали візи для подорожуючих до групи, або й усіх країн ЄС. Центральним питанням безпеки є запобігання нелегальній міграції. Важливо, що ЄС вказує країнам-членам, що масові легалізації нелегальних мігрантів не є ефективним засобом міграційного менеджменту і мають бути припинені. Водночас країни-члени спрямовуються на рішучу боротьбу з організаторами нелегальних переміщень та торговцями людьми, на захист та підтримку жертв торгівлі людьми, а також на забезпечення нелегальним мігрантам фундаментальних людських прав, зокрема доступу до невідкладної медичної допомоги, навчання дітей. Заходи із запобігання нелегальній міграції включають також повернення нелегалів на батьківщину, розвиток співпраці в цьому питанні як між країнами-членами (взаємне визнання рішень про депортацію, спільні депортацій ні заходи), так і країнами походження мігрантів (підвисання та реалізація угод про реадмісію, допомога в реінтеграції повертанців на батьківщині).

Упродовж останніх п'ятнадцяти років міграційна політика Євросоюзу суттєво змінилася і набула нового змісту. Колишні неформалізовані міжурядові контакти еволюціонували у повноцінний законодавчий блок співтовариства, вагому частину acquis communautaire. Це відбулося внаслідок об'єктивної потреби у виробленні спільних підходів до регулювання міграційними процесами, як внаслідок їх інтенсифікації і всередині, і з-поза меж співтовариства, так і в контексті поглиблення європейської інтеграції як такої. На думку багатьох експертів, після набуття чинності Амстердамською угодою міграційна політика євроспільноти стала одним з найбільш очевидних здобутків її інтеграції [6].

Після 1999 р. було реалізовано три п'ятирічні програми, виконання яких дало змогу значно просунутися до забезпечення більшої відкритості та безпеки Європи, інтенсифікувати внутрішньо європейську мобільність, посилити охорону зовнішнього кордону, виробити стандарти прийому іммігрантів та біженців з третіх країн, поглибити солідарність держав-членів та розвинути співпрацю ЄС з країнами походження мігрантів. Важливо зазначити, що крім розробки і прийняття законодавства, створення спеціалізованих інституцій та фінансових інструментів, накопичено також спільний досвід практичної діяльності, проведено численні багатосторонні операції, налагоджено обмін інформацією, навчання службовців за погодженими програмами тощо. Разом з тим, процес формування міграційної політики ЄС не був ні простим, ні однозначно поступальним. Рішення у сфері міграції завжди були у центрі суспільних дебатів і на національному, і на загальноєвропейському рівнях, оскільки належали до політично чутливих, повинні були враховувати широкий спектр питань безпеки, захисту прав людини та внутрішньо європейської солідарності і взаємодопомоги. Труднощі виникали і щодо імплементації цих рішень, їхньої інтерпретації в різних державах та можливостей фактичного виконання.

Попри посилення значення загальноєвропейських інституцій у формуванні міграційної політики, особливо після набуття чинності Лісабонською угодою, важливі питання у сфері міграції залишалися у компетенції національних урядів. Попри це, єдність політичних підходів до регулювання міграційних процесів забезпечується спільними для всіх країн-членів базовими принципами ЄС, спрямованим на забезпечення прав людини, демократії, верховенства права.

Вплив міграційної політики ЄС на Україну спостерігався у кількох аспектах. По-перше, політика Євросоюзу щодо віз та кордонів, протидії нелегальній міграції, заохочення імміграції фахівців та студентів, захисту прав мігрантів тощо була вагомим чинником динаміки міграційних переміщень населення України. Стрімке зростання транскордонної мобільності українців, переорієнтація на європейські країни значної частини трудових мігрантів, збільшення чисельності молоді, що навчається в Європі, відплив за кордон представників певних професій є, вочевидь, її результатом.

По-друге, прагнення України після здобуття незалежності побудувати демократичну, відкриту до світу державу на основі загальноприйнятих в Європі принципів поваги до прав людини об'єктивно обумовило формування міграційної політики на тих же засадах, що застосовані в ЄС, зробило можливим широке використання досвіду, накопиченого в Європі у сфері регулювання міграційних процесів.

По-третє, зовнішньополітичний вектор міграційної політики ЄС забезпечив поступальний розвиток співпраці з Україною у міграційній сфері, надання їй конкретної технічної, фінансової, інформаційної допомоги з метою посилення спроможності держави регулювати міграційні процеси, що помітно сприяло розробці міграційного законодавства, розбудові відповідних органів виконавчої влади. Найбільш очевидно вплив ЄС на розвиток міграційної політики України проявився у зв'язку з лібералізацією візового режиму.

Разом з тим співпраця України з ЄС у сфері міграції страждала на певну фрагментарність і формальність, що, власне, роками було характерно для всього спектра відносин, спрямованих на євроінтеграцію. Причинами такої ситуації, крім загальної непослідовності євроінтеграційних зусиль, була відсутність чіткого розуміння національних пріоритетів щодо міграції, у зв'язку з чим напрями співпраці здебільшого визначалися ЄС в односторонньому порядку, слабке інституційне забезпечення міграційної політики, що перешкоджало успішному використанню наявних європейських інструментів для погли-

блення співробітництва, зокрема Східного партнерства. Не знайшли належного урахування міграційні процеси й в ході підготовки угоди про асоціацію.

За таких умов, а також враховуючи перспективу відміни візового режиму для українців, поглиблення різноманітних зв'язків з країнами ЄС у результаті асоціації, що невідворотно активізує транскордонну мобільність населення у західному напрямі, а також необхідність імплементації acquis communautaire в ході подальшої інтеграції України з ЄС, вивчення, врахування і використання напрацювань ЄС з міграційної політики видається вкрай актуальним.

З цією метою можна запропонувати.

Ширше використовувати можливості співпраці в міграційній сфері, які надаються іншими політичними інструментами ЄС, зокрема, партнерством щодо мобільності.

Порушувати перед європейськими партнерами питання розробки та впровадження за підтримки ЄС спільних проектів щодо сприяння поверненню українських трудових та освітніх мігрантів на батьківщину.

Ініціювати розвиток циркулярної моделі міграції між Україною та країнами ЄС, спільно розробляти механізми її запровадження.

Враховувати напрацювання ЄС при розробці законодавчих документів у міграційній сфері, здійснювати оцінку поданих законопроектів на відповідність базовим принципам міграційної політики ЄС.

Скориставшись досвідом європейських країн, посилити використання в інтересах розвитку навчальної міграції в Україну, зокрема, розширити можливості працевлаштування іноземних випускників українських навчальних закладів за отриманою під час навчання спеціальністю, а також можливості часткової зайнятості в період навчання.

Враховуючи досвід формування європейського законодавства, звернути увагу на забезпечення належних стандартів прийому біженців, задоволення специфічних потреб особливо вразливих груп вимушених мігрантів, зокрема дітей без супроводу, жінок, жертв тортур.

У відомствах, відповідальних за реалізацію міграційної політики України, активізувати роботу з вивчення, урахування, оцінки результативності імплементації до українського законодавства acquis communautaire у сфері міграції. Оскільки в Україні міграційні питання належать до компетенції низки державних органів, створити міжвідомчу робочу групу для координації такої діяльності.

Організувати вивчення співробітниками відомств, задіяних в реалізації міграційної політики, acquis communautaire у сфері міграції, у т.ч. і з залученням фахівців із країн Європи.

Керуючись європейським досвідом, при підготовці політичних рішень у сфері міграції започаткувати практику широких громадських обговорень, активного залучення до них неурядових організацій та експертного середовища.

У консульських представництвах України в державах ЄС, де перебуває значна кількість працівників-мігрантів, запровадити посаду дипломата, до компетенції якого віднести вивчення ситуації, в якій перебувають мігранти, надання їм допомоги, а також відслідкування динаміки міграційних переміщень, підготовки та імплементації законодавства у сфері міграції, реакції громадськості на відповідні питання.

Активізувати наукові дослідження у сфері міграції, зокрема порівняльний аналіз розвитку міграційної політики України та європейських країн, спільної міграційної політики ЄС.

Ці та інші пропозиції врахувати при перегляді Концепції державної міграційної політики України, доопрацювання якої видається необхідним з огляду на нову політичну обстановку та перспективи євроінтеграції України.

Аналіз досвіду зарубіжних країн щодо державного регулювання зовнішньої міграції робочої сили показав, що заслуговує на увагу практика селективного відбору іноземної робочої сили у Канаді, Австралії та Новій Зеландії, методи боротьби з нелегальною міграцією в США, запровадження спеціальних програм, спрямованих на скорочення кількості іноземних іммігрантів у Німеччині та Франції, проведення програм амністії нелегальних трудових мігрантів в Португалії та Іспанії, досвід державного регулювання еміграції робочої сили шляхом створення спеціалізованих державних агенцій у Китаї, Індії та Пакистані та ін. Державне регулювання міграційних процесів існує в різних формах у кожній країні і сприяє розв'язанню проблем соціально-економічного характеру, пов'язаних з глобальною інтеграцією національних ринків праці.

Висновки з проведеного дослідження. Проаналізовано та систематизовано моделі зарубіжної міграційної політики, які у більшості країн характеризуються гнучкими засобами регулювання, принципами селективності, її основними напрямами виступають: розробка заходів, що регулюють міграційні потоки; боротьба з нелегальною міграцією; інтеграція іммігрантів у приймаюче суспільство; розвиток міжнародної співпраці у міграційній сфері. Розглянуто можливість використання в Україні елементів зарубіжного досвіду: спрощення процедури в'їзду та працевлаштування кваліфікованих фахівців, які є дефіцитними на ринку праці; розробка обґрунтованих програм відбору іммігрантів (рівень освіти, кваліфікація, професійний досвід, знання мови, вік); розробка системи квот щодо в'їзду до країни, заснованої на можливостях адаптувати певну кількість мігрантів, економічних інтересах та демографічних розрахунках; створення моніторингу міграційної сфери та доступної інформаційної бази; розробка ефективної системи заходів щодо відповідальності посередників у наймі робочої сили та її покупців, зокрема з використанням фінансових та адміністративних важелів управління.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Указ Президента України Питання Державної міграційної служби України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/405/2011.
2. Про затвердження плану заходів з реалізації Концепції державної міграційної політики [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/1058-2011-р.
3. Simon J.L. The economic consequences of immigration / J.L. Simon. – N.Y., 1989. – P. 15-18.
4. Geddes A. The Politics of Migration and Immigration in Europe. – L.; Thousand Oaks; New Delhi : SAGE Publications, 2003. – P. 138.
5. Communication from the Commission to the European Parliament, the Council, the Economic and Social Committee and the Committee of the Regions. A Common Immigration Policy for Europe: Principles, actions and tools (COM(2008) 359 final) [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://eurlex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2008:0359:FIN:EN:PDF.
6. The Stockholm programme: what's next? / European Policy Centre Information Paper. – 11 July 2013 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.epc.eu/documents/uploads/pub_3671_the_stockholm_programme.pdf.

УДК 658.5

Шильнікова З.М.
кандидат економічних наук,
доцент кафедри менеджменту
Луганського національного університету імені Тараса Шевченка

КАДРОВІ АСПЕКТИ АНТИКРИЗОВОГО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

Стаття присвячена дослідженню теоретичних аспектів антикризового управління персоналом на підприємстві. Наведено головні завдання кадрової політики за умов кризи. Запропоновано рекомендації щодо створення антикризової команди на чолі з антикризовим керівником.

Ключові слова: антикризове управління, криза, кадрова політика, персонал, управління персоналом.

Шильникова З.Н. КАДРОВЫЕ АСПЕКТЫ АНТИКРИЗИСНОГО УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЕМ
Статья посвящена исследованию теоретических аспектов антикризисного управления персоналом на предприятии. Приведены главные задачи кадровой политики в условиях кризиса. Предложены рекомендации относительно создания антикризисной команды во главе с антикризисным руководителем.

Ключевые слова: антикризисное управление, кризис, кадровая политика, персонал, управление персоналом.

Shilnikova Z.N. PERSONNEL ASPECTS OF CRISIS MANAGEMENT
The aim of the article is to investigates the theoretical aspects of anti-crisis personnel management in the company. The main tasks of personnel policy in the crisis are shown. The recommendations for the creation of anti-crisis team led by the anti-crisis manager are offered.

Keywords: crisis management, crisis, personnel policies, personnel, personnel management.

Постановка проблеми. Сучасний рівень розвитку економіки України характеризується наявністю великої кількості підприємств, що перебувають у кризовому стані. Тому з'являється нагальна необхідність застосування засобів антикризового менеджменту для прогнозування та попередження негативних явищ з метою відвернення можливої кризи.

Проведення будь-яких заходів щодо антикризової діяльності передбачає, в першу чергу, необхідність врахування людського фактора, тобто ступеня сприйняття персоналом підприємства змін. Це має важливе значення, тому що саме за допомогою людей можна досягти успіху як в намічених заходах щодо подолання кризи, так і в діяльності підприємства в цілому. Разом з тим через дії або бездіяльність тих самих людей підприємство може зазнати глибокої кризи й навіть потерпіти фіаско у своїй діяльності. Очевидно, що саме люди, які працюють на підприємстві, визначають можливість й ефективність проведення антикризових заходів. Тому для забезпечення ефективної антикризової діяльності сучасним підприємствам доцільно приділяти особливу увагу процесу управління персоналом.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання дослідження особливостей кадрової політики в процесі антикризової діяльності підприємства розглядаються у роботах вітчизняних та зарубіжних авторів: М. Армстронга, В. Барінова, В. Василенка, В. Гриньової, Ю. Дьоміна, Г. Курошевої, Т. Лепейко, О. Манойленка, Е. Мінаєва, О. Мітіна, О. Овчинникова, В. Панагушина, О. Пушкаря, Н. Самоукіної, Е. Уткіна, Р. Хіта, А. Чернявського та ін.

Невирішені складові загальної проблеми. Незважаючи на велику кількість наукових праць з антикризового управління персоналом підприємств, ці питання в умовах економічної кризи є малодослідженими.

Формулювання цілей статті. Метою дослідження є визначення специфіки кадрових заходів у процесі антикризового управління підприємств.

Виклад основного матеріалу дослідження. Криза – об'єктивне явище у соціально-економічній системі, в основі функціонування та розвитку якої лежить керована діяльність людини. Криза – це переломний етап у функціонуванні будь-якої системи, на якому вона піддається дії ззовні або зсередини, що вимагає від неї якісно нового реагування. До симптомів кризи зазвичай належать: зниження прибутковості, скорочення частки ринку підприємства, втрату ним ліквідності [1, с. 148].

Антикризове управління – це здатність розробляти оптимальні шляхи виходу із кризової ситуації, визначати пріоритетні цінності підприємства в умовах кризи, координувати діяльність підприємства та його робітників по передбаченню кризи, добиватися ефективності їх праці в екстремальних умовах [2, с. 257].

Основним ресурсом будь-якого підприємства є персонал, від якого залежить кінцевий результат діяльності. У свою чергу, робота в умовах кризи пов'язана з пошуком резервів економії ресурсів, що вимагає впровадження нових форм і методів управління персоналом, а також підприємством в цілому. З метою збереження своїх позицій (або навіть забезпечення розвитку) у кризовій ситуації підприємствам потрібно мобілізувати усі наявні ресурси, у першу чергу – людські. До того ж ефективність управління персоналом прямо впливає на стабільність діяльності підприємств. У зв'язку з цим у період кризи підвищується значущість роботи з персоналом [3].

Але слід пам'ятати, що люди можуть ставати й джерелом будь-якої кризової ситуації. Отже, персонал в організації може бути як джерелом, так і інструментом подолання кризових явищ. У сучасній науковій літературі існує ціла система визначень кризи в підсистемі управління персоналом на підприємстві, що свідчить про багатогранність цього явища. Кризу управління персоналом можна розглядати як:

- результат невдалої кадрової політики підприємства, тобто дисбаланс процесів відновлення та збереження чисельного і якісного складу кадрів відповідно до потреб самої організації, вимог чинного законодавства, стану ринку праці;

- невідповідність наявних нормативно-ціннісних систем в організаційній культурі новим умовам, що склалися на підприємстві;

- вид локальної кризи, яка формується на основі розвитку однієї або декількох кризових ситуацій і виявляється у зміні норми прийняття і реалізації управлінських рішень, моделі побудови ОСУ та принципів організаційної поведінки, які визначають спосіб функціонування та шляхи її трансформації, через що створюються умови для розвитку науки кризових явищ на підприємстві в цілому [4, с. 68].

Основні симптоми кризи управління персоналом на підприємстві такі:

- низька продуктивність праці;
- висока плинність кадрів;
- дефіцит кваліфікованого персоналу;
- відсутність чіткого, раціонального розподілу функцій між працівниками, дублювання робіт;
- надлишкова чисельність персоналу;
- невідповідність кваліфікаційної структури персоналу потребам підприємства;
- незадовільна мотивація персоналу;
- відсутність ініціативи працівників;
- напружена емоційна атмосфера в колективі, пов'язана з критичною масою де мотивуючих факторів на підприємстві і великою кількістю конфліктних ситуацій [5].

Антикризове управління персоналом – це сукупність цілеспрямованих дій керівництва підприємства на соціальний захист, створення належних умов для ефективного використання та розвитку кадрового потенціалу кризового підприємства. Реалізація завдань управління персоналом відбувається в особливих умовах – обмеженість фінансових ресурсів, масове скорочення персоналу, згортання соціальних програм, висока ступінь соціально-психологічної напруги в колективі, жорстке часове обмеження, що і обумовлює доцільність суттєвої корекції управлінського інструментарію [6, с. 149].

Тому, з нашої точки зору, антикризове управління персоналом підприємства передбачає розробку і впровадження нових кадрових технологій щодо формування кадрового складу, використання кадрового потенціалу, оцінювання, розвитку та мотивації персоналу, а також застосування відповідної маркетингової інформаційної системи з метою запобігання кризових явищ, їх наслідків та відновлення керованості і стабільності підприємства.

Таким чином, основними цілями антикризового управління персоналом підприємства є: попередження і зниження ризику виникнення на підприємстві кризової ситуації, а також послаблення негативних наслідків кризової ситуації та їх ліквідація [7, с. 122].

Концепція антикризового управління персоналом містить розробку антикризової кадрової політики, принципів антикризового управління персоналом, а також планів управління кризовими ситуаціями.

Головною метою антикризової кадрової політики є:

- досягнення стійкого становища на ринку. Криза в організації може бути викликана багатьма чинниками, зокрема недосконалістю концепції управління людськими ресурсами. Це треба враховувати при розробці нової кадрової політики в організації, яка орієнтована на вихід з кризи і повинна включати такі складові:
- інтеграція та співробітництво з персоналом;
- прагнення до конкуренції, що сприяє створенню зв'язків співробітництва;
- творчий керівник та творчий колектив як невід'ємне та бажане становище;
- ініціативність та прагнення до відповідальності для досягнення загальної обґрунтованої мети;
- орієнтація на підприємницький успіх;
- створення атмосфери довіри та взаємопідтримки;
- формування гласності як основної норми поведінки;
- прагнення до культурної консолідації.

При цьому працівники виступають найважливішим надбанням підприємства, яке варто зберігати, ефективно використовувати та розвивати для того, щоб забезпечити конкурентні переваги на ринку. У зв'язку з цим до персоналу має бути інтегрований підхід з погляду всього підприємства як системи [8, с. 71].

В умовах кризи кадрова політика підприємства трансформується, що пов'язано з обмеженістю фінансових засобів, неминучістю організаційних перетворень та згортання ряду соціальних програм, скороченням чисельності персоналу та підвищенням соціально-психологічної напруги у трудовому колективі.

Тому основними завданнями кадрової політики під час кризи є:

- формування команди менеджерів, здатних розробити та реалізувати програму виживання й розвитку підприємства;
- збереження ядра кадрового потенціалу організації: менеджерів, спеціалістів, робітників, які є особливо цінними для підприємства;
- зниження соціально-психологічної напруги в колективі;
- забезпечення соціального захисту та працевлаштування вивільнених робітників.

Можна виділити основні різновиди кадрової політики в умовах кризи:

- пасивна – на підприємстві відсутня передкризова програма дій у відношенні персоналу. В умовах кризи кадрова робота зводиться до ліквідації негативних наслідків, що проявилися;
- реактивна – керівництво підприємства контролює симптоми кризових явищ і вживає заходи з локалізації кризи;
- превентивна – приймаються попереджувальні заходи, проводяться прогнози розвитку ситуації, але у підприємства недостатня наявність основних і оборотних засобів для протидії кризовій ситуації;
- активна – керівництво підприємства має у своєму розпорядженні можливості якісної діагностики розвитку кризового явища і є необхідні засоби для впливу на неї;
- авантюристична – керівництво підприємства не має якісного діагнозу розвитку кризової ситуації й обґрунтованого прогнозу її розвитку, але прагне впливати на неї доступними для нього методами [9, с. 71].

У свою чергу, принципами антикризового управління персоналом підприємства в умовах ринку повинні бути:

- принцип планування та розробки спеціальних програм стратегічного характеру щодо оздоровлення, метою яких є стабілізація діяльності та приріст темпів розвитку підприємства шляхом використання ефективних управлінських інструментів, впровадження постійних та послідовних інновацій, оперативного реагування на істотні зміни зовнішнього та внутрішнього середовища за умови найменших фінансових та матеріальних втрат для підприємства;
- принцип постійного моніторингу зовнішнього та внутрішнього середовища підприємства, активізація постійного очікування сигналів щодо можливої кризи та негайна реакція на ці сигнали з метою раннього визначення загрози та її запобігання;

- принцип безперервності – будь-яке зволікання впровадження відповідних заходів на підприємстві, що находиться в умовах кризи, може призвести по суттєвого погіршення кризової ситуація та її наслідків;

- принцип цілеспрямованості процесу управління – реалізація будь-якого антикризового заходу повинна бути цілеспрямованої та забезпечувати можливість досягнення заданого рівня ефективності;

- принцип оперативності та достовірності вхідної інформації – формування управлінських рішень повинно здійснюватись на основі оперативної та достовірної вихідної інформації;

- принцип достовірності прогнозів – система менеджменту повинна забезпечувати прогнозування розвитку подій з заданим рівнем достовірності;

- принцип відсутності універсальних антикризових рішень – в управлінській науці не існує універсальних антикризових стратегій, програм, заходів та рецептів подолання кризи;

- принцип компетентності – реалізацією антикризового управління повинні займатися компетентні спеціалісти з модернізованої управлінської ієрархії згідно з вимогами антикризових умов;

- принцип кінцевої орієнтації на діяльність в умовах післякризового розвитку [10].

У період кризи керівники підприємства насамперед вживають заходи по скороченню виробничих витрат і скороченню кадрів. Антикризові заходи в системі кадрової політики повинні передбачити:

- скорочення всіх рівнів системи управління, а не окремих робочих місць;

- зміцнення кадрів у вищій ланці управління;

- взаємозамінність елементів організаційної структури підприємства при проведенні скорочень, а також стимулювання діяльності нової організаційної структури;

- виявлення, підтримка висококваліфікованих працівників, визначення їх лідерських якостей;

- проведення політики підготовки і перепідготовки керівників і спеціалістів у кризових ситуаціях;

- децентралізація системи управління, передача необхідних повноважень менеджерам усіх рівнів;

- збереження кадрового ядра підприємства;

- набір перспективних висококваліфікованих працівників зі сторони.

Проведення політики формування кадрового потенціалу шляхом підбору здатних фахівців дозволяє підприємству підготувати нестандартні передкризові заходи в умовах загальної кризи з метою оздоровлення підприємства та виходу із кризової ситуації. Поряд із резервом фінансових ресурсів для проведення передкризових заходів необхідно постійно проводити систематичну роботу по створенню кадрового резерву, в т. ч. для створенню кризис-груп, які могли б працювати в кризових ситуаціях. Основне джерело формування кадрового потенціалу – інвестування. Оновлена фахова перепідготовка спеціалістів і керівників поліпшить якість, підвищить рівень і запас знань, тим самим збільшить розмір і якість людського капіталу.

Інвестиції в людський капітал мають ряд особливостей, що відрізняють їх від інших видів інвестицій:

- інвестиції в людський капітал забезпечують підвищення продуктивності праці працівника, персоніфіковане отримання в майбутньому більш високого прибутку для власника;

- віддача людського капіталу залежить від рівня матеріального забезпечення людини, тривалості як працездатного віку, так і всього життя;

- ефективність віддачі від інвестицій залежить від якості, тривалості вкладень, що розвиває інтелект та індивідуальні спроможності до народження нових технологічних ідей та організації виробництва, що приносять більш високий довгостроковий ефект;

- інвестиції в людський капітал найбільш вигідні як для конкретної людини, так і для держави, тому що вони дають досить значний за обсягом, тривалий за часом економічний ефект.

Важливим елементом у кадровій політиці є підбір стресово-стійких менеджерів, тобто антикризової команди.

Зміст предмету діяльності менеджменту кризових ситуацій висуває такі вимоги до підбору менеджерів:

- здатність аналізувати, швидко засвоювати велику кількість інформації, творчість та оригінальність мислення, здатність систематизувати, узагальнювати, пропонувати нові ідеї;

- чесність, об'єктивне оцінювання власних можливостей, врівноваженість, незалежність поглядів, можливість протистояти пресингу;

- почуття власної гідності, ініціативність, ділова етика, підприємницький хист;

- вміння встановлювати контакти, оцінювати та передбачати людські реакції, здатність входити в довіру, вміння слухати, переконувати, навчати та заохочувати

- здатність витримувати певні інтелектуальні і фізичні навантаження, стрес (рис. 1) [11, с. 112].

Директор або антикризовий керівник повинен володіти добрими організаторськими здібностями, вміти планувати і проектувати, вміти створити команду і керувати нею. Ці якості проявляються також у створенні ефективної системи взаємодій та обміну

Рис. 1. Модель кризис-менеджера

Джерело: власна розробка на основі [11, с. 112]

інформацією, розподілу завдань і відповідальності за їх виконання, в умінні підтримувати в групі робочу атмосферу, в здатності змінювати стиль керівництва залежно від можливостей, ресурсів та стану робочої групи і всього колективу.

У загальному значенні антикризова команда – це єдине ефективне ціле, колектив людей, однодумців, об'єднаних спільною ідеєю і метою.

Основні критерії високоефективної антикризової команди:

- мають хоча б одну людину, що є ядром команди;
- відрізняються високою якістю кінцевих результатів своєї діяльності;
- члени команди добре співпрацюють один з одним;
- склад команди добре збалансований залежно від ролей, виконуваних членами;
- менеджери команди користуються великою повагою завдяки прикладу, який вони подають членам команд;
- мають високий ступінь автономності;
- здатні швидко вчитися на власних помилках;
- добре орієнтовані на клієнта;
- мають навички оптимального вирішення проблем;
- учасники високоефективних команд добре мотивовані.

Крім перерахованих критеріїв, створюючи антикризову команду, необхідно відповісти на такі питання:

- Скільки і які фахівці необхідні?
- Як викликати інтерес персоналу до творчої діяльності та діяльності, пов'язаної з ризиком?
- Як зацікавити персонал кризового підприємства у співпраці? [12, с. 113].

Про ефективність команди говорить її здатність домагатися результатів. Створювати команду нелегко. Це вимагає часу, методичності і завзятості: потрібно побудувати особисті відносини, визначити методи роботи і створити надихаючий клімат. Команда живе власним діловим і емоційним життям. Одна з відмінних рис команди – сильне почуття спільності.

На практиці технологія створення антикризової команди займає дуже короткий період часу – 1-2 дні. В іншому випадку ефект від антикризового впливу буде знижений, оскільки на самому початку антикризовий керівник серед усіх можливих ресурсів має лише час.

Таким чином, завдання керівництва організації при створенні антикризової команди полягає у виявленні менеджерів та спеціалістів, професійно придатних та готових до командної роботи щодо оздоровлення ситуації, проведення прискореної цільової підготовки до роботи, узгодження власних інтересів членів команди з загальними цілями організації та мобілізація членів команди задля досягнення загальних цілей виживання й розвитку організації [2].

Висновки з проведеного дослідження. В умовах ринкової економіки конкурентоспроможність підприємства визначається тим, наскільки швидко воно реагує на зміни в зовнішньому середовищі, наскільки готове до постійних змін. У цих умовах потрібен принципово новий тип працівника: висококваліфікований, готовий самостійно приймати рішення і нести за них відповідальність, ініціативний, орієнтований на довготривале співробітництво.

Антикризове управління персоналом істотно відрізняється від традиційного управління персоналом, має свою специфіку, що пов'язана з суттєвими змінами в умовах діяльності підприємства, а також з непередбачуваністю ситуації. Антикризові заходи мають реалізовуватися не тільки тоді, коли криза вже руйнує бізнес, а й для профілактики.

Основними цілями антикризового управління персоналом підприємства є: попередження і зниження ризику виникнення на підприємстві кризової ситуації, а також послаблення негативних наслідків кризової ситуації та їх ліквідація. Антикризове управління персоналом підприємств в умовах ринку повинно будуватися на таких принципах: планування та розробки спеціальних програм стратегічного характеру, постійного моніторингу зовнішнього та внутрішнього середовища підприємства, безперервності, цілеспрямованості процесу управління, оперативності та достовірності вхідної інформації, достовірності прогнозів, відсутності універсальних антикризових рішень, кінцевої орієнтації на діяльність в умовах післякризового розвитку.

У процесі виконання заходів антикризового управління слід сформувати антикризову управлінську команду. Антикризова управлінська команда повинна включати до свого складу керівників та спеціалістів, які об'єднані загальними інтересами й цілями, що пов'язані з оздоровленням та посткризовим розвитком організацій. Спеціалісти команди, яка створюється, повинні володіти мистецтвом вирішення проблем у процесах антикризового управління, мати навички практичних методів ефективного управління в умовах ризику та невизначеності.

Перспективи подальших досліджень полягають в розробці теоретичних основ та впровадженні практичних заходів з раціоналізації складу і структури персоналу підприємства в умовах подолання кризи.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Шапурова О.О. Політика антикризового управління при загрозі банкрутства / О.О. Шапурова // Актуальні проблеми економіки. – 2008. – № 8(86). – С. 147-154.
2. Ситник Л.С. Організаційно-економічний механізм антикризового управління підприємством / Л.С. Ситник. – НАН України, Ін-т економіки промисловості. – Донецьк : ІЕП НАН України, 2000. – 503 с.: іл. – Бібліогр.: с. 474-500.
3. Редьква О. Управління персоналом машинобудівних підприємств України в умовах кризи [Електронний ресурс] / О. Редьква, О. Галущак // Соціально-економічні проблеми і держава. – 2011. – Вип. 2(5). – Режим доступу : http://sepd.tntu.edu.ua/images/stories/pdf/2011/11rozvuk.pdf.
4. Данилко В.К. Концепція управління персоналом в умовах подолання кризи / В.К. Данилко, О.І. Гриценко // Вісник ЖДТУ. – 2013. – № 2(64). – С. 167-173.
5. Демченко Д. Работать нельзя уволиться [Текст] / Д. Демченко // Бизнес. – 2009. – № 22. – С. 41-42
6. Заблодська І.В. Колаборація антикризових заходів підприємства / І.В. Заблодська // Прометей. – 2008. – № 3(27). – С. 146-150.
7. Сардак О.В. Специфіка кадрових заходів в процесі управління кризою на підприємствах / О.В. Сардак //Вісник Хмельницького національного університету. – 2010. – № 2, Т. 3. – С. 121-125.
8. Костюченко Т.І. Роль менеджменту в сучасному управлінні персоналом у кризовий період / Т.І. Костюченко // Науковий вісник ЧДІЕУ. – 2013. – № 3(19). – С. 67-72.
9. Шегда А.В. Менеджмент : підручник / А.В. Шегда. – К. : Знання, 2004.
10. Миронова Н. С. Концептуальні підходи до формування антикризових стратегій у державному управлінні [Електронний ресурс] / Н. С. Миронова // Державне будівництво. – 2007. – № 2. – Режим доступу : http: //www.nbuv.gov.ua/e-journals/DeBu/2007-2/doc/1/02.pdf.
11. Іванюта С.М. Антикризове управління : навч. посіб. / С.М. Іванюта. – К. : Центр учбової літератури, 2007. – 288 с.
12. Сидоров Л.Н. Антикризове управління / Л.Н.Сидоров // Мн. : БГЭУ, 2004. – 76 с.

СЕКЦІЯ 6
ГРОШІ, ФІНАНСИ І КРЕДИТ

УДК 658.1

Гринчишин Я.М.
кандидат економічних наук,
доцент кафедри фінансів суб'єктів господарювання
Львівської державної фінансової академії

ТЕОРЕТИЧНІ ПІДХОДИ ДО ІДЕНТИФІКАЦІЇ СИМПТОМІВ ФІНАНСОВОЇ КРИЗИ ПІДПРИЄМСТВА

Розглянуто зміст та місце симптомів у загальній моделі розвитку кризи підприємства. Обгрунтовано важливість нефінансових симптомів для ідентифікації початкової стадії кризи. Розглянуто класифікацію фінансових симптомів кризи підприємства за різними критеріями.

Ключові слова: фінансова криза підприємства, симптоми, класифікація симптомів.

Гринчишин Я.Н. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ИДЕНТИФИКАЦИИ СИМПТОМОВ ФИНАНСОВОГО КРИЗИСА ПРЕДПРИЯТИЯ

Рассмотрены содержание и место симптомов в общей модели развития кризиса предприятия. Обоснована важность нефинансовых симптомов для идентификации начальной стадии кризиса. Рассмотрена классификация финансовых симптомов кризиса предприятия по различным критериям.

Ключевые слова: финансовый кризис предприятия, симптомы, классификация симптомов.

Hrynchyshyn Y.M. THEORETICAL APPROACHES TO THE IDENTIFICATION OF THE SYMPTOMS OF THE ENTERPRISES FINANCIAL CRISIS

The content and place of symptoms in the general model of enterprises crisis are considered. The importance of nonfinancial symptoms to identify the initial stage of crisis is grounded. The classification of symptoms of enterprises financial crisis on various criteria is considered.

Keywords: financial crisis of enterprise, symptoms, classification of symptoms.

Постановка проблеми. Функціонування сучасних підприємств відбувається в умовах непередбачуваності, динамічних змін та ускладнення зовнішнього середовища. Це у свою чергу передбачає виникнення кризових ситуацій у господарюючих суб'єктах незалежно від їх розміру, галузі або стадій розвитку. Результатом еволюційних змін кризових явищ на підприємстві при неефективному антикризовому управлінні може бути загроза банкрутства. З іншого боку, за умови раннього виявлення ознак кризи, її причин і застосування ефективних антикризових заходів криза може бути подолана. Таким чином, необхідною передумовою успішного вирішення кризових проблем на підприємстві є рання діагностика попереджувальних сигналів на підставі правильної ідентифікації симптомів кризи.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблематика виникнення кризових явищ, побудови ефективного антикризового управління привертає увагу багатьох вітчизняних та зарубіжних науковців.

