

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

**НАУКОВИЙ ВІСНИК  
ХЕРСОНСЬКОГО ДЕРЖАВНОГО  
УНІВЕРСИТЕТУ**



Серія:  
**ЕКОНОМІЧНІ НАУКИ**

Випуск 10

Частина 4

Херсон  
2015

## 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:

*Соловійова 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 юридичного 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).*

*Князева 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).*

*Грегори 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 № 8 від 30.03.2015 р.

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

## ЗМІСТ

### СЕКЦІЯ 1

#### СВІТОВЕ ГОСПОДАРСТВО І МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ

<b>Пробоїв О.А.</b> ЕКОНОМІЧНИЙ КОЛАПС НА ТЛІ ЗАГОСТРЕННЯ ПОЛІТИЧНОЇ СИТУАЦІЇ В УКРАЇНІ .....	9
<b>Сотченко Є.В.</b> РОЗРАХУНКИ ПРИ ІМПОРТНИХ ТА ЕКСПОРТНИХ ОПЕРАЦІЯХ В МЕТАЛУРГІЙНІЙ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ: НАПРЯМКИ ВДОСКОНАЛЕННЯ.....	13
<b>Супрун С.Д.</b> ЛОГІКА ДОСЛІДЖЕННЯ ФАКТОРІВ ТА УМОВ ЗДІЙСНЕННЯ МІЖНАРОДНОГО БІЗНЕСУ.....	16

### СЕКЦІЯ 2

#### ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ НАЦІОНАЛЬНИМ ГОСПОДАРСТВОМ

<b>Сментина Н.В.</b> ІНДИКАТОРИ ВИМІРЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТИВНОСТІ ВПРОВАДЖЕННЯ СТРАТЕГІЧНИХ ЗАХОДІВ .....	21
<b>Труніна І.М.</b> МЕТОДИ ОЦІНЮВАННЯ СТАНУ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ.....	24

### СЕКЦІЯ 3

#### ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ

<b>Матвєєв В.В.</b> ВИННИЙ ТУРИЗМ ЯК РЕКЛАМНИЙ ФАКТОР ТА ІНСТРУМЕНТ ДЛЯ СТИМУЛЮВАННЯ РОЗВИТКУ КОНКУРЕНТНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ВИНОРОБНИХ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ.....	29
<b>Питуляк Н.С.</b> ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ ЗАСТОСУВАННЯ ІННОВАЦІЙНИХ МАРКЕТИНГОВИХ СТРАТЕГІЙ.....	32
<b>Пінчук Т.А.</b> ОСОБЛИВОСТІ ВПЛИВУ ФАКТОРІВ НА ОРГАНІЗАЦІЙНУ СТРУКТУРУ ПІДПРИЄМСТВА.....	36
<b>Повстенюк Н.Г.</b> АНТИКРИЗОВЕ УПРАВЛІННЯ В СИСТЕМІ ЖИТТЄДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА.....	41
<b>Полозова Т.В.</b> МЕТОДИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ОЦІНКИ ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНИХ МОЖЛИВОСТЕЙ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА.....	45
<b>Постол А.А., Собченко А.М.</b> РЕГУЛЮВАННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ ПРОДУКЦІЇ ВІТЧИЗНЯНИХ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ.....	50
<b>Рожков А.О., Сєвідова І.О.</b> БІОЕНЕРГЕТИЧНА ЕФЕКТИВНІСТЬ АГРОТЕХНІЧНИХ ЗАХОДІВ ВИРОЩУВАННЯ ПШЕНИЦІ ТВЕРДОЇ ЯРОЇ ТА ТРИТИКАЛЕ ЯРОГО .....	53
<b>Сітковська А.О., Пінчук З.В.</b> ЕФЕКТИВНІСТЬ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОГО ВИРОБНИЦТВА І КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ.....	58
<b>Скригун Н.П., Пірнак М.В.</b> СПОЖИВЧА ЛОЯЛЬНІСТЬ: СУТНІСТЬ ТА ОСОБЛИВОСТІ.....	61
<b>Смоленюк Р.П.</b> МАРКЕТИНГ У ПІДВИЩЕННІ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ФІНАНСОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ОРГАНІЗАЦІЙ.....	65
<b>Стадницька Л.М.</b> ДОЦІЛЬНІСТЬ ВИКОРИСТАННЯ МЕТОДУ ІНТЕРВАЛЬНИХ ОЦІНОК ПРИ ОБҐРУНТУВАННІ ЕФЕКТИВНОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ МОЛОКОПЕРЕРОБНИХ ПІДПРИЄМСТВ.....	68
<b>Степанов Д.С., Демчук Н.І.</b> ПРИЙНЯТТЯ ІНВЕСТИЦІЙНИХ РІШЕНЬ НА ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВАХ.....	72

<b>Стрий Л.А., Захарченко Л.А., Голубев А.К.</b> <b>МОДЕЛЬ ПРОЦЕСА СОВРЕМЕННОГО ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ</b> <b>ПРЕДПРИЯТИЙ ИНФОКОММУНИКАЦИЙ.....</b>	<b>76</b>
<b>Суворова І.М.</b> <b>УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВИМИ РЕСУРСАМИ В ПРОЦЕСІ ПРОАКТИВНОГО</b> <b>УПРАВЛІННЯ АВІАТРАНСПОРТНИМИ ПІДПРИЄМСТВАМИ УКРАЇНИ.....</b>	<b>82</b>
<b>Тимохіна Я.О.</b> <b>ПРОБЛЕМИ БЮДЖЕТУВАННЯ ТА ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ СИНТЕЗОВАНИХ</b> <b>МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ.....</b>	<b>85</b>
<b>Томуук О.</b> <b>ANALYSIS OF METHODS OF DETERMINATION OF PRODUCT COMPETITIVENESS</b> <b>OF AUTOMOTIVE ENTERPRISES.....</b>	<b>90</b>
<b>Фартушняк О.В., Цибулько Д.І.</b> <b>ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ</b> <b>ТЕХНІЧНОГО ПЕРЕОЗБРОЄННЯ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ.....</b>	<b>94</b>
<b>Хуторської П.О.</b> <b>ЕКОНОМІЧНА БЕЗПЕКА ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ</b> <b>В УМОВАХ НЕСТАБІЛЬНОЇ ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНОЇ СИТУАЦІЇ В УКРАЇНІ.....</b>	<b>100</b>
<b>Цыбульская Э.И., Новожилова А.В.</b> <b>К ВОПРОСУ ОЦЕНКИ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ.....</b>	<b>103</b>
<b>Чорна І.О.</b> <b>ПІДВИЩЕННЯ ПРОФЕСІЙНОЇ КУЛЬТУРИ СТРАХОВИХ ПОСЕРЕДНИКІВ</b> <b>ЯК НАПРЯМ АКТИВІЗАЦІЇ РОЗВИТКУ СТРАХУВАННЯ МАЙНА ГРОМАДЯН.....</b>	<b>108</b>
<b>Шпанковська Н.Г., Труш Ю.Т.</b> <b>ОБҐРУНТУВАННЯ КРИТЕРІВ ОПТИМІЗАЦІЇ ТА ОБМЕЖЕНЬ</b> <b>ІННОВАЦІЙНО-ОРІЄНТОВАНОЇ ВИРОБНИЧОЇ</b> <b>ПРОГРАМИ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА.....</b>	<b>112</b>
<b>СЕКЦІЯ 4</b>	
<b>РОЗВИТОК ПРОДУКТИВНИХ СИЛ І РЕГІОНАЛЬНА ЕКОНОМІКА</b>	
<b>Соколовський Є.А.</b> <b>ФОРМУВАННЯ ПОТЕЧНОГО ЖИТЛОВОГО КРЕДИТУВАННЯ І ЙОГО ВПЛИВ</b> <b>НА РЕФОРМУВАННЯ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОЇ СИСТЕМИ.....</b>	<b>118</b>
<b>Тищенко В.Ф., Омельченко О.І.</b> <b>ОЦІНКА НЕРІВНОМІРНОСТІ РОЗВИТКУ РЕГІОНІВ УКРАЇНИ</b> <b>ЗА РІВНЕМ ПОТЕНЦІАЛУ ПУБЛІЧНО-ПРИВАТНОГО ПАРТНЕРСТВА.....</b>	<b>121</b>
<b>Фера-Клемонца О.Ю.</b> <b>МАРКЕТИНГОВЕ УПРАВЛІННЯ У ВИРОБНИЧО-ЗБУТОВІЙ ДІЯЛЬНОСТІ.....</b>	<b>128</b>
<b>Філатов В.М., Пивавар І.В.</b> <b>ОСОБЛИВОСТІ МЕХАНІЗМУ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ СФЕРИ</b> <b>ЖИТЛОВО-КОМУНАЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА НА РЕГІОНАЛЬНОМУ РІВНІ.....</b>	<b>132</b>
<b>Шамота Г.М., Малиш Д.О.</b> <b>ПОНЯТТЯ ТА ОСОБЛИВОСТІ ТОРГОВЕЛЬНОГО ПОТЕНЦІАЛУ РЕГІОНУ.....</b>	<b>137</b>
<b>СЕКЦІЯ 5</b>	
<b>ЕКОНОМІКА ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ</b> <b>ТА ОХОРОНИ НАВКОЛИШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА</b>	
<b>Прокопенко В.І., Вагонова О.Г.</b> <b>ВЗАЄМОЗВ'ЯЗОК ЕКОНОМІЧНИХ І ЕКОЛОГІЧНИХ ПРОБЛЕМ</b> <b>ГІРНИЧО-ЗБАГАЧУВАЛЬНИХ КОМБІНАТІВ</b> <b>В ОБЛАСТІ ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ .....</b>	<b>142</b>
<b>СЕКЦІЯ 6</b>	
<b>ДЕМОГРАФІЯ, ЕКОНОМІКА ПРАЦІ,</b> <b>СОЦІАЛЬНА ЕКОНОМІКА І ПОЛІТИКА</b>	
<b>Урсакій Ю.А.</b> <b>КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПЕРСОНАЛУ ЯК КЛЮЧОВИЙ ЧИННИК</b> <b>ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА.....</b>	<b>147</b>
<b>Філатов В.М.</b> <b>ЕКОНОМІЧНІ АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНОГО СЕРЕДОВИЩА</b> <b>У СФЕРІ ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я.....</b>	<b>150</b>



<b>Чабан В.В.</b> РІВЕНЬ ЖИТТЯ НАСЕЛЕННЯ В УКРАЇНІ.....	156
<b>Шашко В.О.</b> ПРОФЕСІЙНІ МЕРЕЖЕВІ СПІЛЬНОТИ ЯК ІНСТРУМЕНТ РОЗВИТКУ ПРОФЕСІЙНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ, ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЯКОСТІ ТА БЕЗПЕРЕРВНОСТІ ПРОФЕСІЙНОЇ ОСВІТИ.....	160
<b>Щербина А.В.</b> КОНЦЕПТУАЛЬНІ ОСНОВИ ІННОВАЦІЙНОГО ПРОЦЕСУ ПРИ ПІДГОТОВЦІ АВІАЦІЙНИХ СПЕЦІАЛІСТІВ.....	163
<b>СЕКЦІЯ 7</b>	
<b>ГРОШІ, ФІНАНСИ І КРЕДИТ</b>	
<b>Портянко Д.В.</b> СУЧАСНІ МЕТОДИКИ ОЦІНКИ ВАРТОСТІ ФІНАНСОВИХ РЕСУРСІВ СТРАХОВИХ КОМПАНІЙ ТА МОЖЛИВОСТІ ЇХ ВИКОРИСТАННЯ В УКРАЇНІ.....	167
<b>Пугарська Н.Б.</b> ТРАНСФЕРТНЕ ЦІНОУТВОРЕННЯ ТА ЙОГО РОЛЬ В СИСТЕМІ КОНТРОЛІНГУ В БАНКАХ УКРАЇНИ.....	171
<b>Стегней М.І., Софілканич Я.Ю., Поллої К.Д.</b> ОЦІНКА СУЧАСНОГО СТАНУ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ТА БАНКІВСЬКОЇ СФЕР УКРАЇНИ.....	175
<b>Юрій С.М.</b> ШЛЯХИ ОПТИМІЗАЦІЇ СТРУКТУРИ ОБОРОТНОГО КАПІТАЛУ.....	178
<b>СЕКЦІЯ 8</b>	
<b>БУХГАЛТЕРСЬКИЙ ОБЛІК, АНАЛІЗ ТА АУДИТ</b>	
<b>Федчишина Н.М.</b> ПРОЦЕС БЮДЖЕТУВАННЯ ЯК ІНСТРУМЕНТ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ.....	182
<b>Ціцька Н.Є.</b> ЕТАПИ ВПРОВАДЖЕННЯ МІЖНАРОДНИХ СТАНДАРТІВ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ ТА ФІНАНСОВОЇ ЗВІТНОСТІ В УКРАЇНІ.....	186
<b>СЕКЦІЯ 9</b>	
<b>МАТЕМАТИЧНІ МЕТОДИ, МОДЕЛІ ТА ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ЕКОНОМІЦІ</b>	
<b>Пілько А.Д.</b> ДИСКРИМІНАНТНІ МОДЕЛІ В ПРАКТИЦІ ОЦІНКИ, АНАЛІЗУ, ПРОГНОЗУВАННЯ ТА АУДИТУ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ КАПІТАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА.....	189
<b>Поданьова С.Ю.</b> МОДЕЛІ ОПТИМІЗАЦІЇ КУРОРТНО-РЕКРЕАЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ.....	193
<b>Сидорук Т.С.</b> ВПЛИВ ДЕРЖАВНОЇ ФІСКАЛЬНОЇ ТА МОНЕТАРНОЇ ПОЛІТИКИ НА ОСНОВНІ МАКРОЕКОНОМІЧНІ ПОКАЗНИКИ.....	196
<b>Халатур С.М.</b> КОНЦЕПЦІЯ ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА УКРАЇНИ.....	201

## CONTENTS

### SECTION 1

#### WORLD ECONOMY AND INTERNATIONAL ECONOMIC RELATIONS

<b>Proboiv O.A.</b> ECONOMIC COLLAPSE AGAINST THE BACKGROUND OF AGGRAVATION OF THE POLITICAL SITUATION IN UKRAINE.....	9
<b>Sotchenko Ye.V.</b> CALCULATION OF PAYMENTS IN IMPORT AND EXPORT OPERATIONS IN THE METALLURGICAL INDUSTRY OF UKRAINE: DIRECTIONS OF IMPROVEMENT.....	13
<b>Suprun S.D.</b> THE LOGIC OF RESEARCH OF THE FACTORS AND CONDITIONS OF INTERNETIONAL BUSINESS.....	16

### SECTION 2

#### ECONOMY AND OPERATION OF NATIONAL ECONOMY

<b>Smentyna N.V.</b> INDICATORS FOR MEASURING EFFECTIVENESS OF STRATEGIC MEASURES INTRODUCTION.....	21
<b>Trunina I.M.</b> METHODS OF EVALUATION OF THE STATE OF ENTREPRENEURSHIP IN UKRAINE .....	24

### SECTION 3

#### ECONOMY AND ENTERPRISE MANAGEMENT

<b>Matvieiev V.V.</b> WINE TOURISM AS AN ADVERTISING FACTOR AND TOOL TO STIMULATE THE DEVELOPMENT OF COMPETITIVE POTENTIAL OF UKRAINIAN WINERIES .....	29
<b>Pytuliak N.S., Tuchina Yu.S.</b> PRACTICAL ASPECTS OF APPLICATION OF INNOVATIVE MARKETING STRATEGIES.....	32
<b>Pinchuk T.A.</b> PECULARITIES OF FACTORS' INFLUENCE ON ORGANIZATIONAL STRUCTURE OF A COMPANY.....	36
<b>Povsteniuk N.H.</b> ANTI-CRISIS MANAGEMENT IN THE SYSTEM OF VITAL FUNCTIONS OF ENTERPRISE.....	41
<b>Polozova T.V.</b> METHODICAL SUPPORT OF ESTIMATION OF INNOVATION AND INVESTMENT POSSIBILITIES OF THE INDUSTRIAL ENTERPRISE.....	45
<b>Postol A.A., Sobchenko A.M.</b> REGULATION OF COMPETITIVENESS OF AGRICULTURAL PRODUCTS OF DOMESTIC AGRICULTURAL ENTERPRISES IN TERMS OF EUROPEAN INTEGRATION.....	50
<b>Rozhkov A.O., Sievidova I.O.</b> BIOENERGETIC EFFICIENCY OF AGROTECHNICAL MEASURES OF CULTIVATION OF DURUM SPRING WHEAT AND SPRING TRITICALE.....	53
<b>Sitkovska A.O., Pinzyk Z.V.</b> AGRICULTURAL PRODUCTION EFFICIENCY AND COMPETITIVENESS OF AGRICULTURAL ENTERPRISES .....	58
<b>Skryhun N.P., Pirnak M.V.</b> CONSUMER LOYALTY: ESSENCE AND FEATURES.....	61
<b>Smoleniuk R.P.</b> MARKETING IN INCREASE OF EFFICIENCY OF THE USE OF FINANCIAL POTENTIAL OF AGRICULTURAL ORGANIZATIONS.....	65
<b>Stadnytska L.M.</b> THE FEASIBILITY OF USING THE METHOD OF INTERVAL ESTIMATES FOR SUBSTANTIATION OF EFFICIENCY OF MILK PROCESSING ENTERPRISES.....	68
<b>Stepanov D.S., Demchuk N.I.</b> INVESTMENT DECISIONS IN INDUSTRIAL ENTERPRISES.....	72
<b>Strii L.A., Zakharchenko L.A., Holubiev A.K.</b> MODEL OF PROCESS OF MODERN PRICING OF INFOCOMMUNICATION ENTERPRISES .....	76
<b>Suvorova I.N.</b> FINANCIAL RESOURCES MANAGEMENT DURING PROACTIVE MANAGEMENT OF AIR TRANSPORT ENTERPRISES OF UKRAINE.....	82