Механізм розгортання кризи на рівні мікроекономічної системи, виділяючи зовнішні ознаки окремих стадій, розкриває Л.О. Лігоненко [1]. В.О. Василенко обгрунтовує важливість розпізнавання ознак настання кризових ситуацій та оцінювання можливостей їх розв'язання [2]. Параметри фінансової кризи на підприємстві, в тому числі наслідки і симптоми розглядає О.О. Терещенко [3].

Слід зазначити, що проблеми причин, симптомів кризи підприємства є комплексними і охоплюють економічні, фінансові та облікові питання. Однак більшість наявних досліджень відзначається фрагментарністю, тобто не охоплює всього спектра виникнення та розвитку кризи на мікрорівні.

Варто також зауважити, що дослідження виникнення фінансової кризи підприємств, як і антикризового управління загалом, в Україні перебувають на початковій стадії. Це пов'язано з кількома причинами. По-перше, функціонування вітчизняних підприємствах в умовах вільного, конкурентного ринку триває невеликий період – трохи більше 20 років. Ще менший період минув відтоді, коли в підприємствах були запроваджені національні стандарти бухгалтерського обліку (з 2000 року). Фінансова звітність, що почала складатися за новими правилами, значною мірою полегшила ідентифікацію показників кризових явищ. По-друге, до сьогоднішнього часу у роботі фінансово-облікових служб підприємств спостерігається зміщення акценту з фінансово-аналітичного напряму на податковий. По-третє, доступ до фінансової звітності підприємств, навіть тих, інформація яких повинна оприлюднюватися, є обмеженим.

Зазначені проблеми є відсутніми в країнах з тривалим періодом розвитку ринкової економіки. Тому об'єктивно і наукові дослідження у цих країнах є більш глибшими і змістовнішими. Проблеми розвитку кризових явищ на підприємствах досліджують такі автори як М. Горчинська, М. Вечорек-Космала, К. Знанецька [4], С. Гургул [5], М. Жаруцький [6], А. Токарський [7], В. Шлагура [8], Р. Градський, А. Закревська-Білявська [9] (Польща), Д. Дубровський [10] (Словенія).

Постановка завдання. Завдання дослідження полягає у вивченні та узагальненні вітчизняних та зарубіжних наукових напрацювань, а також практичного досвіду щодо виявлення та розвитку симптомів фінансової кризи на підприємствах.

Виклад основного матеріалу дослідження. Термін «симптом» грецького походження і в перекладі означає ознаку патологічного стану або хвороби. Тобто основною сферою його використання є медицина. Стосовно фінансово-економічної сфери, зокрема антикризового управління, симптоми є сигналами, які повідомляють про погіршення ситуації або можливість виникнення несприятливих подій [7, с. 78]. Їх своєчасне виявлення і реагування на них сприятиме застосуванню ефективних антикризових заходів, які можуть знизити наслідки тенденцій кризи або навіть запобігти їй. Своєчасність виявлення є важливою, оскільки існує часовий розрив між виникненням і проявом окремих кризових подій у вигляді симптомів (рис. 1). Тому, коли виявляються попереджувальні сигнали, вони повинні бути проаналізовані та інтерпретовані з метою визначення причин виникнення подій, які їх генерують, та їх усунення або зменшення за допомогою відповідних заходів або прийомів [10, с. 1200].

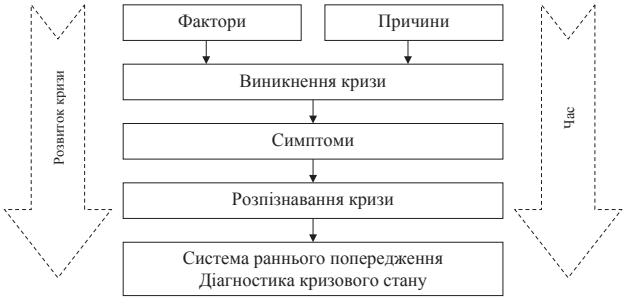


Рис. 1. Місце симптомів в загальній моделі розвитку кризи підприємства

Джерело: розроблено автором

Симптоми кризи можуть проявлятися у показниках і, що дуже важливо, у тенденціях їхньої зміни, які відображають функціонування і розвиток підприємства. При цьому стан показників може оцінюватися і відносно встановленої нормативної величини (допуски змін), і відносно один одного [11, с. 103]. Симптомом кризового розвитку може бути або невідповідність показників закономірним співвідношенням, або тимчасові параметри, наприклад темп зростання продуктивності праці повинен випереджувати темп зростання заробітної плати. Якщо цього не відбувається, збільшується небезпека кризи.

Симптоми не завжди відображають причини кризи. Причини нерідко криються глибше зовнішнього прояву кризових ознак. Симптом – це первісний, зовнішній прояв кризових явищ, які не завжди характеризують справжні причини кризи, але за якими ці причини можна встановити. Оцінювати кризу слід не тільки за його симптомами, але і за причинами та реальними факторами.

Межа між причинами кризи та її симптомами є дуже тонкою [4, с. 13]. Тому часто буває важко впевнено стверджувати, чи є спостережуваний фактор причиною або симптомом події. Наприклад, втрата ключових клієнтів для підприємства може виявитися симптомом кризи – через обмеженість асортименту, зменшення обсягів продажу. З іншого боку, втрата основних покупців може призвести до зменшення доходів від продажу [6].

Деякі автори помилково вважають симптомами кризи її причини. Наприклад, відсутність майбутніх, реальних планів розвитку підприємства, відсутність стратегії його розвитку є причиною, а не симптомом кризи. Те саме стосується низьких моральних якостей управлінського персоналу та керівництва підприємства, погіршення якості продукції [12, с. 180].

Симптоматика повинна бути комплексною, тому що криза ніколи не буває простою. Складність кризи полягає як в різноманітності факторів, що впливають на її виникнення, так і в особливостях її прояву, що стосуються усіх сфер функціонування, відносин, аспектів суб'єкта господарювання [8].

Оскільки існують різні причини кризи, симптоми також є різноманітними [4, с. 13]. Через різні суб'єктні і об'єктні відношення кризи підприємств виявлення всіх можливих симптомів кризової ситуації, на думку окремих авторів, є неможливим [9, с. 17].

Симптоми кризи тісно пов'язані з послідовністю розвитку кризових ситуацій на підприємствах (табл. 1). Тому чим швидше попереджувальні сигнали виявлені, тим більше можливостей для маневру буде в наступній фазі кризи.

Таблиця 1

Можливість виявлення симптомів кризи за стадіями її розвитку

Стадії розвитку кризи		Симптоми	
		Фінансові	Нефінансові
Легка криза	Прихована криза	-	+
	Явна криза	+	+
Хронічна криза	Криза прибутковості	+	+
	Криза ліквідності	+	+
Гостра криза	Криза платоспроможності	+	+
	Банкрутство	+	+

Джерело: розроблено автором

Різноманітність симптомів кризи зумовлює необхідність їх класифікації. Найбільш поширеною класифікацією є поділ симптомів кризи підприємств на фінансові і нефінансові.

Нефінансові симптоми проявляються у поведінці та ставленні управлінського персоналу, способі прийняття рішень, а також змінах в організації підприємницької діяльності [4, с. 13]. Важливість цих симптомів полягає в тому, що лише за їх допомогою можна виявити приховану кризу на підприємстві. А комплексне використання фінансових і нефінансових симптомів може допомогти виявити кризу на дуже ранній стадії навіть з її високим ступенем складності.

Прикладом нефінансових симптомів фінансової кризи можуть бути:

- відсутність реальних планів і стратегії розвитку підприємства;
- часті зміни в керівних посадах підприємства, відсутність відповідного кваліфікованого і компетентного персоналу;
- відсутність системи внутрішнього контролю на підприємстві;
- втрата основних покупців та постачальників;
- значна кількість звільнення працівників;
- усвідомлення керівництвом необхідності змін.

Враховуючи велику різноманітність нефінансових симптомів розвитку кризи підприємства, їх доцільно згрупувати за сферами виникнення: ресурсні, виробництва, управління, маркетингу, персоналу, організаційної структури, логістики.

Необхідність врахування нефінансових симптомів для ідентифікації кризи пов'язана з якістю інформації, відображеній у фінансовій звітності [4, с. 14].

По-перше, ця інформація затримується, тому що фінансова звітність, як правило, складається наприкінці фінансового року, крім того, виступає часова інерція між моментом підготовки і моментом оприлюднення. На практиці цю проблему можна пропустити, оскільки для цілей внутрішнього аналізу компанія може використовувати доступні актуальні облікові дані.

По-друге, фінансова звітність складається виключно за наслідками раніше прийнятих рішень, і не завжди ця звітність є надійним відображенням сучасного стану в компанії.

По-третє, проблемою є той факт, що фінансова звітність може в обмеженій формі відображати фінансовий стан компанії через можливість спотворення. Спотворення можуть випливати з прийнятої облікової політики або бути результатом навмисних дій з боку керівництва підприємства, призводячи до несумісності з реальністю [4, с. 15].

З метою глибшого розуміння ризиків і можливостей, з якими стикається підприємство, визначення зв'язку між фінансовими і нефінансовими результатами його діяльності, багато підприємств, особливо великих, складають звіт зі сталого розвитку. Звіт зі сталого розвитку є основною платформою для відображення позитивних і негативних сторін організаційної діяльності, для розробки стратегії, планів і оцінки результатів діяльності компанії.

Бухгалтерська (фінансова) звітність є абсолютно необхідною для аналізу справжнього становища підприємства, проте вона не є достатньою для досягнення ефективного антикризового управління.

Різноманітність фінансових симптомів кризи підприємства вимагає їх систематизації (рис. 2).

Рис. 2. Класифікація фінансових симптомів кризи підприємства

Джерело: розроблено автором

Незважаючи на те, що кожна криза на підприємстві відрізняється, можна виокремити загальну послідовність характерних симптомів для більшості фінансових криз.

На першому етапі (легка криза) підприємство втрачає потенційну здатність досягнення успіхів, що приносять дохід [14, с. 183]. До симптомів цієї фази кризи, яку деякі автори називають стратегічною, відносять руйнування виробничого потенціалу і відсутність довгострокових факторів успіху [3, с. 21]. Відбувається погіршення конкурентоспроможності підприємства, зменшення його частки на ринку, зниження обігу, низьке використання виробничих потужностей, обмеження інвестицій. Слід зауважити, що втрата конкурентоспроможності ще не означає синхронного зниження прибутковості і ліквідності підприємства. Грошові потоки під час перших ознак кризи можуть навіть зростати [14, с. 403]. Однак зменшення доходів від реалізації у поєднанні з несприятливою віковою структурою машин та обладнання, відсутністю внутрішнього контролю та відсутністю стратегічного плану стимулює перехід до наступної стадії.

На наступному етапі, якщо падіння обсягів реалізації буде нижчим, ніж точка беззбитковості, підприємство починає генерувати збитки, які у свою чергу сприяють «вихолощенню» власного капіталу. Сума отриманих доходів виявляється недостатньою для покриття витрат на капітал. Починає збільшуватися сума кредиторської заборгованості. Відбувається збільшення незадоволеності постачальників через їхні скарги.

На етапі кризи ліквідності через нестачу засобів на підприємстві через нестачу засобів виникає проблема з погашенням зобов'язань. Протягом цього періоду підприємство збільшує заморожений стан інвестицій, виникає суттєва нестача оборотних коштів, що знижує показники ліквідності. Підприємство витрачає багато часу для врегулювання невиконаних зобов'язань, у тому числі прострочених.

Значне зниження чистого прибутку і втрата основних фінансово стійких клієнтів негативно впливають на моральний дух менеджерів і управління підприємством. Плинність кадрів на керівних посадах ще більше призводить до зниження конкурентоспроможності компанії. Виникає наступна стадія – криза платоспроможності, що характеризується значним перевищенням зовнішніх вимог над наявним потенціалом підприємства. Для подолання даного етапу кризи потрібна значна зовнішня фінансова допомога. В іншому випадку підприємству загрожує банкрутство.

Правильне реагування на кризові ситуації вимагає розгляду симптомів за видами діяльності підприємства. Так, індикаторами кризи операційної діяльності можуть бути зниження таких показників, як норма прибутку, рентабельності, показники ліквідності, грошовий потік від операційної діяльності. Кризові явища в інвестиційній діяльності можуть проявлятися через зниження грошових потоків від цього виду діяльності, диспропорції між обсягом інвестицій і доходом від них. Прикладами симптомів кризи у фінансовій діяльності є збільшення попиту на кредити і позички, а також наступні затримки їх сплати, збільшення фінансових витрат, в основному за рахунок виплати відсотків і штрафних санкцій.

Ознаки фінансової кризи можуть випливати з аналізу різних форм фінансової звітності.

З аналізу балансу (звіту про фінансовий стан) може виходити інформація про значне зниження ліквідних активів, перевищення зростання кредиторської заборгованості над зростанням дебіторської заборгованості. Дані балансу дають можливість розрахувати показники ліквідності та фінансової стійкості.

На підставі аналізу звіту про фінансові результати отримують інформацію про перевищення темпу зростання виробничих витрат над темпом зростання

доходів від реалізації та розраховують показними рентабельності і ділової активності.

З аналізу звіту про рух грошових коштів виявляють дані про:

- різницю між надходженням від операційної діяльності і чистим прибутком;

- позитивні грошові потоки від фінансової діяльності.

Симптоми фінансової кризи можуть виражатися через прості показники (обсяг реалізації, грошові потоки, сума заборгованості тощо) або через узагальнені (рівень рентабельності, ліквідності тощо).

Крім інформації, що надходить з самого підприємства, сигнали про кризу можуть надходити із зовнішніх джерел. Наприклад, зовнішніми симптомами кризи можуть бути: втрата довіри банківських установ, постачальників, їх претензії, звернення в судові органи щодо стягнення заборгованості.

Виявлені симптоми фінансової кризи використовуються для оцінки глибини кризи, фази її розвитку, можливості подолання. На підставі такого аналізу розробляються відповідні антикризові заходи.

Висновки з проведеного дослідження. З наведеного вище можна зробити такі висновки. Своєчасне виявлення симптомів фінансової кризи сприятиме застосуванню ефективних антикризових заходів, які можуть знизити наслідки розвитку кризи або навіть запобігти їй. Ідентифікація прихованої стадії кризи можлива лише за допомогою нефінансових симптомів. Різноманітність симптомів фінансової кризи вимагає їх класифікації за відповідними критеріями. Аналіз різноманітних проявів кризи, що враховує різні критеріальні ознаки, використовується для оцінки параметрів кризи та розробки відповідних антикризових заходів.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Лігоненко Л.О. Антикризове управління підприємством : підручник / Л.О. Лігоненко. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2005. – 824 с.
2. Василенко В.О. Антикризове управління підприємством : навч. посіб-ник. Вид. 2-ге, виправл. і доп. / В.О. Василенко. – Київ : Центр навчальної літератури, 2005. – 504 с.
3. Терещенко О.О. Управління фінансовою санацією підприємств : підручник / О.О. Терещенко. – К. : КНЕУ, 2006. – 552 с.
4. Gorczyńska M. Kryzys przedsiębiorstwa z perspektywy jego sytuacji finansowej / M. Gorczyńska, M. Wieczorek-Kosmala, K. Znaniecka // Zjawiska kryzysowea decyzje finansowe przedsiębiorstw. Studia Ekonomiczne. Zeszyty naukowe uniwersytetu ekonomicznego w Katowicach. – Katowice, 2011. – P. 9-21.
5. Gurgul S. Kryzys, droga do upadłości // Zarządzanie finansami firm : teoria i praktyka: Prace Naukowe Akademii Ekonomicznej we Wrocławiu, Wrocław, 2006. – № 1109. – P. 265-274.
6. Szarucki M. Symptomy i przyczyny upadłości przedsiębiorstw / M. Szarucki [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.naukaigospodarka.pl.
7. Tokarski A. Upadłość jako naturalny regulator konkurencji i przedsiębiorczości w gospodarce rynkowej na przykładzie gospodarki polskiej / A. Tokarski // Przedsiębiorczość – Edukacja. 2010. Vol. 6. – Kraków : Zakład Przedsiębiorczości i Gospodarki Przestrzennej, Instytut Geografii, Uniwersytet Pedagogiczny im. Komisji Edukacji Narodowej w Krakowie. – P. 78-91.
8. Szlagura W. Rzeczywistość kryzysu – pojęcie, definicje, teorie, dynamika / W. Szlagura [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.interwencjakryzysowa.pl/rzeczywistosc-kryzysu-pojecie-definicje-teorie-dynamika.
9. Grądzki R. Przyczyny i objawy kryzysu w polskich przedsiębiorstwach / R. Grądzki, A. Zakrzewska – Bielawska // Przedsiębiorstwo w warunkach kryzysu. race i Materiały Wydziału Zarządzania Uniwersytetu Gdańskiego. – Sopot, 2009, N. 3/2 – P. 11-21. Dubrovski D. Peculiarities of Managing a Small Company in Crisis / D. Dubrovski. – Total Quality Management & Business Excellence, 2004. – N. 15 (9-10). – P. 1199-1207.
10. Антикризисное управление : учебник / Под ред. Э.М. Короткова. – М. : ИНФРА-М, 2003. – 432 с.
11. Konkurencyjność. Poziom makro, mezo i mikro. Redakcja naukowa: Nelly Daszkiewicz. – Warszawa : Wydawnictwo Naukowe PWN, 2008. – 215 p.
12. Гринчишин Я.Н. Этапы развития кризиса предприятия / Я.Н. Гринчишин // Экономика и современный менеджмент: теория и практика : сб. ст. по материалам XLIII междунар. научн.-практ. конф. № 11(43). – Новосибирск : Изд. «СибАК», 2014. – С. 181-186.
13. Zarządzanie wartością spółki kapitałowej. Podręcznik akademicki, pr. zb. pod red. J.K. Bieleckiego i L. Pawłowicza. – Warszawa : CeDeWu.pl, 2012. – 530 p.

УДК 336.732

Добровольська О.В.
кандидат економічних наук,
доцент кафедри фінансів
Дніпропетровського державного аграрно-економічного університету

ПРАВОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДІЯЛЬНОСТІ КРЕДИТНИХ СПІЛОК В УКРАЇНІ

Стаття присвячена правовим засадам створення та забезпечення діяльності кредитних спілок в Україні. Розкрито зміст статуту кредитної спілки та вимоги, яким статут повинен відповідати. Визначено умови реорганізації та ліквідації кредитної спілки. Розглянуто передумови виникнення Національної асоціації кредитних спілок України та основні напрями її діяльності.

Ключові слова: кредитна спілка, статут кредитної спілки, реорганізація кредитної спілки, ліквідація кредитної спілки, асоціації кредитних спілок.

Добровольская Е.В. ПРАВОВОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КРЕДИТНЫХ СОЮЗОВ В УКРАИНЕ
Статья посвящена правовым нормам создания и обеспечения деятельности кредитных союзов в Украине. Раскрыты содержание устава кредитного союза и требования, которым устав должен соответствовать. Определены условия реорганизации и ликвидации кредитного союза. Рассмотрены условия возникновения Национальной ассоциации кредитных союзов Украины и основные направления ее деятельности.

Ключевые слова: кредитный союз, устав кредитного союза, реорганизация кредитного союза, ликвидация кредитного союза, ассоциации кредитных союзов.

Dobrovol's'ka O.V. LEGAL SUPPORT OF ACTIVITY OF CREDIT UNIONS IN UKRAINE
The article is devoted to legal norms create and support credit unions in Ukraine. Contents of the Charter of the credit Union and the requirements that the Statute must meet. Defined terms of reorganization and liquidation of the credit Union. The conditions of appearance of the National Association of credit unions of Ukraine and the main directions of its activity.

Keywords: credit society, charter of the credit Union, reorganization of the credit Union, liquidation of the credit Union, Association of credit unions.

Постановка проблеми. Фінансовий ринок України знаходиться у стадії формування. Він ще не має всього розмаїття фінансових посередників, які є в розвинутих країнах. Існуючі в нашій державі фінансові установи не повністю задовольняють сучасні потреби у фінансових послугах. Особливо це стосується потреб населення.

Крім нас самих, ніхто не здатний вирішити наші проблеми – ця думка не нова, але її справедливість залишається незмінною. Разом можна вирішити і фінансові труднощі. Для цієї мети створюється кредитна спілка – організація, що має на меті захист фінансових інтересів своїх членів та дає їм можливість заощаджувати кошти та брати позички.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженню проблеми становлення й розвитку інституту фінансового посередництва в умовах перехідної економіки присвячені праці багатьох вітчизняних науковців: О. Василика, Б. Івасіва, Б. Луцишина [5], І. Лютого та інших. Утім, в українській економічній літературі ще немає комплексного дослідження функціонування інституту небанківських фінансових посередників. У своїх працях провідні вітчизняні вчені-економісти О. Гавриленко [4], Б.А. Дадашева [1], Г. Захарченко, О. Корніюк [3], А. Оленчика [6], О. Овчіннікова [4] звертали увагу на організаційно-економічні питання кредитних спілок, історичні аспекти кредитно-кооперативного руху, проводили наукові дослідження щодо порівняльного аналізу кредитно-кооперативних систем інших країн та особливої ролі кредитної спілки на фінансовому ринку. Зокрема, особливої уваги сьогодні потребують проблеми створення та розвитку кредитних спілок в Україні.

Постановка завдання. На основі викладеного можна сформулювати дослідження, яке полягає у вивченні правових засад створення та забезпечення діяльності кредитних спілок в Україні, розкритті положень статуту кредитної спілки та вимог, яким статут повинен відповідати; визначенні умов реорганізації та ліквідації кредитної спілки, а також розгляді передумов виникнення Національної асоціації кредитних спілок України та основних напрямів її діяльності.

Виклад основного матеріалу дослідження. Створення кредитної спілки найбільш перспективне, якщо ініціатором її створення виступить група осіб, які мають досвід роботи в банківських структурах.

Законом України «Про кредитні спілки» визначено організаційні засади створення та припинення діяльності кредитних спілок.

Кредитна спілка створюється на підставі рішення установчих зборів. Чисельність засновників (членів) кредитної спілки не може бути менше ніж 50 осіб, які, відповідно до цього Закону, можуть бути членами кредитної спілки та об'єднані хоча б за однією із таких ознак: мають спільне місце роботи чи навчання або належать до однієї професійної спілки, об'єднання професійних спілок, іншої громадської чи релігійної організації або проживають в одному селі, селищі, місті, районі, області.

Рішення про створення кредитної спілки оформляється протоколом установчих зборів, який підписують голова та секретар зборів.

Невід'ємною частиною протоколу є реєстр осіб, які брали участь в установчих зборах (список засновників). У реєстрі обов'язково зазначаються прізвище, ім'я та по батькові особи, дані її паспорта громадянина України або паспортних документів іноземця, адреса та інші відомості, що підтверджують наявність ознак, зазначених у частині першій цієї статті. Дані про особу засвідчуються її особистим підписом.

Установчі збори затверджують статут кредитної спілки, обирають її органи управління, уповноважують осіб для проведення державної реєстрації, вирішують інші питання, пов'язані із створенням кредитної спілки.

Порядок створення кредитної спілки такий:

1. Громадяни та фізичні особи, які виявили бажання утворити спілку, формують організаційний комітет, в обов'язки якого входить підготовка проекту статуту, техніко-економічного обґрунтування, прийом заяв про вступ до спілки, підготовка та проведення загальних організаційних зборів.

2. Організаційний комітет має право встановлювати розміри вступних внесків. Ці кошти призначені для покриття організаційних витрат на утворення спілки та організацію її господарської діяльності. Звіт про використання коштів подається на розгляд загальних зборів.

3. Загальні збори приймають рішення про прийом в члени спілки, затверджують статут, обирають органи управління [3, с. 76].

Кредитна спілка підлягає державній реєстрації у порядку, передбаченому чинним законодавством, а саме:

1) організувати ініціативну групу з кількох осіб. Бажано, щоб у групу входили особи, які знають економіку, право, бухгалтерію. До установчих зборів вони повинні ознайомитися з чинним законодавством про кредитні спілки і в міру можливості з практикою діяльності існуючих кредитивних спілок. Ініціативна група здійснює підготовчу роботу з проведення установчих зборів спілки. У першу чергу це підготовка проектів установчих документів і залучення необхідної кількості однодумців;

2) провести загальні установчі збори, на яких прийняти обов'язкові рішення і зафіксувати їх у протоколі зборів, зокрема:

• рішення про заснування кредитної спілки з відповідною назвою, за яке повинні проголосувати не менше 50 осіб, які беруть участь у зборах, оскільки саме у такому складі може бути створена спілка;

• рішення про затвердження угоди про заснування спілки та її статуту. Угода про заснування спілки є обов'язковим документом, який подається до органа реєстрації;

• рішення про обрання керівних органів. Як правило, за статутом до правління кредитної спілки входять 5 членів, до кредитного комітету – 3 члени, до наглядового комітету – 3 члени;

• рішення про обрання кількох уповноважених учасників, як правило, членів обраного правління, для підписання від імені засновників спілки засновницької угоди [2, с. 107].

Крім того, установчі збори можуть приймати інші рішення, які, на думку засновників, необхідні: затвердити порядок покриття витрат на реєстрацію; затвердити положення про роботу окремих органів управління та формування спеціальних фондів; визначити структуру та політику надання послуг тощо.

За результатами проведення установчих зборів складається протокол, який підписують голова та секретар. До протоколу додається список учасників зборів. Крім прізвища, ім'я та по батькові кожного учасника у додатку наводяться його паспортні дані;

3) погодити статут кредитної спілки з відповідним регіональним управлінням Національного банку України та підписати угоду про її заснування. Для цього необхідно подати клопотання до Національного банку України [1, с. 17].

Зміст статуту кредитної спілки повинен відповідати вимогам, які висуваються до нього у відповідних статтях Цивільного кодексу та нормативних актах щодо функціонування кооперативних підприємств з урахуванням їх специфіки, а також низки положень, які відсутні у цих актах, але стосуються фінансово-кредитної діяльності з урахуванням практики та досвіду роботи кредитних спілок.

У статуті кредитної спілки можуть бути передбачені інші положення, які стосуються діяльності кредитної спілки і не суперечать законодавству України.

При підготовці статуту кредитної спілки в основному слід орієнтуватися на текст типового статуту кредитної спілки, щоб уникнути проблем при погодженні статуту у регіональному управлінні НБУ.

Особливо це стосується питань, пов'язаних із фінансовою діяльністю кредитної спілки.

Статути кредитних спілок повинні містити такі обов'язкові положення:

• офіційну назву спілки;

• місцезнаходження та територію діяльності;

• предмет, мету та термін діяльності;

• порядок та умови прийому в члени, закінчення членства, зокрема підстави та порядок виключення з членів спілки;

• права, обов'язки та відповідальність членів спілки;

• склад, порядок створення, компетенцію та відповідальність органів управління спілкою, порядок прийняття рішень;

• відповідальність спілки перед її членами;

• розмір, склад та порядок внесення вступних внесків та відповідальність членів спілки за порушення зобов'язань щодо їх внесення;

• порядок повернення пайових накопичень при виході із спілки;

• джерела формування та порядок використання майна;

• фонди, що створюються спілкою, та порядок їх формування;

• порядок розподілу доходів;

• перелік послуг, що надаються спілою;

• організація фінансово-кредитної діяльності спілки;

• дата початку та закінчення фінансового року;

• організація обліку та звітності у кредитній спілці;

• порядок і умови реорганізації та ліквідації кредитної спілки [4, с. 201].

Статут кредитної спілки за рішенням засновницьких зборів може містити інші положення, що не суперечать діючому законодавству.

Зміни та доповнення до статуту вносяться за рішенням загальних зборів та підлягають реєстрації у встановленому порядку. Зміна кількості членів спілки та величини пайового капіталу не зумовлює перереєстрацію статуту. Копія статуту видається кожному члену, а також повинна знаходитися в доступному для ознайомлення місці.

Погодження статуту кредитної спілки з регіональним управлінням Національного банку України здійснюється відповідно до наказу Голови Правління НБУ від 17.03.94 № 41 «Положення про погодження статуту кредитних спілок з питань кредитування та розрахунків і надання позик кредитними спілками» [7, с. 8]. Під час розгляду статуту Національний банк України ретельно перевіряє:

• склад засновників (не менше 50 осіб);

• джерела коштів для формування позикового, резервного та інших фондів;

• кредитні операції;

• функції загальних зборів, правління, кредитного та наглядового комітетів з питань кредитування та розрахунків [3, с. 75].

При виявленні невідповідності між статутом, вимогами чинного законодавства та нормативними ак-

тами НБУ Національний банк України у письмовій формі надає кредитній спілці, а за необхідності і органу державної реєстрації, свій висновок з питань кредитування і розрахунків.

У разі погодження статуту на титульній сторінці трьох примірників НБУ ставить візу: «Статут кредитної спілки (назва) з питань кредитування та розрахунків погоджено».

Щодо підписання засновницької угоди, то часто виникає ситуація, коли нотаріуси вимагають, щоб угоду підписували всі учасники установчих зборів, зазначені у додатку до протоколу. Усі 50 учасників установчих зборів не повинні підписувати засновницьку угоду. Це підтверджується і тим, що у зв'язку з листом на адресу всіх регіональних управлінь НБУ від 02.08.99 № 23011/107 про внесення змін до «Положення про погодження статуту кредитних спілок з питань кредитування та розрахунків і надання позик кредитними спілками» слова «склад засновників, який має бути не менш, ніж 50 осіб» замінити на «склад кредитної спілки може бути створений у кількості не меншій, ніж 50 осіб» [8, с. 5].

Для реєстрації кредитної спілки потрібно подати такі документи: заяву, угоду про заснування, погоджений з НБУ статут кредитної спілки, відомості про склад статутних органів (окремо або в протоколі установчих зборів), загальну чисельність членів кредитної спілки (окремо або у вигляді додатку до протоколу установчих зборів), документи про сплату реєстраційного збору.

Оскільки кредитні спілки мають місцевий статус, їх реєстрація відбувається за нормами, згідно з якими здійснюється легалізація діяльності місцевих громадських організацій.

Кредитна спілка припиняє діяльність шляхом її реорганізації (злиття, приєднання, поділу) або ліквідації. Кредитна спілка вважається такою, що припинила свою діяльність, після внесення запису до Державного реєстру.

Реорганізація кредитної спілки провадиться за рішенням її вищого органу управління. Ліквідація кредитної спілки провадиться:

- за рішенням її вищого органу управління;
- на підставі рішення Уповноваженого органу про скасування державної реєстрації кредитної спілки у зв'язку з виявленими фактами фальсифікації чи викривлення інформації, яка була подана кредитною спілкою на момент її державної реєстрації і мала істотне значення для прийняття відповідного рішення Уповноваженим органом. Таке рішення Уповноваженого органу може бути оскаржене кредитною спілкою в суді;
- за рішенням суду, в тому числі у разі заняття діяльністю без відповідної ліцензії чи діяльністю, забороненою законом, в разі неплатоспроможності кредитної спілки, в інших випадках, передбачених законом, за поданням Уповноваженого органу, позовом членів або кредиторів кредитної спілки.

У разі прийняття рішення про ліквідацію кредитної спілки за рішенням її вищого органу управління він повинен невідкладно письмово повідомити про це Уповноважений орган, який вносить до відповідного державного реєстру відомості про те, що кредитна спілка перебуває у процесі припинення її діяльності. Крім того, у повідомленні мають міститися пропозиції стосовно комісії або особи щодо припинення діяльності кредитної спілки (ліквідаційна комісія, ліквідатор тощо) (далі – комісії), порядку та строків припинення.

Уповноважений орган повинен протягом 5 днів з дня надходження такого повідомлення погодити його або внести свої пропозиції.

Виконання функцій комісії може бути покладено на спостережну раду кредитної спілки.

З моменту призначення відповідної комісії до неї переходять повноваження щодо управління справами кредитної спілки. Комісія від імені кредитної спілки, яка припиняє діяльність, виступає у суді.

Комісія розміщує у відповідних засобах масової інформації, в яких публікуються дані про державну реєстрацію кредитної спілки, що припиняє діяльність, повідомлення про припинення діяльності такої спілки та про порядок і строк заявлення вимог її кредиторами. Цей строк не може бути меншим двох місяців з моменту публікації повідомлення про припинення діяльності кредитної спілки.

Комісія вживає усіх можливих заходів щодо виявлення кредиторів, а також письмово сповіщає їх про припинення діяльності спілки.

Кредитори кредитної спілки, що припиняє діяльність, можуть вимагати від неї припинення або дострокового виконання зобов'язань та відшкодування збитків.

При реорганізації кредитної спілки після закінчення строку для пред'явлення вимог кредиторами та задоволення чи відхилення цих вимог комісія складає передавальний акт (злиття, приєднання) або розподільчий баланс (поділ), які мають містити положення про правонаступництво щодо всіх зобов'язань кредитної спілки, що припиняє діяльність, стосовно всіх її кредиторів та боржників, включаючи зобов'язання, які оскаржуються сторонами.

Передавальний акт та розподільчий баланс затверджуються органом, що прийняв рішення про припинення діяльності кредитної спілки.

Нотаріально посвідчені копії передавального акта або розподільчого балансу передаються до Уповноваженого органу.

Порушення цього порядку є підставою для відмови у внесенні до Державного реєстру запису про припинення діяльності кредитної спілки та державній реєстрації створюваних правонаступників.

При ліквідації платоспроможної кредитної спілки вимоги її кредиторів задовольняються у такій черговості:

1) у першу чергу задовольняються вимоги працівників кредитної спілки та членів ліквідаційної комісії, пов'язані з трудовими відносинами, та вимоги щодо сплати страхових внесків на загальнообов'язкове державне соціальне страхування;

2) у другу чергу задовольняються вимоги за вкладами членів кредитної спілки на депозитних рахунках та вимоги кредиторів, забезпечені заставою чи іншим способом;

3) у третю чергу задовольняються вимоги щодо сплати податків, зборів (обов'язкових платежів);

4) у четверту чергу задовольняються всі інші вимоги.

У разі відмови ліквідаційної комісії у задоволенні вимог кредитора або ухилення від їх розгляду кредитор має право до затвердження ліквідаційного балансу звернутися в суд із позовом до ліквідаційної комісії. За рішенням суду такі вимоги кредитора включаються до ліквідаційного балансу та задовольняються в порядку черговості.

Вимоги кредитора, заявлені після спливу строку, встановленого ліквідаційною комісією для їх пред'явлення, задовольняються з майна кредитної

спілки, що залишилося після задоволення вимог кредиторів, заявлених своєчасно.

Вимоги кредиторів, які не визнані ліквідаційною комісією, якщо кредитор не звертався до суду з позовом, вимоги, у задоволенні яких рішенням суду кредиторові відмовлено, вимоги, не задоволені за браком майна, вважаються погашеними.

Якщо вартість майна кредитної спілки є недостатньою для задоволення вимог кредиторів, вона ліквідується в порядку, передбаченому законом про банкрутство. Припинення діяльності кредитної спілки в процесі відновлення її платоспроможності або банкрутства визначається законом.

При ліквідації спілки залишок коштів резервного та додаткового капіталу після розрахунків із членами спілки та іншими кредиторами зараховується до Державного бюджету України.

Після завершення процедури ліквідації кредитної спілки комісією складається ліквідаційний баланс, який передається Уповноваженому органу для затвердження та є підставою для виключення такої кредитної спілки з Державного реєстру.

У червні 1994 р. 28 кредитних спілок із 17 областей України заснували Національну асоціацію кредитних спілок України (НАКСУ) [5, с. 115].

Ідея створення асоціації виникла ще при заснуванні національного оргкомітету з відродження руху кредитних спілок в Україні. Кредитні спілки, що створювалися пізніше, приєднувалися до засновників НАКСУ, яка була і залишається відкритою для всіх кредитних спілок, що виникають в Україні та дотримуються кооперативних принципів.

З 12 по 14 вересня 1994 р. в Україні відбулася перша конференція українських кредитних спілок. Після обговорення стану кредитно кооперативного руху в Україні конференція прийняла звернення до органів виконавчої влади всіх рівнів.

У листопаді 1994 року Національна асоціація кредитних спілок України стала повноправним членом Всесвітньої ради кредитних спілок. У квітні 1995 р. при НАКС створено навчально-методичний центр, а у вересні – сервісний центр. За даними НБУ, на початок 1996 р. в Україні було зареєстровано понад 150 кредитних спілок.

Національну асоціацію кредитних спілок України (далі – НАКСУ) створено для вирішення проблем, пов'язаних з розвитком кредитного руху в Україні, для поліпшення соціально-економічного стану широких верств населення, як координаційна та уніфікована структура, що об'єднує кредитні спілки в життєздатну структуру. На кінець 2000 р. до складу НАКСУ входило 105 кредитних спілок із 21 області України та Автономної Республіки Крим. Вони об'єднували майже 75 тисяч громадян і мали у своїх активах понад 17 млн грн. Кредитні спілки, що входять до членів НАКСУ, протягом 2000 р. надали близько 60 тис. позик на суму понад 40 млн грн. При цьому структура сумарного кредитного портфеля кредитних спілок – членів НАКСУ була такою: соціальне кредитування (пільгові кредитні програми для соціально незахищених верств населення) – 5%, споживче кредитування (придбання побутової техніки, навчання, відпочинок, індивідуальне житлове будівництво тощо) – 40%, бізнес-кредитування (кредитування підприємницьких ініціатив, придбання виробничого обладнання та поповнення обігових коштів підприємців і фермерів) – 55% [6, с. 13].

Основні напрями діяльності НАКСУ:

• участь у розробці та лобіюванні повноцінного законодавства для кредитних спілок України;

• створення інфраструктури, яка необхідна для стабільної та ефективної роботи кредитних спілок (страхова компанія, навчально-методичний центр, сервісний центр);

• захист інтересів кредитних спілок та їх членів перед центральними та місцевими органами виконавчої влади;

• консультування кредитних спілок з фінансових, правових і бухгалтерських питань.

Підвищення кваліфікації кадрів кредитних спілок передбачає вивчення та узагальнення передового досвіду роботи; розробку внутрішніх операційних стандартів з метою уніфікації діяльності кредитних спілок – членів НАКСУ; пропаганду ідей фінансової кооперації серед широких верств населення України; створення єдиного інформаційного простору в рамках українського руху кредитних спілок; впровадження програм забезпечення фінансової стабільності кредитних спілок (стабілізаційний фонд, центральний резерв ліквідності).

НАКСУ докладає великі зусилля для створення необхідної кредитним спілкам інфраструктури, яка вже зараз складається із страхової компанії, навчально-методичного та сервісного центрів. Інфраструктура повинна не тільки задовольняти потреби кредитних спілок у необхідних послугах, а й забезпечити їх фінансову стабільність. Тому невід'ємною частиною інфраструктури повинен стати стабілізаційний фонд, який гарантує повернення вкладів громадян у разі банкрутства кредитної спілки та сприяє ефективному взаємному кредитуванню її членів.

Висновки з проведеного дослідження. З наведеного вище можна зробити такі висновки. Кредитні спілки – важлива інфраструктурна складова фінансового ринку. Саме тому їх господарська діяльність повинна сприяти економічному розвитку регіону. При організації кредитних відносин кредитні спілки виходять з необхідності врахування інтересів спілки, її пайовиків, позичальників та загальнодержавних інтересів.

У червні 1994 р. 28 кредитних спілок із 17 областей України заснували Національну асоціацію кредитних спілок України (НАКСУ).

Національну асоціацію кредитних спілок України створено для вирішення проблем, пов'язаних з розвитком кредитного руху в Україні, для поліпшення соціально-економічного стану широких верств населення, як координаційна та уніфікована структура, що об'єднує кредитні спілки у життєздатну структуру.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Дадашев Б.А. Кредитні спілки в Україні : навч. посіб. / Б.А. Дадашев, О.І. Гриценко. – К. : Центр учбової літератури, 2010. – 196 с.
2. Закон України «Про кредитні спілки» від 20 грудня 2001 р. № 2908-II // Відомості Верховної Ради України. – 2002. – № 15. – С. 101-121.
3. Корніюк О. Кредитні спілки: законодавчі новації / О. Корніюк // Бухгалтерія. Право. Податки. Консультації. – 2006. – 20 березня (№ 12). – С. 75-76.
4. Кредитна кооперація : навч. посіб. / Овчиннікова О.Є., Клименко С.М., Скворцов П.І. [та ін.]. – Донецьк : Ділові перспективи, 2010. – 330 с.
5. Луцишин О.О. Кредитні спілки на ринку фінансових послуг України: проблеми та пріоритети розвитку / О.О. Луцишин // Світ фінансів. – 2006. – Випуск 3. – С. 127-132.
6. Оленчик А.Я. Матеріали семінару «Кредитні спілки України: пріорітети розвитку та регулятивної політики» / А.Я. Оленчик. – Львів : ДКРРФПУ, 25.09.06. – 16 с.
7. Положення про погодження статуту кредитних спілок з питань

кредитування та розрахунків і надання позик кредитними спілками : наказ Голови Правління НБУ від 17.03.94 № 41 // Урядовий кур'єр. – 2008. – 24 квітня. – С. 7.
8. Про внесення змін до «Положення про погодження статуту кредитних спілок з питань кредитування та розрахунків і надання позик кредитними спілками» : лист на адресу всіх регіональних управлінь НБУ від 02.08.99 № 23011/107 // Урядовий кур'єр. – 2010. – 17 липня. – С. 5.

УДК 336.71

Єріс Л.М.
кандидат економічних наук,
доцент кафедри банківської справи
Української академії банківської справи
Національного банку України

МІЖБАНКІВСЬКІ КРЕДИТИ У СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ГРОШОВИМИ ПОТОКАМИ БАНКУ

Стаття присвячена визначенню місця міжбанківських кредитів у системі управління грошовими потоками банку. Проведено аналіз сучасного стану ринку міжбанківського кредитування. Обґрунтовано основні напрями удосконалення роботи банків з міжбанківського кредитування.
Ключові слова: банківська установа, міжбанківський кредит, грошові потоки.

Ерис Л.Н. МЕЖБАНКОВСКИЕ КРЕДИТЫ В СИСТЕМЕ УПРАВЛЕНИЯ ДЕНЕЖНЫМИ ПОТОКАМИ БАНКА
Статья посвящена определению места межбанковских кредитов в системе управления денежными потоками банка. Проведен анализ современного состояния рынка межбанковского кредитования. Обоснованы основные направления усовершенствования работы банков по межбанковскому кредитованию.
Ключевые слова: банковское учреждение, межбанковский кредит, денежные потоки.

Eris L.N. BETWEEN BANK CREDITS IN CONTROL SYSTEM BY MONEY STREAMS OF BANK
The article is sanctified to the location of between bank credits in control system the money streams of bank. The analysis of modern market of the between bank crediting condition is conducted. Basic directions of improvement of work of banks are reasonable on the between bank crediting.
Keywords: bank establishment, between bank credit, money streams.

Постановка проблеми. На сучасному етапі розвитку вітчизняної економіки перед банками постають проблеми формування випереджальної адаптації до змін ринкового середовища. Вирішення цих проблем потребує вдосконалення маркетингової діяльності банків, яка охоплює широке коло банківських бізнес-процесів, підпорядковуючи управлінські рішення вимогам забезпечення та зміцнення конкурентних переваг.

Для збереження конкурентних переваг банкам необхідно використання потенціалу всіх складових комплексу маркетингу, який має враховувати специфіку діяльності вітчизняних банківських установ. Сучасні дослідники вдосконалюють класичний комплекс маркетингу 4P (product, price, place, promotion) з метою його адаптації до банківської сфери, однак вони недостатньо відповідають особливостям банківської діяльності і не сприяють визначенню ефективності використання всіх складових комплексу банківського маркетингу.

Необхідність посилення уваги до стратегічних аспектів забезпечення ефективного використання комплексу маркетингу, зміцнення конкурентних переваг банків на ринку банківських послуг у сучасних умовах додатково обумовлюється поглибленням процесів фінансової глобалізації, що надзвичайно посилює чутливість банків до змін, які відбуваються у ринковому середовищі.

Тому дослідження проблем удосконалення комплексу маркетингу банку, використання якого спрямовано на збереження конкурентних переваг на ринку банківських послуг, варто визнати актуальними і своєчасними.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Фундаментальні дослідження маркетингової діяльності викладено в наукових працях зарубіжних та вітчизняних учених, таких як: Г. Багієв, Дж. Бернет, Б. Берман, Б. Блек, С. Гаркавенко, О. Голубкова, Є. Голубков, Д. Джоббер, А. Дейян, Пітер Р. Діксон, Є. Діхтль, Дж. Р. Еванс, Ф. Котлер, І. Коренєва та ін.

Проблемам банківського маркетингу та його комплексу присвячено праці таких вітчизняних учених: І. Алексєєва, С. Бойко, І. Брітченка, М. Вознюка, І. Волошка, Т. Гірченко, О. Дубовик, Д. Завадської, О. Захарчука, С. Козьменка, Л. Кузнєцової, І. Лютого та ін. Водночас, віддаючи належне наявним теоретичним та методичним розробкам, варто зазначити, що залишається недостатньо дослідженою, дискусійною і вимагає подальшої розробки та наукового осмислення низка теоретико-методологічних і практичних проблем, пов'язаних із формуванням інтегральної оцінки ефективності комплексу маркетингу банку.

Отже, практична значущість та недостатня теоретична розробленість проблем, пов'язаних із використанням складових маркетингу банку та напрямами підвищенням їх ефективності, визначили вибір теми дослідження та її актуальність.

Постановка проблеми. У сучасних умовах економічного розвитку країни, коли залучення строкових депозитів ускладнюється внаслідок дефіциту власних оборотних коштів підприємств та високих темпів інфляції, а з боку населення спостерігається все вищий рівень недовіри до банківських установ, виникає необхідність у залученні коштів з інших джерел – і одним із таких джерел для банків є міжбанківські

позики або міжбанківський кредит. Міжбанківський кредит займає особливе місце в системі управління грошовими потоками банків і має значний вплив на розвиток банківської системи в цілому. Потоки міжбанківських кредитів зачіпають інтереси багатьох галузей господарювання, а також взаємодіють з ринком цінних паперів та валютним ринком. Із усіх існуючих сьогодні фінансових інструментів міжбанківські кредити найбільш оперативно реагують на зміну кон'юнктури фінансового ринку, так як банки часто розглядають ринок міжбанківських кредитів в якості оперативного джерела ресурсів для активних операцій на інших сегментах фінансового ринку. Тому визначення місця міжбанківських кредитів в системі управління грошовими потоками банків є актуальним питанням сьогодення.

Аналіз останніх публікацій. Питання проведення міжбанківських операцій, регулювання і вплив на розвиток системи управління грошовими потоками банків розглядається багатьма вітчизняними та зарубіжними вченими. Так, формуванню ресурсної бази банку, у тому числі і за рахунок міжбанківських позик, присвятили свої праці такі вітчизняні вчені, як А. Мороз, М. Алексеєнко, С. Сиротян, О. Дзюблюк, Ж. Довгаль, О. Кириченко, Ж. Мартинюк, А. Ятченко, проте у більшості праць досліджуються або окремі питання міжбанківського кредитування, або особливості їх дії в певних аспектах банківської діяльності. У той же час роль міжбанківського кредитування в ефективному функціонуванні банківської системи країни набуває нових значень, доцільність вивчення яких є також важливою.

Мета статті – поглиблення теоретичних досліджень і практичних розробок з проблем організації та розвитку міжбанківського кредитування для забезпечення ефективної системи управління грошовими потоками банків.

Виклад основного матеріалу. Кредитна діяльність банків невіддільна від операцій на ринку міжбанківських кредитів. Отримання кредитів в інших банках дає можливість поповнювати банківські кредитні ресурси. При надлишку ресурсів банк розміщує їх на міжбанківському ринку, при нестачі ресурсів банк купує їх на ринку. Ринок міжбанківських кредитів є важливою складовою ринку кредитних ресурсів, тобто міжбанківський кредит є дуже важливим поняттям в системі кредитування. Але щодо визначення даного поняття однозначного трактування немає.

Так, вчені К.Р. Тагирбеков та Н.В. Богатирьова вважають, що міжбанківський кредит – це кредит, що надається одним банком іншому або депозити банку, які розміщуються в інших банках [1, с. 89]. Але дане визначення не є повним хоча б через те, що це, по-перше – відносини між банками, а по-друге, в даному визначенні не враховуються відносини між банками другого рівня та Національним банком України, по-третє, визначення занадто лаконічне та не виявляє самої суті міжбанківської позики.

Існує й інша думка. Так, економіст А.Г. Івасенко надає таке визначення: «міжбанківський кредит – це форма кредитування банками один одного, це дороге джерело додаткових ресурсів, які надаються на короткий термін» [2, с. 18]. На нашу думку, недоліком запропонованого поняття є те, що даний вид позики визначається як «дороге джерело додаткових ресурсів», тоді як динаміка відсоткових ставок по міжбанківському кредитуванню та процентних ставок за строковими депозитами, залученими банками у фізичних осіб показує, що міжбанківські позики не дорожчий, а навіть дешевший ресурс, але при умові стабільності економіки. У цьому й особливість міжбанківського кредитування – вартість на даний вид позики достатньо низька, коли відсутній значний попит на неї, але при відсутності можливості підтримки ліквідності іншим ресурсом, вартість на міжбанківські позики зростає навіть у рази. Тобто недоліком визначення А.Г. Івасенка є відсутність пояснення коливання вартості міжбанківського кредиту в залежності від умов на фінансовому ринку. По-друге, в останній час міжбанківське кредитування розглядається не лише як джерело,що надається лише на короткий час, даний вид кредитування може бути наданий і на більш довгий термін (максимальний термін – більше року). Великий тлумачний словник економічних та юридичних термінів таким чином визначає міжбанківський кредит – це грошові ресурси фінансово-кредитних установ, які розміщують один в одного у формі короткострокових депозитів [3, с. 124]. Як бачимо, знову визначено, що на короткий термін, при цьому визначення занадто загальне і не визначає особливостей міжбанківського кредиту як специфічного виду кредиту. Більш розширене означення надає фінансовий словник – «кредит, наданий банкові іншим банком, здебільшого має короткотерміновий характер. Завдяки кореспондентським відносинам

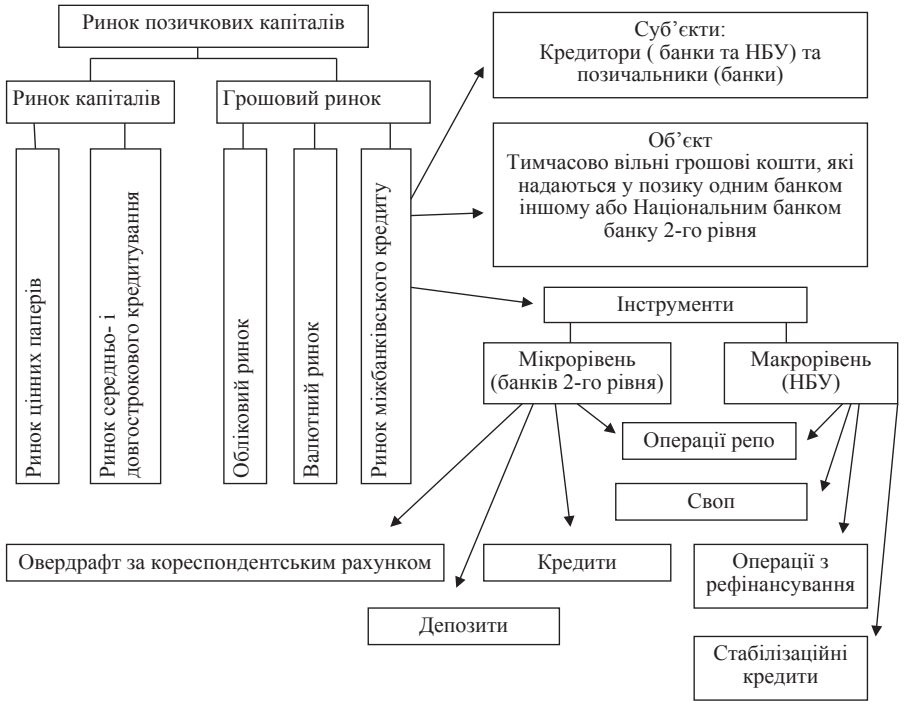


Рис. 1. Ринок міжбанківського кредиту в системі управління грошовими потоками банку

Складено автором за матеріалами [6]

між комерційними банками та використанню системи електронних платежів кредит міжбанківський є надзвичайно оперативним видом кредитів, одним із способів дотримання банками необхідного рівня ліквідності» [4, с. 72]. При цьому НБУ надає таке визначення – це короткостроковий кредит, отриманий (наданий) з метою оперативного забезпечення банківської системи ресурсами, дотримання вимог економічних нормативів, підтримки ліквідності, платоспроможності і стабільності функціонування банків [5]. Серед попередньо зазначених визначень дане є найбільш повним за рахунок розкриття специфічної ролі міжбанківського кредитування, хоча й не зазначено, що це саме певні відносини між суб'єктами на міжбанківському ринку.

Отже, з огляду на вищезазначене, на нашу думку, найбільш повним є таке визначення: міжбанківський кредит – це сукупність економічних відносин між банком-кредитором та банком-позичальником з приводу руху позичкового капіталу, результатом яких є розширення активних операцій банка – позичальника, забезпечення виконання резервних вимог Національного банку України та підвищення ліквідності та платоспроможності банку.

Міжбанківські кредити функціонують на ринку міжбанківських кредитів, де реалізуються міжбанківські кредитні відносини (рис. 1).

Таким чином, можна стверджувати, що ринок міжбанківських кредитів – це частина ринку позичкових капіталів, де відбувається перерозподіл вільних грошових ресурсів між банківськими установами та Національним банком України, а також поміж банківськими установами, використовуючи різноманітні інструменти міжбанківського кредитування.

Можна стверджувати, що міжбанківський кредит має низку переваг над іншими джерелами поповнення ресурсної бази банків та підтримки ефективної діяльності банків. Даними перевагами є:

– швидкість отримання необхідних ресурсів, а також можливість отримання необхідних ресурсів у будь-який момент від банків, що мають на даний момент вільні кошти;

– можливість залучення коштів як на довгостроковий період, так і на короткостроковий – на відміну від інших джерел поповнення ресурсів, вони можуть бути залучені і на досить короткий період – від 1 дня до 1 місяця (паралель можна провести з депозитами клієнтів – їх неможливо залучити на такий короткий період часу, так як це невигідно клієнтам – прибуток за такий період часу буде дуже малим);

– нижча вартість у порівнянні з іншими ресурсами в момент стабільності фінансової системи, коли міжбанківський кредит не є затребуваним;

– менший ступінь ризику для банків-кредиторів, так як банки є більш надійними позичальниками , ніж суб'єкти господарювання і населення;

– так як відповідно до нормативної бази НБУ суми міжбанківських позик не підлягають обов'язковому резервуванню, то це джерело ресурсів надає додаткові можливості для розширення кредитної діяльності банку. Ця закономірність зумовлюється тим, що обов'язкове резервування безпосередньо впливає на рівень грошової маси, а також на структуру фінансового ринку. Обмежуючи кредитні ресурси комерційних банків шляхом підвищення норми обов'язкових резервів, держава водночас сприяє активізації ринку міжбанківського кредитування. Адже в умовах зростаючої норми обов'язкових резервів міжбанківський кредит є найвигіднішим інструментом залучення банками грошових коштів, оскільки вони не підлягають резервуванню. Резервування різниці між залученими і наданими міжбанківськими депозитами робить вигідним залучення міжбанківського кредиту.

Отже, виходячи з вищесказаного, можна стверджувати, що саме міжбанківське кредитування, є тим необхідним та потужним джерелом поповнення ресурсної бази банківських установ, яке може значною мірою впливати на розвиток банківської системи України. Так, низький рівень роботи банків на ринку міжбанківських кредитних ресурсів свідчить про потребу в удосконаленні процесу міжбанківського кредитування [7, с. 46].

Ситуація на ринку міжбанківських кредитів на даний момент стабілізується, але чергове загострення кризи ліквідності може статися у будь-який момент, а тому банкам терміново будуть необхідні високоліквідні кошти, які швидко отримати вони зможуть лише від інших банків. Одним з сучасних експертів-економістів було визначено десятку банків, які є найбільш активними учасниками міжбанківського ринку та найбільшими кредиторами у 2013 році. Звичайно, більшість з них – банки саме 1-ї групи, в руках яких і зосереджена більша частина коштів міжбанківського ринку, доступ банків 4-ї групи є досить утрудненим, з перешкодами, як у більш стабільні часи, так і даний момент, коли саме для малих банків встановлюються досить значні ліміти кредитування. Так, коли на міжбанківському ринку криза, великі банки позичають один одному кошти під 30-50% річних, а малі – під 50-70%. Перетік ресурсів можливий, але він не значний. Та при цьому останнім часом найбільші банки (1-ї групи покласифікації НБУ) все частіше кредитують фінансові установи з 2-ї групи. Ті, у свою чергу, видають позики дрібнішим учасникам міжбанківського ринку і так далі, по ланцюжку.

Аналіз динаміки міжбанківських позик на міжбанківському ринку неможливо провести в повному обсязі, не зазначивши при цьому, як саме розвивався ринок міжбанківських позик на Україні і його тенденцію за останні роки. Що стосується далекого минулого, до зародження перших реформ єдина банківська система обслуговувала весь Радянський Союз. Держава володіла усіма коштами підприємств, платіжні операції здійснювалися через внутрішньобанківські перекази. При цьому основною вимогою до системи розрахунків та її відмітною рисою був контроль, а не оперативність, зручність або надійність. Розрахунки через систему міжфілійних оборотів здійснювалися переказуванням сум за рахунками у різних установах однієї системи банку. У міжфілійних оборотах брали участь усі філії банку, однак у кожній конкретній операції – дві філії, що кореспондували між собою. Засобом міжфілійних розрахунків були авізо за МФО, які складалися та спрямовувалися в розрахунково-касові центри при центральному банку або в процесингові центри головного банку. Але невдовзі монобанківська система, через політичні зміни, що відбулися на території Радянського Союзу, зникла наприкінці 80-х років і поступилася місцем дворівневій банківській системі. Тому саме період 1988–1991 рр. – початок розвитку елементів ринкової економіки в господарському механізмі та зародження основ для функціонування міжбанківського кредитування [8, с. 135-136].

Отже, є доречним виявити динаміку діяльності десятки найактивніших банків-учасників на міжбанківському ринку за останні роки, а саме в передкризовий, кризовий і посткризовий період, що відбувається на даний момент, а саме проаналізувати не

лише ті суми, що надані іншим банкам, але і запозичення цих банків в інших банківських установах (табл. 1).

Отже, за наведеними даними можна зробити висновок, що у 2013 році, незважаючи на те, що суми, які були надані вищезазначеними банками, були найбільшими у порівнянні із сумами коштів інших банків, і вони є лідерами по наданню кредитів, при співвідношенні з кредитами, що були залучені цими банками, було виявлено, що 8 з 10 оцінюваних банків у 2013 році були в більшій мірі позичальниками, ніж кредиторами. Так, лише ПАТ «Банк 3/4» та ПАТ «Кредит Дніпро» були основними кредиторами у 2013 році серед оцінюваних банківських установ. Щодо 2012 року, то єдиним кредитором був ПАТ «Кредит Дніпро», інші банки були в більшій мірі позичальниками. У період кризи та виходу з неї – у 2011–2010 роках взагалі усі вищезазначені банки були позичальниками, що не є несподіванкою, у 2009 році кредиторами були знову ж таки ПАТ «Кредит Дніпро» та ПАТ «Дельта банк», а в 2008 році окрім цих двох зазначених банків кредитором був державний банк АТ «Ощадбанк». У 2008–2011 рр. відсутні дані по банкам ПАТ «Банк 3/4» та ПАТ «Діві банк», так як на той момент їх ще не було створено, але при цьому в 2012 та 2013 роках вони активно діють на міжбанківському ринку, тобто можна зробити висновок, що міжбанківський ринок – один із цільових орієнтирів банків з самого початку.

Наступним кроком аналізу є визначення темпу росту обсягів кредитування банків, тобто дуже важливим є визначити динаміку обсягу коштів, рівномірне чи нерівномірне зростання спостерігалось протягом передкризового періоду, періоду кризи та на даний момент. Для аналізу використаємо вищезазначені дані – сальдо по наданим та отриманим кредитам (табл. 2).

За результатами аналізу можна зазначити, що ситуація щодо міжбанківського кредиту саме у цих банківських установах була нестабільною та змінювалася кожного року. Так, у 2009 році в порівнянні з 2008 роком бачимо зростання обсягів сальдо по міжбанківських кредитах у кожному з оцінюваних банків, тоді як вже у 2010 році у порівнянні з 2009 роком – саме період кризи, в багатьох банках обсяги коштів значно зменшилися, хоча при цьому у державного банку України спостерігається значний приріст даних ресурсів, а так як в попередньому аналізі ми визначили, що АТ «Укргазбанк» був позичальником у більшій мірі, то можна зауважити, що в банку не було інших ресурсів і основним джерелом поповнення банк вбачав саме в міжбанківських позиках.

У 2011 році у порівнянні з 2010 роком обсяги міжбанківських позик значно скоротилися, це може вказувати на той факт, що банки в більшій мірі почали поповнювати пасиви банків з інших джерел, а саме коштів фізичних та юридичних осіб, лише ПАТ «Дельта банк» активно використовує міжбанківский кредит.

Майже така сама ситуація спостерігається і в 2012 році у порівнянні з 2011 роком – знову скорочуються міжбанківські позики, така сама ситуація спостерігається і на міжбанківському ринку в цілому – тенденція до зменшення даного джерела в ресурсах банків. Лише «Дельта банк» та «Укргазбанк» активно використовують та збільшують обсяги міжбанківських позик, а обсяги міжбанківського кредиту банку АТ «Ощадбанк» залишаються майже на тому ж рівні.

У 2013 році, як бачимо, відбулося пожвавлення, усі банки збільшують власні ресурси за рахунок

Таблиця 1

Аналіз динаміки використання групою банків України міжбанківських позик за період 2008–2013 роки

Банки	Сальдо за 2008 рік, тис. грн	Сальдо за 2009 рік, тис. грн	Сальдо за 2010 рік, тис. грн	Сальдо за 2011 рік, тис. грн	Сальдо за 2012 рік, тис. грн	Сальдо за 2013 рік, тис. грн
ПУМБ	2 498 557	5 279 170	2 861 081	3 143 796	1 462 645	1 987 371
Ощадбанк	-2 491 932	20 014 593	16 796 066	15 325 132	15 237264	18 558 321
Укргазбанк	-309 028	1 299 574	3 149 374	2 901 765	5 439 467	6 856 322
Дельта Банк	148 683	-151 025	1 135 749	4 043 356	6 534 521	6 765 849
Укрексімбанк	8 941 194	17 680 935	18 462 487	15 332 674	12 555517	11 024 913
Банк 3/4	-	-	-	495 246	225 204	468 971
Діві Банк	-	-	-	-	15 505	-18 259
УкрСиббанк	16 955 591	28 852 507	15 249 321	10 990 924	3 107 845	846 557
Кредит Дніпро	-52 060	-76 339	182 877	326 226	-172 836	-842 308

Розраховано автором за матеріалами [9]

Таблиця 2

Аналіз приросту різниці коштів групи банків України, що були надані та отримані від інших банків у період 2008–2009 роки

Банки	Темп росту сальдо, 2009 рік, %	Темп росту сальдо, 2010 рік, %	Темп росту сальдо, 2011 рік, %	Темп росту сальдо, 2012 рік, %	Темп росту сальдо, 2013 рік, %
ПУМБ	211,29	54,20	109,88	46,52	135,88
Ощадбанк	х	83,92	91,24	99,43	121,80
Укргазбанк	х	242,34	92,14	187,45	126,05
Дельта Банк	х	х	356,01	161,61	103,54
Укрексимбанк	197,75	104,42	83,05	81,89	87,81
Банк 3/4	0,00	0,00	0,00	45,47	208,24
Діві Банк	0,00	0,00	0,00	0,00	х
УкрСиббанк	170,17	52,85	72,07	28,28	27,24
Банк Кредит Дніпро	146,64	х	178,39	Х	487,35

Розраховано автором за матеріалами [9]

міжбанківського кредиту, лише банк ПАТ «Укрсиббанк», як і в 2011 році, максимально зменшив запозичення з даного джерела, а також банк АТ «Укрексімбанк», який зменшив портфель міжбанківських позик на 11% в порівнянні з 2011 роком.

Наступним кроком аналізу є визначення долі міжбанківських позик, що отримані банками в іноземній валюті, так як це дозволить виявити, рух міжбанківських позик відбувається між українськими банками на національному банківському просторі чи позики в більшій мірі надходять від материнських банків чи інших іноземних банків. У 2008 та 2009 роках операції в іноземній валюті жорстко регламентувалися, так як НБУ для здійснення своєї основної функції – забезпечення стабільності грошової одиниці України – з метою підтримки національної валюти (гривні) жорстко обмежував обіг іноземної валюти на території України.

Для цього він запроваджував жорсткі та чіткі регулятивні правила обігу іноземної валюти, як у готівковій, так і в безготівковій формі. Іноземну валюту на території України можна було використовувати лише при розрахунках на митниці, при перетинанні кордону, або за кордоном: при оплаті лікування, отриманні освіти тощо.

Розрахунки у межах України між суб'єктами-резидентами іноземною валютою були заборонені взагалі. Жорстка позиція НБУ щодо обмеження обігу іноземної валюти на території України була відображена у змісті ліцензій, які видавав НБУ, для здійснення валютних операцій. Банкам надавалася можливість здійснювати тільки ті операції, що були зазначені у переліку додатку до письмового дозволу (який на той час замінював генеральну ліцензію) чи надавалися індивідуальними ліцензіями. Однак у самих дозволах у переліку відсутні пункти, за якими банкам станом на 2009 рік дозволялося б кредитування в іноземній валюті. Це входило б у протиріччя з тією жорсткою обмежувальною політикою НБУ, яка здійснювалася ним на валютному ринку того часу [10]. Тому аналіз даних можна проводити лише у період 2010–2013 роки (табл. 3). Можна зазначити, що у 2010 році у половини банків, що аналізуються, більше ніж 50% від отриманих міжбанківських коштів – саме в іноземній валюті. Це пояснюється тим, що на території України саме у цей час спостерігалася криза, банкам самим не вистачало коштів для своїх ресурсів, і отримувати кошти банки могли лише від іноземних банків та материнських компаній. Так, 92% від обсягу міжбанківських позик банк ПАТ «Укрсиббанк» отримав від материнської компанії.

У 2011 році ситуація змінилася, при цьому загальної тенденції не спостерігалося – у одних банків доля міжбанківських позик зменшилася – таких як ПАТ «ПУМБ», АТ«Ощадбанк», ПАТ «Дельта банк», в інших – зросла, при цьому знову в банку ПАТ «Укрсиббанк» вже 98% міжбанківських позик саме в іноземній валюті. Це пояснюється тим, що кожен банк по-своєму виходив з кризи і знаходився на різних стадіях виходу з неї. Так, у 2012 році ситуація така ж нерівномірна, але в цілому спостерігається зменшення долі міжбанківських позик в іноземній валюті – це пояснюється певною стабілізацією банківської діяльності України, стабілізації національного міжбанківського ринку, але при цьому цей обсяг є занадто високим у деяких банках (ПАТ «Укрсиббанк», ПАТ «Дівібанк», ПАТ «Банк 3/4», ПАТ «Банк Кредит Дніпро»). У 2013 році в українських банках ситуація також нерівномірна – в АТ

Таблиця 3

Аналіз долі міжбанківських позик в іноземній валюті у загальній сумі міжбанківських позик, що отримані банками

Банки	Доля МБП в ін. валюті, 2010 рік, %	Доля МБП в ін. валюті, 2011 рік, %	Доля МБП в ін. валюті, 2012 рік, %	Доля МБП в ін. валюті, 2013 рік, %
ПУМБ	45,03	40,14	62,18	37,41
Ощадбанк	6,29	1,15	5,50	2,99
Укргазбанк	17,33	27,45	19,04	19,94
Дельта Банк	16,21	12,48	19,90	18,69
Укрексимбанк	57,45	65,01	49,90	31,81
Банк 3/4	x	49,98	63,47	55,82
Діві Банк	x	x	79,09	88,48
УкрСиббанк	92,94	98,47	76,50	24,62
Банк Кредит Дніпро	60,50	71,50	73,52	73,89

Розраховано автором за матеріалами [9]

Таблиця 4

Аналіз долі міжбанківських позик в іноземній валюті у загальній сумі міжбанківських позик, що надані банками

Банки	Доля МБП в ін. валюті, 2010 рік, %	Доля МБП в ін. валюті, 2011 рік, %	Доля МБП в ін. валюті, 2012 рік, %	Доля МБП в ін. валюті, 2013 рік, %
ПУМБ	14,9	49,03	55,72	85,59
Ощадбанк	0,01	9,37	6,55	93,97
Укргазбанк	6,27	2,55	30,24	56,38
Дельта Банк	100	0	67,63	40,42
Укрексимбанк	43,27	86,27	43,47	12,22
Банк s	-	46,08	32,15	33,48
Діві Банк	-	-	18,75	11,14
УкрСиббанк	20,79	29,52	57,54	0,31
Банк Кредит Дніпро	100	94,37	82,41	82,65

Розраховано автором за матеріалами [9]

«Ощадбанку» міжбанківський кредит займає лише близько 3% від усього обсягу міжбанківського кредиту, в АТ «Укргазбанку» доля вища – близько 205, а в АТ «Укрексімбанку» – близько 32%. Щодо банків з іноземним капіталом, то доля міжбанківських позик в іноземній валюті сягає більше 30% (ПАТ «Дівібанк» – 88,48%, ПАТ «Банк 3/4» – 55,82%), тобто пояснюється тим, що кошти поступають у більшій мірі від материнських банків у разі підвищення ризику ліквідності.