<b>Tymokhina I.A.</b> PROBLEMS OF BUDGETING AND EVALUATION OF EFFECTIVENESS OF SYNTHESIZED MARKETING COMMUNICATIONS OF INDUSTRIAL ENTERPRISES .....	85
<b>Tomyuk O.</b> ANALYSIS OF METHODS OF DETERMINATION OF PRODUCT COMPETITIVENESS OF AUTOMOTIVE ENTERPRISES.....	90
<b>Fartushniak O.V., Tsybulko D.I.</b> FINANCIAL AND ECONOMIC SUPPORT OF TECHNICAL REEQUIPMENT OF INDUSTRIAL ENTERPRISES.....	94
<b>Khutorskoi P.O.</b> ECONOMIC SECURITY OF DOMESTIC ENTERPRISES IN THE CONDITIONS OF UNSTABLE FINANCIAL AND ECONOMIC SITUATION IN UKRAINE.....	100
<b>Tsybulskaya E.I., Novozhylova A.V.</b> ON ASSESSMENT OF INVESTMENT ATTRACTIVENESS OF ENTERPRISES.....	103
<b>Chorna I.O.</b> IMPROVING THE PROFESSIONAL CULTURE OF INSURANCE INTERMEDIARIES AS A WAY TO ENHANCE THE DEVELOPMENT OF CITIZENS' PROPERTY INSURANCE .....	108
<b>Shpankovs'ka N.H., Trush Y.T.</b> GROUNDING THE CRITERIA OF OPTIMIZATION AND LIMITATIONS OF THE INNOVATIVE-ORIENTED PRODUCTION PROGRAM OF INDUSTRIAL ENTERPRISE.....	112
 <b>SECTION 4</b> <b>DEVELOPMENT OF PRODUCTIVE POTENTIAL AND REGIONAL ECONOMY</b>	
<b>Sokolovskiy Ye.A.</b> FORMATION OF MORTGAGE CREDITING AND ITS INFLUENCE ON REFORMATION OF SOCIO-ECONOMIC SYSTEM.....	118
<b>Tyshchenko V.F., Omelchenko O.I.</b> ASSESSMENT OF THE UNEVEN DEVELOPMENT OF THE UKRAINIAN REGIONS IN TERMS OF POTENTIAL OF PUBLIC PRIVATE PARTNERSHIP .....	121
<b>Fera-Klemontsa O.Y.</b> MARKETING MANAGEMENT IN PRODUCTION AND SALES ACTIVITIES.....	128
<b>Filatov V.M., Pyvavar I.V.</b> PECULIARITIES OF THE MECHANISM OF THE STATE REGULATION OF HOUSING AND COMMUNAL SECTOR AT THE REGIONAL LEVEL.....	132
<b>Shamota H.M., Malyshev D.O.</b> THE CONCEPT AND FEATURES OF THE TRADING REGION'S POTENTIAL.....	137
 <b>SECTION 5</b> <b>ECONOMY OF NATURAL RESOURCES MANAGEMENT AND ENVIRONMENT PROTECTION</b>	
<b>Prokopenko V.I., Vahonova O.H.</b> INTERCONNECTION OF ECONOMIC AND ECOLOGICAL PROBLEMS OF MINING AND PROCESSING WORKS IN THE FIELD OF ENVIRONMENTAL MANAGEMENT.....	142
 <b>SECTION 6</b> <b>DEMOGRAPHY, LABOR ECONOMY, SOCIAL ECONOMY AND POLITICS</b>	
<b>Ursakii Y.A.</b> PERSONNEL COMPETITIVENESS AS A KEY FACTOR ENHANCING COMPETITIVENESS OF ENTERPRISE.....	147
<b>Filatov V.M.</b> ECONOMIC ASPECTS OF COMPETITIVE ENVIRONMENT FORMATION IN THE SPHERE OF HEALTHCARE.....	150
<b>Chaban V.V.</b> THE STANDARD OF LIVING OF THE POPULATION IN UKRAINE.....	156
<b>Shashko V.A.</b> PROFESSIONAL ONLINE COMMUNITY AS A MEANS FOR THE DEVELOPMENT OF PROFESSIONAL COMPETENCE, QUALITY ASSURANCE AND CONTINUING EDUCATION.....	160

<b>Shcherbyna A.V.</b> CONCEPTUAL BASES OF INNOVATIVE PROCESS AT PREPARATION OF AVIATION SPECIALISTS.....	163
<b>SECTION 7</b>	
<b>MONEY, FINANCES AND CREDIT</b>	
<b>Portianko D.V., Hovorushko T.A.</b> MODERN METHODS OF FINANCIAL RESOURCES VALUATION IN INSURANCE COMPANIES AND THE POSSIBILITY OF THEIR PROVIDING IN UKRAINE.....	167
<b>Puharska N.B.</b> TRANSFER PRICING AND ITS ROLE IN THE CONTROLLING SYSTEM IN UKRAINIAN BANKS.....	171
<b>Stehnei M.I., Sofilkanych Ya.Yu., Polloi K.D.</b> EVALUATION OF CURRENT CONDITION AND PERSPECTIVES OF INVESTMENT AND BANKING SECTOR OF UKRAINE.....	175
<b>Yurii S.M.</b> WAYS OF OPTIMIZATION OF WORKING CAPITAL STRUCTURE.....	178
<b>SECTION 8</b>	
<b>ACCOUNTING, ANALYSIS AND AUDIT</b>	
<b>Fedchyshyna N.M.</b> BUDGETING PROCESS AS A TOOL OF ACCOUNTING.....	182
<b>Tsitska N.Ye.</b> STAGES OF IMPLEMENTATION OF INTERNATIONAL ACCOUNTING STANDARDS AND FINANCIAL REPORTING IN UKRAINE.....	186
<b>SECTION 9</b>	
<b>MATHEMATICAL METHODS, MODELS AND INFORMATION TECHNOLOGIES IN ECONOMY</b>	
<b>Pilko A.D.</b> DISCRIMINANT MODELS IN PRACTICE OF ENTERPRISE FUNDS MANAGEMENT EVALUATION, ANALYSIS, AUDIT AND PROGNOSING EFFICIENCY.....	189
<b>Podanova S.Yu.</b> THE MODELS OF THE OPTIMIZATION OF RESORT-RECREATION POTENTIAL.....	193
<b>Sydooruk T.S.</b> THE IMPACT OF THE GOVERNMENT FISCAL AND MONETARY POLICY ON THE MAIN MACROECONOMIC INDICATORS.....	196
<b>Khalatur S.M.</b> THE CONCEPT OF FORMATION OF THE STRATEGY OF ECONOMIC DEVELOPMENT OF AGRICULTURE OF UKRAINE.....	201





## СЕКЦІЯ 1 СВІТОВЕ ГОСПОДАРСТВО І МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ

УДК 339.972:327.56

**Пробоїв О.А.**

*кандидат економічних наук,  
доцент кафедри міжнародної економіки, маркетингу і менеджменту  
Івано-Франківського навчально-наукового інституту менеджменту  
Тернопільського національного економічного університету*

### ЕКОНОМІЧНИЙ КОЛАПС НА ТЛІ ЗАГОСТРЕННЯ ПОЛІТИЧНОЇ СИТУАЦІЇ В УКРАЇНІ

Висвітлено економічні проблеми України на тлі загострення політичної ситуації та активізації бойових дій на Сході. Розкрито геополітичні й геоekonomічні аспекти конфлікту й визначено місце України в світі у контексті порушення глобальної системи безпеки. Проаналізовано масштаби і наслідки конфлікту між Україною та Російською Федерацією.

**Ключові слова:** ескалація конфлікту, загострення політичної ситуації, бойові дії, неоголошена війна, глобальна система безпеки, флуктуації середнього курсу долара, інфляція, рівень доходів населення, безробіття, рівень споживчих цін.

#### **Пробоїв О.А. ЭКОНОМИЧЕСКИЙ КОЛЛАПС НА ФОНЕ ОБОСТРЕНИЯ ПОЛИТИЧЕСКОЙ СИТУАЦИИ В УКРАИНЕ**

Освещены экономические проблемы Украины на фоне обострения политической ситуации и активизации боевых действий на Востоке. Раскрыты геополитические и геоэкономические аспекты конфликта и определено место Украины в мире в контексте нарушения глобальной системы безопасности. Проанализированы масштабы и последствия конфликта между Украиной и Российской Федерацией.

**Ключевые слова:** эскалация конфликта, обострение политической ситуации, боевые действия, необъявленная война, глобальная система безопасности, флуктуации среднего курса доллара, инфляция, уровень доходов населения, безработица, уровень потребительских цен.

#### **Proboiv O.A. ECONOMIC COLLAPSE AGAINST THE BACKGROUND OF AGGRAVATION OF THE POLITICAL SITUATION IN UKRAINE**

The article deals with the Ukraine's problems against the background of aggravation of the political situation and activation of hostilities in the East of the country. It reveals the geo-political and geo-economic aspects of the conflict, and defines the place of Ukraine in the world in the context of breaching the global security system. It also analyses the scale and the consequences of the Ukraine-Russia conflict.

**Keywords:** conflict escalation, worsening of political situation, hostilities, global security system, average dollar rate fluctuation, inflation, personal income level, unemployment, level of consumer prices, foreign trade balance, economic collapse.

**Постановка проблеми.** Маючи усі необхідні передумови для економічного росту й процвітання, економіка України на тлі загострення конфлікту з Російською Федерацією зазнає суттєвих втрат й потребує проведення системних реформ в усіх сферах суспільного життя.

Найявний природно-ресурсний потенціал України не використовується належно через недостатньо розвинену інфраструктуру та значний занепад основних галузей промисловості, які впродовж багатьох десятиріч років недоотримували відповідного фінансування на технічну модернізацію й переоснащення діючих виробництв, що в кінцевому результаті призвело до технологічного відставання та низької конкурентоспроможності вітчизняної продукції на світових ринках.

Збройний конфлікт з Російською Федерацією на Сході України суттєво погіршив не тільки демографічну ситуацію в державі, але й майже зруйнував всю важку промисловість, спричинив девальвацію національної грошової одиниці обох країн, скоротив обсяги експорту й імпорту, спровокував ріст інфляції й тотальне падіння доходів населення на тлі росту динаміки безробіття. Зазначені чинники спричинили економічний колапс в державі й негативно позначилися на її економічній безпеці, зумовивши фінансову та політичну залежність від інших держав. Ця проблема є надзвичайно актуальною сьогодні, а тому потребує подальшого вивчення.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Економічні та політичні проблеми сучасної України розглядаються не тільки політиками й фінансовими експертами, але й вивчаються в працях таких вітчизняних вчених: Р. Хотина, М. Змієва, А. Дмитрука, Л. Костенко, О. Стяжкіної та інших.

Однак не вирішеними залишаються проблеми, пов'язані з мирним урегулюванням конфлікту між Україною та Російською Федерацією й відведенням важкого озброєння обома конфліктуючими сторонами, адже подальша ескалація конфлікту веде до економічного колапсу й ставить під сумнів глобальну систему безпеки. Саме тому ці питання потребують проведення подальших досліджень й вимагають залучення до їх вирішення дипломатів різних країн світу і експертів багатьох галузей.

Метою статті є висвітлення економічних проблем України на тлі загострення політичної ситуації та активізації бойових дій на Сході.

**Виклад основного матеріалу.** Російська Федерація, маючи імперські амбіції щодо створення могутньої наддержави й розширення власних кордонів за рахунок «чужих» територій, а також з метою посилення власного впливу у світі, вирішила скористуватись існуючою кризовою ситуацією в Україні й почала повномасштабну політичну, економічну та інформаційну війну, посягаючи на територіальну цілісність й суверенітет нашої держави [2; 7].

Намагаючись створити модель однополюсного світу, Російська Федерація заявила про свої претензії на світове лідерство та на території України вирішила продемонструвати світові власну військову могутність, а також натякнути на можливість стерти «з лиця Землі» будь-яку країну, що стане у неї на шляху. Врегулювати конфлікт на території України дипломатичним шляхом із залученням світової спільноти В. Путін не вбачає за потрібне, оскільки має зовсім інші цілі, які полягають в знищенні України як держави і її економічного потенціалу для чинення тиску на ЄС та інші країни.

Територія Російсько-української війни зображена на рисунку 1.

Аналізуючи рисунок 1, можна стверджувати про серйозність і складність політичної ситуації,

адже Україна фактично перебуває в стані війни [8]: гинуть мирні жителі [6], руйнується інфраструктура міст-мільйонників, знищується промисловий потенціал Сходу, підприємства перестають працювати не тільки в зоні АТО, але й по всій Україні, знижується рівень доходів населення, суттєво підвищується темп інфляції, Національний банк перестає контролювати стабільність національної грошової одиниці, бюджет не наповнюється, а витрати на кожен день проведення бойових дій – колосальні, і вони спрямовуються не на розбудову країни і добробут населення, а на підтримання територіальної цілісності держави.

Так, у грудні 2014 року було зафіксовано рекордно високий індекс інфляції за останні 14 років (табл. 1).

Глобальний графік, який відображає динаміку зміни індексу інфляції в Україні за останні 10 років

Таблиця 1

Індекс інфляції в Україні (станом на кінець грудня 2014 року)

Зведена таблиця індексів інфляції з 2000 по 2014 роки													
Роки	січень	лютий	березень	квітень	травень	червень	липень	серпень	вересень	жовтень	листопад	грудень	За рік
2000	104,6	103,3	102,0	101,7	102,1	103,7	99,9	100,0	102,6	101,4	100,4	101,6	125,8
2001	101,5	100,6	100,6	101,5	100,4	100,6	98,3	99,8	100,4	100,2	100,5	101,6	106,1
2002	101,0	98,6	99,3	101,4	99,7	98,2	98,5	99,8	100,2	100,7	100,7	101,4	99,4
2003	101,5	101,1	101,1	100,7	100,0	100,1	99,9	98,3	100,6	101,3	101,9	101,5	108,2
2004	101,4	100,4	100,4	100,7	100,7	100,7	100,0	99,9	101,3	102,2	101,6	102,4	112,3
2005	101,7	101,0	101,6	100,7	100,6	100,6	100,3	100,0	100,4	100,9	101,2	100,9	110,3
2006	101,2	101,8	99,7	99,6	100,5	100,1	100,9	100,0	102,0	102,6	101,8	100,9	111,6
2007	100,5	100,6	100,2	100,0	100,6	102,2	101,4	100,6	102,2	102,9	102,2	102,1	116,6
2008	102,9	102,7	103,8	103,1	101,3	100,8	99,5	99,9	101,1	101,7	101,5	102,1	122,3
2009	102,9	101,5	101,4	100,9	100,5	101,1	99,9	99,8	100,8	100,9	101,1	100,9	112,3
2010	101,8	101,9	100,9	99,7	99,4	99,6	99,8	101,2	102,9	100,5	100,3	100,8	109,1
2011	101,0	100,9	101,4	101,3	100,8	100,4	98,7	99,6	100,1	100,0	100,1	100,2	104,6
2012	100,2	100,2	100,3	100,0	99,7	99,7	99,8	99,7	100,1	100,0	99,9	100,2	99,8
2013	100,2	99,9	100,0	100,0	100,1	100,0	99,9	99,3	100,0	100,4	100,2	100,5	100,5
2014	100,2	100,6	102,2	103,3	103,8	101,0	100,4	100,8	102,9	102,4	101,9	103,0	124,9

Побудовано на основі [5]

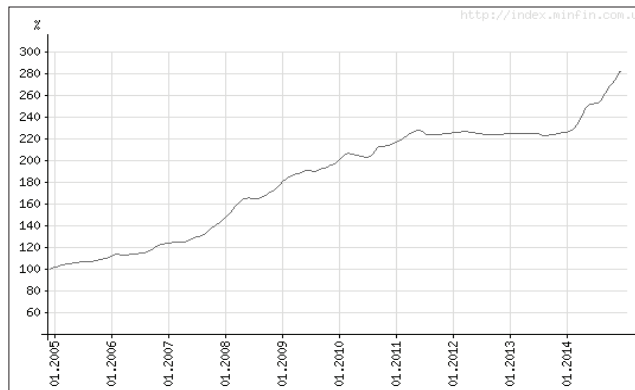


Рис. 1. Ситуація в зоні антитерористичної операції (станом на кінець січня 2015 р.)

Запозичено автором з джерела [10]

наростаючими темпами, можна побачити на рисунку 2. На рисунку видно, що за весь аналізований період підсумковий індекс інфляції становить 281,8%, а це наштовкує на досить сумні роздуми.

Через тотальне падіння доходів населення, неконтрольоване безробіття, нестабільні ціни й велику корупцію, знижується добробут населення

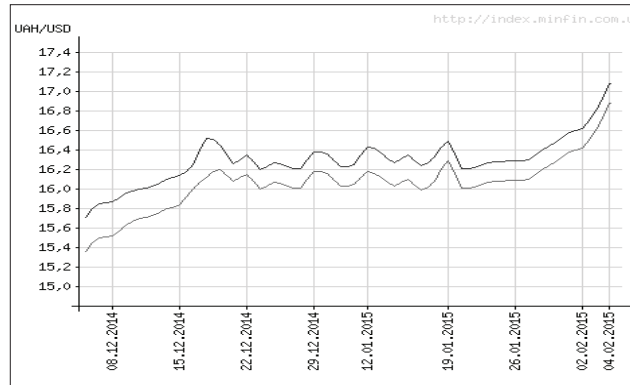


**Рис. 2.** Динаміка зміни індексу інфляції в Україні продовж останніх 10-ти років

Побудовано на основі [5]

й виникає економічний колапс у державі. Так, за даними Міністерства економіки та розвитку, ціни суттєво виросли на певний стандартний кошик продуктів харчування у 2014 році порівняно з 2013 роком (табл. 2), а саме на 80, 70 гривень по 23 позиціях сукупно.