Звичайно, що додатково необхідно визначити долю міжбанківських позик в іноземній валюті, що надаються банками, для визначення, кому саме надають банки кредити – українським банківським установам чи іноземним банкам-позичальникам. Через жорстку позицію НБУ обмежив обіг іноземної валюти на території України, розрахунки проводяться також лише починаючи з 2010 року, так як дані за 2008 та 2009 роки відсутні (табл. 4)

За наведеними даними можна зазначити, що протягом усього періоду більш ніж 70% міжбанківських позик в іноземній валюті було надано банком ПАТ «Банк Кредит Дніпро», а так як 100%-ми капіталу банку – це кіпрський, то, мабуть, і кредити надходили саме до Кіпру. В банках ПАТ «Банк s» та ПАТ «Діві Банк» обсяг цих кредитів був значним і в 2012 році, а в 2013 році обсяг міжбанківських позик в іноземній валюті значно збільшився – в банку «Банк s» даний вид кредиту займає 56%, а в ПАТ «Діві Банку» – 88,5% (по тій самій причині, що і ПАТ «Кредит Дніпро»). Щодо інших банків, то динаміка протягом 2010–2013 роках різна – так, у банку ПАТ «ПУМБ» у 2013 році доля кредитів в іноземній валюті сягає близько 40%, така висока доля кредитів в іноземній валюті і у банку АТ«Укрексімбанк» – 31,8%, хоча в динаміці в 2013 році ця доля зменшилася – на 10%. В інших банках у 2013 році доля міжбанківських позик в іноземній валюті значно менша – так, у державному банку АТ «Ощадбанк» вона складає 3%, у ПАТ «Дельта банк» та АТ «Укргазбанк» – 19%. Дана ситуація свідчить про те, що міжбанківські позики банки з українським капіталом надають в основному в національній валюті, а доля міжбанківських позик в іноземній валюті значна у банках з іноземним капіталом у першу чергу за рахунок надання позик материнським банкам.

Отже, аналіз динаміки міжбанківських позик найбільших банків-кредиторів на міжбанківському ринку в період 2008–2013 рр. показав, що дуже важливим є оцінка не лише тих коштів,що надаються банками іншим банкам, але і коштів, що вони отримують від інших банків, так як лише при аналізі сальдо отриманих та наданих позик на міжбанківському ринку можна виявити лідерів по кредитуванню на міжбанківському ринку, так як початкові дані, що були отримані зі статті, не враховували це, а тому не є об'єктивними, як ми виявили у вищезазначеному аналізі.

Висновки з проведеного дослідження. Отже, на основі вищезазначеного можна зробити висновок, що конкурентна боротьба на ринку депозитів на банківському просторі України досить активна, тому необхідно застосовувати усі можливі заходи залучення клієнтів та їх коштів, включаючи як цінові, так і нецінові методи. У випадку, коли вони не діють за причини недостатньої кількості грошей у клієнтів чи відсутності можливості розширення клієнтської бази, ефективним джерелом отримання ресурсів для підтримки ліквідності банку та можливості розширення активних операцій банку використовується міжбанківське кредитування.

Для зменшення ризиків при міжбанківському кредитуванні, особливо для унеможливлення появи системного ризику, банками використовуються різноманітні способи їх запобігання. До них, по-перше, належить кредитний моніторинг, який містить у собі ідентифікацію ризику, оцінку ризику, вибір стратегії ризику, вибір стратегії мінімізації ризику та оцінку зміни рівня ризику при міжбанківському кредитуванні.

По-друге, це лімітування. Базовий ліміт – це максимальна величина кредиту для конкретного позичальника на розглянутий період часу. У світовій практиці розрахунку лімітів на міжбанківські операції базовими є один або два найфундаментальніші параметри фінансового стану банку: його капітал і активи. Також у низці випадків як основні показники при розрахунку базового ліміту можуть використовуватися валюта балансу, щоденний обсяг платежів або капітал (кредитора), прибуток (кредитора).

Також використовуються системи рейтингових оцінок. Вони є ще одним інструментом для зниження кредитних ризиків, широко розповсюджені у світовій банківській практиці, оскільки є зручним інструментом комплексної оцінки фінансового стану банків. В Україні зараз не існує національної системи кредитних рейтингів, тому банки самостійно складають внутрішні кредитні рейтинги контрагентів (рейтинги міжнародних рейтингових агентств, які мають високий авторитет, присвоєні незначній кількості українських банків).

Більшість методик, які використовуються у банках України для оцінки фінансового стану контрагентів, базуються на визначенні агрегованої оцінки надійності банку. При цьому варто зазначити, що більшість методик, за допомогою яких складаються кредитні рейтинги в українських банках, мають такі недоліки, як суб'єктивність та необґрунтованість переходу від бального показника (рейтингу) до об'ємного показника (ліміту). Процес встановлення лімітів на контрагентів полягає у запровадженні шкали відповідності значень рейтингів та сум лімітів. Ліміт на основі рейтингу обмежує максимальний розмір допустимого ризику при операціях з даним контрагентом.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Калтырин А. В. Деятельность коммерческих банков [Текст] / А. В. Калтырин : учеб. пособ. – Ростов Н/Д : «Феникс», 2004. – 384 с.
2. Ивасенко А. Г. Межбанковский кредит: сущность, проблемы и перспективы развития [Текст] / А. Г. Ивасенко. – М. : Вузовская книга, 1998. – С. 18.
3. Кураков Л. П., Кураков В. Л. Великий тлумачний словник економічних і юридичних термінів [Текст]. – М. : Вузів школи, 2001. – 720 с.
4. Фінансовий словник [Текст] / ред. А. Г. Загородній, Г. Л. Вознюк, Т. С. Смовженко. – 2-ге вид. – Львів : Видавництво «Центр Європи», 1997. – С. 244.
5. Офіційний сайт Національного банку України. Глосарій банківської термінології [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www. bank.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=123443&cat_id=123217
6. Башнянин Г. І. Генеза ринкової економіки (політекономія, мікроекономіка, макроекономіка, економічний аналіз, економіка підприємства, менеджмент, маркетинг, фінанси, банки, інвестиції, біржова діяльність): терміни, поняття персоналії [Текст] / Г. І. Башнянин, В. С. Іфтемічук. – К.:«Магнолія плюс», 2004. – 688 с.
7. Кузьмак О. М. Дієвість міжбанківських кредитів в розвитку бан-

ківської системи [Текст]: Рукопис. Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук за спеціальністю 08.00.08 – Гроші, фінанси і кредит. – Державний вищий навчальний заклад «Українська академія банківської справи Національного банку України». – Суми. – 2009.
8. Становлення та розвиток міжбанківських розрахунків в Україні. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://buklib.net/books/24534/.
9. Офіційний сайт Національного банку України. Банківський нагляд. Дані фінансової звітності банків України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.bank.gov.ua/control/uk/publish/category?cat_id=64097
10. Про затвердження Правил використання готівкової іноземної валюти на території України та внесення змін до деяких нормативно-правових актів Національного банку України [Електронний ресурс] : Постанова від 30 травня 2008 року за № 200, зареєстрована в Міністерстві юстиції України 18 червня 2008 р. за № 656/13923. Режим доступу: http://sts.gov.ua/diyalnist-dpa-ukraini/normativno-pravovi-akti-z-pitankpr/postanovi-pravlinnya-nbu/61718.html.

УДК 657.44

Пастушенко А.І.
аспірант кафедри фінансів
Дніпропетровського державного аграрно-економічного університету

Максимова С.В.
асистент кафедри фінансів
Дніпропетровського державного аграрно-економічного університету

ФОРМУВАННЯ ПРИБУТКУ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОГО ПІДПРИЄМСТВА

У статті розкрито та узагальнено теоретичні підходи щодо визначення категорії «прибуток» у контексті сучасних економічних теорій та розглянуто особливості його формування на сільськогосподарських підприємствах. Розглянуто основні напрями управління формуванням прибутку в аграрній сфері.
Ключові слова: прибуток, планування, витрати, розрахунок собівартості. управління прибутком, формування та розподіл прибутку підприємства, підвищення прибутку.

Пастушенко А.И., Максимова С.В. ФОРМИРОВАНИЕ ПРИБЫЛИ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ
В статье раскрыты и обобщены теоретические основы сущности категории «прибыль» в контексте современных экономических представлений и рассмотрены особенности его формирования на сельскохозяйственных предприятиях. Рассмотрены основные направления управления формированием прибыли в аграрной сфере.
Ключевые слова: издержки, расчет себестоимости, управление прибылью, прибыль, планирование, формирование и распределение прибыли предприятия, повышение прибыли.

Pastushenko A.I., Maksymova S.V. FORMATION OF PROFITS AGRICULTURAL ENTERPRISES
In the article the theoretical bases and generalized nature of the category of «income» in the context of current economic ideas and features of its formation on farms are described. The basic directions of formation of profit management in agriculture are investigated.
Keywords: profit, planning, cost, cost calculation, management of profit, development and distribution of profits, increase profits.

Постановка проблеми. У період становлення ринкових відносин в Україні зростає роль прибутку як джерела забезпечення інтересів держави, власників та персоналу підприємств. Тому одним із актуальних завдань є розробка і впровадження методів ефективного управління формуванням прибутку в процесі господарської діяльності. Теорія прибутку є основною в системі економічних категорій, і від науково-обґрунтованого її трактування значною мірою залежить об'єктивність оцінки економічної ефективності через систему відповідних показників.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питаннями, пов'язаними з трактуванням сутності прибутку, займаються багато вчених і практиків, зокрема А.М. Поддєрьогін, В.В. Бабіч та багато інших. Проблеми формування та розподілу прибутку досліджуються у роботах видатних вітчизняних і зарубіжних вчених-економістів. Теоретичні та методичні розробки знайшли відображення у працях таких вітчизняних вчених: О.О. Багера, І.А. Бланка, Л.І. Гладка, Л.О. Денисенко, О.Ф. Івашиної, А.М. Поддєрьогіна та ін.

Метою статті є вивчення теоретичних підходів щодо визначення сутності прибутку та особливості управління його формуванням в аграрних підприємствах.

Виклад основного матеріалу дослідження. Прибуток є основним фінансовим джерелом розвитку підприємства, науково-технічного вдосконалення його матеріальної бази і продукції, усіх форм інвестування. Він слугує джерелом сплати податків. Враховуючи значення прибутку, вся діяльність підприємства спрямована на його зростання. Тобто прибуток як економічна категорія відбиває дохід, який створений у процесі матеріального виробництва в процесі підприємницької діяльності.

З точки зору класичної економічної теорії, метою створення будь-якого підприємства є отримання прибутку. Максимізація прибутку є одним із основних завдань фінансового менеджера, яке для свого вирішення потребує оптимальних рішень у сфері капітальних вкладень, управління структурою та вартістю капіталу, доходами і витратами, основним і оборотним капіталом. Стабільне зростання прибутку – це результат ефективного управління фінансами господарюючого суб'єкта в цілому. Тому управління прибутком можна розглядати як у широкому, так і у вузькому розумінні [2].

В економічній літературі існує безліч різних трактувань сутності прибутку, що суттєво різняться між собою, але в той же час мають і спільні засади.

Кожна із точок зору визначає або природу виникнення прибутку, або зміст і призначення та можливості використання.

А. Бабо зазначає, що прибуток, або його частина, забезпечує економічне зростання і виступає основою інноваційного процесу, адже часто прибуток, породжений нововведеннями, сам є необхідною умовою їх виникнення.

У свою чергу І.О. Бланк характеризує прибуток як виражений у грошовій формі чистий дохід підприємця на вкладений капітал, який характеризує його винагороду за ризик здійснення підприємницької діяльності. А. Сміт прибуток розглядає як наполовину чистий процент на капітал, а решта – плата за управління і ризик.

Прибуток, за дослідженнями В.П. Кабацького, сумарно вимірює відношення результатів і витрат праці, визначає на цій основі ефективність виробничо-фінансової діяльності, а А.Д. Шеремет зазначає, що прибуток визначає зростання потенційних можливостей підприємства, підвищує ступінь його ділової активності.

С.С. Носова досліджує прибуток з іншого боку і зазначає, що він може перетворюватися в монопольний прибуток, який базується на конкурентних цінах і на нераціональному розподіленні ресурсів..., прибуток діє як стимул для нововведення і інвестицій.

В.С. Іхтемійчук вказує, що прибуток є найбільш узагальнюючим показником господарської діяльності підприємства, ефективного використання закріплених за ним засобів [4].

Марксистська економічна теорія визначає прибуток як перетворену форму додаткової вартості, що спотворює сутність капіталістичних відносин, маскуючи справжнє джерело прибутку, яким є неоплачена праця найманих робітників. Сучасна немарксистська економічна теорія найчастіше пов'язує прибуток з капіталом, трактуючи його як винагороду за підприємницьку діяльність, тобто пов'язує його з таким чинником виробництва, як підприємницький талант, підприємницькі здібності.

На нашу думку, узагальнюючи визначення інших науковців, прибуток є узагальненим абсолютним показником, що характеризує його кількісну винагороду за ризик і показує додану вартість, отриману в результаті діяльності за мінусом здійснених витрат і виплачених податків, що використовується для подальшого розвитку підприємства і можливості здійснення ним своєї діяльності.

Щодо джерела прибутку серед економістів різних шкіл та напрямів немає єдиної думки. Різні теорії по-різному трактують джерело прибутку. Однією з перших була теорія прибутку меркантилістів, згідно з якою прибуток виникає в зовнішній торгівлі в результаті продажу товарів за межами країни за вищими цінами, ніж ті, за якими товар куплено.

Класична політична економіка в особі А. Сміта і Д. Рікардо джерело прибутку вбачала у виробництві. А. Сміт прибуток трактував як вирахування підприємця з продукту праці найманого робітника і як результат функціонування капіталу.

Багато західних економістів при поясненні прибутку використовують теорію трьох факторів виробництва Ж.Б. Сея, за якою участь у створенні вартості беруть, праця, земля і капітал. Наприклад, прибуток вони розглядають як дохід від використання засобів виробництва (капіталу) та як плату за працю підприємця з управління та організації виробництва і, отже, дохід на капітал відрізняють від підприємницького доходу.

Не вдаючись до детального аналізу теорій прибутку, слід зазначити, що ближче до істини ті теорії, які джерело прибутку вбачають у безпосередньому виробництві й пов'язують його з додатковим продуктом. Дійсно, на поверхні економічних явищ прибуток виступає як надлишок над витратами виготовлення товару. Реалізовуючи товар, підприємець одержує певну суму грошей, що становить валову виручку або суму продаж. Якщо з цієї суми вирахувати загальні витрати виробництва, то це і буде прибуток, або чиста виручка. Оскільки ця виручка надходить лише після того, як реалізується виготовлений товар, створюється враження, що саме процес реалізації (обігу) і створює прибуток. Проте це поверхове уявлення про прибуток. Лише у сфері обігу прибуток виникнути не може. При продажу товару втілена в ньому вартість додаткового продукту реалізується як надлишок грошей над витратами на виготовлення товару, тобто виступає як прибуток. При цьому прибуток і вартість додаткового продукту, як правило, не збігаються, що пов'язано з тим, що ціни, за якими реалізовуються товари, під впливом ринкової кон'юнктури відхиляється від вартості товару. Недоотриману одним суб'єктом частину вартості додаткового прибутку ринок перерозподілить іншому, на продукцію якого на цей час склався високий попит. У зв'язку з цим останній реалізовує як прибуток і свою, і частину чужої вартості додаткового продукту. Це дає підстави для висновку, що прибуток є формою додаткового продукту.

Прибуток, що формується на сільськогосподарських підприємствах, має свої особливості, що пов'язане з особливостями аграрного виробництва. Сільське господарство – одна із найважливіших галузей матеріального виробництва, в якій створюються матеріальні блага рослинного і тваринного походження для забезпечення населення продуктами харчування, а промисловості – сировиною.

Сільському господарству притаманна ціла низка особливостей, пов'язаних з характером його виробництва, яке базується на здатності рослинних і тваринних організмів до природного відтворення, що залежить від клімату та ґрунту. Звідси випливає докорінна відмінність сільського господарства від інших галузей виробництва – у ньому економічний процес відтворення завжди тісно переплітається з природним. Тобто наслідки господарювання у цій галузі залежать як від працівника, його технічної озброєності, так і від природних умов [1].

На відміну від багатьох інших галузей, сільське господарство має певні особливості, які суттєво впливають на виробничі відносини та економічні показники діяльності працівників, зайнятих у цій галузі. До найважливіших з них слід віднести таке:

1. Сільське господарство дуже відчутно залежить від кліматичних та погодних умов. Але якщо кліматичні умови для якоїсь даної території є відносно незмінними, то фактор погоди є надзвичайно рухливим і малопередбачуваним для відносно значних періодів часу. Це робить важкопрогнозованим визначення кінцевих результатів тієї праці, яка здійснюється в сільському господарстві.

2. В якості найважливішого засобу виробництва тут виступає земля. Процес створення нових земель практично неможливий, тому сільськогосподарське виробництво завжди обмежене в можливостях екстенсивного розширення цього фактора.

3. Ефективність виробництва в сільському господарстві окрім кліматичних та погодних умов залежить від якості самої землі. Адже навіть у межах

відносно невеликих територій завжди мають місце як кращі, так і гірші за своєю родючістю, рельєфом та розташуванням землі.

4. Важливою особливістю сільськогосподарського виробництва є і те, що тут виробництво пов'язане з біологічними процесами. Це суттєво обмежує виробничий процес межами певного періоду.

5. Сільськогосподарське виробництво характеризує і такий чинник, як сезонний характер, що призводить до суттєвого коливання цін на сільськогосподарську продукцію, а також до нерівномірності процесів формування доходів. Здебільшого вони прив'язані до моменту реалізації продукції сільського господарства. Особливістю сільського господарства є й те, що його продукція, як правило, не може довго зберігатися без втрати своєї якості, а це суттєво впливає на ціноутворення на продукцію товаровиробника.

6. Сільське господарство більшою мірою, ніж будь-яка інша галузь суспільного виробництва, пов'язано з навколишнім середовищем. За певних умов організації виробництва в сільському господарстві воно може завдати навколишньому середовищу значної шкоди.

7. У сільському господарстві виробництво ведеться на значних площах, а це призводить до підвищених транспортних витрат. Наприклад, у рослинництві під час сівби, обробки ланів чи, скажімо, збирання врожаю треба переміщувати техніку з одного поля на інше, звозити врожай тощо. Це значно збільшує витрати і до того ж вимагає значного часу [6].

У зв'язку із такою специфікою аграрної галузі процес формування і використання прибутку є досить складним і неоднозначним. Можна виділити такі особливості формування прибутку сільськогосподарських підприємств, які випливають із особливостей їх діяльності:

1. Вища ймовірність неотримання прибутку в результаті обставин, що не залежать від підприємства (епідемія, навала сарани, посуха, ураган).

2. Частину прибутку необхідно спрямовувати на придбання та утримання дорогих основних засобів.

3. Формування прибутку відбувається залежно від періоду закінчення виробничого процесу, оскільки процес виробництва не збігається з календарним роком.

4. За частиною продукції не формуються фінансові результати, оскільки вона спрямовується на внутрішньогосподарське споживання.

5. Застосовують різний порядок формування і розподілу прибутку, так як передбачені особливі організаційно-правові форми аграрних підприємств.

6. Значний вплив на процес формування прибутку мають природно-кліматичні фактори (характерна сезонність виробництва) [8].

Для ефективного управління прибутком треба сформувати дієву систему управління прибутком підприємства, яка розглядається як сутність взаємопов'язаних елементів, кожний з яких виконує певну роботу, спільна дія котрих за певних умов забезпечує досягнення механізму отримання прибутку заданої величини. Ця система має певну структуру, в якої виділяють шість основних блоків: ціль, принципи й завдання управління; механізм управління; організаційне забезпечення; інформаційне забезпечення; методи аналізу прибутку; контроль за виконанням плану по прибутку. Проведемо стислий аналіз складових цієї системи.

Головною метою управління прибутком є визначення шляхів найбільш ефективного його формування та оптимального розподілу, що спрямовані на забезпечення розвитку діяльності підприємства та зростання його ринкової вартості. Виходячи із мети управління прибутком, у процесі управління доцільно вирішити такі завдання:

а) оптимізація обсягу прибутку, що відповідає ресурсному потенціалу підприємства й ринковій кон'юнктурі;

б) досягнення максимально можливої відповідності між обсягом сформованого прибутку й припустимим рівнем ризику. Між цими параметрами спостерігається прямо пропорційна залежність;

в) забезпечення високої якості сформованого прибутку. Це означає, що резерви його зростання повинні бути у першу чергу реалізовані за рахунок операційної (поточної) діяльності й реального інвестування чистого прибутку, що створює базу для подальшого розвитку підприємства;

г) формування за рахунок прибутку обсягу фінансових ресурсів, достатніх для розвитку підприємства в майбутньому. Ці грошові ресурси концентруються у складі фонду нагромадження й спрямовуються на фінансування витрат капітального характеру;

д) розробка ефективних програм участі персоналу в прибутку підприємства, що дозволяють зблизити інтереси власників і найманих робітників;

е) створення умов для збільшення ринкової вартості підприємства, що визначається рівнем капіталізації прибутку. Підприємство саме встановлює пропорції розподілу прибутку на споживану її частину, що капіталізується. При цьому враховуються умови й завдання господарської діяльності.

У структурі механізму управління прибутком І.О. Бланк виділяє такі елементи: ринковий механізм регулювання формування й використання прибутку; державне нормативно-правове регулювання питань формування й розподілу прибутку підприємства; внутрішній механізм регулювання окремих аспектів формування, розподілу й використання прибутку підприємства; система конкретних методів і прийомів здійснення управління прибутком.

Основними завданнями управління формуванням прибутку підприємства є такі: забезпечення максимізації розміру прибутку, що формується, і який відповідає ресурсному потенціалу суб'єкта господарювання та ринковій кон'юнктурі; забезпечення оптимальної пропорційності між рівнем прибутку, що формується, та допустимим рівнем ризику; забезпечення високої якості прибутку, що формується; забезпечення постійного збільшення ринкової вартості підприємства; підтримка конкурентоспроможності у довгостроковому періоді; забезпечення ліквідності підприємства та його платоспроможності; підтримка інвестиційної привабливості.

Політика управління формуванням прибутку підприємства повинна бути спрямована на максимізацію розміру позитивного фінансового результату через виконання комплексу завдань щодо забезпечення зростання обсягів його діяльності, ефективного управління витратами, підвищення ефективності використання матеріально-технічної бази, оптимізації складу та структури обігових коштів, підвищення продуктивності праці та системи управління суб'єктом господарювання (рис. 1).

Для того щоб підприємства України працювали стабільно та отримували прибуток, можна запропонувати такі заходи:

1. Впровадити ефективне внутрішньофірмове планування прибутку.

Рис. 1. Структурна схема управління формуванням прибутку підприємства [5]

2. Застосовувати систему участі працівників у прибутках підприємства. Завдяки такому підходу буде забезпечене стабільне зростання та розвиток підприємства та покращення добробуту працівників.

3. Проведення ефективної кадрової політики. Висококваліфікований персонал для підприємства – основа подальшого розвитку підприємства. Необхідно запровадити такі заходи: моніторинг персоналу, стимулювання персоналу та навчання і розвиток в умовах досягнення науково-технічного прогресу та інновацій.

4. Удосконалення податкового законодавства. Часті зміни податкового законодавства України призвели до посилення нестабільності умов господарювання, надмірного податкового навантаження на підприємство [3; 7].

Для ефективного управління прибутком підприємства та збільшення його величини необхідно:

1. Розробити таку стратегію управління прибутком, яка б відповідала довгостроковим цілям розвитку підприємства та дозволяла досягти найкращих результатів за допомогою наявних ресурсів.

2. Враховувати доходи від усіх видів діяльності підприємства, кожен з яких матиме досить вагомий вплив на величину прибутку.

3. Планувати витрати таким чином, щоб їх сума в жодному разі не перевищувала доходи у даному періоді. Це дозволить забезпечити хоча б беззбитковість виробництва та врятувати в подальшому підприємство від банкрутства.

4. При використанні прибутку орієнтуватися у першу чергу на потреби самого підприємства у формуванні джерел власного фінансування, що в подальшому призведе до максимізації та стабілізації прибутку та розвитку суб'єкта господарювання [9].

Висновок. Прибуток для будь-якого підприємства є основним фінансовим джерелом його розвитку, науково-технічного вдосконалення його матеріальної бази і продукції, всіх форм інвестування. У сучасних умовах господарювання внутрішні фактори мають найбільший вплив на формування прибутку сільськогосподарського підприємства, оскільки піддаються кількісній оцінці. При оптимізації використання ресурсного потенціалу підприємства можливо отримати максимальний рівень прибутку аграрного підприємства. Політика управління формуванням прибутку підприємства повинна бути спрямована на максимізацію розміру позитивного фінансового результату через виконання комплексу завдань.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Аграрне виробництво – особлива сфера вкладення капіталу [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://studentam.net.ua/content/view/5398/132/.
2. Денисенко Л.О. Шляхи поліпшення процесу управління прибутком на підприємстві / Л.О. Денисенко, Ю.О. Кучерявенко // Вісник КНУТД. Проблеми економіки організацій та управління підприємствами. – 2014. – № 1. – С. 145-152.
3. Івашина О.Ф. Шляхи збільшення прибутку підприємств України в сучасних умовах / О.Ф. Івашина, Н.В. Оксентюк // Молодий вчений. – 2014. – № 5(8). – С. 105-108.
4. Костишина О.Я. Фактори формування операційного прибутку підприємств [Електронний ресурс] / О.Я. Костишина. – Режим доступу : http://donnasa.edu.ua/publish_house/journals/esgh/2006-3/06_kostyschina.pdf.
5. Мірошниченко А.Ю. Механізм управління прибутком вітчизняних підприємств / А.Ю. Мірошниченко, Ю.В. Корконос // Бізнес інформ. – 2014. – № 5. – С. 280-285.
6. Особливості аграрної сфери виробництва. Фермерські господарства[Електронний ресурс].–Режимдоступу:http://studall.org/all-14138.html
7. Поддєрьогін А.М., Бабіч В.В. Удосконалення обліку формування й використання прибутку / А.М. Поддєрьогін, В.В. Бабіч // Фінансовий облік і аудит : Фінанси України. – 2012. – № 2. – С. 103-110.
8. Руда О.Л. Особливості формування прибутку сільськогосподарського підприємства [Електронний ресурс] / О.Л. Руда, О.В. Чубенко. – Режим доступу : http://www.rusnauka.com/9_DN_2010/Economics/61819.doc.htm.
9. Циган Р.М., Савченко О.С. Проблеми формування прибутку підприємства в бухгалтерському обліку [Електронний ресурс] / Р.М. Циган, О.С. Савченко. – Режим доступу : http://magazine.faaf.org.ua/content/view/1095/35/.

УДК 336.22:338.2

Цимбалюк І.О.
кандидат економічних наук, доцент кафедри фінансів та оподаткування Східноєвропейського національного університету

Лущик В.Д.
студентка Східноєвропейського національного університету

ІНСТРУМЕНТИ ПОДАТКОВОГО СТИМУЛЮВАННЯ ЗАЛУЧЕННЯ ІНВЕСТИЦІЙ У ЕНЕРГОЗБЕРЕЖЕННЯ В УКРАЇНІ

Стаття присвячена дослідженню проблем енергозбереження в Україні та вдосконаленню інструментів податкового стимулювання залучення інвестицій у цей процес. Визначені можливі джерела інвестиційних ресурсів для забезпечення процесу енергозбереження в Україні та розглянуті подальші перспективи їх використання. Проаналізовано низку існуючих податкових пільг щодо запровадження енергозберігаючих технологій та обґрунтовано необхідність подальшого вдосконалення шляхом їх спрямування на залучення коштів населення у здійснення енергозберігаючих заходів.

Ключові слова: енергозбереження, інвестиції у енергозбереження, податкове стимулювання енергозбереження, податкові пільги.

Цимбалюк И.А., Лущик В.Д. ИНСТРУМЕНТЫ НАЛОГОВОГО СТИМУЛИРОВАНИЯ ПРИВЛЕЧЕНИЯ ИНВЕСТИЦИЙ В ЭНЕРГОСБЕРЕЖЕНИЕ В УКРАИНЕ

Статья посвящена исследованию проблем энергосбережения в Украине и совершенствованию инструментов налогового стимулирования привлечения инвестиций в этот процесс. Определены возможные источники инвестиционных ресурсов для обеспечения процесса энергосбережения в Украине и рассмотрены последующие перспективы их использования. Проанализирован ряд существующих налоговых льгот относительно внедрения энергосберегающих технологий и обоснована необходимость последующего совершенствования путем их направления на привлечение средств населения в осуществление энергосберегающих мероприятий.

Ключевые слова: энергосбережение, инвестиции в энергосбережение, налоговое стимулирование энергосбережения, налоговые льготы.

Tsymbaliuk I.A. Lushchyk V.D. INSTRUMENTS OF TAX STIMULATING INVESTMENT IN ENERGYSAVING IN UKRAINE

The article is devoted to research of problems of energysaving in Ukraine and perfection of instruments of tax stimulation of bringing in of investments in this process. Certain possible sources of investment resources for providing of process of energysaving in Ukraine and the considered subsequent prospects of their use. Analyzed a number of existing tax incentives in relation to introduction of energysaving technologies and substantiates the necessity of further improvement through their focus on raising funds of population in the implementation of energy saving measures.

Keywords: energysaving, investments in energysaving, tax stimulation of energysaving, taxes incentives.

Постановка проблеми. В умовах складної економічної ситуації та енергетичної кризи особливо гостро постає питання пошуку додаткових джерел фінансових ресурсів для реалізації енергозберігаючих заходів та удосконалення існуючих механізмів стимулювання інвестиційних процесів у сфері енергозбереження.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вивченням проблем енергозбереженням займалися багато відомих вітчизняних та зарубіжних вчених-економістів. Зокрема, у роботах О.С. Білик, Р.В. Севастьянова [1; 2] розглянуті питання впровадження енергозбереження на промислових підприємствах, запропоновано напрями підвищення рівня їх енергетичної ефективності. У сфері житлово-комунального господарства механізми активізації інвестиційної привабливості енергозбереження досліджували В.А. Маляренко, В.І. Тітяєв, Н.С. Гетало [3; 4]. Проблемам та обґрунтуванням напрямків підвищення енергоефективності економіки в цілому України присвячені праці І.М. Сотник, К.О. Охименка, Є.О. Сидоренка [5]. Проте більшість із науковців розглядали лише теоретичні аспекти поняття «енергозбереження», не торкаючись доцільності інвестування держави в енергозберігаючі технології. Недостатньо дослідженим залишається питання вдосконалення податкових інструментів стимулювання інвестицій та залучення фінансових ресурсів населення у енергозбереження, що обумовлює актуальність та своєчасність обраної проблематики.

Постановка завдання. Завданням дослідження є аналіз існуючих інструментів податкового симулювання залучення інвестицій у енергозбереження в Україні задля обґрунтування пропозицій активізації цих процесів.

Виклад основного матеріалу дослідження. В Україні процес енергозбереження почався із прийняття низки законодавчих актів Верховної Ради України та постанов Кабінету міністрів України у сфері енергозбереження. Зокрема, були прийняті закони України «Про енергозбереження», «Про енергетику», «Про енергопостачання», постанови «Про порядок переведення підприємств на резервні види палива», «Про затвердження Державної цільової економічної програми енергоефективності на 2010–2015 роки», проте особливо позитивних результатів від їх впровадження відчутно не було [6]. І на сьогодні дана проблема не втрачає своєї гостроти та актуальності. Запаси енергетичних ресурсів вичерпуються, ціна на них постійно зростає, до того ж нестабільність політичної ситуації у світі змушує шукати нові джерела енергії та ефективно використовувати наявні.

Розглядаючи структуру енергоспоживання в Україні, варто зауважити, що основна частка належить викопним видам палива (нафта 1%; природний газ 34%; кам'яне вугілля 35,7%), за якими слідує ядерна енергія (18,8%) і електроенергія, вироблена ГЕС (1,2%), тоді як використання відновлюваних видів енергії все ще незначне та не перевищує 1% (рис. 1).

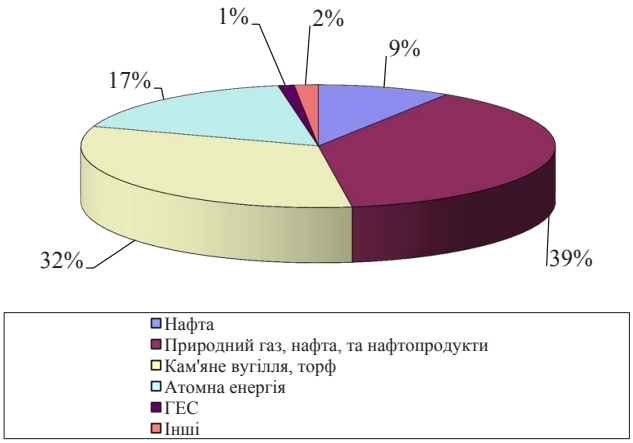


Рис. 1. Структура енергоспоживання в Україні за 2013 рік

Побудовано автором за даними [7]

Загалом у нашій державі споживання енергії з первинних джерел у значній мірі залежить від імпорту енергоносіїв для забезпечення енергетичних потреб країни.

Індикатором ефективності економіки, що визначає обсяги споживання енергоресурсів для задоволення енергетичних виробничих і невиробничих потреб країни на одиницю валового внутрішнього продукту (ВВП), є показник енергоємності ВВП.

Так, згідно з даними Держенергоефективності, у 2013 році на одну гривню виготовленої в Україні продукції було витрачено 0,613 кілограми умовного палива, що на 3,5% менше, ніж у 2008 році (рис. 2).

Десятиліття тому енергоємність ВВП складала 0,82 кілограми, п'ять років тому – 0,635, 2012 року – 0,621 кілограми умовного палива на гривню продукції. Починаючи з 2009 року динаміка підвищення енергоефективності погіршилася, але все ж таки позитивна тенденція зберігається, хоча й темпи скорочення енерговитрат значно сповільнилися [8].

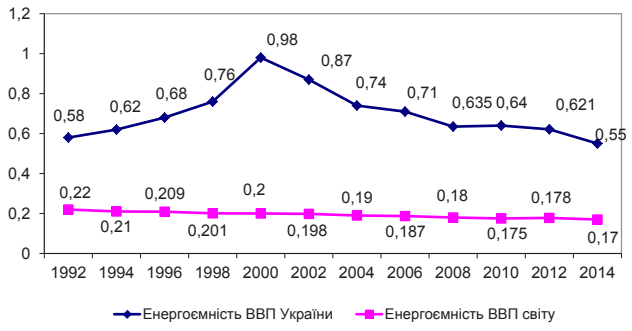


Рис. 2. Динаміка енергоємності ВВП України та світу, базовий сценарій

Побудовано автором на основі [8; 9]

Незважаючи на те що упродовж 2008–2013 рр. енергоємність виготовленої продукції знизилася на 3,5%, Україна аж у 3,8 рази енергоємніша, ніж її 28 сусідніх держав – членів Європейського Союзу. Крім того, наша держава має одну із найбільших енергоємностей, а тому – найнижчу енергоефективність, порівняно з іншими розвиненими регіонами Азії та країнами СНД (рис. 2).