Не кращою є ситуація з іншими товарами, які здебільшого імпортуються до України з-за кордону



**Рис. 3.** Щоденні значення курсу USD на міжбанку

Дані запозичено з Фінансового порталу Мінфіна [3]

Таблиця 2

**Зростання цін на продукти харчування у Києві та регіонах у 2014 році**

<b>Рост цен на продукты в Киеве</b>				
сравнение данных за 20.09.2013 и 19.09.2014				
За год, с сентября 2013 года, в Киеве средние цены на социально значимые продукты, мониторингом которых занимается Минэкономразвития, выросли в общей сложности на 80 гривень 70 копеек.				
Продукт	Цена 2013 год (грн)	Цена 2014 год (грн)	Изменение цены (грн)	
	Хлеб пшеничный	5,38	7,38	+2,00
	Хлеб ржаной	5,10	6,78	+1,68
	Мука	5,23	6,32	+1,09
	Макаронные изделия	4,96	5,97	+1,01
	Гречка	6,10	7,79	+1,69
	Рис	8,16	12,21	+4,05
	Сахар	6,04	10,05	+4,01
	Говядина	56,21	71,52	+15,31
	Свинина	47,54	63,07	+15,53
	Курица (тушки)	20,88	29,46	+8,58
	Сало	45,96	48,86	+2,90
	Вареные колбасы	41,76	43,98	+2,22
	Молоко	7,25	8,13	+0,88
	Сметана	18,52	20,71	+2,19
	Масло сливочное	66,39	73,56	+7,17
	Сыры мягкие	44,17	52,47	+8,30
	Масло подсолнечное	13,99	16,34	+2,35
	Яйца куриные	10,21	11,91	+1,70
	Картофель	3,65	4,04	+0,41
	Капуста	1,91	2,47	+0,56
	Морковь	3,84	2,84	-1,00
	Свёкла	3,21	2,60	-0,61
	Лук репчатый	4,47	3,15	-1,32
<b>ИТОГО</b>			<b>+80,70</b>	



та їхні ціни прив'язані до курсу долара (рис. 3), адже «вільне плавання» курсу національної грошової одиниці, у яке її відпустив Національний банк України, спричинює зростання цін на ці товари на 100-200%. На тлі зростаючого рівня прихованого безробіття в Україні та падіння доходів населення, суттєве підвищення цін на усі товари першої необхідності спричинює тотальне зубожіння населення і впевнено веде країну до економічного колапсу.

Зростання курсу долара негативно позначається і на роботі ледь жевріючих підприємств Західної України, більшість з котрих працюють на імпорتنій сировині (рис. 4), а готову продукцію продають на території України, адже зростання собівартості у кілька разів заставляє їх піднімати відпускні ціни, що в умовах відсутності збуту призводить до зупинки діяльності на невизначений термін.

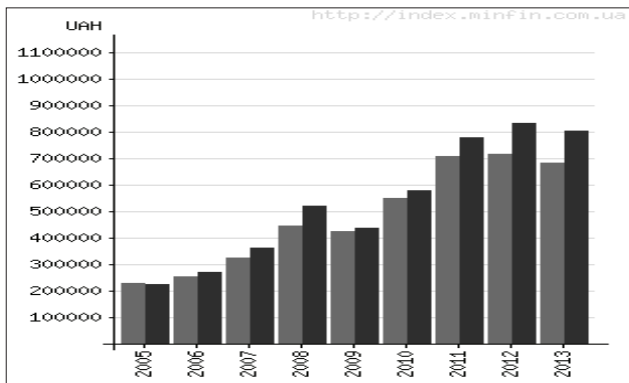


Рис. 4. Зовнішньоторговельний баланс України з 2005 по 2013 роки

Запозичено з фінансового порталу Мінфіну [4]

Як видно з рисунку 4, із зростанням обсягів експортно-імпорتنих операцій, імпорт в Україні впродовж останніх років суттєво випереджає за темпами росту, а різниця між цими показниками іноді досягає позначки 8% ВВП.

Безумовно, кризова економічна ситуація торкнулась і фінансових установ в державі, більшість з яких завершили свою роботу у 2014 році з великими фінансовими збитками (рис. 5).



Рис. 5. Фінансові результати діяльності найбільших банків України у 2014 році

Дані запозичено з періоджурела [1]

Проаналізовані макроекономічні показники свідчать про неспроможність вітчизняної економіки самостійно подолати існуючі проблеми й забезпечувати стабільність національної грошової одиниці, вказують на відсутність чіткого механізму регулювання ключових економічних параметрів, а також перешкоджають уряду повною мірою виконувати

покладені на державу соціальні функції. З метою попередження економічного колапсу в державі слід припинити бойові дії на Сході, врегулювати політичну ситуацію, провести структурні реформи у всіх галузях економіки й докласти максимальних зусиль для відновлення її промислового та сільськогосподарського потенціалу.

З метою попередження подальшої ескалації конфлікту урядом України було здійснено низку спроб встановити мир на Сході країни дипломатичним шляхом за допомогою проведення переговорів із залученням представників урядів високорозвинених країн, але вони виявились марними, оскільки з боку бойовиків в односторонньому порядку здійснювались регулярні обстріли блокпостів та житлових кварталів міст й населених пунктів в зоні АТО, порушуючи домовленості про перемир'я.

**Висновки.** Викладене свідчить про те, що В. Путін, не має жодного наміру припинити бойові дії й подальше руйнування економік обох країн, а тому і надалі надає підтримку бойовикам у вигляді важкої бронетехніки та відповідного фінансування, маючи на меті показати усьому світу військову могутність Росії і внести зміни в сучасну геополітичну карту світу, претендуючи на світове лідерство як наддержжава. Такі дії Російської Федерації негативно впливають на регіональну безпеку і стабільність не лише в Україні, але й ставлять під сумнів питання національної безпеки багатьох країн, створюючи передумови для приведення у бойову готовність воєнно-оборонного комплексу держав, що відчувають загрозу. Отже, через гібридну неоголошену війну на Сході України політична й економічна напруга у світі зростає й виникає необхідність у зверненні до НАТО у якості гаранта європейської безпеки.

#### БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Банки України: боротьба за виживання // The Kiev Times [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://thekievtimes.ua/economics/418988-banki-ukrainy-borba-za-vyzhivanie.html>.
2. Возняк Т. Україна як поле зіткнення світових геополітичних гравців / Т. Возняк [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://blogs.pravda.com.ua/authors/voznyak/531ebe7732e70/view\\_print/](http://blogs.pravda.com.ua/authors/voznyak/531ebe7732e70/view_print/).
3. Динаміка зміни курсу USD (долара США) онлайн // Фінансовий портал Мінфіна [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://index.minfin.com.ua/chart/daily/?10&USD>.
4. Експорт і імпорт України // Фінансовий портал Мінфіна [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://index.minfin.com.ua/index/gdp/eximp.php>.
5. Індекс інфляції (Україна) [Електронний ресурс] // Фінансовий портал Мінфіна. – Режим доступу : <http://index.minfin.com.ua/index/inf/>.
6. Кількість жертв війни на Донбасі //Доповідь верховного комісара ООН з прав людини Зейд Раада аль-Хусейна [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://tyzhden.ua/News/120862>.
7. Меркель А. Це не внутрішній конфлікт, а зіткнення Росії і України / А. Меркель [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://194.44.10.23/world/128383>.
8. Російсько-українська війна (2014-2015) // Вікіпедія [Електронний ресурс]. –Режим доступу : <http://uk.wikipedia.org/wiki/>.
9. Рост цен на продукты в Киеве // РІА Новості Україна [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://rian.com.ua/infografika/20141004/357837808.html>.
10. Ситуація в зоні АТО // РІА Новості Україна [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://rian.com.ua/infografika/20150128/362676217.html>.
11. Українсько-іспанський стратегічний діалог. Україна в координатах глобальної та європейської безпеки [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://www.razumkov.org.ua/ukr/files/category\\_journal/NSD115\\_ukr\\_1.pdf](http://www.razumkov.org.ua/ukr/files/category_journal/NSD115_ukr_1.pdf).

УДК 339.5

Сотченко Є.В.

аспірант

Української академії зовнішньої торгівлі

## РОЗРАХУНКИ ПРИ ІМПОРТНИХ ТА ЕКСПОРТНИХ ОПЕРАЦІЯХ В МЕТАЛУРГІЙНІЙ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ: НАПРЯМКИ ВДОСКОНАЛЕННЯ

У статті досліджено стан експортних та імпорتنних операцій на ринку металургійної продукції у динаміці 2012–2014 рр. Визначені тенденції розвитку системи розрахунків при здійсненні експортних та імпорتنних операцій на міжнародних ринках металургійної промисловості.

**Ключові слова:** металургійна галузь України, показники, експорт, імпорт, міжнародні розрахунки, спеціалізовані компанії з обслуговування міжнародних розрахунків.

### СОТЧЕНКО Е.В. РАСЧЕТЫ ПРИ ИМПОРТНЫХ И ЭКСПОРТНЫХ ОПЕРАЦИЯХ В МЕТАЛЛУРГИЧЕСКОЙ ОТРАСЛИ УКРАИНЫ: НАПРАВЛЕНИЯ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ

В статье исследовано состояние экспортных и импортных операций на рынке металлургической продукции в динамике 2012–2014 г. Определены тенденции развития системы расчетов при осуществлении экспортных и импортных операций на международных рынках металлургической промышленности.

**Ключевые слова:** металлургическая отрасль Украины, показатели, экспорт, импорт, международные расчеты, специализированные компании по обслуживанию международных расчетов.

### Sotchenko Ye.V. CALCULATION OF PAYMENTS IN IMPORT AND EXPORT OPERATIONS IN THE METALLURGICAL INDUSTRY OF UKRAINE: DIRECTIONS OF IMPROVEMENT

In the paper, we investigate the state of export and import operations in the market of metallurgical products in the dynamics of 2012–2014. Tendencies of the development of settlement system in the implementation of export and import operations in international markets of metallurgical industry are determined.

**Keywords:** metallurgical industry of Ukraine, indicators, exports, imports, international payments, company specialized in international settlements.

**Постановка проблеми.** Металургійна галузь є одним із найголовніших елементів економіки України та відіграє дуже важливу роль у її подальшому розвитку. Металургія – головне джерело надходжень іноземної валюти до державного бюджету України. Продукція металургійного комплексу є основною складовою експорту промислової галузі країни, тому дуже актуальною проблемою є необхідність вдосконалення системи обслуговування міжнародних розрахунків за зовнішньоторговельними операціями. Це зумовлено насамперед змінами, що відбуваються в економіці, зовнішньоекономічних зв'язках, фінансовій і банківській системах України. Товарообіг України з іншими країнами по операціям металургійного комплексу призводить до збільшення числа зовнішньоторговельних операцій і, відповідно, до збільшення обсягів розрахункових операцій за ними. Таким чином, розвиток і прискорення міжнародних розрахунків за зовнішньоторговельними операціями металургійного комплексу є істотним чинником розвитку зовнішньоекономічної діяльності українських підприємств.

**Аналіз останніх публікацій та досліджень.** Дослідження та аналіз стану металургійного комплексу України, а також проблеми розвитку його зовнішньоекономічної діяльності присутні у працях вітчизняних та зарубіжних науковців, таких як О.Ю. Уфімцевої, С.Д. Топал, Д.Ф. Чернеги, В.М. Нецадим, П.Д. Кудь, Д.В. Іванченко та інших.

**Мета статті.** Дослідження сучасного стану металургійної галузі України, тенденцій її розвитку, динаміки торговельних операцій України із зарубіжними країнами та обґрунтування методологічних підходів до вдосконалення системи розрахунків за зовнішньоторговельними операціями учасників експортно-імпоротної діяльності України на ринку металургії.

**Виклад основного матеріалу.** Металургійний комплекс України включає виробництво продукції із чорних та кольорових металів. Виробництво металів

є дуже складним процесом, який проходить багато стадій починаючи з видобування сировини і закінчуючи отриманням готової продукції і сплавів.

В Україні можна виділити три райони чорної металургії: Приазов'я, Придніпров'я і Донбас [4].

До Придніпровського металургійного району входять Запорізький, Криворізький, Нікопольський, Дніпропетровський і Кременчуцький металургійні вузли виробництва. До Донецького металургійного району входять Донецько-Макіївський, Алчевсько-Алмазьянський та Єнакіївський вузли, які виникли навколо родовищ залізної руди та коксівного вугілля. Крім вузлів, у Донецькому районі також виділяють Краматорський, Костянтинівський і Харцизький крупні металургійні центри. Приазовський район чорної металургії включає підприємства Маріуполя, а також Керченський залізничний комбінат. На світовому ринку Україна представлена такими металургійними заводами і комбінатами: ВАТ «ММК ім. Ілліча», ВАТ «МК «Азовсталь», ВАТ «Метал Сталь Кривий Ріг», ВАТ «Запорізький металургійний комбінат «Запоріжсталь», ВАТ «Алчевський металургійний комбінат» (Індустріальний союз Донбасу), ВАТ «Дніпровський металургійний комбінат ім. Дзержинського» (Індустріальний союз Донбасу), ВАТ «Єнакіївський металургійний завод» і «Метален» («Метінвест Холдинг»), ВАТ «Макіївський металургійний комбінат», ВАТ «Дніпропетровський металургійний комбінат ім. Петровського», ВАТ «Донецьксталь металургійний завод» [7].

Основними видами металургійної продукції, що реалізується, є сталь, чавун, прокат із чорних металів, труби.

За підсумками 2013 р. з України експортовано близько 26,5 млн. т металопродукції, що на 3,6% перевищує відповідні показники 2012-го. Найбільше зростання порівняно з попереднім роком традиційно демонстрували напівфабрикати (+7,5%).

Таблиця 2

**Географічна структура українського імпорту  
металопродукції в січні-грудні 2013–2014 рр.,  
тис. т [14]**

Регіони	2013	2014	Структура, %	Зміни, %
СНД	1210,0	719,9	53,2	- 40,5
ЄС-28	361,8	332,7	24,6	- 8,0
ПСА	400,7	200,3	14,8	- 50,0
Інші	192,9	100,8	7,4	- 47,7
ВСЬОГО	2165,9	1353,8	100,0	- 37,5

Джерело: IDC-MET.COM

Між тим зниження цін на світових ринках металу і металургійної продукції призвело до того, що у вартісному вираженні експортні поставки металопродукції склали близько 14,3 млрд. USD, що на 6,7% менше, ніж у 2012-му.

Традиційно найбільшими ринками збуту продовжують залишатися країни Близького Сходу і ЄС-27 (29,3% і 27,8% у товарній структурі відповідно).

Поставки металопродукції порівняно з 2012 р. збільшилися на 3,6%. Одночасно експорт сталевих труб зменшився на 24,1%, що спричинено скороченням поставок даної продукції до країн Митного союзу. У вартісному вираженні експортні поставки металопродукції перевищили 14,3 млрд. USD, сталевих труб – 1,5 млрд. USD. Україна наразі експортує переважно продукцію з низькою доданою вартістю: напівфабрикати – 41%, або 10,8 млн. т, плоский прокат – 25,4%, або 6,7 млн. т, довгомірний прокат – 21,5%, або 5,7 млн. т, металургійна сировина – 12,1%, або 3,1 млн. т [11].

Щодо імпорту, то за даними відділу ринків чорної металургії ДП «Держзовнішінформ», у 2013 р. в Україну ввезено близько 2,14 млн. т металопродукції та 93,4 тис. т сталевих труб. При цьому поставки металопродукції порівняно з попереднім роком скоротилися на 9,2%, одночасно імпорт сталевих труб збільшився на 18,4%. У вартісному вираженні імпорتنі поставки металопродукції перевищили 2,2 млрд. USD, труб – 200 млн. USD. У товарній структурі імпорту переважають сталевий прокат (близько 72%) і металургійна сировина (близько 20%). Решта припадає на напівфабрикати і труби [12].

Отже, констатуємо, що в металургії українські виробники наростили випуск експортної продукції. Однак зниження цін на світових ринках металу не дозволило збільшити валютні надходження від продажу за кордон.

Зазначимо, що одним з напрямків збільшення експорту в металургії залишається модернізація виробництва, скорочення собівартості, виробництво продукції більш високого переділу.

Враховуючи поточну політичну й економічну ситуацію в країні, в 2014 р. можна спостерігати зниження імпорту продукції металургійного комплексу. При цьому істотних змін географічної структури імпорту не відбулося.

У січні-грудні 2014 р. відзначалось зниження імпорту в Україну чорних металів. При цьому істотно впав імпорт сталевих труб (на 34,7%) і металургійної сировини (на 55,5%). В цілому обсяги імпорту металопродукції скоротилися на 37,5%, склавши 1353,8 тис. т [14].

Таблиця 1

**Імпорт металургійної продукції в Україні  
у січні-грудні 2013–2014 рр., тис. т [14]**

Продукція	2013	2014	Зміни, %
Сировинні матеріали	479,3	213,5	- 55,5
Напівфабрикати	82,4	92,8	+ 12,7
Сталевий прокат	1604,1	1047,4	- 34,7
ВСЬОГО	2165,9	1353,8	- 37,5

Джерело: IDC-MET.COM

У січні-грудні 2014 р. в Україну було імпортовано близько 1353,8 тис. т металопродукції, що нижче поставок за аналогічний період попереднього року на 37,5%. Основними регіонами-постачальниками традиційно залишаються країни СНД (53,2%), країни ЄС-28 (24,6%) і країни ПСА (14,8%).

Далі пропонуємо проаналізувати банківський сегмент, який безпосередньо приймає участь у системі розрахунків при здійсненні експортних та імпорتنих операцій в Україні. У банківському секторі України склалися кілька груп банків [4].

Перша, найбільш істотна група – це «державні» банки (тобто банки з часткою держави в статутному капіталі). Другий за вагомістю сегмент – це великі приватні банки, як правило, працюють в рамках фінансово-промислових груп. Третій банківський сегмент – дочірні банки іноземних фінансових інститутів. Як правило, останні залучають на обслуговування іноземні компанії та здійснюють кредитування компаній і їх співробітників і рідко беруть на себе ризики дрібних і середніх українських підприємств. Нарешті, останній сегмент – це дрібні і середні банки. Всі вони, як правило, є банком одного акціонера, одного клієнта і одного кредитора. Саме з цієї причини ці банки не представляють інтересу для більш великих банківських структур.