Відповідно до прогнозу розвитку енергетики світу до 2040 року для України характерними тенденціями є:

– досить швидке скорочення населення – з 46 млн осіб у 2010 році до 37 млн осіб у 2040 році за оцінками ООН;

– середньорічні темпи зростання української економіки після кризового падіння 2012–2015 років вийдуть після 2016 року на рівень 2,3% на рік на період до 2040 року;

– зменшення абсолютних обсягів споживання первинної енергії на 15% 1992–2040 рр. [10].

Отже, підвищення енергоефективності дало б великі економічні вигоди для України як на рівні галузі, так і на місцевому та національному рівнях. Разом з тим запровадження енергозберігаючих технологій, спрямованих на підвищення енергоефективності в країні, потребує значних інвестиційних вкладень та загострює питання пошуку джерел фінансових ресурсів в умовах існуючої на сьогодні в Україні нестабільної економічної ситуації.

Процес інвестування у енергозбереження може здійснюватися із залученням коштів як від внутрішніх, так і від зовнішніх суб'єктів підприємництва, які здійснюватимуть вкладення в енергозбереження коштів з метою отримання прибутку, або ж досягнення соціального ефекту. Залучення іноземних інвестицій в економіку країну сприятиме збільшенню кількості робочих місць, оновленню технологій виробництва та технологічного обладнання, стимулюватиме розвиток економіки країни в цілому. Згідно з оцінкою інвестиційної привабливості України, що проводиться Європейською Бізнес Асоціацією і ґрунтується на регулярному моніторингу бізнес-клімату першими особами компаній – членів Асоціації, індекс інвестиційної привабливості станом на кінець третього кварталу 2014 року становить 2,65 (максимальна оцінка 5) [11], що свідчить про досить низький рейтинг нашої країни. Отже, при всіх перевагах інвестування в Україну негативні фактори все ж переважають та зменшують приток інвестицій до країни, що змушує шукати додаткові внутрішні джерела ресурсів для здійснення інвестицій у енергозбереження.

Відповідно до 12 статті Закону України «Про енергозбереження», джерелами фінансування заходів щодо ефективного використання паливно-енергетичних ресурсів є власні та позикові кошти підприємств, установ і організацій, Державний бюджет України, місцеві бюджети, а також інші джерела [12].

Таким чином, для здійснення інвестиційного процесу у сфері енергозбереження необхідні кошти можна залучати з трьох напрямів, залежно від суб'єктів інвестування (див. рис. 3).

Кожен із наведених суб'єктів інвестування має свої обмеження щодо можливості здійснення інвестицій, що обумовлене як економічною ситуацією в державі, так і специфікою ведення діяльності, мотиваційними аспектами реалізації інвестицій. Детально розглянемо можливості кожного із потенційних учасників інвестиційного процесу щодо реалізації енергозберігаючих заходів.

Так, залучення державних коштів можливе лише за умови наявності вільних коштів, які спрямовуватимуться для реалізації інвестиційних проектів, або ж збільшення державних видатків на енергозберігаючі заходи та на розробку нових інвестиційних програм. Зважаючи на нестабільну політичну ситуацію, економічну кризу в країні, дефіцит бюджету, який за даними Міністерства фінансів у 2013 р. становив 4,5% від ВВП (при нормі 3%), а також збільшення державного боргу до рівня 40,1% від ВВП станом на

Рис. 3. Суб'єкти інвестиційного процесу у енергозбереженні в Україні

Розроблено автором

01.01.2014 (при нормі 35%) [13], можна стверджувати, що вільні кошти в держави відсутні, а всі мобілізовані гроші ресурси спрямовуються на виконання захищених статей бюджету (соціальних виплат, виплата зарплат державним службовцям і т.д.), та підтримку економічної стабільності.

Для стимулювання залучення інвестицій у енергозберігаючі технології законодавством передбачено ряд пільг із основних бюджетоутворюючих податків, що діють в Україні. Так, щодо податку на прибуток підприємств, відповідно до п. 1 ст. 158 Розділу III Податкового кодексу звільняється від оподаткування 80 відсотків прибутку підприємств, отриманого від продажу на митній території України товарів власного виробництва за переліком, встановленим Кабінетом Міністрів України [14]:

1) устаткування, що працює на відновлюваних джерелах енергії;

2) матеріали, сировина, устаткування та комплектуючі, які будуть використовуватися у виробництві енергії з відновлюваних джерел енергії;

3) енергоефективне обладнання і матеріали, вироби, експлуатація яких забезпечує економію та раціональне використання паливно-енергетичних ресурсів;

4) засоби вимірювання, контролю та управління витратами паливно-енергетичних ресурсів;

5) устаткування для виробництва альтернативних видів палива.

Податковим кодексом (п. 2 стаття 152) передбачено також звільнення від оподаткування 50 відсотків прибутку, отриманого від здійснення енергоефективних заходів та реалізації енергоефективних проектів підприємств, що включені до Державного реєстру підприємств, установ, організацій, які здійснюють розроблення, впровадження та використання енергоефективних заходів та енергоефективних проектів.

Серед операцій, що звільняються від оподаткування ПДВ у п. 16 ст. 197 Податкового кодексу передбачено операції із ввезення на митну територію України:

1) устаткування, яке працює на відновлюваних джерелах енергії;

2) матеріалів, сировини, устаткування та комплектуючих, які будуть використовуватися у виробництві альтернативних видів палива або виробництві енергії з відновлюваних джерел енергії;

3) енергозберігаючого обладнання і матеріалів, виробів, експлуатація яких забезпечує економію та раціональне використання паливно-енергетичних ресурсів;

4) засобів вимірювання, контролю та управління витратами паливно-енергетичних ресурсів.

Податковим кодексом передбачена пільга і щодо земельного податку, згідно з якою за ділянки (в межах та за межами населених пунктів), надані для розміщення об'єктів енергетики, які виробляють електричну енергію з відновлюваних джерел енергії, податок справляється у розмірі 25 відсотків його суми (п. 6 ст. 276 ПКУ).

Щодо мита, сплата якого регулюється також і Митним кодексом (п. 14 ст. 282) звільняється від оподаткування устаткування, яке працює на відновлюваних джерелах енергії, енергозберігаюче обладнання і матеріали, засоби вимірювання, контролю та управління витратами паливно-енергетичних ресурсів, обладнання та матеріали для виробництва альтернативних видів палива або для виробництва енергії з відновлюваних джерел енергії за умови, що ці товари застосовуються платником податків для власного виробництва та якщо ідентичні товари з аналогічними якісними показниками не виробляються в Україні [15].

Разом з тим дані заходи не дають відчутного позитивного та стимулюючого ефекту. Спрямовані на використання юридичними особами і суб'єктами підприємницької діяльності вони не забезпечують достатніх результатів щодо активізації процесів енергозбереження серед них.

Третім і найбільш доступним джерелом отримання коштів (оскільки в держави відсутні вільні кошти для здійснення будь-яких інвестиційних вкладень, а інвестори (суб'єкти підприємницької діяльності) зменшують свої вкладення в країну у зв'язку з непрозорим процесом виробництва та недосконалим чинним законодавством) для здійснення вкладень в енергозбереження залишаються кошти населення країни.

За реалій сучасності та назріваючої енергетичної кризи в країні посилилися процеси зовнішнього утеплення приватних та багатоквартирних житлових будинків власними коштами населення. Завданням держави при цьому є стимулювання та податкова підтримка залучення коштів населення у процеси енергозбереження та теплореновацію будівель, що матиме позитивний ефект зменшення витрат енергоресурсів у житлово-комунальному секторі економіки.

Висновки з проведеного дослідження. На основі проведеного дослідження можна зробити такі висновки:

1. Метою впровадження енергозбереження є регулювання відносин між юридичними та фізичними особами з приводу раціонального та ефективного використання енергетичних ресурсів та технологій. У чинному законодавстві визначено поняття, принципи та цілі енергозбереження, передбачено ряд економічних заходів, які сприяють енергозбереженню.

2. Розглядаючи структуру енергоспоживання в Україні, варто зауважити, що основна частка належить викопним видам палива (нафта 1%; природний газ 34%; кам'яне вугілля 35,7%), за якими слідує ядерна енергія (18,8%) і електроенергія, вироблена ГЕС (1,2%), у той час, як використання відновлюва-

них видів енергії все ще незначне та не перевищує 1%. Структура енергоспоживання значно завантажує вітчизняну економіку (оскільки значна частка ресурсів імпортується, що може спричинити загрозу енергобезпеці країни), а також негативно впливає на навколишнє середовище.

3. Енергоємність ВВП в Україні залишається значно вищою, ніж в економічно розвинених державах, що є наслідком використання застарілої техніки та обладнання, повільного впровадження енергозберігаючих технологій.

4. У процесі енергозбереження роль держави не обмежується лише прямим фінансуванням відповідних цільових програм та заходів, спрямованих на впровадження ресурсозберігаючих технологій. Суттєве значення при цьому може відігравати використання прямих та непрямих інструментів впливу на споживачів енергоресурсів та потенційних інвесторів, серед яких варто виділити податкове стимулювання.

Вітчизняним податковим та митним законодавством передбачено ряд пільг щодо податку на прибуток, ПДВ та мита по операціях, що сприяють запровадженню енергозберігаючих технологій в Україні. Однак відчутного позитивного та стимулюючого ефекту вони не приносять.

5. Недостатність існуючих державних заходів, які стимулюють використання та впровадження енергозберігаючих технологій, змушує шукати нові джерела інвестицій, зокрема перспективним напрямом на сьогодні лишається податкове стимулювання залучення коштів населення.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Білик О.С. Впровадження енергозбереження на промислових підприємствах України як засіб формування еколого-інноваційних промислових підприємств / О.С. Білик // Держава та регіони. – Серія: Економіка та підприємництво. – 2013. – № 1(70). – С. 96-100.
2. Севастьянов Р.В Проблеми та перспективи енергозбереження на промислових підприємствах/ Р.В. Севастьянов // Теоретичні і практичні аспекти економіки та інтелектуальної власності. – Вип. 1. – Т. 2. – 2013. – С. 107-109.
3. Маляренко В.А. Енергозбереження – пріоритетний напрямок розвитку і вдосконалення комунальної енергетики / В.А. Маляренко // Интегрированные технологии и энергосбережение. – 2006. – № 3. – С. 19-30.
4. Тітяєв В.І. Механізм активізації інвестиційної привабливості енергозбереження у житлово-комунальній сфері / В.І. Тітяєв, Н.С. Гетало // Комунальне господарство міст : науково-технічний збірник. – Серія: Економічні науки. – Вип. 106. – 2012. – С. 111-123.
5. Сотник І.М. Проблеми та напрямки підвищення енергоефективності економіки України / І.М. Сотник, К.О. Охименко, Є.О. Сидоренко // Механізм регулювання економіки. – 2010. – № 4. – С. 214-218.
6. Короткий огляд законодавства щодо розвитку політики у сфері Раціонального використання енергії в Україні [Електронний ресурс] / Європейсько-українське енергетичне агентство. – 2012. – 24 с. – Режим доступу : http://www.svb.org.ua/sites/default/files/policy_paper_final.pdf.
7. Державний комітет статистики [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.ukr-stat.gov.ua.
8. Княжанський В. Енергоємність української економіки зменшується [Електронний ресурс] / В. Княжанський // Газета «День». – 2014. – № 24. – Режим доступу : http://www.day.kiev.ua/uk/article/ekonomika/energoiemnist-ukrayinskoyi-ekonomiki-zmenshuietsya.
9. Прогноз развития энергетики мира и России до 2040 года [Электронный ресурс] / Архипов Н.А., Галкина А.А., Геллер Е.И. и др. под руководством Макарова А.А., Григор'єва Л.М. – М. : Институт энергетических исследований РАН Аналитический центр при Правительстве РФ, 2013. – Режим доступа : http://www.eriras.ru/files/prognoz-2040.pdf.
10. Мітрова Т. Як довго Україна залишатиметься енергозалежною [Електронний ресурс] / Т. Мітрова // Forbes Україна. – 2014. – Режим доступу: http://forbes.ua/ua/opinions/1370238-yak-dovgo-ukrayina-zalishatimetsya-energozalezhnoyu.
11. Індекс інвестиційної привабливості / Європейська Бізнес Асоціація [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.eba.com.ua/uk/about-eba/indices/investment-attractiveness-index.
12. Про енергозбереження: Закон України від 01.07.1994 № 74/94-ВР [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/74/94-вр.
13. Міністерство фінансів України : офіційний сайт [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.minfin.gov.ua/.
14. Податковий Кодекс України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://sfs.gov.ua/nk/.
15. Митний Кодекс України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://sfs.gov.ua/nk/.

УДК 336.71

Яременко С.М.
кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри менеджменту банківської діяльності
Київського національного економічного університету
імені Вадима Гетьмана

Толстошеєва А.В.
аспірант кафедри менеджменту банківської діяльності
Київського національного економічного університету
імені Вадима Гетьмана

БЕЗПЕКА КРЕДИТНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ БАНКУ ТА УМОВИ ЇЇ ОРГАНІЗАЦІЇ В УКРАЇНІ

У статті обґрунтовуються сутність безпеки кредитної діяльності банку та необхідність її забезпечення в сучасних умовах. Доводиться вплив правової, економічної та соціальної ситуації на кредитну діяльність банку, формування для нього додаткових ризиків і загроз. Робиться висновок про обов'язкову необхідність урахування зазначених факторів при організації безпеки кредитної діяльності банку.

Ключові слова: безпека кредитної діяльності банку, економічні умови організації безпеки кредитної діяльності банку, правові умови організації безпеки кредитної діяльності банку, соціальні умови організації безпеки кредитної діяльності банку.

Яременко С.Н., Толстошеева А.В. БЕЗОПАСНОСТЬ КРЕДИТНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ БАНКА И УСЛОВИЯ ЕЁ ОРГАНИЗАЦИИ В УКРАИНЕ

В статье обосновываются сущность безопасности кредитной деятельности банка и необходимость ее обеспечения в современных условиях. Доказывается влияние правовой, экономической и социальной ситуации на кредитную деятельность банка, формирование для него дополнительных рисков и угроз. Делается вывод об обязательной необходимости учета указанных факторов при организации безопасности кредитной деятельности банка.

Ключевые слова: безопасность кредитной деятельности банка, экономические условия организации безопасности кредитной деятельности банка, правовые условия организации безопасности кредитной деятельности банка, социальные условия организации безопасности кредитной деятельности банка.

Yaremenko S.M., Tolstosheieva A.V. SECURITY OF BANK'S LENDING ACTIVITIES AND CONDITIONS OF ITS ORGANISATION IN UKRAINE

The article explains the essence of security lending activities of bank and the need to ensure that in the modern world. Proved the influence of legal, economic and social situation in the lending activities of bank, the formation of these additional risks and threats. The conclusion about the need to take account of these mandatory factors in the organization of security lending activities of bank.

Keywords: security lending activity of bank, economic conditions of the organization of security lending activity of bank, legal conditions of the organization of security lending activity of bank, social conditions of the organization of security lending activity of bank.

Постановка проблеми. Кредитна діяльність є важливим елементом взаємовідносин економічних суб'єктів. Через кредитну діяльність поєднуються різні галузі економіки, сфери господарювання та підприємництва, розширюється виробництво, забезпечуються стабільність та розвиток регіонів і країни в цілому. У свою чергу, під кредитною діяльністю слід розуміти дії банків, пов'язані з залученням коштів юридичних та фізичних осіб для формування необхідних обсягів і якості кредитних ресурсів та розміщення їх на ринку кредитних послуг у відповідності з загальноприйнятими принципами та існуючими правовими нормами. Тобто кредитна діяльність банків характеризується двома категоріями: акумуляції коштів і їх розподілу, кожен з яких може відтотожнюватися з узагальненим поняттям кредитної діяльності.

Окрім того, слід вказати, що кредитна діяльність вітчизняних банків здійснюється в небезпечному середовищі, здатному формувати для кожного із її учасників різноманітні загрози, в основі яких знаходяться значні фінансові та іміджеві втрати. У зв'язку з цим можна зробити висновок про те, що забезпечення безпеки кредитної діяльності є об'єктивною необхідністю.

Загрози є закономірним наслідком небезпечних умов, а такі умови можуть формуватися у процесі взаємовідносин учасників кредитної діяльності.

Аналіз правових, економічних та соціальних факторів, якими характеризується той чи інший період діяльності банків, виступає підставою для пошуку ефективних, адекватних загрозам заходів забезпечення безпеки, у тому числі і кредитної діяльності, мінімізації негативного впливу таких загроз та способів формування систем безпеки, здатних протистояти викликам ситуації, яка складається на ринку в певний проміжок часу. Необхідність вироблення підходів до аналізу факторів, що характеризують ситуацію, визначення адекватної поведінки банку на ринку та у взаємовідносинах з певними суб'єктами якраз і обумовлює актуальність теми даної статті.

Звернувши увагу на суттєве значення умов діяльності вітчизняних банків для організації їх безпеки, у тому числі і безпеки кредитної діяльності, є доцільним більш детально розглянути їх природу, особливості розвитку та характеристики. Виходячи з цього, основною метою статті є висвітлення результатів дослідження умов організації безпеки кредитної діяльності в сучасній Україні.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретичним і практичним питанням та окремим проблемам забезпечення безпеки кредитних операцій, правового регулювання кредитних відносин банків, вивченню впливу змін економічної ситуації та регулюванню їх кредитної діяльності присвячено праці багатьох учених. Значний внесок у дослідження цих проблем зробили В.І. Міщенко, Н.Г. Слав'янська, О.Г. Коренєва [1], А.М. Мороз, Р.І. Шевченко, І.В. Дубик [2], О.Д. Вовчак, Н.М. Рущишин, Т.Я. Андрейків [3], Л.О. Примостка, О.В. Лисенок,

О.О. Чуб, М.І. Диба [4], М.І. Зубок [5], І.І. Котовенко [6] та ін. Віддаючи належне доробку учених, а також публікаціям інших авторів, варто зауважити, що кредитна діяльність банків розглядається лише в обсязі процесу кредитування або здійсненнях кредитних операцій. Науковці не досліджують всю сукупність пов'язаних з формуванням і використанням кредитного ресурсу банками умов та проблем, що виникають у зв'язку із взаємовпливом процесу формування кредитних ресурсів та процесу кредитування і обумовлюють загрози, які складно дослідити в рамках окремого з них. Окрім того, деякі автори, розкриваючи питання організації безпеки кредитної діяльності, недостатньо уваги приділяють саме аналізу умов, у яких здійснюється формування системи безпеки кредитної діяльності банку. У зв'язку з цим значну увагу у цій статті буде приділено саме зазначеним питанням.

Виклад основного матеріалу дослідження. Питання безпеки банків, як і безпеки підприємницької діяльності взагалі, залишається поки що невизначеним, як і зміст кредитної діяльності банків. Питання безпеки підприємницької діяльності як економічне явище гостро постало з переходом України до ринкових відносин, коли бізнес став суттєво відчувати небезпеки та загрози і коли можливості держави не формували умов до активного і ефективного його захисту. За роки існування України як незалежної держави безпека підприємницької діяльності не лише завершила своє становлення, а й отримала якісний розвиток та стала необхідною умовою ефективного ведення бізнесу у різних сферах економіки, у тому числі і в банківській.

Сучасні уявлення про безпеку банківської діяльності, у тому числі і безпеку кредитної діяльності, демонструють неоднозначність точок зору, що пояснює складність і об'ємність безпеки, різнобічність її застосування. Аналіз точок зору науковців щодо забезпечення безпеки кредитної діяльності банків показує, що значна частина науковців у своїх дослідженнях відтотожнюють кредитну діяльність банків з процедурою кредитування клієнтів і з тієї ж точки зору розглядають безпеку кредитної діяльності. Наслідком такого підходу є те, що всі питання безпеки розглядаються лише з позиції захисту інтересів банків.

Враховуючи те, що кредитна діяльність банків являє собою взаємовідносини суб'єктів, які приймають участь у формуванні і використанні кредитних ресурсів, можна помітити залежність результатів кредитної діяльності від ефективності реалізації інтересів кожного із її суб'єктів. Тобто інтереси учасників кредитної діяльності визначають напрями її розвитку, обсяги, темпи і кінцевий результат. Безпечною кредитна діяльність може бути лише за умов дотримання балансу інтересів всіх її учасників, а отже, об'єктом безпеки кредитної діяльності банку є корпоративний інтерес банків, їх кредиторів, вкладників та позичальників та інших учасників кредитних відносин.

Забезпечення безпеки кредитної діяльності банків можна розуміти як процес формування сприятливих умов для реалізації інтересів усіх її учасників і досягнення поставленої ними мети. Основна увага заходів безпеки має бути спрямована тут на попередження виникнення протиріч інтересів учасників кредитної діяльності.

Беручи за об'єкт банк і його кредитну діяльність, маємо зауважити, що небезпеки, які виникають щодо нього, формуються у середовищі його існування і мають постійний характер. Водночас, розглядаючи середовище кредитної діяльності, банку насамперед слід звернути увагу на його різноманітність, особливо з точки зору взаємовідносин, що виникають у такому середовищі. Більше того, особливості існування середовища суттєво впливають на специфіку формування системи безпеки кредитної діяльності банків. За таких умов середовище (умови) кредитної діяльності мають розглядатися якраз за специфікою їх прояву, а саме як правові, економічні та соціальні умови.

Звернувши увагу на суттєве значення умов діяльності вітчизняних банків для організації їх безпеки, у тому числі і безпеки кредитної діяльності, є доцільним більш детально розглянути їх природу, особливості розвитку та характеристики.

Що ж стосується економічних умов, то тут мають місце декілька особливостей, які впливають на організацію безпеки кредитної діяльності банків. При всіх ейфорійних заявах Україна за своїми економічними можливостями залишається бідною країною. Так, згідно з даними звіту The Global Wealth 2014 всесвітньої незалежної фірми Knight Frank, яка консультує з питань нерухомості, Україна в рейтингу самих багатих країн світу зайняла 46 місце серед 90 держав світу [7], середній розмір статків громадянина України за даними Світового банку на початок 2014 року складає 3960 доларів [8]. Як зазначають українські експерти, мова йде, скоріш за все, про такий показник, як ВВП на душу населення.

Разом з тим, враховуючи викладене вище та аналізуючи сучасні умови діяльності банків, можна бачити підстави для однієї із загроз їх кредитній діяльності, а саме недостатність джерел формування кредитних ресурсів. Нові іноземні кредити для вітчизняних банків є проблемним питанням, оскільки умови їх кредитної діяльності стали більш жорсткими (відміна Національним банком України валютних кредитів, а гривневі кредити стали досить дорогими, оскільки банки у їх вартість закладають курсові і девальваційні ризики, відсутність внутрішніх джерел, які б надали банкам довгострокові позики).

Формування кредитного ресурсу за рахунок внутрішніх джерел – міжбанківського кредитування – також немає достатніх перспектив, насамперед через низьку довіру учасників фінансового ринку один до одного, а також через високу вартість таких кредитів.

Розраховувати на прибутки як джерело нарощування обсягів кредитних ресурсів також проблематично. Як показують фінансові результати банків, прибутковість їх є низькою і має тенденцію до зменшення. За підсумками 9 місяців 2014 року фінансовий результат банків України був негативним і становив 10 млрд 635 млн грн [9].

Враховуючи викладене вище, слід зазначити, що така ситуація не утворює сприятливих умов для формування банками необхідного фінансового ресурсу для здійснення у тому числі і кредитної діяльності, забезпечення на необхідному рівні їх фінансової стійкості та незалежності банків.

Суттєвим джерелом формування кредитних ресурсів банків можуть бути кошти на рахунках суб'єктів господарювання – клієнтів банків. Разом з тим, враховуючи характеристики стану прибутковості вітчизняних підприємств (тільки з офіційними даними питома вага збиткових підприємств в Україні складала у: 2007 р. – 28,9%, 2008 р. – 33,9%, 2009 р. – 41,3%, 2010 р. – 36,8%, 2013 – 34,1%, станом на 01.07.2014 р. – 45,4%) [10] та враховуючи суб'єктів, що ведуть хоча і не збиткову діяльність, але в той

же час не мають суттєвого прибутку, або взагалі приховують свої фінансові результати чи здійснюють бартерні операції, то частка таких суб'єктів господарювання, які не можуть суттєво впливати на формування фінансових ресурсів банків, може сягати 50%. Тобто розраховувати на збільшення обсягів фінансового ресурсу вітчизняних банків за рахунок суб'єктів господарювання також проблематично, оскільки фінансові результати діяльності вітчизняних суб'єктів господарювання є такими, що не можуть забезпечити достатній для стійкої діяльності всіх банків фінансовий ресурс, що в той же час зменшує їх можливість щодо здійснення їх кредитної діяльності. Окрім того, за таких умов діяльність вітчизняних банків практично завжди знаходиться під загрозою втрати ними своєї ліквідності.

Суттєво збільшити свій ресурс банки могли б за рахунок коштів населення. За даними Державного комітету статистики України, доходи населення у 2013 році склали 1 529 406 млн грн, з яких 633 737 млн грн – заробітна плата [10]. Водночас у структурі витрат населення приріст фінансових активів склав 106 464 млн грн, які потенційно могли опинитися в банках у якості депозитів населення. Разом з тим, як зазначають деякі експерти, на даний час «на руках» у населення знаходиться від 70 до 90 млрд доларів США і не надходять вони до банків з однієї причини – недовіри до вітчизняної банківської системи. Окрім того, із-за недовіри до банківських установ останнім часом зберігається така тенденція – відтік депозитів, у тому числі і депозитів населення. За даними НБУ, тільки від початку 2014 року і до жовтня 2014 року відтік депозитів з банків склав 110 млрд грн, з яких 7 млрд доларів США і близько 50 млрд грн. [9].

Характеризуючи вказане вище, слід зазначити, що ситуація розвивається таким чином, що банки завжди будуть перебувати в умовах обмеженого ресурсу (у тому числі і кредитного) й обмеженого попиту на банківські кредити. За таких умов у кредитній діяльності банків формується тенденція, за якої кредитні ресурси дорожчають, кредитний ризик, а з ним і вартість кредитів зростають, кількість клієнтів, здатних користуватися кредитами, обмежується, що формує високу імовірність конкурентних загроз, недобросовісної поведінки банків і недобросовісної поведінки їх клієнтів на ринку.

Важливе місце в ієрархії економічних особливостей займає тіньова економіка. Відповідно до загальноприйнятої світової практики вважаються критичним для країни розміри тіньового сектора від 15 до 35% ВВП. Якщо тіньовий обіг перевищує 30%, а кількість зайнятих у ньому – 40%, виникає загроза для керованості економіки.

За даними Міжнародного центру перспективних досліджень, інтегральний показник рівня тіньової економіки України станом на кінець І кварталу 2014 року знаходиться на рівні 40% ВВП [11]. Окрім того, слід відзначити, що рівень тіньової економіки в Україні найвищий серед європейських країн.

Враховуючи наведене вище, можна зазначити, що існування у банках у ході формування кредитних ресурсів тіньової їх складової може обумовлювати такі загрози:

– втрата кредитних ресурсів банку через вилучення з них відповідними державними органами тієї частини, яка сформована за рахунок тіньових коштів;

– збитки банків через необхідність сплачувати платежі за штрафними санкціями, які можуть накладатися на них у випадках використання ними тіньових коштів їх клієнтів;

– втрата кредитних ресурсів через виведення їх клієнтами банків у тінь;

– втягування банку у незаконну фінансову діяльність у процесі легалізації клієнтами тіньових коштів шляхом.

Ще однією із небезпечних умов, яка у сукупності з іншими обставинами може закономірно формувати загрози кредитній діяльності банків, зокрема при формуванні ними своїх кредитних ресурсів, є поширення іноземного капіталу в банківську систему України. Станом на 01.10.2014 р. із 168 діючих банків 51 (30%) мають іноземний капітал, у 19 (11%) з яких цей капітал складає 100% статутного фонду. Доля ж іноземного капіталу у сукупному статутному фонді банків України складає 32,2% [9]. Як вказується в аналітичних документах Асоціації українських банків, з 2005 року розпочалося активне поглинання національної банківської системи іноземним капіталом. Водночас, як свідчить досвід, подібне поглинання не супроводжується здешевленням кредитних ресурсів для реального сектору економіки. Разом з тим експансія іноземного капіталу зумовлює небезпечну концентрацію спекулятивного капіталу у вигляді валютних кредитів на деяких вітчизняних ринках: нерухомості, землі, автомобільному, споживчому. Така ситуація в умовах кризи може обернутися негативними наслідками для банків. По-перше, фінансова допомога іноземних інвесторів може припинитися або буде такою, що не покриватиме в повному обсязі ресурсів банків. По-друге, інформаційні процеси можуть поставити практично у безвихідне становище як самі банки, так і клієнтів банків, яким буде складно погасити валютні кредити за рахунок раптово знецінених їх доходів.

Разом з тим значна концентрація валютних коштів у структурі кредитних ресурсів банку для нього самого може утворювати такі загрози:

а) потрапляння банку у залежність від іноземних інвесторів у разі несприятливих умов на валютному ринку;

б) втрати ліквідності банку від неможливості своєчасно розрахуватися з кредиторами по валютних позиках у разі зміни курсової різниці;

в) втрати кредитних коштів та прибутку по валютних кредитах при неспроможності позичальників розрахуватися по своїх кредитних зобов'язаннях.

Значну загрозу банків становлять втрати від неповернутих кредитів.

Анемічне відновлення структури банківських активів після фінансової кризи 2008–2009 років було перервано різким погіршенням ситуації з поверненням позик внаслідок зниження обороту та обсягів виробництва основних галузей, анексії Криму і ведення бойових дій на сході України, а також зниження реальних доходів населення за високої девальвації національної валюти. Так, протягом 9 місяців 2014 року обсяг простроченої заборгованості збільшився на 58,97% (42 млрд 770 млн грн) і станом на 01.10.2014 р. становить 112 млрд 945 млн грн, що відповідає 11,5% клієнтського кредитного портфеля [9].

Зростання обсягів проблемних кредитів банків формує для самих банків істотну загрозу, насамперед зниження їх можливості щодо відтворення ресурсів і підвищує ризик невиконання банками своїх зобов'язань перед клієнтами та кредиторами. Як вказує Національний банк України у своїх документах про запровадження ліквідаційної процедури в бан-

ках, саме збільшення обсягів неповернених кредитів було головною причиною втрати ними своєї ліквідності та платоспроможності.

Суттєвий вплив на формування загроз кредитній діяльності банків здійснює криміногенна ситуація в країні. Традиційно провідне місце з точки зору заподіяної шкоди від злочинних посягань займає банківська сфера. За розрахунками Національного банку України, відтік капіталу через банківську систему України складає близько 1,2 млрд доларів США щороку [9]. Динаміка злочинів характеризується не тільки кількісним зростанням, але і якісним їх удосконаленням. Від того майже половина злочинів залишаються нерозкритими.

Злочинність у сфері кредитної діяльності банків виступає складовою банківської злочинності і поширюється як на операції з вкладами кредитних коштів, так і на операції з формування кредитних ресурсів та управління ними. Найбільш поширеними способами злочинів при здійсненні банками кредитної діяльності є:

– незаконне отримання банківських кредитів шляхом шахрайства (62%);

– заволодіння кредитними ресурсами за змовою представників кредитора і позичальника (25%);

– посягання працівників банків на кредитні ресурси останніх (5%) [12].

Найбільш поширеними кримінальними механізмами, які застосовуються злочинцями при скоєнні злочинів у кредитній діяльності банків, науковці та спеціалісти правоохоронних органів вважають такі: використання підроблених документів, обман щодо об'єктивного стану підприємств-позичальників, фальсифікація документів, неправомірне внесення в документи необ'єктивної інформації, у тому числі і щодо суми коштів, використання фіктивних підприємств, безпідставне надання кредитних коштів або списання їх з рахунків позичальників, застосування так званого кримінального банкрутства, виведення кредитних коштів з банку шляхом фіктивного кредитування.

Правові умови організації безпеки діяльності банків характеризуються насамперед відсутністю будь-яких спеціальних законодавчих актів з питань безпеки підприємницької діяльності взагалі і безпеки кредитної діяльності зокрема. Відсутність законодавчого регулювання змушує суб'єктів, так чи інакше задіяних у забезпеченні безпеки банківського бізнесу, посилатися на правові норми, які певним чином торкаються сфери їх діяльності або окремих її сторін.

Існуюча правова база з регулювання кредитної діяльності банків зумовлює малоефективну, довготривалу і витратну процедуру стягнення кредитних боргів, стягнення звернення на майно божника, особливо коли ним є предмет іпотеки. Сучасні правові умови дають підстави боржникам ухилятися від сплати кредитних боргів через ініціювання процедури банкрутства. Остання ж передбачає введення мораторію на задоволення вимог кредиторів, у тому числі і припинення нарахування штрафних санкцій.

Таким чином, можна бачити, що існуюча правова база кредитної діяльності банків зумовлює обставини, за яких банки можуть нести збитки від неповернення їм позичальниками кредитних коштів та лишаються можливості захисту своїх прав як кредиторів.

Особливістю соціальних умов є значне розшарування населення по доходах. В Україні, за різними оцінками, на одну заможну людину припадає від 15 до 40 бідних. Треба враховувати, що кількість багатих людей щорічно збільшується, на кінець 2013 року в Україні налічувалося 339 осіб з обсягами активів понад 30 млн доларів США кожен [7].

Індекс співвідношення доходів 20% найбагатших громадян країни і 20% найбідніших її громадян є тим об'єктивним макроекономічним показником, що характеризує баланс економічних інтересів та рівень соціальної справедливості і є, по суті, мірилом цивілізованості суспільства. У Португалії цей показник – 7,3 до 1, в Японії – 4 до 1, у США – 9 до 1, у Мексиці – 14 до 1, Бразилії – 24 до 1, Гондурасі – 38 до 1. В Україні ж, за різними оцінками, цей показник знаходиться у межах 40 до 1. До речі, 10 до 1 вже вважається критичним [13].

Враховуючи викладене вище, слід зазначити, що досить велика частина громадян має достаток, що межує з бідністю, і прагне забезпечити своє виживання будь-якими способами, у тому числі і такими, що є не зовсім законними. У такої частини громадян формується і відповідна поведінка, вони є основним джерелом дрібних правопорушень та злочинів, а також можуть вдаватись до шахрайських дій з коштами, у тому числі і коштами банку, матеріальними цінностями, іноді до крадіжок, нападів, завжди виправдовуючи свої дії крайньою необхідністю.

Супутнім фактором до вказаного вище варто віднести безробіття, що значним чином обумовлює зміни у соціальному середовищі, поведінці людей. Мало того, що особи, які втрачають роботу, вдаються до трудової міграції і утворюють умови кадрового голоду за певними професіями, так ще й унаслідок різкого зростання безробіття значно підвищується рівень злочинності, насамперед економічного спрямування. Давно відомо, що зростання безробіття на 1% обумовлює зростання злочинності у суспільстві на 5%. Як вважають дослідники Міжнародного центру перспективних досліджень, безробіття в Україні зростає на тлі падаючої економіки. Безробіття продовжить зростати і у 2015 році і буде рости дуже неоднорідно, адже неоднорідно падає економіка. За результатами 2014 року, на думку багатьох експертів, середній рівень безробіття по Україні може скласти і 10%, то чи не обґрунтованими є зміни у кримінальній ситуації [14].