В умовах зростаючої конкуренції і падіння прибутковості банківського бізнесу питання скорочення витрат для кредитних організацій є одним з найважливіших. За оцінками фахівців, на виплати відсотків і різних комісій (припустимо, за організацію синдикуваного кредиту) зазвичай припадає близько 80% витрат фінансових установ. Решта 20% розподіляється так: 60% – зарплата співробітників, 40% – «непрофільні» витрати, які складаються з витрат на покупку та оренду нерухомості, IT-забезпечення, оплати рекламних послуг та різного роду господарських потреб. Особливо гостро питання скорочення витрат вистає перед кредитними організаціями, що активно розвивають мережу відділень і філій, а також роздрібний напрямок бізнесу, що включає обслуговування представників середнього і малого бізнесу. Кредитним організаціям доводиться відкривати безліч нових точок присутності. І справа це дуже витратна. Немаловажне питання для кредитних організацій – витрати на персонал.

При обслуговуванні міжнародних розрахунків в банках кожного з представлених вище сегментів виникає ряд проблем. Для великого банку з розвинутою мережею необхідно підтримувати штат співробітників, що здійснюють обслуговування операцій міжнародних розрахунків за зовнішньоторговельними операціями, в кількості приблизно 850 осіб (виходячи з 50 філій і 30 додаткових офісів). При цьому кількість операцій, що припадають на одну людину в тиждень, розподіляється вкрай нерівномірно. Практика українських банків така, що функції співробітників, що обслуговують міжнародні розрахунки, розподілені за видами операцій, і немає практики взаємозамінності за цими напрямками. Крім того, кожен уповноважений співробітник бере на себе цілком клієнтську операцію (акредитив, інкасо та ін.) і здійснює всі відповідні їй процедури по мірі надходження документів, заяв, інформації і ін.



Для співробітників також не існує жодних обмежень за часом здійснення процедур (перевірка документів, оформлення авансів, оформлення платежів за акредитивами, інкасо і т. д.), тобто швидкість їх здійснення залежить від наявності співробітника на робочому місці, його завантаженості, вихідних і святкових днів та інших обставин. Негативним моментом є відсутність уніфікованого підходу до виконання операцій з обслуговування міжнародних розрахунків. Кожен окремий підрозділ у філії (додатковому офісі) самостійно вивчає норми міжнародних правил і українського законодавства, вибирає форми і методи організації процесу – форми клієнтських і банківських документів, правила документообігу, підходи до перевірки документів та ін. [8].

Ситуація з проведенням операцій по міжнародних розрахунках в дрібних і середніх банках в цілому відображає проблеми «державних» і великих приватних банків з відсутністю автоматизації процесів та уніфікації підходу. Різниця полягає в тому, що великі банки мають, як правило, менше клієнтів – учасників зовнішньоторгівельної діяльності, і як наслідок – невелика кількість операцій по міжнародних розрахунках (наприклад, не більше 10 акредитивних угод в календарному році). У цій ситуації утримувати великі спеціалізовані структурні підрозділи невігідно, і використовується принцип взаємозамінності і багатофункціональності співробітників (наприклад, поєднання функцій валютного контролю та обслуговування документарних операцій або одночасного обслуговування кредитних та документарних операцій). Покладання таких суміщених функцій на одного співробітника може мати негативні наслідки з наступних причин:

- кожен з ділянок роботи вимагає ретельного вивчення нормативно-законодавчих актів і використання їх в актуальному стані;

- будь-яка серйозна операція клієнтів вимагає одночасного залучення співробітників декількох ділянок, а при поєднанні функцій несе для співробітників подвійне навантаження і відповідальність, що може призвести до виникнення помилок і неточностей в оформленні та обробці операцій, негативно відбиваються на клієнтах;

- необхідність відволікання співробітників на інші ділянки роботи також не є сприятливим з точки зору швидкості виконуваних розрахунків. Проблеми, з якими стикаються українські банки при обслуговуванні міжнародних розрахунків, крім того, призводять до подорожчання вартості банківських послуг, що також не є вигідним для клієнтів.

Пропонуємо запровадити створення спеціалізованих компаній з обслуговування міжнародних розрахунків при розрахунках за операціями у металургійному комплексі, яка набуває популярності закордоном.

Основне завдання компанії: виконання операцій з процесингу (обробки) даних за операціями торгового фінансування та міжнародних розрахунків за операціями у металургійному комплексі (з використанням акредитивної і інкасової форм розрахунків) [9].

Такі компанії мають особливу структуру побудови.

Організаційну основу аналізованої структури повинні становити спеціалізовані центри обробки, географічно розташовані в різних регіонах відповідно до зон діяльності. Штат співробітників центру обробки – на рівні 50 осіб. Основна частина співробітників здійснює обробку документів та операцій і розділена на кілька команд, які:

- займаються прийомом документів та обробкою платежів за зовнішньоторгівельними операціями;
- здійснюють роботу з експортними документами (акредитиви, інкасо, гарантії);
- спеціалізуються на обслуговуванні високоризикових операцій;

- здійснюють операції в нічний час.

Додатково в штаті доречно виділити підрозділ, до функцій якого буде входити:

- відстеження і фіксування дефектів і помилок, допущених співробітниками команд обробки (контрольна функція);

- розробка інформаційної системи та координація її роботи з точки зору бізнесу;

- моніторинг країн з низьким рівнем довіри та внесення пропозицій по цій групі країн;

- відповіді на запити клієнтських центрів.

В основі якісного функціонування такої системи здійснення міжнародних розрахунків має бути запроваджений програмний продукт (IT product).

Компанія встановлює, що кожній угоді (процесу) відповідає певна кількість часу (встановлено середні значення):

- операції з авансування зовнішньоторгівельних операцій – 7 хвилин;

- перевірка документів за експортними операціями (акредитивами) – 35 хвилин;

- авізування – 6 хвилини;

- перевірка комплексу документів по імпортним операціях – 10–12 хвилин.

Встановлені норми витрат часу відповідають середнім кваліфікаційним можливостям співробітників, що здійснюють обробку за вищевказаними операціями. Виходячи з представлених значень часових витрат на проведення операцій можна прорахувати середню кількість зовнішньоторгівельних операцій, оброблюваних щотижня одним співробітником:

- аванси – 300 угод;

- експортні документи – 60 угод;

- авізування – 350 угод;

- імпортні документи – 175–210 угод.

Ці цифри особливо вражають, коли проводиться порівняння з кількістю угод, що здійснюються за зовнішньоторгівельними операціями українськими комерційними банками.

**Висновки.** В статті показано сучасний стан експорту та імпорту металургійного комплексу Україні. Проведений в роботі аналіз банківського сегменту, який безпосередньо приймає участь у системі розрахунків при здійсненні експортних та імпортних операцій в Україні, показав, що у банківському секторі України склалося кілька груп банків. Запропоновані заходи щодо створення спеціалізованих компаній з обслуговування міжнародних розрахунків при розрахунках за операціями у металургійному комплексі, за оцінкою автора, дозволять істотно зменшити кількість співробітників, уповноважених на обслуговування поточних розрахункових операцій по зовнішньоторгівельних операціях металургійного комплексу, одночасно збільшити кількість оброблюваних документів при міжнародних розрахунках.

#### БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Азаров Л., Азарова Р. Міжнародні розрахунки і документарні операції [Електронний ресурс] / Л. Азаров, Р. Азарова – Режим доступу: <http://www.justinian.com.ua/article.php?id=1027>
2. Антонова О. Використання різних форм міжнародних розрахунків при здійсненні зовнішньоекономічної діяльності / О. Антонова // Економіст. – 2005. – № 7. – С. 82–85.
3. Булев І.П. Задачі реформування горно-металургічного

- кого комплексу України / И.П. Булев, Н.Е. Брюховецкая // Экономика промышленности. – 2013. – № 1-2(61-62). – С. 219 – 230.
4. Дербеньова Я.В. Українська металургія: стан та напрями інтеграції / Я.В. Дербеньова // Проблеми інноваційно-інвестиційного розвитку. – 2013. – № 5. – С. 37–41.
  5. Дурицький І.М. Економіко-математичне моделювання ефективної взаємодії банків з підприємствами: Автореф. дис. ... канд. екон. наук: 08.03.02 / І.М. Дурицький; Київ. нац. ун-т ім. Т. Шевченка. – К., 2002. – 19 с. – укр.
  6. Левченко О.М. Міжнародні кредитні розрахунки: методи управління // Формування ринкових відносин в Україні. – 2008. – № 1(80). – С. 31–36.
  7. Пріоритети інвестиційної політики у контексті модернізації економіки України: аналітична доповідь / Національний інститут стратегічних досліджень. – К., 2013. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.niss.gov.ua/content/articles/files/ynvestuc polityka- 5b7ef.pdf>
  8. Руда О.Л. Переваги і недоліки використання акредитивної форми розрахунків / О.Л. Руда // Банки и банковская система. – 2012. – 23 с.
  9. Современное состояние металлургической отрасли Украины: международная научно-практическая конференция (от 19 июня 2012 г.) / КНУ им. Т. Шевченка – К., 2012. [Электронный ресурс] – Режим доступу: <http://www.sworld.com.ua/konfer27/515.pdf>
  10. Уфімцева О.Ю. Шляхи модернізації металургійної галузі України / О.Ю.Уфімцева, С.Д. Топал // Вісник Придніпровської державної академії будівництва та архітектури. – 2013. – № 3. – С. 53–56.
  11. Чернега Д.Ф. Сучасний стан виробничих потужностей металургійної галузі України / Д.Ф. Чернега, В.М. Нецадим, П.Д. Кудь, Д.В. Іванченко // Наукові вісті НТУУ «КПІ». – 2012. – № 5. – С. 92–96.
  12. Офіційний сайт Комітету статистики України [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
  13. Офіційний сайт Світової асоціації виробників сталі (WSA) [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.worldsteel.org/>
  14. Информационный портал черной и цветной металлургии Украины – [idc-met.com](http://idc-met.com).

УДК 339.94(045)

**Супрун С.Д.**

*кандидат економічних наук*

*доцент кафедри економіки підприємства та міжнародної економіки  
Вінницького торговельно-економічного інституту  
Київського національного торговельно-економічного університету*

## ЛОГІКА ДОСЛІДЖЕННЯ ФАКТОРІВ ТА УМОВ ЗДІЙСНЕННЯ МІЖНАРОДНОГО БІЗНЕСУ

Стаття присвячена дослідженню основних факторів та середовища здійснення підприємствами міжнародного бізнесу. Звернена увага на дотримання системних позицій інформаційного забезпечення міжнародної діяльності підприємств. Обґрунтовується необхідність визначення єдиних критеріїв оцінки факторів та їх найважливіших параметрів, які дозволять обрати найбільш ефективну модель поведінки підприємства на зарубіжному ринку.

**Ключові слова:** міжнародний бізнес, бізнес-поведінка, міжнародне ринкове середовище, критерії оцінки факторів міжнародного середовища, ризики міжнародного бізнесу.

### **Супрун С.Д. ЛОГИКА ИССЛЕДОВАНИЯ ФАКТОРОВ И УСЛОВИЙ ВЕДЕНИЯ МЕЖДУНАРОДНОГО БИЗНЕСА**

Статья посвящена исследованию основных факторов и среды ведения предприятиями международного бизнеса. Основное внимание уделяется системным позициям информационного обеспечения международной деятельности предприятий. Обосновывается необходимость определения единых критериев оценки факторов и их параметров, которые позволят определить наиболее эффективную модель поведения предприятия на зарубежном рынке.

**Ключевые слова:** международный бизнес, бизнес-поведение, международная рыночная среда, критерии оценки факторов международной среды, риски международного бизнеса.

### **Suprun S.D. THE LOGIC OF RESEARCH OF THE FACTORS AND CONDITIONS OF INTERNETIONAL BUSINESS**

The article investigates the main factors of the conduct of international business by enterprises. The main attention is focused on the system positions of the informational support of international activities of enterprises. The necessity of determination of common criteria for evaluating factors and their most important parameters are substantiated. This allows to choose the most efficient behaviour model on foreign markets.

**Keywords:** international business, business behaviour, international market environment, criteria for evaluating the international environment factors, risks of international business.

**Постановка проблеми.** Реалізація підприємствами своєї міжнародної діяльності починається з вивчення середовища бізнесу. Вивчення середовища міжнародного бізнесу становить не просто виявлення й оцінку численних національних чинників реалізації міжнародної підприємницької діяльності, а й здійснення порівняльного аналізу основних параметрів економічних систем, які формують специфіку і потенціал міжнародної взаємодії економічних суб'єктів. Проте слід відмітити, що дослідження світового досвіду у сфері вивчення факторів міжнародного середовища господарювання свідчить про однобічний (переважно описовий і констатуючий) підхід до оцінки та класифікації різноманітних, багаторівневих умов між-

народного бізнесу. Також недостатня увага приділяється можливостям застосування формалізованих методів аналізу та інтенсивних способів використання результатів, відкоригованих на потребу розвитку окремого виду міжнародного бізнесу.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Вивчення середовища здійснення міжнародного бізнесу вітчизняними підприємствами є базовим і визначальним етапом для здійснення різноманітних завдань зовнішньоекономічної діяльності залежно від інтенсивності міжнародної взаємодії. Зокрема, якість вивчення ринкового середовища визначає успішність бізнес-поведінки суб'єктів господарювання в міжнародному економічному просторі. Від

того, наскільки глибоко і всебічно проведено аналіз, залежить адекватність стратегічних та оперативних тактичних рішень щодо вибору ринку, форм виходу, особливостей бізнес-поведінки.

**Метою статті** є логіка системних позицій дослідження основних факторів та середовища здійснення підприємствами міжнародного бізнесу.

**Виклад основного матеріалу.** Дослідження факторів іноземних ринків здебільшого представлене в публікаціях часто як описовий виклад окремих кон'юнктурних обставин, які тим чи іншим чином впливають на розвиток міжнародного бізнесу. Такий підхід не дає можливості оцінити реальний потенціал міжнародного співробітництва. Зважаючи на це, важливою й актуальною є обґрунтована систематизація процесу інформаційного забезпечення міжнародної діяльності підприємств, який включає три основні етапи аналізу, серед яких найважливішим є перший етап. Саме він передбачає накопичення різносторонньої інформації, її класифікацію та оцінку, що зумовлює застосування універсальних формалізованих показників, об'єднаних єдиною системою вимірювання даних. Так, зокрема, західні ідеї формалізованої оцінки факторів міжнародного ринкового середовища були принципово вдосконалені та широко випробувані у практиці українського бізнесу [1; 2]. Вітчизняна методика передбачає визначення вагового значення фактора для розвитку виду міжнародного підприємництва на основі глибокого аналізу причин і наслідків впливів. На наступному, другому, етапі здійснюється порівняльний аналіз кон'юнктурних факторів окремих міжнародних ринків, виявляються сприятливі відповідності та можливі ризики, які дозволяють визначити найбільш привабливі умови здійснення міжнародного бізнесу. Для цього потрібна методика такого формалізованого порівняльного аналізу, яка б давала змогу вдосконалювати й застосовувати технологію ефективної оцінки умов інтернаціоналізованого підприємництва, а також сприяла прийняттю більш обґрунтованих міжнародних управлінських рішень. Слід зауважити, що у міжнародному бізнесі майже завжди питання вибору ринку вирішується шляхом порівняння умов бізнесу: 1) на вітчизняному ринку і ринку потенційної експансії (якщо міжнародна діяльність не поширена); 2) у регіонах успішного підприємництва, які демонструють позитивний досвід міжнародної діяльності, і в регіонах, що становлять інтерес (якщо міжнародна діяльність є достатньо розвинутою як територіально, так і за асортиментом); 3) у глобальних сегментах різних продуктових напрямів. На третьому етапі визначаються завдання конкретного підприємства відповідно до власних внутрішніх можливостей в контексті динаміки факторів міжнародного середовища ведення бізнесу. Це передбачає виокремлення груп ринків, серед яких потенційні, привабливі і реальні для експансії шляхом сегментації за країнами або регіонами на основі урахування показників формалізованого аналізу [3, с. 80].

На нашу думку, системність та логіка дослідження міжнародного середовища ведення бізнесу, виявляється через послідовне застосування єдиних критеріїв

оцінки факторів та визначення їх найважливіших параметрів. Серед цих параметрів виділимо наступні (рис. 1) [3-8].

**Фактори;**

1) наявність фактора, його частка чи значущість, а також якість впливу на господарську ситуацію підприємства;

2) динаміка і напрями змін за основними факторами;

3) рівень різних видів ризиків (табл. 1) [9-12].

З рис. 1 бачимо, що перший критерій оцінки міжнародного середовища діяльності підприємства – це оцінка наявності і значущості чітко визначених основних факторів, яка передбачає визначення вагового значення й урахування напрямку впливу фактора на розвиток міжнародного бізнесу. Вагове значення дає змогу виділити найбільш суттєві обставини, які впливають на бізнес-ситуацію в певному виді міжнародного підприємництва на певному ринку в означений термін часу та слід брати до уваги у процесі прийняття управлінських рішень.

Але окремі обставини за заданої інтенсивності можуть по-різному впливати на розвиток міжнародної діяльності підприємства, адже з певних умов це може бути позитивний вплив, за інших може бути негативний вплив, а іноді і нейтральний. З цього приводу у праці [3, с. 82] наводиться такий приклад: «...падіння купівельної спроможності споживачів на обраному для міжнародної експансії ринку для окремих видів підприємницької діяльності, наприклад, експорту основних видів продовольства, може розцінюватись як сприятливий вплив, тоді як для міжнародної торгівлі, наприклад, дорогою побутовою технікою та автомобілями – як несприятливий та перешкоджальний». Аналіз наявності та значущості факторів міжнародного середовища діяльності проводиться за результатами експертних оцінок у відсотках, що характеризують вагове значення окремих обставин, які в підсумку мають становити 100%. Це дає змогу підвищити об'єктивність окремих оціночних значень і сприяє прийняттю адекватних управлінських рішень щодо можливостей ведення міжнародного бізнесу.

Іншим важливим критерієм дослідження міжнародного середовища є динаміка та змінюваність факторів, яка оцінюється через формалізовані показники швидкості та напрямку цих змін (тут доцільно застосовувати відсотки динаміки та темпів зростання/падіння, які оцінюються або прогнозуються за результатами статистичних моніторингов). Цей критерій дає змогу сформулювати прогнозні альтернативи і сприяє прийняттю обґрунтованих рішень у сфері міжнародної діяльності, коли стратегії бізнес-

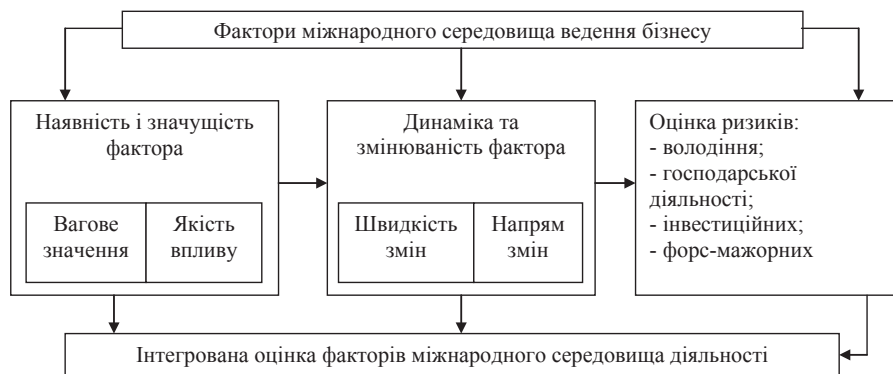


Рис. 1. Логіка та критерії оцінки факторів міжнародного середовища діяльності підприємства



поведінки підприємства розробляються часто в умовах бізнесу, якого ще немає.

Різноманітність ризиків у міжнародному бізнесі пояснюється багатаспектністю поведінки суб'єкта господарювання в інтернаціоналізованому ринковому середовищі (табл. 1). Саме тому дослідження міжнародної діяльності суб'єктів міжнародного підприємництва доводить доцільність виокремлення видів ризиків, що є характерними саме для здійснення міжнародного бізнесу.

Особливістю дослідження міжнародного середовища діяльності підприємства є виявлення ринкових відмінностей економічних систем. Це обумовлене тим, що міжнародне співробітництво здійснюється між суб'єктами господарювання, що належать до схожих типів економічних систем, в такому випадку зміст аналізу середовища діяльності зводиться до оцінки факторів і ризиків здійснення підприємницької діяльності у найбільш привабливому секторі світового товарного ринку. Якщо ж міжнародне співробітництво організується між економічними системами, що мають принципові відмінності у структурі політико-правової системи, специфіці соціально-культурних пріоритетів і цінностей, рівнях технологічних здобутків та економічних досягнень, аналіз середовища ведення міжнародного бізнесу найбільш доцільно здійснювати в режимі порівняльного аналізу. Це дозволяє не тільки оцінити можливості й проблемні моменти міжнародної взаємодії, але й виділити можливі та перспективні сфери узгодження інтернаціоналізованих економічних інтересів учасників співробітництва. Зважаючи на це, досить важливим аспектом дослідження міжнародного середовища ведення бізнесу є порівняльний аналіз ринкових можливостей суб'єкта підприємництва на різних зарубіжних ринках або різних глобальних сегментах певного товарного ринку. Основним змістом порівняльного аналізу, який буде проводитися, є визначення і зіставлення рейтингів за країнами і за окремими факторами міжнародного середовища на основі їх узагальненої оцінки та оптимізація ринків. В цьому випадку, використання кількісних методів оцінки та аналізу дає змогу ефективно систематизувати різноманітну й різнопланову міжнародну інформацію, що включає відомості про діяльність та вплив міжнародних інститутів, динаміку світової тор-

гівлі, специфіку сучасних інвестиційних процесів, валютне регулювання, технологічні зрушення тощо, а також оцінити і класифікувати ризики міжнародного співробітництва.

Певну специфіку має аналіз факторів середовища конкретного міжнародного бізнесу, адже дослідження клієнтів передбачає вивчення і формалізацію особливостей споживчих мотивацій. Для цього можна широко використовувати різноманітні методики, а саме за допомогою регресійного, факторного, контент-аналізу або інших методик, можна перевести текстову

інформацію в кількісні показники шляхом ідентифікації в тексті ознак, які легко підлягають формалізації й характеризують суть явища. Наприклад, аналіз постачальників і посередників передбачає оптимізацію оцінки вибору найприйнятніших партнерів міжнародного співробітництва на основі врахування таких основних критеріїв оцінки, як: рівень якості товару й послуг; адекватність ціни умовам ринку; стабільність постачання; добре супутнє обслуговування; висока якість транспортування і зберігання; інформаційне обслуговування тощо.

Інтенсивність використання результатів дослідження середовища міжнародного бізнесу залежить від можливої реакції підприємства на зміни в інтернаціоналізованому бізнес-оточенні. Така реакція може бути активною, спрямованою на ініціативний пошук шляхів подолання негативних і використання позитивних факторів з метою ефективного розвитку міжнародної підприємницької діяльності, а також може бути пасивною, зумовленою необхідністю реагування для збереження бізнесу.

Дослідження міжнародного середовища діяльності підприємства є основою для створення певної рівноваги між ресурсами, що є у розпорядженні даного підприємства, а також його підприємницькими можливостями та економічними прагненнями, стратегією та середовищем інтернаціоналізованого ринку.

Виходячи з того, що для ведення успішного міжнародного бізнесу підприємству необхідно постійно вивчати ринкове середовище, доцільним є опрацювати питання технології такого процесу. Основний зміст цієї технології передбачає насамперед проведення аналітичної роботи з дослідження політичних, правових, економічних, соціально-культур-

Таблиця 1

Види ризиків, притаманних міжнародному бізнесу, та їх характеристика

Види ризиків	Характеристика
1. Ризики володіння	пов'язані з реалізацією власності та володінням на іноземній території
2. Ризики діяльності	зумовлені некомпетентною поведінкою на зарубіжному ринку, яка призводить до можливих втрат внаслідок неправильної оцінки місткості ринку та характеру попиту, необґрунтованої цінової політики, невідповідності продукції нормативним вимогам ринку, фахової або психологічної невідповідності персоналу до здійснення міжнародних операцій, технологічних проблем організацій інтенсивних форм міжнародного бізнесу
3. Фінансові ризики	виникають при здійсненні внутрішньокорпоративних та міждержавних розрахунків і фінансових операцій між суб'єктами міжнародного бізнесу, які пов'язані: 1) з валютними ризиками (наприклад, підтриманням штучних курсів і недооціненням валют або виникненням дефолтів); 2) із системою запровадження тієї чи іншої системи розрахунків і можливим припиненням платежів
4. Ризики «форс-мажор»	спровоковані непередбаченими соціально-економічними зрушеннями, зокрема страйками, революціями, міжнародними конфліктами тощо; стихійними лихами (повені, шторми, землетруси, виверження вулканів, пожежі, торнадо тощо), а також неочікуваними діловими обставинами на кшталт раптових змін умов здійснення бізнесу або несанкціонованих впливів третіх осіб, залучених до ділових операцій
5. Позаконотичні ризики	посилюються в разі суспільної, ринкової, правової нестабільності й поділяються на дві групи: 1) легальні позаекономічні ризики, пов'язані з можливістю реалізації деяких акцій, що не мають міжнародного законодавчого регулювання на рівні світового економічного простору, таких як, наприклад, політична й економічна блокада країн, санкціонована лише окремими коаліційними суб'єктами і не підтримувана іншими; 2) це різноманітні неправові прояви, наприклад тероризм

них, технологічних та фізичних аспектів бізнесової діяльності на зарубіжних ринках з метою виділення найважливіших факторів, що тією чи іншою мірою впливають на підприємницьку активність (стимулюють чи, навпаки, перешкоджають їй). За результатами такої роботи проводять оцінку значущості кожного з виділених факторів шляхом групування за певними, важливими для підприємства ознаками. Окрім того, керівництво підприємства використовує різноманітні способи отримання актуальної, необхідної і логічної інформації та результатів аналізу завдяки самостійному пошуку, зверненням до послуг вітчизняних консультантів, залучення зарубіжних спеціалістів тощо. Зважаючи на це, пропонуємо враховувати наступні основні фактори, які представлені в таблиці 2 [3; 11; 12].

Таблиця 2

**Основні фактори та обставини, які слід враховувати в ході дослідження міжнародного середовища ведення бізнесу**

Назва фактора та сфера аналізу	Зміст обставин, які досліджуються
1. Торгово-політична ситуація	- торгового договору з країною не укладено - торговий договір укладено + обмежені зв'язки - торгова домовленість + розвинуті торгові контакти - протокол про торгівлю + стабільні, довгострокові зв'язки
2. Наявність обмежень на торгівлю (тип зовнішньоекономічної політики відносно певної країни, компанії чи продукту)	- режим найбільшого сприяння - окремі протекційні заходи - часткове ембарго - економічна блокада - нерозвиненість каналів передачі інформації - багато різних та доступних каналів розповсюдження інформації
3. Інформація про ринок та можливість ефективної реклами	- практично відсутня та важко-доступна - фрагментарна і ненадійна - досить повна і надійна
4. Необхідний обсяг ринкових досліджень	- великий-середній-малий за часом - великий-середній-малий за обсягом витрат
5. Стосунки з потенційними споживачами	- в минулому торгівлі не було (підприємство (компанія) та продукція на ринку не відомі) - мала місце незначна, епізодична торгівля - активно розвиваються досить стабільні партнерські відносини

Результатом такого дослідження з урахуванням факторів та обставин, наведених в таблиці 2, має бути розробка ефективної стратегії подальшої поведінки підприємства на обраному зарубіжному ринку. Така стратегія поведінки конкретного підприємства повинна враховувати розвиток торгово-політичної ситуації, особливості зовнішньоекономічної політики та інтенсивність торговельних обмежень, а також специфіку та інтенсивність інформаційного та маркетингового забезпечення міжнародних операцій та співробітництва.

З урахуванням проведеної вище наукової роботи пропонуємо наступне. Зважаючи на те, що реакція підприємства ЗЕД на зміну факторів міжнародного середовища може бути різною. Однією з таких реакцій є фактичне ігнорування змін через малозначущість динамічних процесів у ринковому середовищі, некомпетентність керівництва підприємства, який з

різних причин не в змозі ідентифікувати й усвідомити наявність та значущість перетворень функціонування міжнародного бізнесу.

Іншим проявом реагування може бути затримка реакції, яка може бути викликана бюрократичними причинами, психологічною невідповідністю керівників чи власників підприємства до рішучих дій або неможливістю отримувати оперативну інформацію з віддалених ринків і застосовувати сучасні методи впливу на ринкову ситуацію. Найсуттєвішим проявом реакції підприємства на зміни в міжнародному середовищі можна вважати поступове часткове, а також радикальне стратегічне репозиціонування ринкової діяльності. А тому вважаємо, що для прийняття міжнародних управлінських рішень слід моделювати управлінську ситуацію та її реалізацію у контексті вибору техніки ранжування ризиків, які притаманні міжнародному бізнесу, а також визначення ринкових можливостей підприємства, формування стратегії міжнародної підприємницької діяльності, яка включає маркетингову, товарну, фінансову, інвестиційну політики тощо. Формування таких політик означає розробку раціональної стратегії поведінки конкретного підприємства щодо споживачів та інших суб'єктів міжнародного співробітництва.

Процес дослідження факторів та обставин міжнародного середовища здійснення бізнесу вимагає розробки і застосування універсальної моделі на основі аналізу динамічних змін факторів ринкового оточення, ризиків та урахування спроможності суб'єкта господарювання до здійснення міжнародного бізнесу. Така модель має містити низку так званих фільтрів в оцінці факторів середовища і прийняття управлінських рішень. Так як останнім часом до інтенсивного міжнародного співробітництва залучається все більше різних за багатьма параметрами суб'єктів інтернаціоналізованого ринку, тому необхідним є деталізація структурних компонентів моделі, яка б відображала багатоваріантність управлінських рішень з урахуванням можливих форм виходу на зарубіжні ринки та результативність здійснення міжнародного бізнесу з урахуванням чітких визначених факторів, обставин та ризиків. Особливо це важливо для таких економічних систем, як Україна, які не мають достатнього досвіду міжнародної діяльності та потребують конкретизації управлінських дій.

**Висновки.** За результатами дослідження ми дійшли висновку, що міжнародне середовище діяльності підприємства ЗЕД, як правило, не є стабільним і потерпає від частих більш або менш значущих змін, а це вимагає регулярного моніторингу факторів міжнародного середовища ведення бізнесу й оперативної реакції на зміни ситуації. Від самих підприємств необхідні зусилля щодо реагування на зміни та деформацію умов міжнародної підприємницької діяльності. Це означає, що реакція суб'єктів міжнародного підприємництва може бути різною залежно від динаміки факторів середовища і готовності конкретного підприємства відповідно коригувати свою стратегічну та оперативно-тактичну діяльність. Для цього необхідний формалізований аналіз основних ризиків та факторів середовища міжнародного бізнесу (рис. 1, табл. 1, 2), який дозволить дотримуватись певної логіки і послідовності аналітичних заходів завдяки спеціальним методикам універсалізації одиниць виміру показників та обґрунтуванню системи оцінки кроку та напрямку змін параметрів за факторами.

**БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:**

1. Міжнародна економіка: [навч. Посібник] / [Ю.Г. Козак, Д.Г. Лук'яненко, Ю.В. Макогон та ін.] – 3-тє вид. – К.: Центр учбової літератури, 2009. – 560 с.
2. Міжнародна економіка: [підручник] / [В. Білоцерківець, О. Завгородня, В. Лебедева та ін.]; за ред. А.О. Задой, В.М. Тарасевича. – К.: Центр учбової літератури, 2012. – 416 с.
3. Підприємства на зовнішніх ринках: [учебник] / Под ред. проф. С.И. Долгова. – М.: БЕК, 2008. – С. 78–84.
4. Пальчук О. Теоретичний аналіз зовнішньоторговельних стратегій, що використовуються при реалізації зовнішньоторговельної політики / О. Пальчук // Зб. наукових праць Інституту світової економіки і міжнародних відносин НАН України. – Київ, 2007. – Вип. 54. – С. 212–218.
5. Багров І.В. Зовнішньоекономічна діяльність підприємств. – К., 2008. – 580 с.
6. Баринов Э. Встречная торговля: организация и техника расчетов // Фин. Бизнес. – 2009. – № 1.
7. Міжнародна економіка: [навчальний посібник] / [Ю.Г. Козак, Д.Г. Лук'яненко, Ю.В. Макогон та ін.] – 3-тє вид. – К.: Центр учбової літератури, 2009. – 560 с.
8. Юхименко П.І. Міжнародний менеджмент: [навчальний посібник] / [П.І. Юхименко, Л.П. Гацька, М.В. Півторак та ін.] – К.: Центр учбової літератури, 2011. – 488 с.
9. Тарануха О.М. Основні методи зниження ризиків у системі менеджменту підприємства / О.М. Тарануха // Вісн. Нац. трансп. ун-ту. – 2009. – К.: НТУ – С. 258-260.
10. Абчук В.А. Ризики в бизнесе, менеджменте, маркетинге / В.А. Абчук. – СПб.: Изд-во Михайлова В.А., 2006. – 480 с.
11. Шегда А.В. Ризики в підприємстві: оцінювання та управління: [навчальний посібник] / А.В. Шегда (ред..) – К.: Знання, 2008. – 271 с.
12. Шиянов И.А. Информационная система поддержки принятия решений при управлении рисками / И.А.Шиянов // Економіка: проблеми теорії та практики: [зб. наук. праць]. – Дніпропетровськ: ДНУ, 2008. Вип. 243, Т. IV. – С. 874 -879.



## СЕКЦІЯ 2 ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ НАЦІОНАЛЬНИМ ГОСПОДАРСТВОМ

УДК 338.27

**Сментина Н.В.**  
*кандидат економічних наук, доцент,  
докторант кафедри економіки та управління національним господарством  
Одеського національного економічного університету*

### ІНДИКАТОРИ ВИМІРЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТИВНОСТІ ВПРОВАДЖЕННЯ СТРАТЕГІЧНИХ ЗАХОДІВ

Стаття присвячена проблемі вибору базових індикаторів вимірювання результативності впровадження стратегічних заходів. Визначається необхідність включення у стратегічні плани єдиних для адміністративно-територіальних утворень результативних показників економічного та соціального розвитку мезосистем. Обґрунтовується їх вибір на базі дослідження динаміки сукупності індикаторів статистичної звітності на прикладі Одеської області. Пропонуються базові складові моніторингу та оцінювання реалізації стратегій розвитку соціально-економічних систем мезорівня в розрізі двох блоків: основні та додаткові індикатори.

**Ключові слова:** стратегічне планування, прогнозування, індикатори, динаміка, циклічність, мезорівень.

#### **Сментина Н.В. ИНДИКАТОРЫ ИЗМЕРЕНИЯ РЕЗУЛЬТАТИВНОСТИ ВНЕДРЕНИЯ СТРАТЕГИЧЕСКИХ МЕР**

Статья посвящена проблеме выбора базовых индикаторов измерения результативности внедрения стратегических мер. Определяется необходимость включения в стратегические планы единых для административно-территориальных образований результативных показателей экономического и социального развития мезосистем. Обосновывается их выбор на базе исследования динамики совокупности индикаторов статистической отчетности на примере Одесской области. Предложены базовые составляющие мониторинга и оценки реализации стратегий развития социально-экономических систем мезоуровня в разрезе двух блоков: основные и дополнительные индикаторы.

**Ключевые слова:** стратегическое планирование, прогнозирование, индикаторы, динамика, цикличность, мезоуровень.

#### **Smentyna N.V. INDICATORS FOR MEASURING EFFECTIVENESS OF STRATEGIC MEASURES INTRODUCTION**

The article deals with the problem of selection of the basic indicators measuring the impact of implementation of strategic measures. Author offers to include into the strategic plans common output indicators for all territorial units of the country on the basis of which the level of economic and social development of mesosystems will be determined. The paper identifies a number of indicators from statistical reports based on research of their dynamics on the example of Odessa Oblast. The author suggests basic components of monitoring and evaluating implementation strategies of socio-economic systems of mesolevel in the context of two levels: basic and additional indicators.