Щодо трудової міграції українців, то, за даними Світового банку, Україна займає 5 місце в світі серед країн з найбільшою кількістю емігрантів. Станом на 2013 рік за кордоном перебували 8,5 млн українців, що виїхали у різні роки (це майже 19% від загальної кількості нинішнього населення країни). Окрім того, за даними проведеного дослідження Центром соціальних досліджень «Софія», третина українців (34,1%), якби дозволяли обставини, готові переїхати в іншу країну на постійне місце проживання. Причому дослідження показало, що чим молодше респондент, тим частіше він виявляє бажання виїхати з країни. Серед молоді у віці 18-29 років показник готовності до еміграції складає 50,4%, а у віковій групі 30-39 років – 42,4% [15]. Таким чином, серед вікової когорти, від якої залежить майбутнє України, кожен другий допускає для себе можливість еміграції.

Слід мати на увазі ще одну особливість соціальних умов, характерних саме для України. Щорічно населення країни зменшується на 300-500 тис. осіб, що означає зникнення одного великого міста обласного масштабу. Очікується, що якщо ця тенденція триватиме, загальна чисельність населення скоротиться ще на 10 млн осіб до 2050 р. і становитиме 33 млн осіб. Крім того, до 2050 р. майже половину

населення становитимуть люди віком старше 45 років [16]. Така ситуація обумовлює загрозу суттєвого кадрового голоду, в тому числі і для банків, уже в найближчій перспективі, особливо професіоналів, здатних забезпечувати ефективне функціонування банків з урахуванням особливостей розвитку ситуації в країні. До підприємств і банків можуть прийти некваліфіковані працівники, а основний трудовий ресурс України можуть складати вихідці з інших країн.

Висновки з проведеного дослідження. Таким чином, з аналізу умов та результатів кредитної діяльності банків можна робити висновок, що остання здійснюється в небезпечному для її учасників середовищі, здатному формувати різноманітні загрози, основою яких виступають значні фінансові втрати.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Міщенко В.І. Банківські операції : підручник / Міщенко В.І., Слав'янська Н.Г., Коренева О.Г. – 2-ге вид., перероб. і доп. – К. : Знання, 2007. – 796 с.
2. Мороз А.М. Кредитний менеджмент : навч. посіб. / Мороз А.М., Шевченко Р.І., Дубик І.В. – К. : КНЕУ, 2009. – 399 с.
3. Вовчак О.Д. Кредит і банківська справа : підручник / Вовчак О.Д., Рущишин Н.М., Андрейків Т.Я. – К. : Знання, 2008. – 564 с.
4. Банківські ризики: теорія та практика управління : колективна наукова монографія / [Примостка Л.О., Лисенок О.В., Чуб О.О., Диба М.І., Зубок М.І., Яременко С.М. та ін.]. – К. : КНЕУ, 2008. – 456 с.
5. Зубок М.І. Глобалізаційні виклики фінансовій безпеці / М.І. Зубок // Фінанси, облік і аудит : збірник наукових праць. – К. : КНЕУ, 2012. – Вип. 19. – С. 81-90.
6. Котовенко И.И. Безопасность кредитной деятельности коммерческого банка / Котовенко И.И. ; под общей ред. проф. Матвиенко В.П. – К. : Демократична Україна, 1997. – 189 с.
7. The global wealth report 2014// Knight Frank [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.thewealthreport.net/resources/thewealthreport2014. pdf.
8. GDP per capita (current US$) [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://data.worldbank.org/indicator/NY.GDP.PCAP.CD.
9. Офіційний сайт Національного банку України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.bank.gov.ua.
10. Офіційний сайт Державного комітету статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.ukrstat.gov.ua.
11. Тіньова економіка в Україні: причини та шляхи подолання 2014. – Міжнародний центр перспективних досліджень [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://icps.com.ua.
12. Тихонова О. Окремі особливості злочинності у фінансово-кредитній сфері в умовах сьогодення. // Публічне право. – Ужгородський національний університет, 2013. – № 4(12). – С. 105-113.
13. В Україні співвідношення бідних і багатих гірше, ніж в Гондурасі? [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://firtka.if.ua.
14. Як економічне погіршення життя українців відобразилося в офіційних показниках (інфографіка) [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://ukr.segodnya.ua/.
15. Українська молодь готова до еміграції [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://news.liga.net.
16. Міграція в Україні: факти і цифри – Міжнародна організація з міграції. Представництво в Україні, 2013. – Друге видання [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.iom.org.ua.

СЕКЦІЯ 7
БУХГАЛТЕРСЬКИЙ ОБЛІК, АНАЛІЗ ТА АУДИТ

УДК 657.37

Вовк М.О.
аспірант кафедри обліку підприємницької діяльності
Київського національного економічного університету
імені Вадима Гетьмана

ЕТАПИ ПІДГОТОВКИ ЗВІТНОСТІ ЗА СЕГМЕНТАМИ

Метою дослідження є виділення етапів підготовки та подання звітності за сегментами у відповідності до П(С)БО 29 «Фінансова звітність за сегментами» та МСФЗ 8 «Операційні сегменти». Процес складання та подання звітності за сегментами, на думку автора, складається з п'яти етапів, кожний з яких має певні особливості. Отримані результати дозволили зробити висновки, що процес складання та підготовки звітності за сегментами залежить від нормативно-правового забезпечення та рівня розвитку єдиної інформаційної та методологічної бази, що використовується для складання звітності за сегментами.
Ключові слова: звітність за сегментами, звітний сегмент, етапи складання звітності за сегментами.

Вовк М.О. ЭТАПЫ ПОДГОТОВКИ СЕГМЕНТНОЙ ОТЧЕТНОСТИ
Целью исследования является выделение этапов подготовки и подачи сегментарной отчетности в соответствии Н(С)БУ 29 «Финансовая отчетность по сегментам» и МСФО 8 «Операционные сегменты». Процесс подготовки и составления сегментной отчетности, по мнению автора, состоит из пяти этапов, каждый из которых имеет свои особенности. Полученные результаты позволили сделать выводы, что процесс составления и подачи сегментной отчетности зависит от нормативно-правового обеспечения и уровня развития единой информационной и методологической базы, которая используется для составления сегментной отчетности.
Ключевые слова: отчетность по сегментам, отчетный сегмент, этапы составления сегментной отчетности.

Vovk M.O. STAGES OF PREPARATION OF SEGMENT REPORTING
The study identifies the stages of preparation and presentation of segment reporting in accordance with NSA 29 «Financial Segmental Reporting» and IFRS 8 «Operating Segments». The process of preparation and presentation of segment reporting, according to the author, consists of five stages, each of which has certain characteristics. The obtained results led to the conclusion that the process of preparation and presentation of segment reporting depends on the legal base and development of shared database and methodology that are used for segment reporting.
Keywords: segmental financial reporting, reporting segment, phases of formation of segment reporting.

Постановка проблеми. Процес складання та подання фінансової звітності будується в кожній окремій компанії з врахуванням багатьох факторів: організаційної структури підприємства та системи управління; фінансових та технічних можливостей та обмежень підприємства; вимог законодавства щодо формування та подання звітності і т.д. Щодо звітності за сегментами, то рішення про її підготовку та подання зумовлено двома факторами: з одного боку – вимогами законодавства, з іншого – бажанням керівництва розкрити додаткову інформацію, яка може бути корисною для зовнішніх користувачів, навіть за відсутності відповідних вимог.

Формування інформації про звітні сегменти є невід'ємною складовою фінансової звітності підприємства та його управління. Інформація за сегментами містить переважно характеристики, що відповідають принципу економічної релевантності. Саме така спрямованість облікової інформації забезпечує можливість зовнішнім користувачам оцінювати діяльність господарюючого суб'єкта, його перспективи розвитку, управлінські ризики та прийняття рішень щодо інвестування та кредитування його діяльності. У зв'язку з цим важливим є формування інформації про кожний сегмент, та в першу чергу про доходи, витрати і грошові потоки.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Останнім часом у теорії і практиці бухгалтерського обліку все більше уваги приділяється проблемам формування системи обліку та звітності підприємств за сегментами. Так, наприклад, дослідження вітчизняних науковців, зокрема, А. Алєксєєвої та Т. Ігнатенко окреслюють особливості підготовки звітності за сегментами на підприємства різних галузей у відповідності до міжнародних та національних стандартів [1; 2].

Оскільки, процес підготовки звітності за сегментами є досить комплексним, він потребує добре налагодженої методологічної бази та має бути послідовним, тобто складається з певних етапів. Таким чином, метою дослідження є окреслення етапів підготовки та подання звітності за сегментами у відповідності до П(С)БО 29 «Фінансова звітність за сегментами» (далі – П(С)БО 29) та МСФЗ 8 «Операційні сегменти» (далі – МСФЗ 8) суб'єктами господарювання.

Інформаційною базою для дослідження слугували попередні дослідження автора та нормативно-правова база підготовки також подання фінансової звітності за сегментами вітчизняними підприємствами. У процесі дослідження застосовувались наступні **методи:** аналіз, синтез й метод аналогій.

Виклад основного матеріалу. Звітність за сегментами – це звітність, яка сформована таким чином, щоб представити інформацію за окремими сегментами (напрямами) діяльності організації. На вітчизняних підприємствах, порядок складання та подання звітності за сегментами регулюється П(С)БО 29 та МСФЗ 8 [4; 7]. На основі вивчення двох стандартів, можна зробити висновок, що процес підготовки та подання звітності за сегментами включає в себе ряд етапів та процедур, зокрема:

Етап І. Прийняття рішення щодо необхідності надання інформації за сегментами.

Етап ІІ. Формування елементів облікової політики для формування звітності за сегментами.

Етап ІІІ. Визначення звітних сегментів компанії.

Етап IV. Збір та обробка інформації щодо звітних сегментів із регістрів управлінського або фінансового обліку.

Етап V. Розкриття інформації в звітності за сегментами у відповідності до нормативних документів, які регулюють подання інформації за сегментами.

Етап І. Прийняття рішення щодо необхідності надання інформації за сегментами.

Норми П(С)БО 29 визначають методологічні засади формування інформації про звітні сегменти та її розкриття у фінансовій звітності. Норми цього стандарту застосовуються підприємствами, організаціями та іншими юридичними особами незалежно від форм власності (крім малих підприємств, неприбуткових організацій, банків і бюджетних установ), якщо підприємство зобов'язано оприлюднювати річну фінансову звітність, або підприємство займає монопольне (домінуюче) становищем на ринку продукції (товарів, робіт, послуг), або якщо щодо продукції (товарів, робіт, послуг) підприємства до початку звітного року прийнято рішення про державне регулювання цін. Норми та положення П(С)БО 29 не розповсюджуються на суб'єкти малого підприємництва, некомерційні організації, банки, бюджетні установи та компанії, які згідно Закону України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» повинні складати фінансову звітність згідно МСФЗ 8 [7, п. 2].

Визначення кола компаній, які зобов'язані готувати та подавати фінансову звітність за сегментами, на нашу думку, грає одну з ключових ролей у підготовці та поданні звітності за сегментами, що робить цей вид звітності не дуже поширеним.

Своєю чергою, МСФЗ 8 є обов'язковим до застосування для окремих чи індивідуальних звітів суб'єкта господарювання, консолідованої фінансової звітності групи з материнським підприємством:

1) боргові інструменти чи інструменти власного капіталу якого обертаються на відкритому ринку (на вітчизняній чи зарубіжній фондовій біржі або ж на позабіржовому ринку, у тому числі на місцевому та регіональному ринках);

2) який подає або перебуває в процесі подання своєї фінансової звітності до комісії з цінних паперів або іншого регулюючого органу з метою випуску інструментів будь-якого класу на відкритий ринок [4, п. 2].

Отже, узагальнюючи підхід двох стандартів, звітність за сегментами (незалежно від того у відповідності за яким стандартом вона складена) є обов'язковою для складання для двох груп суб'єктів господарювання:

по-перше, це для підприємств, що оприлюднюють свою річну фінансову звітність (у тому числі підприємства, що торгують борговими інструментами чи інструментами власного капіталу);

по-друге, для підприємств, діяльність яких є об'єктом державного регулювання (монополісти, чи підприємства, ціна продукцію яких регулюється державою).

Усвідомлення того, чи має підприємство звітність за сегментами чи ні, є дуже важливим перед початком її складання, адже може виникнути ситуація, коли керівництво підприємства приймає рішення про не подачу звітності за сегментами, хоча і зобов'язане, відповідно до законодавства. Якщо з другою групою підприємств все досить зрозуміло, адже перелік таких суб'єктів господарювання визначено на державному рівні, то з першою групою підприємств не все так прозоро і ясно. Відповідно до ЗУ публічні акціонерні товариства (далі – ПАТ) складають фінансову звітність та консолідовану фінансову звітність за міжнародними стандартами [1, с. 12, 3, п. 2]. Проте, чи всі ПАТ повинні складати та подавати звітність за сегментами? На нашу думку – ні, оскільки їх діяльність може не відповідати критеріям, зазначеним у МСФЗ 8. Іншими словами, якщо підприємство хоч раз здійснювало операції з продажу власних акцій (облігацій) чи купівлі акцій (облігацій) іншого підприємства, воно зобов'язане складати звітність за сегментами. У той же час, підприємство, яке не здійснювало подібних операцій, не повинно подавати таку інформацію, не дивлячись на те, що його фінансова звітність знаходиться у відкритому доступі. Слід додати, що ніяким стандартом не заборонено складати звітність за сегментами за власним бажанням [6, с. 49].

Етап ІІ. Формування елементів облікової політики для формування звітності за сегментами. Облікова політика являє собою основу методологічного забезпечення підготовки звітності за сегментами. Виходячи з положень вітчизняних та міжнародних стандартів фінансової звітності, облікова політика – це сукупність принципів, правил та процедур, які використовуються компанією в процесі підготовки та подання фінансової звітності. Пунктом 17 П(С)БО 29, а також Наказом Міністерства Фінансів України «Про затвердження Методичних рекомендацій щодо облікової політики підприємства та внесення змін до деяких наказів Міністерства фінансів України» № 625 визначено, що «обліковою політикою підприємства визначаються види сегментів, пріоритетний вид сегмента, засади ціноутворення у внутрішньогосподарських розрахунках» [5, п. 2.14; 7, п. 17]. Хоча, в МСЗФ 8 таке поняття як облікова політика для операційних сегментів не використовується, це не означає що у відповідності до цього документу облікової політики для цілей формування звітності за сегментами не існує, оскільки керівництво приймає окремі рішення щодо розкриття інформації, що, у свою чергу, може бути елементом облікової політики підприємства. Формування звітності за сегментами можливе лише за наявності єдиної методологічної бази, тобто конкретних методів та способів збору, реєстрації та групування інформації про всі господарські операції звітних сегментів.

Отже, на нашу думку, облікова політика підприємства щодо звітних сегментів повинна містити такі наступні елементи:

1) Прийняття рішення щодо підготовки та подачі звітності за сегментами.

2) Інформаційне забезпечення формування звітності за сегментами

3) Визначення критеріїв виділення звітних сегментів.

4) Визначення пріоритетного виду сегменту.

5) Формування засад внутрішньогосподарських розрахунків та ціноутворення.

6) Обрання методу розрахунку внутрігрупових цін.

7) Спосіб розподілу активів та зобов'язань між звітними сегментами.

8) Принципи об'єднання звітних сегментів.

9) Визначення кола відповідальних за складання звітності за сегментами.

Таким чином, роль облікової політики у формуванні звітності за сегментами полягає у визначенні

єдиного методологічного підходу щодо ідентифікації, реєстрації та групування інформації про звітні сегменти з метою її відображення у фінансовій звітності суб'єкта господарювання.

Етап ІІІ. Визначення звітних сегментів компанії. Відповідно ПСБО 29 звітним (господарським чи географічним) вважається сегмент, який визначений підприємством за критеріями, наведеними в пункті 9 ПСБО 29 (рис. 1).

За характером впливу на фінансовий результат діяльності підприємства звітні сегменти поділяються на пріоритетні та допоміжні [7, п. 14]. Всі методи передбачають кількісний підхід до визначення звітності сегмента. Проте, якщо підприємство має напрями діяльності, які не можуть бути визначеними за даними методами, то воно повинно провести об'єднання сегментів з метою подальшого відображення у фінансовій звітності.

Однак, якщо підприємство складає звітність відповідно до МСФЗ 8, у такому разі визначення «звітного сегмента» заміняється визначенням «операційний сегмент», який займається економічною діяльністю, і від якої він може заробляти доходи та нести витрати (включаючи доходи та витрати, пов'язані з операціями з іншими компонентами того самого суб'єкта господарювання), операційні результати якого регулярно переглядаються вищим керівником з операційної діяльності суб'єкта господарювання для прийняття рішень про ресурси, які слід розподілити на сегмент, та оцінювання результатів його діяльності, та про який доступна дискретна фінансова інформація. З цією метою стандарт вводить поняття «вищий керівник з операційної діяльності» (далі – ВКОД), що, по суті, є функцією (а не обов'язково менеджер на конкретній посаді), яка полягає в розподілі ресурсів на операційні сегменти та оцінюванні результатів їх діяльності. Наприклад, головний офіс суб'єкта господарювання не може вважатися звітним сегментом, оскільки метою його діяльності є загальне управління підприємством, а не генерування прибутків. З іншого боку, інформація про новостворений підрозділ підприємства може відображатися в звітності (тобто є звітним сегментом), оскільки має велике значення для суб'єкта господарювання, незалежно від того, приносить він прибутки чи ні. [6, с. 49-50].

Етап IV. Збір та обробка інформації щодо звітних сегментів із регістрів управлінського та фінансового обліку.

Під час процес збору та обробки інформації для складання звітності за сегментами суб'єкту господарювання необхідно вирішити наступні проблеми:

По-перше, інформація, на основі якої складається звітність за сегментами має бути максимально достовірною.

По-друге, необхідно оптимізувати витрати для її збору та обробки.

На нашу думку, це питання можна вирішити шляхом формування та обробки єдиної інформації бази, що у свою чергу означає:

1) Налагодження єдиної автоматизованої управлінської та фінансової систем.

2) Розробка документів, за допомогою яких буде передаватись інформація щодо діяльності звітних сегментів.

3) Розробка графіку надання інформації відповідальним за складання звітності за сегментами.

4) Аналіз наданої інформації та формування звітності за сегментами.

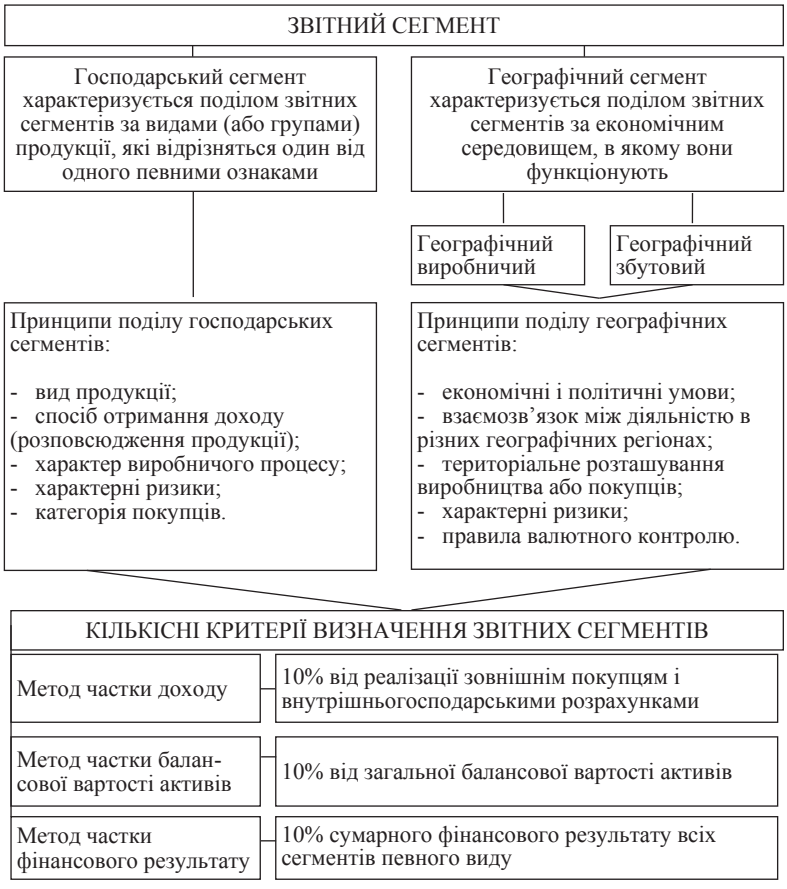


Рис. 1. Поділ звітних сегментів [6, с. 50]

Цей етап є досить громіздким і залежить від людських та технічних можливостей компанії. Проте саме результат його налагодження означатиме зниження витрат на підготовку звітності за сегментами та надання більш узгодженої інформації для формування звітності за сегментами.

Етап V. Розкриття інформації в звітності за сегментами у відповідності до нормативних документів, які регулюють подання інформації за сегментами.

Інформація про звітні сегменти у відповідності до П(С)БО 29 наводиться в Додатку до приміток до річної фінансової звітності «Інформація за сегментами» – Форма № 6 (далі – Форма № 6).

Форма № 6 відображає інформацію по пріоритетним та допоміжним звітним сегментам за чітко визначеними показниками (табл. 1).

Таким чином, формат звітності за сегментами та вимоги до її оформлення у відповідності до П(С)БО 29, є чітко визначеними для всіх видів звітних сегментів.

В основі складання звітності за сегментами МСФЗ 8 лежить управлінський підхід. Це означає, що інформація, яка відображена в звітних сегментах відображає організаційну структуру підприємства. Головний принцип розкриття інформації про звітні сегменти у відповідності до МСФЗ 8 полягає в «наданні можливості користувачу фінансової

Таблиця 1

Розкриття інформації про пріоритетні і допоміжні звітні сегменти у Формі № 6

Показники пріоритетних звітних сегментів	Показники допоміжних звітних сегментів
1. Доходи звітних сегментів	1. Доходи від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) зовнішнім покупцям
2. Витрати звітних сегментів	
3. Фінансовий результат діяльності звітного сегмента	
4. Фінансовий результат діяльності підприємства	2. Балансова вартість активів звітних сегментів
5. Активи звітних сегментів	
6. Зобов'язання звітних сегментів	3. Капітальні інвестиції
7. Капітальні інвестиції	
8. Амортизація необоротних активів	

звітності суб'єкта господарювання оцінити характер і фінансовий вплив видів економічної діяльності, якими він займається, та економічні умови, за яких він здійснює свою діяльність». Для реалізації цього принципу, підприємство повинно розкривати інформацію, наведену в таблиці 2.

На перший погляд, вимоги двох стандартів до розкриття інформації про звітні сегменти є досить схожими. Проте, на відміну від П(С)БО 29, використання МСФЗ 8 вимагає використання професійного судження щодо суттєвої та несуттєвої інформації, та її подальшого розкриття у фінансовій звітності суб'єкта господарювання.

Висновки з проведеного дослідження. Процес складання та подання звітності за сегментами є досить комплексним та вимагає дотримання певних правил та процедур. Таким чином, результати проведеного дослідження показали, що:

по-перше, процес складання та подання фінансової звітності за сегментами залежить від нормативно – правового регулювання, особливо на етапі визначення того, чи повинен суб'єкт господарювання подавати фінансову звітність за сегментами чи ні;

по-друге, облікова політика підприємства повинна забезпечувати єдиний методологічний підхід щодо ідентифікації, реєстрації та групування інформації про звітні сегменти з метою її відображення у фінансовій звітності суб'єкта господарювання;

по-третє, рівень розвитку формування та обробки єдиної інформації бази забезпечує достовірність розкриття інформації про звітні сегменти та швидкість її формування;

по-четверте, хоча, на перший погляд, вимоги П(С) БО 29 та МСФЗ 8 до розкриття інформації про звітні сегменти є досить схожими, імплементація останнього вимагає використання професійного судження

Таблиця 2

Розкриття інформації про звітні сегменти у відповідності до МСФЗ 8

Вид інформації	Пояснення
Загальна інформація	1. Чинники використані для визначення звітних сегментів. 2. Види продуктів та послуг, від яких кожен звітний сегмент отримує доходи.
Інформація про прибуток або збиток, активи та зобов'язання	1. Доходи від зовнішніх і внутрішніх клієнтів. 2. Суттєві статті доходів і витрат. 3. Амортизація. 4. Витрати (у т.ч. витрати на податок на прибуток). 5. Суттєві не грошові статті.
Узгодження загальних сум доходів, збитку, активів та зобов'язань сегмента з відповідними сумами суб'єкта господарювання	Усі суттєві узгоджувальні статті визначаються та описуються окремо.

щодо суттєвої та несуттєвої інформації, та її подальшого розкриття у фінансовій звітності суб'єкта господарювання.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Алексєєва А. Розкриття інформації за сегментами діяльності підприємства у міжнародних і національних стандартах / А. Алексєєва, Т. Ігнатенко // Вісник КНТЕУ. – 2009. – № 5. – С. 109-116.
2. Ігнатенко Т. Побудова управлінського обліку за сегментами діяльності на підприємствах торгівлі: [Електронний ресурс] / Т. Ігнатенко. – Режим доступу: http://www.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/Vdnuet/econ/2011_4/Ignat.pdf.
3. Закон України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» від 16.07.1999 № 996-XIV станом на 02.12.2012 [Електронний ресурс] / Режим доступу: http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/996-14.
4. Міжнародний стандарт фінансової звітності 8 «Операційні сегменти», виданий Радою з Міжнародних стандартів бухгалтерського обліку за змінами станом на 1 січня 2012 року, [Електронний ресурс] / Режим доступ: http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/995_k53.
5. Наказ Міністерства Фінансів України «Про затвердження Методичних рекомендацій щодо облікової політики підприємства та внесення змін до деяких наказів Міністерства фінансів України»: затв. 27 червня 2013 року, № 635, [Електронний ресурс] / Режим доступу: http://www.minfin.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=382876.
6. Озеран А.В., Вовк М.О. «Аудит звітності за сегментами» / А.В. Озеран, М.О. Вовк: Науково-практичне видання, «Незалежний аудитор», № 7(1) 2014, ст. 47-54, – 84 с.
7. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 29 «Фінансова звітність за сегментами»: затв. Наказом Мінфіну України від 19.05.2005 р. № 412 та зареєстровано у Мін'юсті України, 03.06.2005 р. за № 621/10901 [Електронний ресурс] / Режим доступу: http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/z0621-05.

УДК 336

Худик О.Б.
аспірант кафедри обліку, аналізу й аудиту
Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича

КАПІТАЛ ЯК ОБ'ЄКТ СТРАТЕГІЧНОГО АНАЛІЗУ

У статті розглянуто теоретико-методологічні засади стратегічного фінансового аналізу капіталу підприємства як відкритої соціально-економічної системи. Теоретично обґрунтовано структурно-логічну модель стратегічного аналізу капіталу. Уточнено економічну суть капіталу підприємства виходячи з потреб аналізу.
Ключові слова: капітал, політика фінансування активів, стратегічний аналіз, стратегія, структура капіталу.

Худик О.Б. КАПИТАЛ КАК ОБЪЕКТ СТРАТЕГИЧЕСКОГО АНАЛИЗА
В статье рассмотрены теоретико-методологические основы стратегического финансового анализа капитала предприятия как открытой социально-экономической системы. Теоретически обоснована структурно-логическая модель стратегического анализа капитала. Уточнена экономическая сущность капитала предприятия исходя из потребностей анализа.
Ключевые слова: капитал, политика финансирования активов, стратегический анализ, стратегия, структура капитала.

Khudyk O.B. CAPITAL AS AN OBJECT OF STRATEGIC ANALYSIS
The article examines the theoretical and methodological principles of strategic financial analysis of capital of the company as an open socio-economic system. Theoretically grounded structural and logical model of strategic analysis of the capital. The economic nature of capital of the company is clarified, based on the needs of the analysis.
Keywords: capital, asset financing policy, strategic analysis, strategy, structure of capital.

Постановка проблеми. На сучасному етапі розвитку економіки, що характеризується високим рівнем невизначеності, нестабільності та ризику, суб'єкти господарювання будь-якої галузевої спрямованості та форми власності здійснюють свою діяльність у жорсткому конкурентному середовищі. За цих умов досягнення глобальних цілей, посилення конкурентних переваг і ефективність діяльності підприємства значною мірою залежать від якісної системи управління капіталом, зокрема стратегічного, яка здатна забезпечити стійке економічне зростання господарської одиниці у довгостроковій перспективі, відстеження й адаптацію до змін у зовнішньому середовищі.

Стратегічне управління капіталом забезпечує розробку та реалізацію управлінських рішень щодо обґрунтування необхідного розміру та структури капіталу, пошуку умов досягнення максимальної рентабельності капіталу, мінімізації фінансового ризику, пов'язаного з його використанням. Кожне науково обґрунтоване, виважене й ефективне управлінське рішення повинно враховувати множину аспектів, які впливають на його якість, а отже, прийматися на основі детального стратегічного аналізу. Саме він дозволяє зменшити невизначеність майбутнього та забезпечити адаптацію підприємства до змін в оточенні, спрогнозувати загальну потребу в капіталі для фінансування різних видів діяльності й оптимізувати структуру капіталу для досягнення максимального кінцевого фінансового результату, забезпечити послідовність і системність у прийняті управлінських рішень.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблемам аналізу капіталу присвячено праці вітчизняних та зарубіжних вчених, зокрема І.О. Бланка [1], Т.В. Головка [2], Л.О. Коваленка [3], Т.М. Ковальчук [4], О.Г. Крамаренка [5], І.М. Назаренка [6], А.М. Поддєрьогіна [7], Л.С. Ситника [8], О.О. Терещенка [9], О.М. Чорної [10].

Проте у науковій літературі недостатньо досліджені теоретичні, організаційні та методологічні аспекти стратегічного аналізу капіталу, відсутній єдиний підхід до визначення суті капіталу виходячи з потреб аналізу.

Постановка завдання. Метою даного дослідження є розвиток теоретико-методологічних засад стратегічного аналізу капіталу підприємства й уточнення економічної суті капіталу як об'єкта стратегічного аналізу.

Об'єкт дослідження – процес стратегічного фінансового аналізу капіталу підприємства.

Предмет дослідження – теоретико-методологічні аспекти стратегічного аналізу капіталу підприємства як відкритої соціально-економічної системи.

Виклад основного матеріалу дослідження. Капітал (від лат. capitalis – головний, основний) є обов'язковим елементом ринкової економіки, однією з найважливіших категорій економічної науки. Значення капіталу як об'єкта стратегічного аналізу можна усвідомити, з'ясувавши його зміст з позицій поглядів провідних економістів різних періодів (табл. 1).

Таким чином, не існує єдиного визначення поняття «капітал». Різноманітність поглядів у трактуванні даного поняття пояснюється розвитком товарного виробництва, стрімким науково-технічним прогресом, трансформацією системи соціально-економічних відносин та розвитком самої економічної науки. У різні історичні періоди капітал ототожнювався з грошима (Г. Ск'яруффі, Б. Даванцатті, В. Стаффорд, Х. Маріана), засобами виробництва (Ф. Кене, маркіз Мірабо, Ж. Тюрго, А. Сміт, Д. Рікардо, Ж.Б. Сей, Дж.С. Міль), специфічними суспільними відносинами (К. Маркс, Ф. Енгельс), усім тим, що здатне приносити дохід (А. Маршал, А. Пігу, Р.Дж. Хоутрі, Дж.М. Кейнс).

Сучасні вчені-економісти розглядають капітал у контексті капіталу суб'єкта господарювання. Так, на думку І.О. Бланка, «капітал – це накопичений шляхом заощаджень запас економічних благ у формі грошових коштів і реальних активів, що залучаються його власниками в економічний процес як інвестиційний ресурс і фактор виробництва з метою отримання доходу, функціонування яких у економічний системі базується на ринкових принципах і пов'язане з чинниками часу, ризику і ліквідності» [1, с. 277].

О.Д. Данілов розглядає капітал як сукупність ресурсів, наявних у розпорядженні товаровиробника,

Таблиця 1

Теоретичне осмислення сутності капіталу в історії економічної думки [10; 11; 12; 13; 14]

Автор	Визначення
1. Меркантилізм	
Г. Ск'яруффі, Б. Даванцатті, В. Стаффорд, Х. Маріана	Ототожнення капіталу з грошима, а гроші – це золото і срібло. Джерелом багатства (капіталу) є сфера обігу, тобто зовнішня торгівля.
2. Класична політична економія	
2.1. Фізіократи	
Ф. Кене, маркіз Мірабо, Ж. Тюрго	Капітал – не гроші, а ті засоби виробництва, які можна придбати за гроші.
А. Сміт	Капітал як частина, призначена для подальшого виробництва запасів, від яких очікують отримати дохід.
Д. Рікардо	Капітал – нагромаджена праця. Ототожнює працю із засобами виробництва.
Ж.Б. Сей	Капітал – фактор виробництва (уречевлені матеріальні блага, засоби виробництва), який сприяє створенню та розподілу національного доходу.
Дж.С. Міль	Капітал – попередньо нагромаджений запас продуктів минулої праці, призначених для виробництва.
2.2. Марксизм	
К. Маркс	Капітал – самозростаюча вартість (вартість, що приносить додаткову вартість); виробничі відносини капіталістичного способу виробництва, засновані на експлуатації та монопольному привласненні капіталістами неоплаченої праці найманих робітників.
3. Маржиналізм	
К. Менгер, Ф. фон Візер	Капітал є результатом непрямих методів у виробництві, які стають причиною того, що споживання переноситься на майбутнє.
Е. Бем-Баверк	Капітал – сукупність проміжних продуктів, що створюються на окремих стадіях «непрямого шляху виробництва». Акцент на зв'язку дохідності капіталу з властивостями часу.
4. Неокласична політична економія	
4.1. Кембриджська школа	
А. Маршал	Капітал – сукупність речей, що формують передумови виробництва. Головна його властивість – здатність приносити дохід, який залежить від продуктивності факторів виробництва та відносної рідкісності, що випливає з тягаря утримання.
А. Пігу, Р.Дж. Хоутрі	Капітал вкладається в підприємство переважно з метою «перспективи вигоди». Дохід на капітал включає премію за ризик.
4.2. Американська школа	
Дж. Б. Кларк	Капітал – фундаментальна основа виробництва, запас виробничих благ, які володіють фізичною продуктивністю.
4.3. Шведська (стокгольмська) школа	
К. Вікссель, Г. Мюрдаль, Ю. Олін, Е. Ландаль	Капітал – сукупність усіх одиниць заощадженої праці та зекономленої землі, помножених на тривалість періоду заощаджень.
4.4. Математична школа	
Л. Вальрас, Курно, В. Парето, Д. Бернуллі	Капітал – це результат минулої праці, що має вартість, збільшуючи продуктивність праці і землі в даний момент.
6. Кейсіанство	
Дж. М. Кейнс	Капітал – багатство, здатне приносити дохід. Перетворення багатства на капітал зумовлено перевищенням доходу від капіталовкладень над банківським відсотком.
7. Сучасний монетаризм	
М. Фрідмен	Капітал являє собою багатство, яке існує у формі грошей.