**Keywords:** strategic planning, forecasting, indicators, dynamics, cycles, mesolevel.

**Постановка проблеми.** Важливою складовою процесу стратегічного планування соціально-економічного розвитку адміністративно-територіальних утворень країни є прогнозування індикаторів успіху як складової системи моніторингу та оцінки реалізації стратегічних планів. Прогнозні значення індикаторів та їх порівняння з фактично досягнутими свідчать про рівень прогресу щодо виконання стратегічних завдань. Безумовно, специфіка проблем адміністративно-територіальних утворень передбачає планування індивідуальних індикаторів з огляду на комплекс стратегічних заходів, що заплановано до впровадження на території відповідної соціально-економічної системи мезорівня. Разом з тим, враховуючи той факт, що стратегії соціально-економічного розвитку переслідують єдину стратегічну мету – підвищення добробуту населення на підставі сталого економічного розвитку, – в них обов'язково повинні наводитися прогнозні значення тих індикаторів, що визначають рух соціально-економічних систем до цієї мети. Іншими словами, оскільки стратегії соціально-економічного розвитку адміністративно-територіальних утворень єднає місія розвитку, вони мають бути співставні і за блоком результативних індикаторів економічного та соціального розвитку мезосистем. Саме за цими показниками має відбуватися оцінювання результатів реалізації стратегічних планів та оцінювання ефективності діяльності орга-

нів місцевого самоврядування у напрямку сприяння досягненню стратегічної мети соціально-економічного розвитку територій мезорівня.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** В наукових колах активно обговорюється проблема прогнозування та моделювання соціально-економічного розвитку, зокрема, цьому присвячено роботи А.І. Сухорукова, Ю.М. Харазішвілі [1]. Піднімають науковці, наприклад, Г. Светуньков, А.В. Заграновська, І.С. Светуньков, й питання застосування методу комплексних статистичних коефіцієнтів для дослідження ступеню впливу факторів на забезпеченість стійкого соціально-економічного розвитку скрізь призму комплекснозначного аналізу та моделювання нерівностей соціально-економічного розвитку [2]. Визнаючи вагомість наукових здобутків дослідників, слід відмітити, що здебільшого проблема розглядається в контексті виявлення найбільш актуальних проблем регіонального розвитку та визначення на цій основі головних стратегічних пріоритетів. В публікаціях не йдеться про обґрунтування вибору тих індикаторів, що пов'язані з досягненням стратегічної мети та прогнозні значення яких мають міститися в стратегічних планах.

**Постановка завдання.** З огляду на викладене вище, в даній роботі буде зроблена спроба обґрунтувати вибір базових індикаторів, що слугуватимуть основою для визначення результативності від впро-

вадження стратегічних заходів на етапі реалізації стратегій соціально-економічного розвитку територій мезорівня.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Обґрунтовуючи вибір показників для оцінки рівня соціально-економічного розвитку регіонів за результатами реалізації стратегій, на наш погляд, слід брати до уваги таке. По-перше, результати реалізації стратегічного плану мають бути співставні з тією інформацією, яка береться за основу на початкових етапах опрацювання стратегічного плану соціально-економічного розвитку територій, а саме: під час аналізу внутрішнього середовища, оцінки потенціалу та позиціонування соціально-економічної системи серед інших систем. Тобто базою порівняння вхідного стану справ з кінцевим має виступати однаковий набір індикаторів, що відображають результати функціонування соціально-економічної системи [3, с. 111]. По-друге, у якості індикаторів має виступати саме статистична інформація, попри застереження науковців з приводу її обмеженості, з огляду в першу чергу на те, що методика розрахунку цих показників єдина та загально визнана в країні.

При виборі показників, які доцільно обрати для вимірювання результатів впливу стратегічних заходів на соціально-економічний розвиток мезосистем, скористаємося оцінюванням динаміки індикаторів, що відображають результати процесів господарювання в межах адміністративно-територіальних утворень з огляду на концепцію теорії рівноваги та динамічного розвитку соціально-економічних систем мезорівня. Рівновага в економіці є визначальним моментом існування динамічного розвитку; розвиток економіки відбувається хвилеподібно навколо деякого центру рівноваги. Відхилення від центру рівноваги утворює деяку хвилю динаміки процесу. Динаміка хвилі розвитку, крім гармонійної складової, може мати певний загальний тренд. Відповідно, в загальній динаміці присутні кілька складових, зв'язок між якими показує формула 1:

$$y = f(x) + S(x) + \varepsilon, \quad (1)$$

де  $y$  – результативний показник динаміки процесу;

$f(x)$  – тренд, який представляє динаміку рівноваги процесу;

$S(x)$  – циклічна складова процесу;

$\varepsilon$  – точка відліку.

У загальному вигляді динаміка розвитку – це деяке відхилення від точки (або точок) рівноваги. Прийнято вважати [4, с. 35], що відхилення від точок рівноваги відбувається внаслідок впливу зовнішніх сил, які дають деякий імпульс прискорення або уповільнення процесів, однак внутрішні сили повертають його у початковий рівноважний стан. Тобто хвиля розвитку – лише процес коливань, що повторюється навколо точки рівноваги.

Хвилеподібні коливання в економіці є доволі складним явищем. Як показує реальність, економічне зростання не буває рівномірним. Періоди швидкого зростання економіки змінюються кризами і застоями, причому процес періодично хвилеподібно повторюється. Однак повторюваність економічного зростання дуже віддалено нагадує класичну хвилю циклу. Хвиля економічного зростання насправді має складну структуру різних за довжиною хвиль. Саме з цієї причини для оцінки економічного зростання застосовується термін «економічний цикл», а не «економічна хвиля». Економічний цикл означає підйоми і спади рівнів ділової активності протягом

певного часу, що йдуть один за одним. Економічні цикли істотно відрізняються один від одного за тривалістю та інтенсивністю, однак вони мають ті ж фази, що властиві хвилеподібним процесам.

Розглянемо так званий ідеалізований цикл. Оцінка динаміки економічного процесу можлива на основі зіставлення окремих моментів динаміки розвитку економічних процесів (тренду кон'юнктури). Найбільш точні значення параметрів коливання дають кількісні виміри кон'юнктури. Динаміку того чи іншого економічного процесу можна описати цілим рядом економічних показників на основі деякої результативної функції:

$$y = f(x_1, x_2, \dots, x_n), \quad (2)$$

де  $y$  – значення результативного показника, що описує динаміку економічного процесу або системи;

$x_n$  ( $n = 1n$ ) – показники-фактори, що впливають на динаміку процесу.

Функція (2) є багатовимірною, тому вона малопридатна для формального аналізу. Для простоти аналізу циклічності економічних процесів можна використовувати двовимірну модель залежності результативного економічного показника  $y$  від фактора часу  $t$  (3):

$$Y = f(t). \quad (3)$$

Особливу складність викликає оцінювання циклічності складових економічного процесу. У загальному вигляді періодичну криву динаміки можна представити як гармоніки Фур'є. Так, періодична функція з періодом  $T$  в інтервалі  $-T \leq t \leq T$  розкладається в ряд Фур'є, що має такий вигляд:

$$\bar{y} = a_0 + \sum_k^m (a_k \times \cos kt + b_k \times \sin kt), \quad (4)$$

де  $t$  – величина, що визначає номер гармоніки ряду Фур'є;

$a_0, a_k$  і  $b_k$  – параметри кривої;

$k$  – кількість гармонік.

Виходячи з перерахованих вище основних методологічних підходів проаналізуємо динаміку основних соціально-економічних показників розвитку мезосистем (на прикладі Одеської області) на предмет відповідності умовам їх застосування до виділення в якості основних індикаторів розвитку вимірювання результативності впровадження стратегічних заходів.

Вхідною інформацією для розрахунків слугували статистичні дані за основними показниками соціально-економічного розвитку Одеської області за період 2007-2013 рр. [5]. Даний період достатній для оцінки загальної тенденції (тренду) розвитку та можливого виявлення від 1 до 2 точок перегинання (виявлення циклічності процесу) в динаміці. Показники, що обрані з великої їх сукупності, що наводиться в офіційній статистичній звітності, розбиті на групи, які характеризують відповідний процес, сферу, галузь розвитку економіки регіону з метою подальшого вибору зі складу відповідного блоку індикаторів саме того показника, який найкраще відображає зміни в соціально-економічній системі.

Базовою умовою покращення економічної та соціальної ситуації на територіях мезорівня є вплив інвестицій. Стратегічно зорієнтовані інвестиції сприятимуть вдосконаленню структури економіки, збільшенню її конкурентоспроможності за рахунок диверсифікації та інноваційності, а також підвищенню якості господарювання. З огляду на це, наведемо результати розрахунків отримані в розрізі такої групи індикаторів як «Інвестиційна активність». До складу цієї групи індикаторів потрапили такі: інвес-

тиції в основний капітал, індекс капітальних інвестицій, капітальні інвестиції на одну особу, капітальні інвестиції у житлове будівництво та індекс капітальних інвестицій у житлове будівництво.

Аналіз динаміки абсолютних показників цієї групи (рис. 1) показав, що вони не можуть бути використані для екстраполяції.

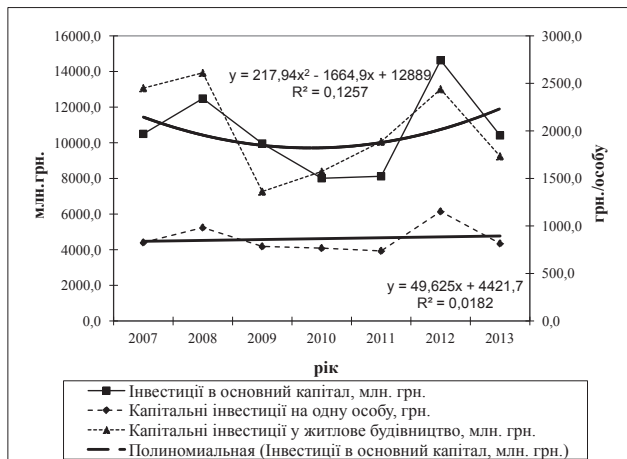


Рис. 1. Динаміка капітальних інвестицій Одеської області

Проте абсолютні показники інвестицій в основний капітал та капітальних інвестицій у житлове будівництво мають більшу ступінь апроксимації ( $R^2 = 0,1257$ ), ніж показник капітальних інвестицій на одну особу ( $R^2 = 0,0182$ ). Разом з тим, сильні коливання динаміки не дають можливість побудувати прогноз. Для даних абсолютних показників короткотривалість періоду не дозволяє використовувати їх для оцінювання циклічності.

Динаміка індексів капітальних інвестицій повторює динаміку абсолютних показників (рис. 2), проте індекс капітальних інвестицій з огляду на його комплексність більше підходить для екстраполяції.



Рис. 2. Динаміка індексів капітальних інвестицій Одеської області

Підтвердженням результатів таких спостережень є спектральний та гармонічний аналіз динаміки індексу капітальних інвестицій за методом Фур'є. Гармонічний аналіз (рис. 3) вказує на те, що довжина хвиль усіх гармонік перевищує інтервал, що аналізується та сягає більше 7 років.

Проведені аналітичні розрахунки в розрізі інших груп показників дозволили обрати для оцінки рівня соціально-економічного розвитку мезосистем за результатами впливу стратегічних заходів на їх соціально-економічний розвиток низку індикаторів, що

згруповані у дві групи: «основні індикатори», «додаткові індикатори». Назва індикаторам була присвоєна з огляду на результати вагомості ораних показників, що визначалися методом експертних оцінок.

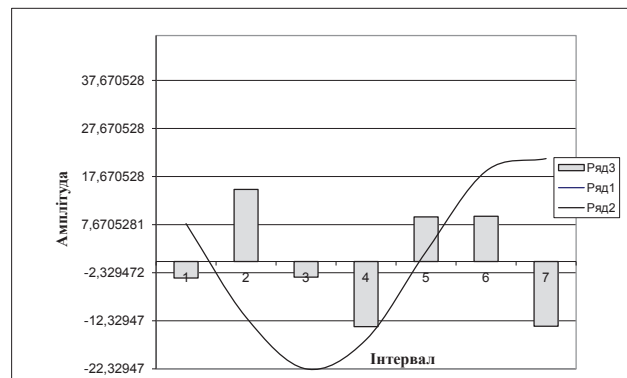


Рис. 3. Гармонічний аналіз Фур'є індексу капітальних інвестицій

Першу групу складають індикатори соціально-економічного стану регіону, які дозволяють отримати системне уявлення про економічний та соціальний розвиток і вказують на покращення, чи погіршення ситуації у поточному періоді порівняно з попереднім (тобто є відносними показниками). У їх складі доцільно розглядати:

- ВРП на душу населення – як узагальнюючий індикатор економічного розвитку та один з показників, що дозволяє судити про соціально-економічний розвиток країни та її регіонів на фоні країн Європейського союзу;
- обсяг прямих іноземних інвестицій, що виступають у якості бази для підтримання високих показників економічного розвитку;
- інвестиції в основний капітал, що дозволяють оцінити відтворювальні процеси в економіці;
- роздрібний товарооборот, що відображає рівень економічної активності в регіоні;
- індекс споживчих цін, який дозволяє врахувати інфляційні процеси в економіці.

Другу групу складають індикатори якості життя в регіоні, з огляду на те, що безпосереднім відображенням рівня соціально-економічного розвитку регіону є саме рівень життя його населення. У їх складі доцільно розглядати: природний приріст населення, рівень економічної активності населення, рівень безробіття за методологією МОП, доходи населення, забезпеченість населення житлом.

**Висновки з проведеного дослідження.** Результати проведеного дослідження дозволили визначити коло індикаторів, що слугуватимуть основою прогнозування та визначення результативності від впровадження стратегічних заходів на етапі реалізації стратегій соціально-економічного розвитку адміністративно-територіальних утворень країни. Базові складові моніторингу та оцінювання реалізації стратегій розвитку соціально-економічних систем мезорівня, як невід'ємна складова стратегічних планів згруповані в розрізі двох блоків та у сукупності зорієнтовані на досягнення стратегічної мети соціально-економічного розвитку – підвищення добробуту населення на підставі сталого економічного розвитку.

#### БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Сухоруков А. І. Моделювання та прогнозування соціально-економічного розвитку регіонів України: [монографія] / А.

1. Сухоруков, Ю. М. Харазішвілі. – К.: НІСД, 2012. – 368 с.
2. Светуных С. Г. Комплекснозначный анализ и моделирование неравномерности социально-экономического развития регионов России: [монография] / С. Г. Светуных, А. В. Заграновская, И. С. Светуных. – СПб., 2012. – 129 с.
3. Сментина Н. В. Оцінювання впливу стратегічних заходів на соціально-економічний розвиток регіонів / Н. В. Сментина // Ринкова економіка: сучасна теорія і практика управління. – 2014. – Т.1 (Випуск 2/2). – С. 110-118.
4. Аналіз ринкової кон'юнктури: [посібник] / В. Р. Кучеренко, А. В. Андрейченко, Р. В. Грінченко, В. А. Карпов. – Одеса: ОНЕУ, 2014. – 344 с.
5. Статистичний щорічник Одеської області за 2013 рік. – Одеса, 2014р. – 500 с.

УДК 334.7.012.003.12 (477)

**Труніна І.М.**  
доктор економічних наук,  
доцент кафедри міжнародної економіки  
Східноукраїнського національного університету  
імені Володимира Даля

## МЕТОДИ ОЦІНЮВАННЯ СТАНУ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ

Сучасне нестабільне економічне середовище зумовлює необхідність глибокого вивчення стану діяльності суб'єктів господарювання з метою вироблення механізму їх стійкого розвитку та запобігання банкрутства. Аналіз фінансово-економічного стану є важливим складником ефективного управління формуванням, розміщенням і використанням ресурсів підприємства. Фінансовий стан визначається величиною, складом і структурою активів, власного капіталу і зобов'язань, певні співвідношення яких зумовлюють фінансову стійкість, ліквідність та платоспроможність суб'єктів господарювання.

**Ключові слова:** підприємницька діяльність, економічне середовище, методи оцінювання, ефективність, фінансово-економічний стан.

### Труніна І.М. МЕТОДЫ ОЦЕНКИ СОСТОЯНИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В УКРАИНЕ

Современная нестабильная экономическая среда обуславливает необходимость более глубокого изучения состояния деятельности субъектов хозяйствования с целью выработки механизма их устойчивого развития и предотвращения банкротства. Анализ финансово-экономического состояния является важной составляющей эффективного управления формированием, размещением и использованием ресурсов предприятия. Финансовое состояние определяется величиной, составом и структурой активов, собственного капитала и обязательств, определенные соотношения которых обуславливают финансовую устойчивость, ликвидность и платежеспособность субъектов хозяйствования.

**Ключевые слова:** предпринимательская деятельность, экономическая среда, методы оценки, эффективность, финансово-экономическое положение.

### Trunina I.M. METHODS OF EVALUATION OF THE STATE OF ENTREPRENEURSHIP IN UKRAINE

The modern unstable economic environment causes the necessity for a more profound analysis of the state of activity of economic entities with the aim of working out a mechanism of their stable development and prevention of bankruptcy. Analysis of financial and economic status is an important component of effective management of formation, placement and use of enterprise resources. Financial status is determined by the value, composition, and structure of assets, equity and liabilities, particular ratio of which causes certain financial stability, liquidity and solvency of business entities.

**Keywords:** entrepreneurship, economic environment, methods of evaluation, efficiency, financial and economic state.

**Постановка проблеми.** Необхідність оцінювання стану діяльності підприємства диктується тим, що визначення перспектив розвитку відповідно до інерційних методів прогнозування цілком засновано на діагностиці діяльності підприємства. Діагностика дає змогу виявити негативні аспекти і тенденції розвитку суб'єкта господарювання та виробити стратегію його розвитку, що дає змогу усунути наявні вади й підвищити ефективність діяльності [2].

**Аналіз останніх досліджень та публікацій.** Вивченню актуальності та розкриттю сутності основних методик оцінки стану підприємницької діяльності приділили увагу А.А. Беляєв, О.С. Варганов, В.А. Верба, А.Е. Воронкова, О.О. Гетьман, М.М. Глазов, А.П. Градов, Н.Г. Данілочкіна, Н.М. Євдокимов, Т.О. Загорна, А.В. Кириєнко, Б. Коласс, Е.М. Коротков, Т.Д. Костенко, Л.А. Костирко, В.І. Кузін, А.І. Муравйов, Н.В. Родіонова, Т.І. Решетняк, І.Г. Сокириська, З.Н. Соколовська, І.Д. Фаріон, В.М. Шаповал, Г.О. Швиданенко та ін. [3].