які можуть бути використані для створення нової вартості та отримання економічної вигоди [15, с. 13].

І.В. Зятковський розуміє під капіталом вкладення в активи, які перебувають у розпорядженні підприємства (товариства) і достатні для виконання господарської та фінансової діяльності й отримання прибутку [16, с. 33].

Л.О. Коваленко та Л.М. Ремньова вважають, що капітал – це матеріальні засоби і грошові кошти, вкладені в підприємство з метою здійснення підприємницької діяльності [3, с. 248].

О.Г. Крамаренко, О.Д. Чорна стверджують, що капітал підприємства – це фінансові ресурси підприємства, необхідні для організації його господарської діяльності і використання в господарському обороті для отримання доходів і прибутку [5, с. 486].

Відповідно до визначення С.В. Мочерного, «капітал підприємства – виробниче відношення, за якого знаряддя праці, певні матеріальні блага, мінові вартості є засобом експлуатації, привласнення чужої неоплаченої праці» [17, с. 254].

І.М. Назаренко характеризує капітал як сукупність матеріальних ресурсів, коштів, фінансових вкладень і витрат для придбання прав, а також інструмент, що відображає взаємовідносини між певними суб'єктами господарювання у процесі здійснення фінансово-господарської діяльності та управління фінансовими результатами та підприємством в цілому [6, с. 5-6].

А.М. Поддєрьогін визначає капітал з погляду підприємця (на мікроекономічному рівні) і тлумачить його як суму вартісної оцінки майна і коштів підприємця, які він може використати на господарські потреби [7, с. 225].

Л.С. Ситник трактує термін капітал як загальну вартість засобів у грошовій, матеріальній і нематеріальній формах, інвестованих у формування його активів з метою отримання прибутку [8, с. 132].

Узагальнюючи розглянуті підходи до визначення поняття «капітал», вважаємо, що капітал – це запас економічних ресурсів у формі грошових коштів, матеріальних і нематеріальних активів, що накопичений шляхом заощаджень, який використовується його власником як фактор виробництва й інвестиційний ресурс у економічному процесі з метою отримання прибутку, забезпечення зростання добробуту власників підприємства та досягнення соціального ефекту.

Стратегічний аналіз є безперервним процесом, що повинен послідовно і системно застосовуватися у діяльності підприємств усіх галузей національної економіки. Виходячи з цього, стратегічний аналіз має бути неперервним за усіма стадіями кругообігу капіталу. Проведене дослідження дозволило виділити основні напрями аналізу та розробити структурно-логічну модель стратегічного аналізу капіталу підприємства (рис. 1):

1) для уточнення і деталізації місії підприємства необхідно визначити стратегічні цілі. Стратегічна ціль – це результат, якого підприємство бажає досягти у довгостроковій перспективі.

Оскільки основним показником, що характеризує ефективність діяльності підприємства, є рентабельність, основною стратегічною ціллю стратегії управління капіталом є «максимізація рівня рентабельності капіталу»;

2) визначення та прогнозування оптимальної потреби в капіталі для фінансування операційної, інвестиційної та фінансової діяльності на перспективу;

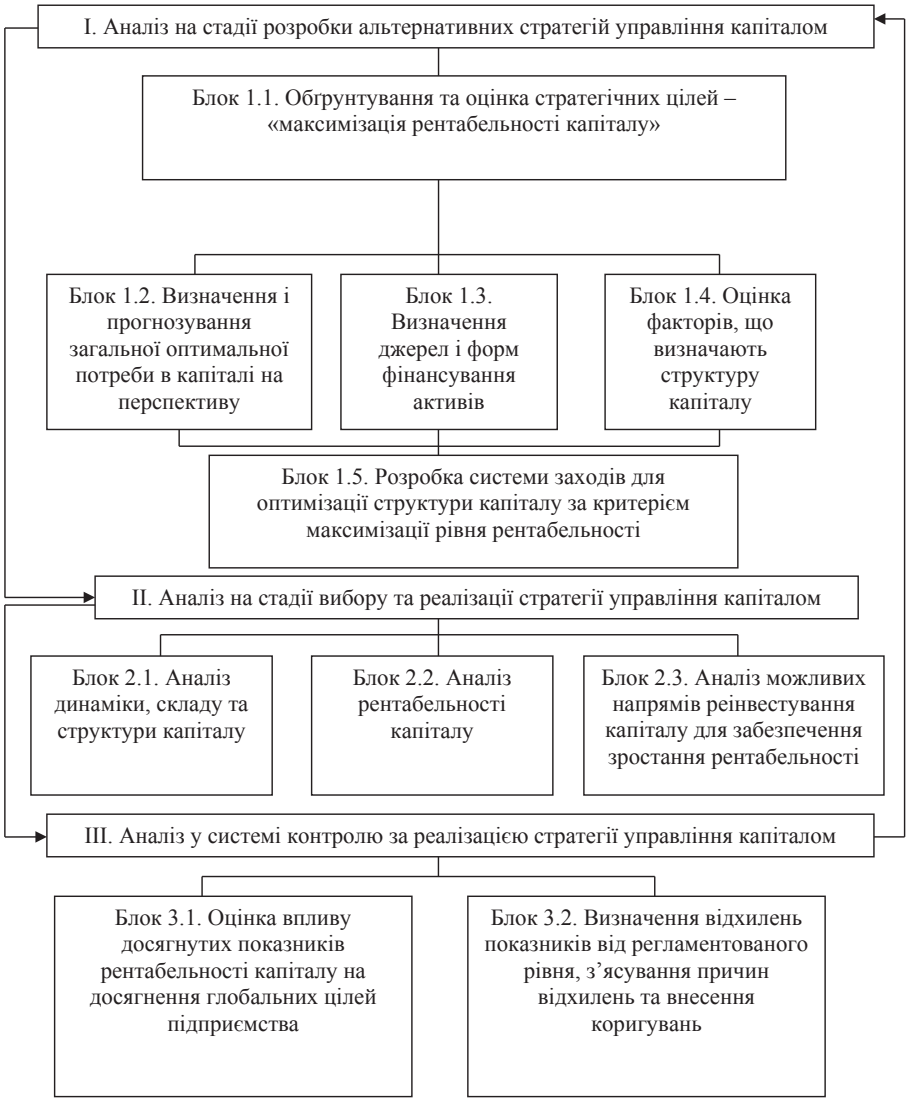


Рис. 1. Структурно-логічна модель стратегічного аналізу капіталу підприємства

3) визначення джерел та форм фінансування необоротних і оборотних активів, розробка системи заходів для залучення капіталу з визначених джерел. При визначенні джерел фінансування активів необхідно обґрунтувати політику фінансування активів, що буде використовуватися суб'єктом господарювання. Під політикою фінансування активів слід розуміти певну сукупність управлінських рішень та дій щодо вибору джерел коштів, які використовуються для формування активів підприємства та дотримання найоптимальнішого співвідношення між ними.

Розрізняють три основні різновиди політики фінансування активів підприємства:

- консервативна політика фінансування передбачає використання власного капіталу та довгострокових зобов'язань для формування необоротних активів та половини змінної частини оборотних активів. Перевагою цього підходу є забезпечення мінімізації ризику, оскільки короткострокові зобов'язання використовуються у незначних обсягах для формування змінної частини оборотних активів. Водночас така політика фінансування досить обтяжлива для підприємства у зв'язку з високою вартістю капіталу, що використовується. Крім того, вона передбачає витрати, пов'язані з неповним використанням залученого довгострокового капіталу в періоди зменшення змінної частини оборотних активів;

- агресивна політика фінансування активів націлена на використання власного капіталу та довгострокових зобов'язань тільки для формування необоротних активів. Оборотні активи у повному обсязі формуються за рахунок короткострокових зобов'язань. Ця політика фінансування активів забезпечує найнижчу вартість капіталу підприємства, проте вона обмежена занадто високим ризиком можливості втрат та недостатності капіталу;

- компромісна політика фінансування активів має на меті використання власного капіталу та довгострокових зобов'язань для формування необоротних активів та постійної частини оборотних активів. При цьому вся змінна частина оборотного капіталу фінансується короткостроковими зобов'язаннями. Така політика фінансування активів дає змогу досягти компромісу між вартістю капіталу та ризиком його втрати [2, с. 89-90].

Крім розглянутих вище видів політики фінансування активів можуть використовуватися й інші види політик фінансування активів, які передбачають зміну пропорцій використання окремих джерел капіталу для формування певних категорії активів;

4) оцінка факторів, що визначають структуру капіталу суб'єкта господарювання. Систему факторів, що впливають на розмір і структуру капіталу підприємства класифіковано нами за місцем виникнення (внутрішні, фактори мікро- та макросередовища) та за економічним змістом (господарсько-правові, економічні, організаційно-управлінські, ринково-маркетингові, соціальні) [18; 19; 20] (табл. 2);

5) оцінка можливих варіантів структури капіталу та розробка системи заходів для її оптимізації за обраними критеріями (за критерієм максимізації рівня рентабельності);

6) аналіз динаміки, складу та структури капіталу підприємства;

7) аналіз ефективності використання капіталу, оцінка впливу структури капіталу на діяльність підприємства;

8) аналіз можливих напрямів реінвестування капіталу для забезпечення зростання рентабельності;

9) оцінка впливу досягнених показників рентабельності капіталу на досягнення глобальних цілей підприємства;

10) визначення відхилень показників від регламентованого рівня, з'ясування причин відхилень та внесення коригувань.

Таблиця 2

Класифікація факторів, що визначають розмір і структуру капіталу підприємства

Внутрішні фактори		
Господарсько-правові		закріплені у статутних документах вимоги щодо розміру та порядку формування власного капіталу підприємства (розмір статутного, резервного капіталу, вимоги щодо додаткової емісії акцій тощо) та позикового капіталу (залучення кредитів, емісія облігацій тощо)
Економічні		розмір підприємства, форма власності, галузева приналежність, види діяльності, стадія життєвого циклу підприємства, прибутковість діяльності, фінансовий стан підприємства
Організаційно-управлінські		рівень організації діяльності підприємства в цілому, фінансовий менталітет власників та менеджерів, інформаційне забезпечення діяльності підприємства, оперативність і виваженість прийняття управлінських рішень, взаємозв'язки рівнів управління
Зовнішні		
Фактори мікросередовища	Ринково-маркетингові	кон'юнктура товарного ринку, кон'юнктура фінансового ринку, ставлення кредиторів до підприємства, доступність ресурсів фінансового ринку для підприємства
Фактори макросередовища	Господарсько-правові	організація державного управління підприємницькою діяльністю суб'єктів господарювання, застосування нормативів (закріплені у законодавчому порядку вимоги щодо розміру та порядку формування окремих елементів власного та позикового капіталу підприємства (мінімальний розмір зареєстрованого капіталу, розмір резервного капіталу, межі емісії привілейованих акцій тощо); закріплені у законодавчому порядку вимоги щодо розміру власного капіталу підприємства при здійсненні окремих видів діяльності) та лімітів, створення інвестиційних, податкових та інших пільг, надання дотацій, компенсацій та субсидій
	Економічні фактори	темп інфляції, рівень зайнятості, стабільність національної валюти, фаза економічного циклу, розмір ставки рефінансування НБУ, інвестиційна привабливість країни
	Соціальні фактори	соціальна стабільність, рівень криміналізації та корупції, платоспроможний попит населення

Висновки. У статті здійснено теоретичне узагальнення та нове вирішення проблем стратегічного аналізу капіталу підприємства, що дозволяє вдосконалити його теоретичні засади. На основі здійсненого дослідження теоретично обґрунтовано структурно логічну модель стратегічного аналізу капіталу, що сприятиме його системній інтеграції із вимогами стратегічного управління і створить передумови для впровадження у практику вітчизняних підприємств. Доведено, що стратегічний аналіз капіталу є безперервним процесом, який здійснюється у відповідній послідовності на кожній стадії кругообігу капіталу його етапи утворюють замкнений контур.

На основі узагальнення підходів щодо визначення суті капіталу підприємства сформовано власний підхід до його розуміння виходячи з потреб стратегічного аналізу.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Бланк І.О. Фінансовий менеджмент : навчальний посібник. – К. : Ельга, 2008. – 724 с.
2. Головко Т.В., Сагова С. В. Стратегічний аналіз : навч.-метод посібник для самост. вивч. Диск / За ред. М.В. Кужельного. – К. : КНЕУ, 2002. – 198 с.
3. Коваленко Л.О. Фінансовий менеджмент : навч. посіб. / Л.О. Коваленко, Л.М. Ремньова. – 3-тє вид., випр. і доп. – К. : Знання, 2008. – 483 с.
4. Ковальчук Т.М. Аналіз як функція управління // Економіка АПК. – 2009. – № 12. – С. 14-21.
5. Крамаренко О.Г. Фінансовий менеджмент : підручник. 2-ге вид. / О.Г. Крамаренко, О.Є. Чорна. – К. : Центр учбової літератури, 2009. – 520 с.
6. Назаренко І.М. Формування та ефективність управління капіталом сільськогосподарських підприємств : автореф. дис. … на здоб. наук. ступ. канд. екон. наук : 08.00.04 / І.М. Назаренко; Міжнародний ун-т бізнесу і права. –Херсон, 2010. – 22 с.
7. Поддєрьогін А.М. Фінансовий менеджмент : підручник / А.М. Поддєрьогін. – К. : КНЕУ, 2005. – 535 с.
8. Ситник Л.С. Фінансовий менеджмент : навч. посібник / Л.С. Ситник. – К. : Центр навчальної літератури, 2006. – 352 с.
9. Терещенко О.О. Фінансова діяльність суб'єктів господарювання : навч. посібник / О.О. Терещенко. – К. : КНЕУ, 2003. – 554 с.
10. Чорна О.М., Мацнєва О.О. Економічний зміст та проблематика управління капіталом підприємства реального сектору економіки в Україні // Науковий вісник: Фінанси, банки, інвестиції. – 2013. – № 2. – С. 48-56.
11. Бідник О.І. Поняття капіталу підприємства та його еволюція / О.І. Бідник // Науковий вісник Національного лісотехнічного університету України. – 2007. – № 17.2. – С. 131-135.
12. Економічна теорія: Політекономія : підручник / За ред. В.Б. Базилевича. – 7-ме вид., стер. – К. : Знання-Прес, 2008 . – 719 с.
13. Рибіцька А.В. «Капітал» та «позиковий капітал»: економічна суть, еволюція понять / Науковий вісник Буковинського державного фінансово-економічного університету. Економічні науки. – 2013. – Вип. 1. – С. 440-451.
14. Садовська І.П. Капітал-власність і капітал-функція в системі управлінського обліку: інституціональний підхід / Економічні науки. Сер.: Облік і фінанси, 2013. – Вип. 10(2). – С. 220-232.
15. Данілов О.Д., Денисенко Д.Є. Капітал як конкурентна перевага товаровиробника // Бізнес Інформ. – 2012. – № 5. – С. 12-16.
16. Зятковський І.В., Фінанси підприємств : навч. посібник. – 2-ге вид., перероб. та доп. / І.В. Зятковський. – К. : Кондор, 2003. – 364 с.
17. Мочерний С.В. Економічна теорія : навч. посіб. / С.В. Мочерний. – 4-те вид. – К. : ВЦ «Академія», 2009. – 640 с.
18. Жулега И.А. Методология анализа финансового состояния предприятия : монография / И.А. Жулега ; ГУАП. – СПб., 2006. – 235 с.
19. Ковалев В.В. Финансовый менеджмент: теория и практика : учебник / В.В. Ковалев. – [2-е изд., перераб. и доп.]. – М. : ТК Велби ; Проспект, 2007. – 1024 с.
20. Сілакова Г.В., Сопіженко О.О. Оптимізація структури капіталу підприємства на основі використання теоретико-ігрового підходу // Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу. – 2013. – № 4(24). – С. 114-119.

СЕКЦІЯ 8
МАТЕМАТИЧНІ МЕТОДИ, МОДЕЛІ ТА ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ЕКОНОМІЦІ

УДК 336.225.6

Маринчук С.Г.
аспірант
Національної металургійної академії

МОДЕЛЬ РЕАЛІЗАЦІЇ МЕХАНІЗМУ ПОДАТКОВОЇ ОПТИМІЗАЦІЇ СУБ'ЄКТА ГОСПОДАРЮВАННЯ З УРАХУВАННЯМ ЛОЯЛЬНОСТІ

У статті обґрунтовано когнітивну модель реалізації механізму податкової оптимізації з урахуванням лояльності суб'єкта господарювання. Оцінено рівень збалансованості запропонованої системи реалізації механізму податкової оптимізації суб'єкта господарювання з урахуванням лояльності. Реалізація запропонованої когнітивної моделі дала змогу дослідити сценарії розвитку комерційного інтересу суб'єктів господарювання та рівня задоволеності системою оподаткування.

Ключові слова: лояльність, механізм податкової оптимізації, податкове навантаження, податкові ризики, когнітивна модель, збалансованість системи.

Маринчуг С.Г. МОДЕЛЬ РЕАЛІЗАЦИИ МЕХАНИЗМА НАЛОГОВОЙ ОПТИМИЗАЦИИ СУБЪЕКТА ХОЗЯЙСТВОВАНИЯ С УЧЕТОМ ЛОЯЛЬНОСТИ

В статье обосновано когнитивную модель реализации механизма налоговой оптимизации с учетом лояльности субъекта хозяйствования. Оценен уровень сбалансированности предлагаемой системы реализации механизма налоговой оптимизации субъекта хозяйствования с учетом лояльности. Реализация предложенной когнитивной модели позволила исследовать сценарии развития коммерческого интереса субъектов хозяйствования и уровня удовлетворенности системой налогообложения.

Ключевые слова: лояльность, механизм налоговой оптимизации, налоговая нагрузка, налоговые риски, когнитивная модель, сбалансированность системы.

Marynchuk S.G. MODEL IMPLEMENTATION MECHANISM FOR TAX OPTIMIZATION ENTITY BASED ON LOYALTY

The article rightly cognitive model implementation mechanism of tax optimization based on loyalty entity. Reviewed level balancing system implementation mechanism proposed tax optimization entity based on loyalty. Implementation of the proposed cognitive model enabled explore scenarios of commercial interest entities and satisfaction tax system.

Keywords: loyalty, mechanism of tax optimization, tax burden, tax risks cognitive model, balance system.

Постановка проблеми. Сучасні умови господарювання, що цілком обумовлені рецесією економіки в Україні, спонукають суб'єкти господарювання до пошуку та застосуванню оптимізаційних інструментів та методів у середовищі оподаткування. Актуальності набувають офшорні та оншорні механізми податкової оптимізації суб'єкта господарювання. Вибір можливої податкової альтернативи формується залежно від податкової поведінки суб'єкта господарювання, яка характеризується набором можливих виборів механізмів податкової оптимізації, та здійснюється в межах правил прийняття рішень. Одним із вагомих чинників формування вектору податкової поведінки є лояльність суб'єкта господарювання до відповідних механізмів податкової оптимізації, що обумовлює актуальність теми дослідження.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання механізмів податкової оптимізації досліджували у своїх наукових працях такі провідні вчені як В. Андрущенко, Т. Афонська, В. Вишневський, В. Дедекаєв, В. Занько, Ю. Іванов, Н. Кучерявенко, С. Павленко, А. Соколовська, Е. Чупрова, Ф. Ярошенко та інші. Проте, розвиток лояльного ставлення суб'єктів господарювання до сучасних механізмів податкової оптимізації потребує подальшого дослідження.

Постановка завдання. Метою статті є формалізація моделі реалізації механізму податкової оптимізації суб'єкта господарювання з урахуванням лояльності на основі застосування когнітивного моделювання.

Виклад основного матеріалу дослідження. Лояльність – від англійського слова loyal (вірний, відданий) – це насамперед позитивне ставлення клієнта до магазину, продукту, послуги, компанії тощо [1]. Лояльність частково формується на засадах задоволеності, що представляє собою міру відповідності якос-

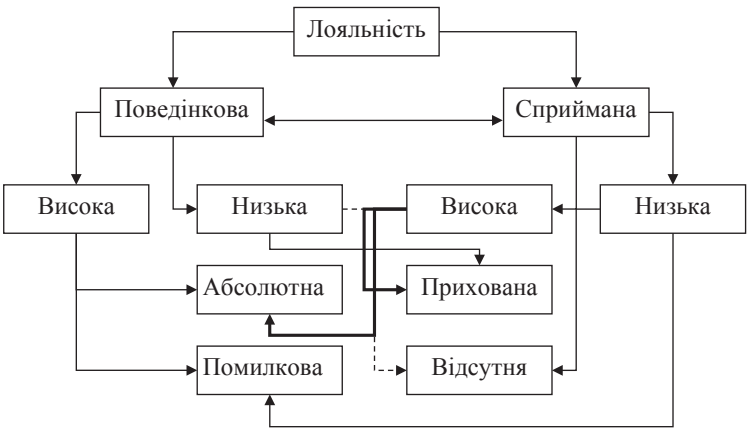


Рис. 1. Типи лояльності та їх взаємозв'язки
Джерело: узагальнено автором за матеріалами [5]

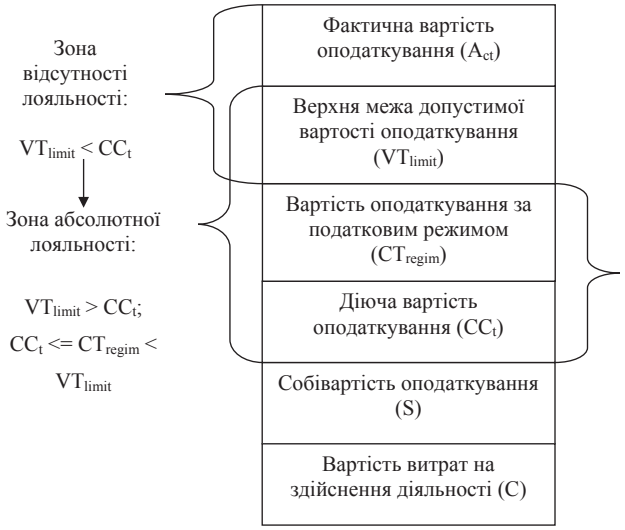


Рис. 2. Зони податкової лояльності суб'єкта господарювання

Джерело: розроблено автором на основі [5]

ті отриманого товару чи послуги очікуваному рівню. Лояльність – це емоція клієнта, який приходить до магазину, користується продуктом чи послугою незалежно від наявності інших, фінансово більш вигідних пропозицій на ринку [1]. Лояльність споживачів – перевага, яку надає цільова група або окремі споживачі певній фірмі, що пропонує послуги [2]. Дослідження питань впливу лояльності на процеси ціноутворення в сфері послуг здійснила у своєму дослідженні А. Бакурова [3].

Науковці виділяють два основних види лояльності, рисунок 1: поведінкову, яка визначається поведінкою споживача при купівлі та включає фізичні дії, часові витрати споживача, набуття певного досвіду; та сприйману, що формується перевагами й оцінками споживачів [4].

Отже, податкова лояльність – це вектор податкової поведінки суб'єкта господарювання, який формується на основі певного суб'єктивного рішення в межах прийнятих особистих правил, які обумовлюють перевагу використання відповідних механізмів податкової оптимізації.

Розглянемо зони податкової лояльності суб'єкта господарювання, рисунок 2. На рисунку 2 представлено зони податкової лояльності, що формуються залежно від рівня та меж вартості оподаткування, яка представляє собою абсолютний показник суми податкових зобов'язань та супутніх витрат для застосування відповідного податкового механізму до результатів діяльності суб'єкта господарювання. Наприклад, при використанні методів податкової оптимізації в зонах оншорних та офшорних юрисдикцій, доцільно враховувати витрати на утримання представника ваших комерційних інтересів, що буде постійною складовою витрат механізму податкової оптимізації, який застосовується.

У зонах податкової лояльності діють наступні обмеження:

– у випадку перевищення фактичної вартості оподаткування верхньої межі допустимої вартості оподаткування, також при рівності показників, суб'єкт господарювання знаходиться в зоні відсутності власної лояльності до даного режиму оподаткування;

– абсолютна лояльність суб'єкта господарювання формується у випадку перевищення верхньої межі допустимої вартості оподаткування фактичної вартості оподаткування;

– варіативна частка вартості оподаткування обмежується рівнями верхньої межі допустимої вартості оподаткування та фактичної вартості оподаткування;

– помилкова лояльність суб'єкта господарювання формується у випадку: $VT_{limit} = CC_t$; $S <= A_{ct} < CC_t$; $CT_{variable} = A_{ct} - S$;

– прихована лояльність з'являється за наступних умов: $VT_{limit} < CC_t$; $A_{ct} <= S$.

На основі узагальнення взаємозв'язків виникає можливість вирішення завдання щодо дослідження системи оподаткування з урахуванням лояльності суб'єкта господарювання шляхом застосування інструментарію когнітивного моделювання, аспекти якого розкрито в працях З. Авдеєвої, А. Бакурової, Л. Гинис, Г. Горелової, Н. Джаримова, Е. Захарової, А. Кулинича, С. Радченко, Ф. Робертса, Л. Сергєєвої та інших.

Обґрунтування значення лояльності суб'єкта господарювання до певних податкових механізмів здійснюється шляхом побудови знакового орграфу, чиї вершини, які представлені сукупністю $u_1, u_2, ..., u_n$ і приймають значення $v_i(t)$ у дискретні моменти часу $t = 0, 1, 2, ...$, відповідають основним структурним елементам системи та узгоджені між собою причинно-наслідковими зв'язками, що позначаються дугами.

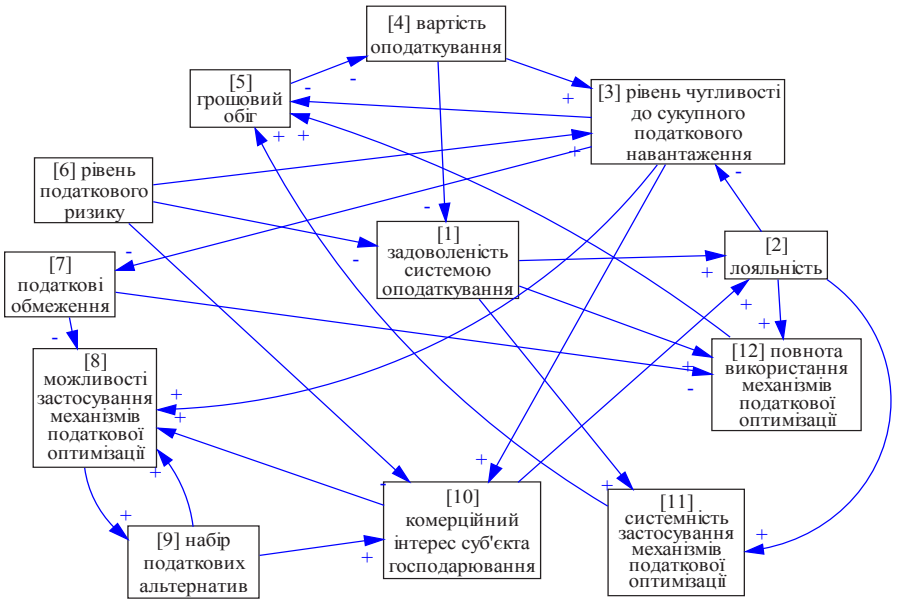


Рис. 3. Когнітивна модель реалізації механізму податкової оптимізації з урахуванням лояльності суб'єкта господарювання

Джерело: побудовано автором самостійно засобами Vensim

Податкова система із лояльністю суб'єкта господарювання до механізмів податкової оптимізації представлена основними агентами: агент, що використовує методи податкової оптимізації, агент, який представляє механізм податкової оптимізації та зовнішнє середовище. До їх змінних параметрів віднесемо наступні, рисунок 3:

– вартість оподаткування;
– рівень чутливості до сукупного податкового навантаження;
– лояльність;
– повнота використання механізмів податкової оптимізації;
– системність застосування механізмів податкової оптимізації;
– комерційний інтерес;
– набір податкових альтернатив;
– можливості застосування механізмів податкової оптимізації;
– задоволеність системою оподаткування;
– податкові обмеження;
– рівень податкового ризику;
– грошовий обіг.

Причинно-наслідкові зв'язки впливу лояльності суб'єкта господарювання на використання податкових механізмів сформовано на основі наступних залежностей:

– суб'єкт господарювання формує свою лояльність на основі рівня задоволеності існуючою системою оподаткування;
– на лояльність суб'єкта господарювання позитивно впливає необмежений набір податкових альтернатив та зростання рівня податкових обмежень існуючої системи оподаткування;
– зменшення можливості застосування механізмів податкової оптимізації зменшує кількість можливих податкових альтернатив;
– зростання рівня комерційного інтересу суб'єкта господарювання позитивно впливає на пошук та розширення можливостей застосування механізмів податкової оптимізації;
– у випадку зменшення сукупної вартості оподаткування зростає рівень задоволеності суб'єкта господарювання податковою системою;
– у випадку зростання рівня податкового ризику знижується рівень задоволеності суб'єкта господарювання податковою системою.

Для оцінювання збалансованості запропонованої системи (орграф на рисунку 3) розрахуємо міру відносного балансу В(K) на основні визначення відношення між кількістю позитивних контурів сформованого орграфу до загальної їх кількості за умов, що В(K)∈[0;1]. У випадку, коли В(K) = 0 – орграф збалансований, якщо В(K) = 1 – незбалансований.

За даними рисунку 3 виявлено, що орграф має 16 контурів, у 13 з яких присутні цільові вершини «комерційний інтерес» або «задоволеність системою оподаткування»:

1) $1\xrightarrow{+}2\xrightarrow{-}3\xrightarrow{-}5\xrightarrow{-}4\xrightarrow{-}1$;
2) $1\xrightarrow{+}2\xrightarrow{+}12\xrightarrow{+}5\xrightarrow{-}4\xrightarrow{-}1$;
3) $1\xrightarrow{+}2\xrightarrow{+}11\xrightarrow{+}5\xrightarrow{-}4\xrightarrow{-}1$;
4) $2\xrightarrow{-}3\xrightarrow{-}7\xrightarrow{+}12\xrightarrow{+}5\xrightarrow{-}4\xrightarrow{-}1\xrightarrow{+}2$;
5) $2\xrightarrow{-}3\xrightarrow{+}10\xrightarrow{+}2$;
6) $2\xrightarrow{+}12\xrightarrow{+}5\xrightarrow{-}4\xrightarrow{-}1\xrightarrow{+}2$;
7) $2\xrightarrow{+}11\xrightarrow{+}5\xrightarrow{-}4\xrightarrow{-}1\xrightarrow{+}2$;
8) $3\xrightarrow{+}8\xrightarrow{+}9\xrightarrow{+}10\xrightarrow{+}2\xrightarrow{-}3$;
9) $4\xrightarrow{+}3\xrightarrow{-}5\xrightarrow{-}4$;
10) $5\xrightarrow{-}4\xrightarrow{+}3\xrightarrow{-}7\xrightarrow{-}12\xrightarrow{+}5$;
11) $5\xrightarrow{-}4\xrightarrow{+}3\xrightarrow{+}10\xrightarrow{+}2\xrightarrow{+}11\xrightarrow{+}5$;
12) $8\xrightarrow{+}9\xrightarrow{+}8$;
13) $8\xrightarrow{+}9\xrightarrow{+}10\xrightarrow{+}8$;
14) $10\xrightarrow{+}2\xrightarrow{-}3\xrightarrow{-}7\xrightarrow{-}8\xrightarrow{+}9\xrightarrow{+}10$;
15) $11\xrightarrow{+}5\xrightarrow{-}4\xrightarrow{-}1\xrightarrow{+}11$;
16) $12\xrightarrow{+}5\xrightarrow{-}4\xrightarrow{-}1\xrightarrow{+}12$.

З означених контурів позитивними вважаються 12) та 13). Оскільки всі контури мають різну довжину, то міру відносного балансу В(К) визначимо з урахуванням довжини контурів наступним чином:

$$B(K)=\frac{\sum_{k=2}^{c}\frac{1}{k}p_k}{\sum_{k=2}^{c}\frac{1}{k}t_k}, \qquad (1)$$

де p_k – кількість позитивних циклів довжини k;
t_k – загальна кількість циклів довжини p_k;
c – довжина найдовшого циклу в орграфі.

Тоді, $B(K)=\frac{\frac{1}{2}\times 2}{\frac{1}{2}\times 8+\frac{1}{8}\times 16}=0{,}16$. Отже, сформована система майже досягла рівня збалансованості, що характеризує необмеженість росту значень параметрів її вершин.

Для реалізації сформованого орграфу формують матрицю суміжності $C=\|c_{ij}\|_{n\text{Ч}n}$ відповідно до наступної умови:

$$sgn(u_j,u_i)=\begin{cases}1, \text{якщо ребро } (u_j,u_i) \text{ додатне},\\ -1, \text{якщо ребро } (u_j,u_i) \text{ від'ємне},\\ 0, \text{якщо ребро } (u_j,u_i) \text{ відсутнє}.\end{cases} \qquad (3)$$

У результаті маємо:

		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1
	2	0	0	-1	0	0	0	0	0	0	0	1	1
	3	0	0	0	0	-1	0	1	1	0	1	0	0
	4	-1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	5	0	0	0	-1	0	0	0	0	0	0	0	0
$C=\|c_{ij}\|_{n\text{Ч}n}$	6	-1	0	1	0	0	0	0	0	0	-1	0	0
	7	0	0	0	0	0	0	0	-1	0	0	0	-1
	8	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0
	9	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0
	10	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0
	11	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0
	12	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1

Далі досліджується автономний імпульсний процес, зокрема його поширення, за наступним правилом:

$$v_i(t+1)=v_i(t)+\sum_{j=1}^{n} sgn(u_j,u_i)p_j(t), \qquad (4)$$

Оскільки лояльність обумовлена інтересом та рівнем задоволеності, то цільовими вершинами приймемо вважати задоволеність системою оподаткування та комерційний інтерес суб'єкта господарювання, тоді:

u_1 – задоволеність системою оподаткування, p_1= (1,0,0,0,0,0,0,0,0,0,0,0);

u_{10} – комерційний інтерес суб'єкта господарювання, p_2= (0,0,0,0,0,0,0,0,0,0,1,0,0).

Вектор початкових значень vi = 0, період t виражений у місяцях, «1» – зміна значення чинника на 1%. Вирішення (3) та (4) дають змогу отримати прогнозовані результати дослідження.