**Мета статті.** Відсутність чітких вимог до методики оцінки ефективності діяльності підприємства в прак-

тиці господарювання нерідко призводить до істотних прорахунків, а погіршення діяльності підприємства – до його банкрутства. Це пояснюється передусім тим, що ефективність досить складна, багатогранна категорія, яка пов'язана з суттю і змістом важливих економічних законів та яка відображає інтереси усього суспільства і кожного індивідуума окремо, а також охоплює усі сторони господарської діяльності – виробництво в цілому та, зокрема, усі його сфери і ланки [2].

**Викладання основного матеріалу.** Актуальним для підприємств України сьогодні є питання фінансово-економічного стану підприємства. В умовах ринкових відносин зростає самостійність підприємств, їх економічна і правова відповідальність.

Кожне підприємство самостійно відповідає за свою роботу та ухвалює рішення щодо подальшого розвитку. Як наслідок, виживає той, хто найкраще використовує наявні ресурси з метою отримання максимальної суми прибутку за результатами здійснення господарської діяльності. При цьому різко зростає значення аналізу фінансово-господарської діяльності суб'єктів господарювання.



Аналіз фінансово-економічного стану є важливим складником ефективного управління формуванням, розміщенням і використанням ресурсів підприємства. Фінансовий стан визначається величиною, складом і структурою активів, власного капіталу і зобов'язань, певні співвідношення яких зумовлюють фінансову стійкість, ліквідність та платоспроможність суб'єктів господарювання [4].

Серед фінансових проблем чи не найважливішою є оцінка і аналіз фінансового стану підприємства, який формується під впливом як зовнішніх, так і внутрішніх чинників. З одного боку, він є результатом діяльності суб'єкта господарювання, свідчить про його досягнення та набутки, з іншого – виявляє передумови та резерви для розвитку підприємства.

Думка про те, що розвиток методів аналізу фінансового стану підприємства проходив переважно в США та Західній Європі, не може викликати особливих заперечень: цей аналіз покликаний обслуговувати потреби ринкової економіки, і тому лише розвиток та ускладнення механізму ринкової економіки можуть сприяти вдосконаленню його методів.

Методи аналізу фінансового стану підприємства постійно вдосконалюються по мірі настання змін в економічному середовищі нашої держави.

На основі форм № 1–2 практикою фінансового аналізу виділено такі основні методи:

- горизонтальний аналіз – порівняння кожної позиції в інформації з попереднім періодом;
- вертикальний аналіз – визначення структури підсумкових фінансових показників;
- трендовий аналіз – порівняння кожної позиції в інформації з низкою попередніх періодів [1].

Ефективне виробництво та реалізація якісної продукції позитивно впливають на фінансово-економічний стан підприємства. Збої у виробничому процесі, погіршення якості продукції, ускладнення з її реалізацією ведуть до зменшення надходження коштів на рахунки підприємства, внаслідок чого погіршується його платоспроможність. Очевидним також є і зворотний зв'язок, який полягає у тому, що відсутність коштів може призвести до перебоїв у забезпеченості матеріальними ресурсами, а отже, і у виробничому процесі.

Оцінювання результатів діяльності підприємств є одним із основних елементів у системі управління і обґрунтування господарських рішень. Він становить інтерес для інвесторів, кредиторів, постачальників матеріально-технічних ресурсів, державних органів управління й виробничих менеджерів.

Є два принципово різних підходи до оцінювання діяльності підприємства. За першого підходу оцінюють діяльність підприємства на основі одного синтетичного показника, максимізація або мінімізація якого забезпечить прийняття оптимального рішення. Як такі показники пропонуємо використовувати: обсяги продажу, прибуток, собівартість продукції та ін. Однак використання цих показників має низку вад, зумовлених впливом на них чинників ринково-кон'юнктурного характеру.

Другий підхід до оцінювання результатів роботи підприємств ґрунтується на системі показників, які всебічно відображають стан і розвиток діяльності суб'єкта господарювання.

Досконала система аналітичних досліджень допомагає уникнути необґрунтованого ризику та адаптуватись до ринкового середовища. Фінансовий аналіз дає змогу визначити розміри очікуваних результатів, з'ясувати причини відхилень, виявити резерви підвищення ефективності виробництва, дає

інформацію про платоспроможність підприємства, забезпеченість власними оборотними коштами, виконання фінансового плану, розміщення джерел фінансування [2].

Перспективу розвитку підприємства можна визначити, передбачивши діапазон можливих ризиків. Ризикову ситуацію представляють у вигляді взаємодії факторів ризику, причин, які породжують ризик. Виникнення ризику обумовлене взаємозв'язком зовнішнього та внутрішнього середовищ. Оскільки зовнішнє середовище має здатність впливати на внутрішнє, то аналіз слід починати з зовнішніх факторів. До них відносять нормативно-правову базу, погодні умови, соціально-політичну та соціально-демографічну ситуацію в країні, рівень підприємницької активності, стан споживчого ринку, рівень життя населення, покупна спроможність гривні, тощо. До факторів ризику відносять лише ті потоки, які підприємство не може передбачити. Отримати інформацію щодо ступеня ризику діяльності підприємства можна при аналізі абсолютних показників та фінансових коефіцієнтів.

Значне коливання абсолютних показників діяльності, недотримання їх планових значень, зменшення суми отриманого прибутку, виручки від реалізації і т. п. свідчить про підвищення ризику. Для більшості фінансових коефіцієнтів встановлені нормативні (рекомендовані) значення та межі їх коливання, відхилення від яких призводить до підвищення ризику. Перевага аналізу коефіцієнтів у тому, що з потоку інформації виділяється загальна база для порівняння, що дозволяє порівнювати великі фірми з малими. Але не можна робити висновки, спираючись тільки на один показник. Один показник може бути симптомом, але для того щоб зробити повноцінний висновок про діяльність підприємства або знайти причини, треба проаналізувати ситуацію з різних сторін.

Ефективність фінансового аналізу та адекватність кінцевих результатів поставленим завданням не в останню чергу забезпечується доцільністю вибору інструментарію, що здійснюється на даному етапі, та обґрунтованістю такого вибору.

Інструментарій, що може бути використаний виконавцем комплексного аналізу для обробки вхідної фінансової інформації, широко представлений цілим рядом формалізованих методик, які, відповідно до специфіки їхніх загальних характеристик, можна об'єднати у три великі групи:

- ранжування фінансових показників та коефіцієнтів;
- розрахунок інтегрального показника фінансового стану підприємства – об'єкта дослідження;
- порівняння розрахункових показників з еталонними величинами [4].

Економічний аналіз фінансового стану підприємства використовує весь комплекс доступної інформації, носить оперативний характер і цілком підпорядкований волі керівництва підприємства. Тільки такий аналіз дає змогу реально оцінити стан справ на підприємстві, досліджувати структуру собівартості не тільки усєї випущеної і реалізованої продукції, але й собівартості окремих її видів, склад комерційних і управлінських витрат, дає змогу з особливою точністю вивчити характер відповідальності посадових осіб за дотриманням розділів бізнес-плану.

Стійке фінансове становище формується в процесі усєї виробничо-господарської або комерційної діяльності підприємства. Однак партнерів та акціонерів підприємства цікавить не процес, а результат, тобто

саме показники фінансового стану за звітний період, які можна визначити на основі офіційної фінансової звітності.

Основними показниками оцінювання фінансово-економічного стану підприємства є такі:

1. Показники майнового стану: коефіцієнти зношення основних засобів, мобільності активів і частка обігових виробничих активів;

2. Показники ліквідності: коефіцієнти поточної, абсолютної ліквідності та співвідношення короткотермінової дебіторської і кредиторської заборгованостей;

3. Показники платоспроможності: коефіцієнти забезпеченості власними обіговими коштами, фінансового левериджу і маневреності власних обігових коштів;

4. Показники ділової активності: коефіцієнти обіговості активів, дебіторської заборгованості, основних засобів і період фінансового циклу;

5. Показники рентабельності: коефіцієнти рентабельності власного капіталу, період окупності капіталу і стійкості економічного зростання [4].

У залежності від цілей та обсягу аналізу можна виділити наступні види аналізу:

- експрес-діагностика підприємства;
- оцінка фінансової діяльності підприємства;
- підготовка обґрунтування для інвестицій [1].

Експрес-аналіз фінансового стану і комплексний аналіз фінансового стану підприємства відрізняються по: широті аналізу; глибині дослідження; менш і більш детальному підходах до різних сторін діяльності підприємства.

Експрес-діагностика дає миттєвий погляд на ситуацію в компанії і призначена для пошуку і виділення найбільш важливих і складних проблем у керуванні фінансами. Її основною задачею є звуження масштабів пошуку проблем і їхнього вирішення.

Цей вид аналізу припускає незначні витрати часу для одержання результату і наступне проведення додаткових аналітичних досліджень по виділених напрямках. Експрес-діагностика підприємства припускає вивчення поточних (тактичних) аспектів діяльності компанії.

Фінансовий блок експрес-діагностики являє собою набір універсальних показників, що розраховуються на базі основних форм бухгалтерської звітності.

Вищенаведені основні аспекти аналізу показників, які необхідно оцінити в ході експрес-діагностики. Вони описують різні сторони діяльності компанії, дозволяючи визначити найбільш серйозні її проблеми.

Дуже важливо розглядати всі показники в динаміці, оскільки це дає можливість зіставити дані й оцінити тенденції їхньої зміни.

Комплексна оцінка фінансової діяльності компанії – більш глибокий і комплексний аналіз. У запропонованому варіанті він будується на основі комплексу показників, а також моделі Du Pont і розглядає всі сторони діяльності компанії з погляду стратегічного розвитку бізнесу.

Є два основні підходи до оцінки фінансових показників (коефіцієнтів): на основі нормативних значень показників; на основі загальногалузевих значень показників.

Взагалі основними вимогами оцінки стану діяльності підприємства є:

- простота;
- своєчасність;
- стандартизація;
- виваженість в оцінках;
- ясність викладу [2].

Пошук ефективних механізмів управління фінансовими ресурсами та забезпечення їх реальної інтеграції в систему ринкових відносин зумовлює потребу розроблення певної фінансової стратегії на певному етапі розвитку підприємства. Адже сьогодні нас відділяє вже немало часу відтоді, як Україна стала на шлях ринкових перетворень. Цей шлях і досі залишається складним та запутаним, а часом навіть незбагненим пересічному громадянину, що давно зник чути про реформування економіки, не помічаючи реальних змін на краще. На думку багатьох західних економістів, проблема української промисловості полягає в тому, що керівники багатьох підприємств є вихованцями старої командно-адміністративної системи господарювання, в якій, за відсутності функціонуючого ринкового механізму та дефіцитності ресурсів, споживчий попит сприймався як небажане явище або навіть як гальмо економічного розвитку. Відмінність ринкової економіки в цьому плані полягає в тому, що споживчий попит у будь-якій формі виробник розуміє як стимул до збільшення обсягів виробництва.

Світовий досвід доводить, що дійсне просування на шляху реформ залежить від змін у виробничій сфері та знаходженні ефективних форм господарювання. Важливу роль у цьому процесі в Україні відіграє об'єктивний аналіз фінансового стану підприємств.

Таким чином, на основі даних фінансової звітності, основних показників діяльності господарюючого суб'єкта та за допомогою використання найпоширеніших методів оцінювання фінансового та техніко-економічного стану підприємства можна зробити висновок про ефективність функціонування того чи іншого конкретного суб'єкта господарювання. А вже за допомогою використання статистичних методів та результатів оцінювання діяльності певної вибірки підприємств може бути оцінена підприємницька діяльність певного регіону або держави.

Важливим напрямком удосконалення економічного аналізу є широке використання математичних методів, підвищення ефективності аналізу діяльності підприємств та їхніх підрозділів. Це досягається за рахунок скорочення термінів проведення аналізу, більш повного охоплення впливу факторів на результати комерційної діяльності, заміни наближених чи спрощених розрахунків точними обчисленнями, постановки і розв'язку нових багатовимірних задач аналізу.

Сформульовану математично задачу економічного аналізу можна розв'язати одним з відомих математичних методів. Ознаки класифікації економіко-математичних методів значною мірою умовні. Наприклад, задачі управління запасами можуть розв'язуватись методами математичного програмування та із застосуванням теорії масового обслуговування. Сітьове планування і управління використовують всілякі математичні методи, наприклад, методи елементарної математики використовуються в економічних розрахунках при обґрунтуванні потреб у ресурсах, обліку витрат на виробництво, розробці планів, проєктів, при балансових розрахунках і т. д.

Широке поширення в економічному аналізі мають методи математичної статистики. Ці методи застосовуються в тих випадках, коли зміну показників, що аналізують, можна представити як випадковий процес. Статистичні методи є основним засобом вивчення масових, повторюваних явищ та відіграють важливу роль у прогнозуванні поведінки економічних показників. Коли зв'язок між характеристиками



ками, що аналізуються, не детермінований, а стохастичний, то статистичні та ймовірнісні методи – це практично єдиний інструмент дослідження. Найбільшого поширення з математико-статистичних методів в економічному аналізі отримали методи множинного та парного кореляційного аналізу.

Економетричні методи є своєрідним поєднанням трьох областей знань: економіки, математики і статистики. Основою економетрії є економічна модель, під якою розуміють схематичне представлення економічного явища чи процесу за допомогою наукової абстракції, відображення їхніх характерних рис [2].

Найбільшого поширення в сучасній економіці отримав метод аналізу економіки «витрати-випуск». Це матричні (балансові) моделі, що дозволяють у найбільш компактній формі представити взаємозв'язок витрат і результатів виробництва. Зручність розрахунків і чіткість економічної інтерпретації – головні особливості матричних моделей. Це важливо при створенні систем механізованої обробки даних, при плануванні виробництва продукції з використанням ЕОМ.

Методи математичного програмування – основний засіб розв'язання задач оптимізації виробничо-господарської діяльності. За своєю суттю, це – засіб планових розрахунків. Цінність їх для економічного аналізу виконання бізнес-планів полягає в тому, що вони дозволяють оцінювати напруженість планових завдань, визначати лімітуючі групи устаткування, види сировини і матеріалів, одержувати оцінки дефіцитності виробничих ресурсів і т. п. [2].

Теорія ігор як розділ дослідження операцій – це теорія математичних моделей прийняття оптимальних рішень в умовах невизначеності чи конфлікту декількох сторін, що мають різні інтереси.

Теорія масового обслуговування досліджує на основі теорії ймовірностей математичні методи кількісної оцінки процесів масового обслуговування. Так, кожне із структурних підрозділів промислового підприємства можна представити як об'єкт системи обслуговування.

Загальною особливістю всіх задач, які пов'язані з масовим обслуговуванням, є випадковий характер досліджуваних явищ. Кількість вимог на обслуговування і часові інтервали між їхнім надходженням носять випадковий характер, їх не можна однозначно передбачити. Однак у своїй сукупності безліч таких вимог підкоряється певним статистичним закономірностям, кількісне вивчення яких і є предметом теорії масового обслуговування.

У ряді випадків доводиться знаходити розв'язок екстремальних задач при неповному знанні механізму явища, яке розглядається. Такий розв'язок відшукується експериментально.

В останні роки в економічній науці підсилюється інтерес до формалізації методів емпіричного пошуку оптимальних умов протікання процесу, що використовують людський досвід та інтуїцію. Евристичні методи (розв'язки) – це неформалізовані методи розв'язку економічних задач, які пов'язані з господарською ситуацією, яка сформувалася, на основі інтуїції, минулого досвіду, експертних оцінок фахівців і т. п. [4].

Застосування того чи іншого математичного методу в економічному аналізі спирається на методологію економіко-математичного моделювання господарських процесів і науково обґрунтовану класифікацію методів і задач аналізу.

За ознакою оптимальності всі економіко-математичні методи (задачі) поділяються на дві групи: оптимізаційні і неоптимізаційні. Якщо метод чи

задача дозволяє шукати розв'язок за заданим критерієм оптимальності, то цей метод відносять до групи оптимізаційних методів. У випадку, коли пошук розв'язків ведеться без критерію оптимальності, відповідний метод відносять до групи неоптимізаційних методів.

За ознакою одержання точного розв'язку методи поділяються на точні та наближені. Якщо алгоритм методу дозволяє одержати тільки єдиний розв'язок за заданим критерієм оптимальності чи без нього, то даний метод відносять до групи точних методів. У випадку, коли при пошуку розв'язку використовується стохастична інформація і розв'язок задачі можна одержати з будь-яким ступенем точності, то метод відносять до групи наближених. До даної групи відносять також і такі, які не гарантують одержання єдиного розв'язку за заданим критерієм оптимальності.

Таким чином, використовуючи тільки ці дві ознаки класифікації, всі економіко-математичні методи поділяються на чотири групи: 1) оптимізаційні точні методи; 2) оптимізаційні наближені методи; 3) неоптимізаційні точні методи; 4) неоптимізаційні наближені методи [3].

Велике значення в аналізі господарської діяльності має поєднання методів (задач) балансових і факторних.

Балансові методи – це методи аналізу структури, пропорцій, співвідношень.

Під економічним факторним аналізом розуміються поступовий перехід від вихідної факторної системи (результативний показник) до кінцевої факторної системи (чи навпаки), розкриття повного набору прямих, кількісно вимірних факторів, що впливають на зміну результуючого показника.

При прямому факторному аналізі виявляються окремі фактори, що впливають на зміну результуючого показника чи процесу, встановлюються форми детермінованої (функціональної) чи стохастичної залежності між результативним показником і певним набором факторів і, нарешті, з'ясовується роль окремих факторів у зміні результуючого економічного показника.

В економічному аналізі, крім задач, що зводяться до деталізації показника і до розбивки його на складові частини, існує група задач, де потрібно пов'язати ряд економічних характеристик у комплексі, тобто побудувати функцію, що містить у собі основні якості усіх розглянутих економічних показників-аргументів, тобто задач синтезу. У даному випадку ставиться обернена задача (щодо задачі прямого факторного аналізу) – задача об'єднання ряду показників у комплекс.