Дослідження сценаріїв розвитку цільових вершин рекомендують здійснювати, розмежовуючи їх у межах зони впливу [7] держави, суб'єктів господарювання та зовнішні екстерналії, на які вплинути майже не можливо, проте необхідно враховувати в процесі прийняття рішення:

Таблиця 1

Розподіл вершин когнітивної моделі за рівнями впливу на задоволеність системою оподаткування та на комерційний інтерес суб'єкта оподаткування

Найменування рівня впливу	Характер впливу	Об'єкт впливу (назва вершини)
Рівень державного впливу	Безпосередній	4) вартість оподаткування 7) податкові обмеження
	Частковий	9) набір податкових альтернатив 8) можливості застосування податкових механізмів
Рівень впливу суб'єктів господарювання	Безпосередній	11) системність застосування податкових механізмів
	Частковий	3) рівень чутливості до сукупного податкового навантаження 5) грошовий обіг
Екстерналії		6) рівень податкового ризику

Розробка автора на основі [7]

У результаті проведених розрахунків на рівні суб'єктів оподаткування прийшли до наступного, таблиці 2, 3.

Отже, рівень задоволеності системою оподаткування показник динамічний та нестабільний. У випадку потреби досягнення максимально швидкого зростання та стабільності рівня задоволеності системою оподаткування доцільно почергове коригування грошового потоку суб'єкта господарювання та систематичності застосування механізмів податкової оптимізації, що дасть змогу підтримати позитивну тенденцію рівня задоволеності системою оподаткування. Загальні зміни траєкторії розвитку цільової вершини відбувалися після 14 місяця.

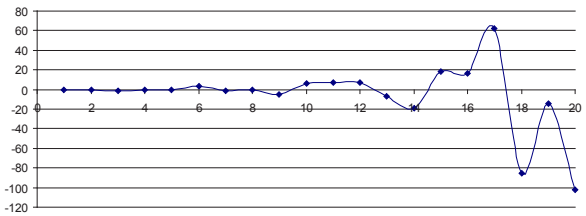
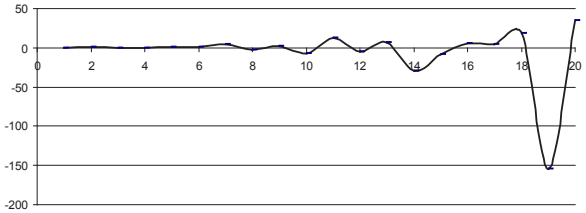
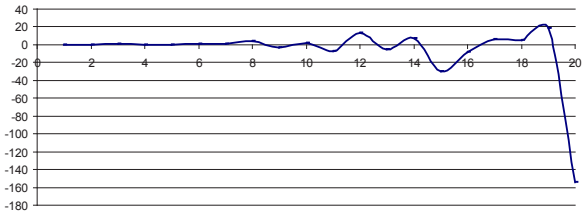
Розглянемо сценарії розвитку комерційного інтересу суб'єкта господарювання з урахуванням лояльності, таблиця 3.

Зміна рівня комерційного інтересу суб'єкта господарювання під впливом збурюючих імпульсів відбувалася після 15 місяця. На зростання рівня комерційного інтересу позитивно вплинуло системність застосування податкових механізмів, що обумовлено зростанням досвіду та практики застосування механізмів податкової оптимізації. Зміна зростаючої тенденції рівня комерційного інтересу суб'єкта господарювання на низхідну після 18 місяця відбувалася під впливом рівня чутливості до сукупного податкового навантаження та показників грошового обігу.

Висновки. З наведеного вище можна зробити наступні висновки. Розкрито суть поняття податкової лояльності, як вектора податкової поведінки суб'єкта господарювання, що формується на основі певного суб'єктивного рішення в межах прийнятих особистих правил, які обумовлюють перевагу використання відповідних механізмів податкової оптимізації. Узагальнено зони податкової лояльності суб'єкта господарювання на основі існуючої класифікації зон лояльності. Обґрунтовано когнітивну модель реалізації механізму податкової оптимізації з урахуванням лояльності суб'єкта господарювання на основі встановлених причинно-наслідкових зв'язків. Оцінено рівень збалансованості запропонованої системи реалізації механізму податкової оптимізації суб'єкта господарювання з урахуванням лояльності, за яким систему віднесено до збалансованих. Реалізація запропонованої когнітивної моделі дала змогу дослідити сценарії розвитку комерційного інтересу суб'єктів господарювання та рівня задоволеності системою оподаткування.

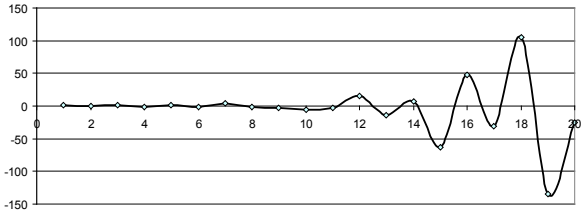
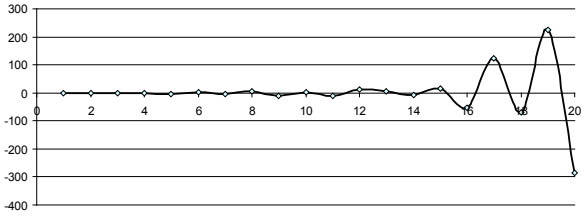
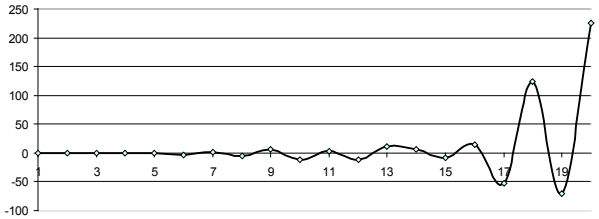
Таблиця 2

Сценарії розвитку рівня задоволеності системою оподаткування з урахуванням лояльності

 **Рис. 4. Динаміка рівня задоволеності системою оподаткування під впливом збурюючого імпульсу у вершину (3)**	При поданні збурюючого імпульсу у вершину 3 – рівень чутливості до сукупного податкового навантаження, рівень задоволеності системою оподаткування поступово зростає до 17 місяця, після чого починає знижуватися до 20 місяця.
 **Рис. 5. Динаміка рівня задоволеності системою оподаткування під впливом збурюючого імпульсу у вершину (5)**	При поданні збурюючого імпульсу у вершину 5 – грошовий обіг, рівень задоволеності системою оподаткування поступово зростає до 18 місяця та стрімко знижується до 19 місяця, потім відновлює зростаючу тенденцію після 20 місяця
 **Рис. 6. Динаміка рівня задоволеності системою оподаткування під впливом збурюючого імпульсу у вершину (11)**	При поданні збурюючого імпульсу у вершину 11 – системність використання механізмів податкової оптимізації, рівень задоволеності системою оподаткування поступово зростає до 14 місяця, після чого несуттєво знижується та знову зростає до 19 місяця та стрімко знижується у 20 місяці

Таблиця 3

Сценарії розвитку комерційного інтересу суб'єкта господарювання з урахуванням лояльності

 **Рис. 7. Динаміка рівня комерційного інтересу суб'єкта господарювання під впливом збурюючого імпульсу у вершину (3)**	При поданні збурюючого імпульсу у вершину 3 – рівень чутливості до сукупного податкового навантаження, рівень комерційного інтересу суб'єкта господарювання має нестабільну тенденцію після 11 місяця із зростаючою амплітудою коливання. Загальна зростаюча тенденція триває до 18 місяця, потім спостерігається суттєве зниження показника
 **Рис. 8. Динаміка рівня комерційного інтересу суб'єкта господарювання під впливом збурюючого імпульсу у вершину (5)**	При зростанні показників грошового обігу суб'єкта господарювання рівень його комерційного інтересу до механізмів податкової оптимізації поступово зростає та після 19 місяця стрімко падає, оскільки зникає потреба у пошуку шляхів економії коштів.
 **Рис. 9. Динаміка рівня комерційного інтересу суб'єкта господарювання під впливом збурюючого імпульсу у вершину (11)**	При поданні збурюючого імпульсу у вершину 11 – системність застосування податкових механізмів, рівень комерційного інтересу суб'єкта господарювання має стабільну тенденцію до 7 місяця, після чого рівень показника поступово підвищує амплітуду коливань, особливо після 16 місяця

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Про лояльність // Бізнес журнал BIZKIEV [Електронний ресурс]. – Режим доступу: bizkiev.com/content/view/106/205/.
2. Райхельд Ф.Ф. Эффект лояльности: движущие силы экономического роста, прибыли и непреходящей ценности / Ф.Ф. Райхельд. – М.: Вильямс, 2005. – 384 с.
3. Бакурова А.В. Самоорганізація соціально-економічних систем: моделі і методи: монографія / А.В. Бакурова. – Запоріжжя: КПУ, 2010. – 328 с.
4. Котлер Ф. Маркетинг. Гостеприимство и туризм: учебник для вузов / Ф. Котлер, Дж. Боуэн, Дж. Мейкенз. – М.: ЮНИТИ, 1998. – 787 с.
5. Javalgi R.G. Service loyalty: implications for service providers / R.G. Javalgi, C.R. Moberg // Journal of Services Marketing. – 1997. – Vol. 11, 3. – P. 165-179.
6. Робертс Ф.С. Дискретные математические модели, применимые к социальным, биологическим и экологическим задачам / Ф.С. Робертс. – М.: Наука, 1986. – 563 с.
7. Кучерова Г.Ю. Моделювання податкової свідомості в середовищі конфлікту інтересів суб'єктів оподаткування / Г.Ю. Кучерова // Моделювання та інформаційні технології в економіці: монографія; за заг. ред. Соловйова В.М. – Черкаси: Брама-Україна 2014. – С. 228-246.

УДК 519.86:336.717.5-047.44

Паламарчук О.В.
аспірант
Київського національного економічного університету імені Вадима Гетьмана

ВИЗНАЧЕННЯ ГРАНИЧНИХ ЗНАЧЕНЬ ФІНАНСОВИХ ПОКАЗНИКІВ ТА ФОРМУВАННЯ БАЗИ ПРАВИЛ ДЛЯ РЕЙТИНГОВОЇ ОЦІНКИ ПОЗИЧАЛЬНИКІВ – ЮРИДИЧНИХ ОСІБ

У статті розкрито сутність рейтингової оцінки позичальника та виокремлено принципи побудови рейтингів позичальників – юридичних осіб. Проаналізовано основні показники та їх граничні значення, що характеризують функціонування юридичних осіб, здійснено рейтингову оцінку досліджуваної вибірки, та встановлено закономірності значень фінансових показників для даної вибірки відповідно до рейтингів. Побудовано базу правил та виокремлено критерії, якими слід керуватися при прогнозуванні рейтингу підприємства через півроку.

Ключові слова: рейтинг, методика рейтингової оцінки, дефолт, база правил, юридична особа, позичальник, фінансові показники.

Паламарчук О.В. ОПРЕДЕЛЕНИЕ ПОРОГОВЫХ ЗНАЧЕНИЙ ФИНАНСОВЫХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ И ФОРМИРОВАНИЕ БАЗЫ ПРАВИЛ ДЛЯ РЕЙТИНГОВОЙ ОЦЕНКИ ЗАЕМЩИКОВ – ЮРИДИЧЕСКИХ ЛИЦ

В статье раскрыта сущность рейтинговой оценки заемщика и выделены принципы построения рейтингов заемщиков – юридических лиц. Проанализированы основные показатели и их предельные значения, характеризующие функционирование юридических лиц, осуществлена рейтинговая оценка исследуемой выборки и установлены закономерности значений финансовых показателей для данной выборки согласно рейтингам. Построена база правил и выделены критерии, которыми следует руководствоваться при прогнозировании рейтинга предприятия через полгода.

Ключевые слова: рейтинг, методика рейтинговой оценки, дефолт, база правил, юридическое лицо, заемщик, финансовые показатели.

Palamarchuk O.V. THE THRESHOLD VALUE DETERMINING OF FINANCIAL INDICATORS AND FORMING THE RULE BASE FOR RATING EVALUATION OF BORROWERS – LEGAL ENTITIES

The article reveals the essence of rating of the borrower and allocates the principles of construction the ratings of borrowers – legal entities. It is analyzed the main indicators and their limit values that characterize the functioning of entities, implemented the rating of the study sample, and set the regularities of the financial indicators for the sample according to the ratings.There were built the rule base and allocated the criteria that should guide the prediction of the rating of the enterprise in a half year.

Keywords: rate, method rating assessment default, rule base, legal entity, borrower, financial performance.

Постановка проблеми. Оцінка кредитних ризиків підприємства є досить актуальною проблемою для банківських установ, яким слід оцінювати своїх позичальників. У зв'язку з цим з'являється необхідність визначення фінансового стану підприємства, його слабких сторін, а також можливості надання прогнозної оцінки щодо його діяльності та імовірності неповернення кредиту його банку-кредитору.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Можливість неповернення кредиту зумовили потребу дослідження принципів, критеріїв, методів оцінювання ефективності та фінансової стійкості позичальників – юридичних осіб.

Проблемами кредитних ризиків займалися такі вітчизняні і зарубіжні вчені, як: В.В. Вітлінський [2], Л.Б. Долінський [5], В.М. Кочетков, О. Лаврушин [6], М. Месер, О.В. Пернарівський, І. Пасічник [9], Дж. Сінкі, І. Фішер та інші. Зазначеними науковцями створена теоретична база вирішення проблеми кредитних ризиків. Однак, на нашу думку, пропоновані підходи не повністю враховують необхідність подальшого передбачення рейтингу позичальника, для чого необхідно визначитися із переліком та значеннями фінансових показників.

Постановка завдання. Метою статті є розробка методологічного підходу до рейтингового оцінювання позичальників – юридичних осіб. Досягнення цієї мети зумовлює необхідність вирішення таких завдань дослідження: визначення економічної сутності рейтингової оцінки позичальника; узагальнення вітчизняного і зарубіжного досвіду рейтингування позичальників – юридичних осіб; вдосконалення існуючої рейтингової політики (яка використовується одним з українських банків); розробка економіко-математичних моделей оцінювання ризику банкрутства та прогнозування невиконання кредитних зобов'язань позичальником; експериментальне дослідження адекватності моделей здійснювати оцінку рейтингу окремого позичальника через півроку.

Виклад основного матеріалу дослідження. На основі даних з бухгалтерського балансу та звіту про фінансові результати були розраховані фінансові показники та знайдені такі їх значення, при яких можна сформувати базу правил для визначення рейтингу позичальників – юридичних осіб.

Рейтинг (оцінка, віднесення до класу, розряду, категорії) – це оцінка позиції аналізованого об'єкта за шкалою показників [1].

Побудова моделі відбувалася на основі рейтингової шкали Групи BNP Paribas. Розроблена Групою BNP Paribas рейтингова шкала складається з 12 основних категорій, згідно з якими контрагенти класифікуються на 2 групи: благополучні (категорії 1-10) і котрі не виконують кредитні зобов'язання (11-12). У свою чергу, благополучні клієнти поділяються на два класи: інвестиційний (категорії 1-5) і неінвестиційний клас (6-10).

Дана рейтингова шкала досить гнучка. Вона дозволяє підвищувати зі знаком «+» або знижувати зі знаком «-» рейтинги контрагентів, що потрапили у категорії від 1 до 10. Це сприяє кращому розмежуванню компаній, що знаходяться в межах однієї категорії. Наприклад, категорія 1 складається з 1+, 1 і 1- тощо [11].

Орієнтовна відповідність між шкалою BNP Paribas, що використовується у нашому дослідженні, та міжнародними рейтинговими шкалами, показана на рисунку 1.

			Рейтинги долгосрочного кредитора/Рейтинги необеспеченных кредитов		
	Рейтинг BNP Paribas	Ориентировочное определение	MOODY'S	S&P	FITCH IBCA
Инвестиционный рейтинг	1+	Отлично	Aaa	AAA	AAA
	1		Aa1	AA+	AA+
	1-		Aa2	AA	AA
	2+	Очень хорошо	Aa3	AA-	AA-
	2		A1 / A2	A+ / A-	A+ / A-
	2-		A3	A-	A-
	3+	Хорошо	Baa1	BBB+	BBB+
	3				
	3-				
	4+	Выше среднего	Baa2	BBB	BBB
	4				
	4-				
	5+	Средний	Baa3	BBB-	BBB-
	5				
	5-				
Неинвестиционный рейтинг	6+	Ниже среднего	Ba1	BB+	BB+
	6		Ba2	BB	BB
	6-				
	7+	Неудовлетворительно	Ba3	BB-	BB-
	7				
	7-		B1	B+	B+
	8+	Плохо	B2	B	B
	8				
	8-				
	9+	Спекулятивный	B3	B-	B-
	9				
	9-				
	10+	Низкокачественная категория	Caa1 / Caa2 / Caa3	CCC+ / CCC / CCC-	CCC+ / CCC / CCC-
	10		Ca	CC	CC
	10-		C	C	C
Дефолт	11 12	Дефолт Необратимый дефолт	D	SD/D	DDD / DD / D

Рис. 1. Орієнтовна відповідність між рейтинговими шкалами Групи BNP Paribas і зовнішніх агентств: Moody's, S & P і Fitch IBCA

Методологічний підхід, який ми будемо застосовувати при встановленні рейтингової оцінки позичальника, заснований на теорії і методиці комплексного аналізу діяльності підприємства. Підсумкова рейтингова оцінка позичальника враховує всі найважливіші параметри (показники) фінансово-господарської діяльності, які характеризують виробничий потенціал позичальника, рентабельність його продукції, ефективність використання виробничих і фінансових ресурсів, стан і розміщення коштів, їх джерела та інші показники.

Рейтинг контрагента повинен відображати:

• не короткочасну оцінку результатів діяльності клієнта, а ймовірність невиконання ним усіх своїх зобов'язань (дефолт) протягом характерного для його галузі ділового циклу;

• ризик невиконання клієнтом фінансових зобов'язань по наданому банком кредиту не повинен бути специфічним, а ризик дефолту не повинен бути специфічним за всіма зобов'язаннями, незалежно від кредитора;

• вплив всіх можливих позитивних і негативних факторів на здатність клієнта погасити заборгованість протягом усього ділового циклу;

• чутливість клієнта до спадів ділової активності.

Також методологічний підхід, який ми будемо застосовувати при встановленні рейтингової оцінки, полягає у порівнянні системи показників, які характеризують фінансово-економічний стан позичальника, з умовним еталонним позичальником, що має найкращі результати за всіма порівнюваними показниками.

Для розрахунку системи показників будемо користуватися даними з бухгалтерського балансу та звіту про фінансові результати. Проте з 19 березня 2013 року набрало чинності нове НП(С)БО 1 – національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку [4]. Деякі рядки нових форм (зокрема додаткові, передбачені додатком 3 до НП(С)БО 1) передбачають більшу деталізацію показників, аніж це було у попередніх формах фінансових звітів.

Також, згідно з п. 4 розділу II НП(С)БО 1, підприємства можуть додавати статті зі збереженням їх назви і коду рядка з переліку додаткових статей фінансової звітності, наведених у додатку 3 до НП(С)БО 1, за умови, що стаття відповідає таким критеріям:

– інформація є суттєвою;

– оцінку статті може бути достовірно визначено [4].

Отже, тепер необхідно пристосовуватися до нових правил при розрахунку фінансових показників. Адже одні статті з'явилися, а інші, на які ми звикли спиратися при розрахунках, тепер відсутні або розділені на декілька рядків.

Крок 1. Зіставимо нові та старі рядки форм для підготовки бази для наступних розрахунків фінансових показників.

Крок 2. Обираємо максимально можливу кількість відомих нам фінансових показників, щоб охопити якомога більший спектр можливих залежностей між рейтингом позичальника та значенням показника. У нас вийшло 60 показників (коефіцієнт зносу основних засобів, коефіцієнт покриття запасів та ін.). Дані коефіцієнти були описані у «Фінансах

підприємств» [10] – А.М. Поддєрьогіна, «Економіка підприємства» [7] – Т.П. Макаровська, «Організаційний розвиток підприємства» [8]. При цьому джерело [10] визначає: «Стійкий фінансовий стан підприємства формується в процесі всієї його виробничо-господарської діяльності. Тому оцінку фінансового стану[1] можна об'єктивно здійснити не через один, навіть найважливіший, показник, а тільки за допомогою системи показників, що детально й усебічно характеризують господарське становище підприємства.

Показники оцінки фінансового стану підприємства мають бути такими, щоб усі ті, хто пов'язаний із підприємством економічними відносинами, могли одержати відповідь на запитання, наскільки надійне підприємство як партнер у фінансовому відношенні, а отже, прийняти рішення про економічну доцільність продовження або встановлення таких відносин з підприємством».

Крок 3. Сортуємо наші досліджувані підприємства по рейтингу BNP Paribas та для наочності будуємо графіки по кожному коефіцієнту, щоб побачити залежність між значеннями показників, починаючи від найвищого значення рейтингової оцінки до найменшого. Ділимо площину графіка на три частини – до штрихованої вертикальної лінії (як показано на рис. 2 та 3) підприємства з інвестиційним рейтингом, між штрихованою та суцільною – з неінвестиційним, після суцільної – дефолтні.

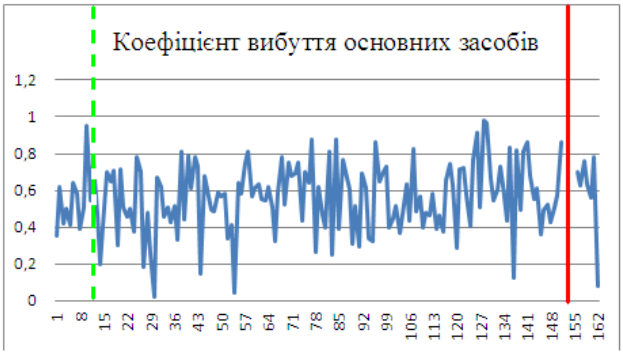


Рис. 2. Коефіцієнт вибуття основних засобів

Рис. 3. Коефіцієнт покриття, або коефіцієнт поточної ліквідності

Крок 4. Ми повинні відібрати найінформативніші показники та відкинути усі зайві задля уникнення перевантаження моделі.

Отже, ми прорейтингували, відсортували та побудували графіки по нашим позичальникам. У результаті ми отримали дві групи графіків. Основна частина зовсім не інформативна, не має ніякого розмежування між банкротами та стабільними підприємствами (тобто значення досліджуваного показника для надійних та ризикових позичальників рівномірно представлені в одному діапазоні), як, наприклад, на рисунку 2.

Лише 17 з 63 показників (а саме: коефіцієнт ліквідної платоспроможності; прибутковість активів; коефіцієнт розрахункової платоспроможності; коефіцієнт фінансової залежності; коефіцієнт співвідношення власних і залучених джерел коштів; ресурсовіддача, або оборотність активів підприємства; коефіцієнт оборотності кредиторської заборгованості; коефіцієнт оборотності власного капіталу; коефіцієнт оновлення основних засобів; головний показник прибутковості; коефіцієнт грошової платоспроможності (абсолютної ліквідності); рентабельність всього капіталу; обертання мобільних коштів; рентабельність ресурсів (активів) підприємства за прибутком від звичайної діяльності; частка основних засобів в активах підприємства; коефіцієнт критичної ліквідності; коефіцієнт покриття, або коефіцієнт поточної ліквідності) мають певне розмежування між банкротами та стабільними підприємствами, як, наприклад, на рисунку 3. Але це ще досить велика кількість вхідних факторів для побудови моделі, тому переходимо до наступного кроку.

Крок 5. Щоб відібрати найінформативніші показники, спробуємо їх проаналізувати не лише графічним методом, а ще й з урахуванням точності попадання значення показника до своєї групи. Детальніше про це далі.

Знаходимо умовну межу між стабільними та дефолтними підприємствами. Проводимо цю межу (як, наприклад, на рис. 4) та рахуємо похибку: скільки стабільних підприємств потрапило до групи дефолтних та скільки дефолтних мають значення даного коефіцієнту як у стабільних підприємств.

Рис. 4. Рентабельність всього капіталу

На рисунку 4 показані такі розмежування: до штрихової вертикальної лінії підприємства з інвестиційним рейтингом, між штриховою та суцільною вертикальною – з неінвестиційним, після суцільної вертикальної – дефолтні. Суцільна горизонтальна лінія – межа, що відділяє значення коефіцієнту для стабільних та дефолтних підприємств.

Розглянемо на прикладі коефіцієнта рентабельність всього капіталу. При встановленні граничного значення коефіцієнта в 0,07 одиниць отримуємо точність попадання 83% (лише 6 із 35 «хороших» позичальників потраплять до групи дефолтних). Якщо ми будемо рухати межу (суцільна горизонтальна лінія на рис. 4) вверх, наприклад, до значення 0,1, то похибка

1 Фінансовий стан нам необхідно визначити для встановлення рейтингу позичальника(прим. автора)

буде складати вже 66% (тобто 12 із 35 стабільних позичальників потраплять до групи дефолтних). А якщо ми будемо рухати межу донизу, наприклад, до значення 0,05, то так само 6 із 35 стабільних позичальників потраплять до групи дефолтних, але при цьому 2 дефолтних позичальників потраплять до групи стабільних.

Отже, значення межі в точці 0,07 дає найменшу похибку. Також тут можна простежити деяку залежність – чим менший даний показник, тим більша вірогідність дефолту даної юридичної особи.

На основі відібраних показників ми будемо будувати базу правил. Вона нам потрібна, щоб «навчити» систему робити правильні прогнози щодо рейтингу. Для цього застосуємо модель на основі нечіткої логіки. Такий вибір зроблено саме тому, що в нашому випадку немає чітких границь між значеннями показників, і ми їх встановлюємо лише виходячи з вище викладених положень. Згодом, при побудові моделі, ці граничні значення можна буде коректувати.

На даному етапі ми відібрали 8 показників, які з вірогідністю не менше 70% показують, яким буде рейтинг позичальника через півроку при аналізі даних з бухгалтерського балансу та звіту про фінансові результати на сьогодні.

При цьому не всі коефіцієнти можна було розділити однією чіткою межею (як на рис. 4), тому доводилося множину ділити не на дві (стабільні та дефолтні), а на три групи – стабільні, дефолтні та невизначені, як зображено на рисунку 5.

Рис. 5. Обертання мобільних коштів

На рисунку 5. показані такі розмежування: до штрихової вертикальної лінії підприємства з інвестиційним рейтингом, між штриховою та суцільною вертикальною – з неінвестиційним, після суцільної вертикальної – дефолтні. До суцільної горизонтальної лінії – дефолтні підприємства, між суцільною горизонтальною та штриховою горизонтальною – не визначені, вище штрихової горизонтальної – стабільні.

У результаті до фінальної вибірки дійшло 8 коефіцієнтів із 63. Для зручності занесемо їх до таблиці 1.

Крок 6. Для побудови бази правил, нам спочатку потрібно визначити границі термів функції належності для кожного показника.

Терм – будь-який елемент

Таблиця 1

Значення фінансових показників для прогнозування рейтингу підприємства через півроку

№ п/п	Назва показника
1	Коефіцієнт ліквідної платоспроможності
2	Коефіцієнт розрахункової платоспроможності
3	Коефіцієнт співвідношення власних і залучених джерел коштів
4	Ресурсовіддача, або оборотність активів підприємства
5	Коефіцієнт оборотності кредиторської заборгованості
6	Коефіцієнт оновлення основних засобів
7	Рентабельність всього капіталу
8	Обертання мобільних коштів

терм-множини. Наприклад, якщо завантаження системи може бути високим, середнім та низьким, то «завантаження системи» – це лінгвістична змінна, лінгвістичні оцінки «високе», «середнє», «низьке» – це терми, що в сукупності складають терм-множину. Терм задається нечіткою множиною за допомогою функції належності. Функція належності – це функція, яка дозволяє для довільного елементу універсальної множини визначити його міру належності нечіткій множині.

Наприклад, по показнику «обертання мобільних коштів» проведемо границі – до значення показника в 0,75 одиниць будемо відносити його до низького терму, від 0,75 до 1,7 – до середнього, а вище 1,7 – до високого. У середовищі MS Excel це опишемо за допомогою формул типу =ЕСЛИ(отбор2!M5<база!L3;»H»;ЕСЛИ(отбор2!M4<L5;»C»;»B»)).

Далі по кожному підприємству підтягуємо його рейтинг через півроку, щоб побудувати базу правил для моделі, яка не просто буде відносити підприємство до правильного рейтингу, а яка буде прогнозувати, яким буде його рейтинг через півроку. Тобто ми будемо навчати нашу систему робити прогнози на основі розробленої бази правил.

У результаті по кожному з підприємств ми отримаємо набір правил типу, зазначеному на рисунку 6.

	A	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M
1				Коефіцієнт ліквідної платоспроможності	Коефіцієнт розрахункової платоспроможності	Коефіцієнт співвідношення власних і залучених джерел коштів	Ресурсовіддачу, або оборотність активів підприємства	Коефіцієнт оборотності кредиторської заборгованості	Коефіцієнт оновлення основних засобів	Рентабельність всього капіталу	Обертання мобільних коштів	
2				3,4	3,3	ф5	рв	кокз	1,4	5,5	6,2	
3		н		0,31	0,46	0,2	0,2	4	1,6	0,07	0,75	
4		с		0,7	3	0,41	1,1				1,7	
5	номер	рейтинг	рейтинг через пол года									
6	1	5	5	B	C	H	H	H	B	H	H	в
7	2	5-	5-	B	C	B	B	B	B	B	B	в
8	3	6	6	C	C	H	B	B	B	B	B	в
9	4	6	7	B	C	C	B	B	B	B	B	в
10	5	6	6	B	B	B	C	B	B	B	B	в
11	6	6	6	B	C	B	B	B	H	B	B	в
12	7	6-	6-	B	C	B	B	B	B	B	B	в
13	8	6-	5	C	C	H	B	B	B	B	B	в
14	9	6-	6-	B	C	H	B	B	B	B	B	в
15	10	6-	6-	C	H	B	H	B	H	B	H	в
16	11	6-	6-	B	C	B	B	B	B	B	B	в

Рис. 6. Побудована база знань

На рисунку 6 два верхніх горизонтальних рядки показують назву та номер показника, а перші три стовпчики – номер підприємства, його рейтинг, встановлений BNP Paribas на момент подання звітності, яка аналізувалася при рейтингуванні (на 01.01.2014), та рейтинг BNP Paribas через півроку (на 01.07.2014).

Якщо перебрати усі значення із сформованої бази знань, то отримаємо 147 правил (по кількості підприємств, які ми брали для аналізу). Серед них, звичайно, деякі правила повторюються. Унікальних наборів (високий, середній, низький) серед описаних термів ми отримуємо 83, але і це є завеликим набором правил для побудови моделі. Переходимо до аналізу та відбору найбільш інформативних правил.

Беремо лише ті вирішальні правила, які повторюються для декількох позичальників (тому що унікальні комбінації значень не варто трактувати як правила). Отже, за правило для нашої бази правил обираємо набір значень термів, які виконуються для більш ніж одного позичальника.

Після такого відсіву у нас залишилося 24 правила. Далі аналізуємо кожне правило. До вибірки входитимуть лише ті, які відповідають наступним критеріям:

- якщо це правило показує, що, маючи описаний набір значень фінансових показників, підприємству потрібно присвоїти високий рейтинг, то описаний набір значень не повинен виконуватися для позичальника, що має рейтинг дефолтного чи близького до дефолту підприємства, та навпаки (інакше це правило не можна вважати достовірним);

- чим для більшої кількості позичальників виконується правило – тим воно достовірніше;

- надаємо перевагу правилам, що виконуються для позичальників, що мають певну динаміку зміни рейтингу за півроку, перед тими, чий рейтинг залишився таким самим (якщо правило попадання до високого терму виконується для позичальника, який мав, наприклад, середній рейтинг, а через півроку його рейтинг став високим, то правило можна вважати достовірним).

Отже, в результаті проведеного аналізу ми отримали базу правил, що складається з 6 правил, поданих у таблиці 2.

Висновки з проведеного дослідження. У роботі запропоновано методологічний підхід побудови бази знань для подальшого моделювання системи прогнозування рейтингу, а також можливості неповернення кредиту позичальниками – юридичними особами.

Таблиця 2

База знань для рейтингової оцінки позичальників – юридичних осіб

Лінгвістичні значення вхідних показників								Вага правила	Вихідна змінна
X_1	X_2	X_3	X_4	X_5	X_6	X_7	X_8	w	Z
Н	Н	С	Н	Н	Н	Н	Н	w_1^H	Н
В	С	Н	С	В	Н	Н	В	w_1^C	С
С	С	Н	Н	Н	В	Н	В	w_2^C	С
Н	Н	Н	Н	Н	В	Н	В	w_3^C	С
В	С	Н	В	В	В	В	В	w_1^B	В
В	С	В	В	В	В	В	В	w_2^B	В

Тут Н – низький терм, С – середній та В – високий.

При формуванні даного підходу було проведено аналіз реальних даних. Було досягнуто вдосконалення існуючої рейтингової політики (яка використовується одним з українських банків) та експериментально досліджено адекватність моделей здійснювати оцінку рейтингу окремого позичальника через півроку.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Аналіз господарської діяльності [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://pidruchniki.com/1035081153682/ekonomika/sutnist_vidi_reytingovih_otsinok.
2. Вітлінський В.В. Кредитний ризик комерційного банку / В.В. Вітлінський – К. : Знання, 2000. – 251 с.
3. Вовчак О.Д. Кредит і банківська справа : підручник / О.Д. Вовчак, Н.М. Рущишин. – К., 2008. – 564 с.
4. Відповідність балансу [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/z0336-13.
5. Долінський Л.Б. Побудова інтегрального кредитного рейтингу банківської системи України / Л.Б. Долінський, О.С. Ковальчук // Вісник НБУ. – 2012. – № 6(196). – С. 36-38.
6. Лаврушин О.И. Банковское дело. Современная система кредитования / Лаврушин О.И., Афанасьева О.Н., Корниенко С.Л. – М. : КНОРУС, 2007. – 264 с.
7. Макаровська Т.П., Бондар Н.М. Економіка підприємства : підручник. – К. : МАУП, 2003.
8. Організаційний розвиток підприємства : підручник [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://library.if.ua/books/28.html.
9. Пасічник І. Розробка аналітичного інструментарію оцінки ефективності кредитної політики банку / І. Пасічник, В. Вовк // Вісник Національного банку України. – 2008. – № 1. – С. 36-39.
10. Поддєрьогін А.М., Буряк Л.Д., Нам Г.Г. та ін. Фінанси підприємств : підручник. – К. : КНЕУ, 2001. – 460 с.
11. Рейтинговая политика АКИБ «УкрСиббанк» для юридических лиц / ДРМ УТП. – К., 2009.
12. Чехова І.В. Управління ризиками в банківській діяльності // Держава та регіони. Серія «Економіка та підприємництво». – 2006. – № 6. – С. 312-314.

Наукове періодичне видання

НАУКОВИЙ ВІСНИК ХЕРСОНСЬКОГО ДЕРЖАВНОГО УНІВЕРСИТЕТУ

Серія ЕКОНОМІЧНІ НАУКИ

Випуск 9

Частина 4

Коректура • *О.А. Скрипченко*

Комп'ютерна верстка • *Н.М. Ковальчук*

Формат 64x90/8. Гарнітура SchoolBook.
Папір офсет. Цифровий друк. Ум.-друк. арк. 26,27
Замов. № 18/15. Наклад 100 прим.

Видавничий дім «Гельветика»
E-mail: mailbox@helvetica.com.ua
Свідоцтво суб'єкта видавничої справи
ДК № 4392 від 20.08.2012 р.