Нехай маємо набір показників  $x_1, x_2, \dots, x_n$ , що характеризують деякий економічний процес (L).

Кожний з показників однобічно характеризує процес L. Потрібно побудувати функцію  $f(x)$  зміні процесу L, що містить у собі основні характеристики всіх показників  $x_1, x_2, \dots, x_n$  чи деяких з них у комплексі. Залежно від мети дослідження функція  $f(x)$  повинна характеризувати процес у статичній чи в динамічній. Дана постановка задачі називається задачею оберненого факторного аналізу [4].

Задачі оберненого факторного аналізу можуть бути детермінованими і стохастичними.

Для детального дослідження економічних показників чи процесів необхідно проводити не тільки одноступінчатий, але і ланцюговий факторний аналіз: статичний (просторовий) і динамічний (просторовий і в часі).

При застосуванні ланцюгового динамічного факторного аналізу для повного вивчення поведінки результуючого показника недостатньо його статичного значення; факторний аналіз показника проводиться на різних інтервалах дроблення часу, на яких досліджується показник.

Економічний факторний аналіз може бути направлений на з'ясування дії факторів, що формують результати господарської діяльності, за різними джерелами просторового чи часового походження [3].

Аналіз динамічних (часових) рядів показників господарської діяльності, розщеплення рівня ряду на його складові (основну лінію розвитку – тренд, сезонну, чи періодичну складову, циклічну складову, що пов'язана з явищами відтворювання, випадкову складову) – задача часового факторного аналізу.

Сучасні методи оцінки підприємницької діяльності можна умовно об'єднати у дві великі групи: методи мікрорівня і методи макрорівня

До методів мікрорівня належать:

- опитування населення, експертів та вибіркові обстеження суб'єктів економічної діяльності;
- аналіз податкових перевірок і даних правоохоронних органів;
- спеціальні методи економіко-правового аналізу.

Метод бухгалтерського аналізу передбачає дослідження бухгалтерського обліку для виявлення облікових невідповідностей та відхилень.

Метод документального аналізу – це дослідження бухгалтерських документів на наявність невідповідностей у зовнішньому оформленні та змісті облікових документів.

Метод економічного аналізу дозволяє виявити причини відхилення від нормальної економічної діяльності. Існують чотири різновиди цього методу, які використовуються для виявлення економічних злочинів:

- метод співставлень;
- метод спеціальних розрахункових показників;
- метод стереотипів;
- метод коригуючих показників.

Недоліки методів мікрорівня полягають в тому, що вони можуть надати тільки точкову оцінку підприємницької діяльності.

До методів макрорівневої оцінки належать:

- економетричні методи;
- структурні методи;
- експертний метод;
- метод зіставлення галузей [2].

**Висновки.** Аналіз стану підприємства є важливою задачею для кожного господарюючого суб'єкта та є запорукою розвитку та процвітання підприємницької діяльності на рівні регіону, галузі виробництва, країни в цілому.

#### БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Аветисян К.П. Формування системи моніторингу конкурентного розвитку підприємства / К.П. Аветисян, Г.В. Толкачева // Розвиток методів управління та господарювання на транспорті, 2009. – С. 235–243.
2. Азов Г.Л. Анализ деятельности конкурентов / Г.Л. Азов. – М.: ГАУ, 1995. – 80 с.
3. Азов Г.Л. Конкуренция, анализ, стратегия и практика / Г.Л. Азов. – М.: Центр экономики и маркетинга, 1996. – 216 с.
4. Азов Г.Л. Конкурентные преимущества фирмы / Г.Л. Азов, А. П. Челенков. – М.: ОАО «Типография «НОВОСТИ», 2000. – 256 с.



## СЕКЦІЯ 3 ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ

УДК 339.137:662.2

**Матвеев В.В.***асистент кафедри менеджменту  
зовнішньоекономічної діяльності та логістики  
Національного університету харчових технологій*

### **ВИННИЙ ТУРИЗМ ЯК РЕКЛАМНИЙ ФАКТОР ТА ІНСТРУМЕНТ ДЛЯ СТИМУЛЮВАННЯ РОЗВИТКУ КОНКУРЕНТНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ВИНОРОБНИХ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ**

Стаття присвячена аналізу сучасного стану та перспектив розвитку винного туризму у світі і в Україні, розкрито його основні принципи та види. Виявлено та описано сегменти споживачів, що зацікавлені у розвитку та поширенню винного туризму. Досліджено ключові характеристики винних турів, які цікавлять респондентів.

**Ключові слова:** винний туризм, винні тури, «винні шляхи», національний колорит, споживачі.

### **Матвеев В.В. ВИННИЙ ТУРИЗМ КАК РЕКЛАМНЫЙ ФАКТОР И ИНСТРУМЕНТ ДЛЯ СТИМУЛИРОВАНИЯ РАЗВИТИЯ КОНКУРЕНТНОГО ПОТЕНЦИАЛА ВИНОДЕЛЬЧЕСКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ УКРАИНЫ**

Статья посвящена анализу современного состояния и перспектив развития винного туризма в мире и в Украине, раскрыты его основные принципы и виды. Обнаружены и описаны сегменты потребителей, которые заинтересованы в развитии и распространению винного туризма. Исследованы ключевые характеристики винных туров, которые интересуют респондентов.

**Ключевые слова:** винный туризм, винные туры, «винные пути», национальный колорит, потребители.

### **Matvieiev V.V. WINE TOURISM AS AN ADVERTISING FACTOR AND TOOL TO STIMULATE THE DEVELOPMENT OF COMPETITIVE POTENTIAL OF UKRAINIAN WINERIES**

This article analyzes the current state and prospects of development of wine tourism in the world and in Ukraine, discloses its basic principles and types. The author discovers and describes segments of consumers who are interested in the development and expansion of wine tourism. The paper investigates the key characteristics of wine tours which respondents took interest in.

**Keywords:** wine tourism, wine tours, "wine roads", national colour, consumers.

**Постановка проблеми.** Винний туризм, який отримав досить інтенсивний розвиток та здобув неабияку популярність у світі, зокрема в Європі, – відносно новий напрям туризму для України. Для провідних виноробничьких країн винний туризм є джерелом великих прибутків, оскільки цей вид туризму дозволяє не лише ознайомитися з окремими популярними дистанціями, а й відчути національний колорит країни крізь призму її гастрономічних традицій. Тому можливість популяризувати таким чином українську культуру у світі та стимулювати розвиток багатьох регіонів, зокрема через притік коштів до місцевих бюджетів, робить цю тему особливо актуальною на сьогодні.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Стосовно особливостей маркетингу у винному туризмі дослідження проводилися Дж. Карлсенем, С. Чартерсом, С. Мікаелом Холлом, Л. Шарпес, Н. Масіонес та ін. В Україні питаннями розвитку винного туризму, як зарубіжного, так і вітчизняного, займаються К.С. Бадещенкова, Д.І. Басюк, Н.О. Благополучна, Т.І. Божук, А.Бусигіна, В.О. Домарецький, С.В. Іванов, О.Л. Михайлюк, В.О. Рибінцев, Т.Г. Сокол, Є.П. Шольц-Куліков та ін. Проте динамічні зміни в економічній та політичній ситуації в країні наочно свідчать про гостру необхідність подальшого вивчення даного питання.

**Постановка завдання.** Метою написання статті є дослідження винного туризму як рекламного фактора та інструмента для стимулювання розвитку конкурентного потенціалу виноробних підприємств України.

**Виклад основного матеріалу.** На сьогодні у світі з'явився новий вид туризму – винний, який стрімко набирає популярності у світі. Ідея його дуже проста: дегустація різних видів вин безпосередньо в місцях їх виробництва, відвідування виноробень, виноградників, фестивалів й інших різних заходів. Це сприяє відчути смак і аромат напою, упізнати таємницю його походження. Окрім цього, знавці вин стверджують, що цей напій не любить подорожувати, тому якщо вино продається далеко від місця його виробництва, то напій трохи втрачає свій смак і менше відповідає оригіналу. З цього усього можна зробити висновок, що справжнє вино, високої якості можна купити і продегустувати тільки в тому місці, де воно виготовлене. Наприклад, італійські вина – в Італії, французькі – у Франції, а українські – безпосередньо в Україні.

Принципи винного туризму дуже прості: куштувати вина лише в місцях їх виробництва, щоб міцно пов'язати в своїй пам'яті і своїй уяві букет і смак напою з таємницею його походження в природі, історію і душі місцевості [1, с. 29].

Дуже важливо для туристичного регіону не лише притягати, але «вивчати» свого туриста, розуміти і передбачати його потреби. Так, за останні 10 років в Італії удвічі збільшилася кількість охочих відвідати тури гастрономів, включаючи винні, а 16% покупок які здійснює турист в Італії, належить традиційним італійським продуктам: сири, вина, м'ясні продукти. А французи підраховували, що з 30 млн дал. вина, виробленого в Провансі, 10 млн купують саме туристи [2, с. 49].

На сьогоднішній день прибутковість такого бізнесу – близько 6,5 млрд євро на рік. Проте експерти вважають, що винний туризм використовує тільки 25% потенціалу і може легко подвоїти обороти в найближчому майбутньому [3].

Варто зазначити, що з точки зору технології організації винних турів та залежно від мети подорожі винні тури бувають [4, с. 43]:

- культурно-пізнавальні;
- рекреаційно-оздоровчі та лікувальні;
- винний сільський зелений туризм та агротуризм;
- винно-розважальні;
- освітні та науково-ділові.

Винні тури культурно-пізнавального спрямування передбачають ознайомлення з традиціями виноградарства, оригінальною технологією виноробства, асортиментом вин місцевого виробництва та їх дегустацією, вивчення історії винного промислу, пам'яток життя і діяльності видатних виноробів. Найчастіше до програми туру входить пізнавальна екскурсія з відвідуванням виноградника, виноробного виробництва, а також участь у тематичних культурних подіях, наприклад, у святі вина.

Подорожі національними «винними шляхами» з відвідуванням виноградників, центрів виноробства, винних замків, погребів, ресторанів приваблюють величезну кількість туристів з усього світу. Практично в усіх країнах – провідних виробниках вина – є «винні шляхи», що ведуть від замку до замку, від винарні до винарні. Наприклад, в Італії прокладено спеціальні маршрути з назвами Strada di Chianti, Strada del Vino, настільки приємними для слуху шанувальників вин, у ПАР – Wine Route веде з Йоганнесбурга до Кейптауна, з Кейптауна до Порт-Елізабета через виноробні й виноградники південно-африканського узбережжя.

В Італії один із популярних винних шляхів веде до виноробні Castello di Volpaia (Замок Вальпай) у центрі Тоскани. Замок Вальпай побудований у XI столітті як укріплення на кордоні Флоренції і Сієни. До сьогодні збереглася частина захисних стін і дві з шести веж. Старовинні будівлі і підземні ходи дбайливо перетворені у винні підвали і оснащені за останнім словом техніки. Перше, що бачить людина, яка ступила у володіння Castello di Volpaia, – це винний магазин, який знаходиться там, де раніше була основна башта замку. Для того, щоб потрапити в дегустаційну кімнату, потрібно пройти через безліч вузьких коридорів і старовинних сходів. Саме тут вина Castello di Volpaia можна не тільки скуштувати, а й купити. Крім вина, господарство Castello di Volpaia займається ще й виробництвом меду, червоного і білого винного оцту, а також оливкової олії.

Рекреаційно-оздоровчий та лікувальний винний туризм ґрунтується на пропозиції послуг лікувального, лікувально-профілактичного та косметологічного призначення на основі винотерапії, заснованої на цілющих властивостях вина.

Винотерапія – це комплекс лікувальних, оздоровчих та косметологічних технологій, використовують цілющі властивості вина, виноградного соку, а також виноградного листя та кісточок [4, с. 45].

Проведення різних процедур винотерапії сприяє виведенню з організму токсинів, нормалізації кровообігу, зміцненню кровоносних судин. Крім того, винні маски, масажі та обгортання покращують мікроциркуляцію крові в судинах, зволожують і насичують шкіру мікроелементами, пом'якшують її, поверта-

ють молодість і пружність. Разом з тим у винотерапії є і свої протипоказання: гострі інфекційні захворювання, алергія на продукти винограду, алкогольна залежність, схильність до кровотеч, пошкодження шкіри, шкірні захворювання, злоякісні і доброякісні пухлини тощо.

Винно-терапевтичні тури поширені в Європі та США. На південному заході Франції пацієнтам пропонують ванни з червоним вином, обгортання простирадлами, просоченими медом і вином, і навіть «п'яний масаж». Винно-лікувальні тури до Європи можуть коштувати від 1000 до 3000 євро.

На думку Т. Божук та В. Прокопчук, найбільш вдалою формою є поєднання винного та сільського туризму. Проживання в оселі сільського зеленого туризму дає змогу туристам долучитися до процесу вирощування та збирання винограду, виробництва вина, культури його вживання. А екскурсійна програма регіональним туристичним маршрутом з відвідуванням замків і музеїв може поєднуватися з вечірньою дегустацією вина, придбанням колекційних вин та сувенірної продукції [5]. Цю думку підтримують О. Стельмах, О. Агеєнко, К. Коваленко, які відзначають попит на гурман-тури в секторі етнотуризму та сільського зеленого туризму [6].

Практика свідчить, що туристичні потоки зростають у тих регіонах, де на основі самобутніх традицій формуються розважальні тури, спеціалізовані інтерактивні туристичні продукти – з відвідуванням фестивалів і народних свят.

Отже, винний туризм передбачає досить широкий спектр видів туристичної діяльності, а саме [4, с. 27]:

- відвідування плантацій виноградників, дегустація місцевих сортів винограду;
- ознайомлення з технологією виготовлення різних видів алкогольних напоїв безпосередньо на виробництві;
- ознайомлення з історією виноробства, відвідування спеціалізованих музеїв та виставок, енотек;
- відвідування дегустаційних залів та підвалів;
- відвідування ресторанів, що пропонують послуги дегустації вина та майстер-класи від сомельє;
- участь у винних фестивалях та тематичних святах;
- відвідування та участь у спеціалізованих виставках, форумах, конференціях, конкурсах, аукціонах.

Нині у всіх виноробних регіонах світу вважають за доцільне розвивати і підтримувати цей вид тематичного туризму відповідним чином, рекламувати продукцію місцевих виробників алкогольних напоїв та просувати місцевий туристичний продукт, отримуючи додаткові економічні та соціальні вигоди від туристів – поціновувачів вина. Це стосується в першу чергу відомих європейських виноробних регіонів – Італії, Франції, Іспанії, Португалії, Угорщини, а також країн «Нового Світу вина», таких як Австралія, Аргентина, Чилі, США та Південна Африка, де винний туризм відіграє важливу роль у популяризації місцевої продукції виноградарства.

Щодо України, то вона входить до п'ятірки країн Європи, де винний туризм має величезні перспективи і є всесезонним. Вартість винного туру до Європи складає від 650 євро, а по Україні – від 90 євро [1]. В Україні наразі можна виділити два виноробних регіони – це Закарпаття та Південний регіон. Щодо Кримського регіону, який був найперспективнішим виноробним регіоном в нашій країні, то він належить вже іншій державі.



Попри все, винний туризм в Криму добре розвинений, як на Південному березі, так і по всій території півострова. Більшість туристів поєднують з традиційним відпочинком екскурсії з дегустаціями на підприємства НВАО «Масандра», заводи шампанських вин «Новий світ» та «Золота Балка», радгоспи-заводи «Сонячна долина» та «Коктебель», Інкерманський завод марочних вин, Бахчисарайський винзавод «Фонтан» та багато інших. У переважній більшості це великі, часто державні підприємства, які окрім традиційної групової екскурсії, дегустації та придбання вин «від виробника» не надають більше жодних послуг [7].

Останнім часом з'являються в Криму і невеликі приватні виноробні підприємства, що пропонують туристу цілий пакет послуг, включаючи трансфер, проживання, харчування, участь у процесах виноробства, дегустації та сувенірну продукцію. Серед них: «Black River Valley Winery» (с. Хмельницьке), «UPPA Winery» (с. Рідне), «Chateau Cotes de Saint-Daniel» (Гурзуф), «Alma Valley» та інші.

До південного виноробного регіону можна віднести Одеську, Херсонську, Миколаївську області та частково Приазов'я. Тут, як і в Криму, поєднані великі підприємства – Одеський коньячний завод «Шустов», Одеський завод шампанських вин, Таврія, Нива, Коблево, а також невеликі приватні господарства принципово нового устрою – центр культури вина Шабо, Колоніст, Князя Трубецького та інші.

Закарпаття від більшості розвинених виноробних регіонів України відрізняється тим, що тут майже немає потужних заводів. Щорічно тут відбуваються винні фестивалі. На території Закарпаття розроблено «Винний шлях», що проходить по території Ужгородського, Мукачівського, Берегівського та Виноградівського районів.

Дослідження ринку винного туризму України, які провели Д.І. Басюк і К.С. Бадещенкова, показали, що 24% туристів хотіли взяти участь у комплексному винному турі, 20% – у еногастрономічній вечері, 17% – відвідати виноградники та виноробні підприємства, 16% споживачів зробили вибір на користь лекції – дегустації досвідченого сомельє і найменший інтерес викликають винні свята, фестивалі та майстер – класи з еногастрономії – 12% і 11% відповідно [8].

За даними західних дослідників, при організації екскурсій та дегустацій виноробне підприємство може збільшити обсяги продажів до 30%. Це підтвердили і дослідження науковців [8]: 55,7% респондентів планують придбати до 5 пляшок вина, 33,2% хотіли б збагатити домашню колекцію майже на 10 пляшок, і досить значна кількість поціновувачів зорієнтована на покупку більше 10 пляшок.

Крім того, більшість потенційних туристів (56%) орієнтуються на недорогі пропозиції вартістю до €500, ще 32% готові придбати тури в ціновому діапазоні від €500 до €1000. Також 6% споживачів розраховують на елітний рівень послуг, ще для 5 відсотків ціна не є вирішальним фактором. Це вказує на те, що більшість споживачів ще не готові витратити значні кошти на поїздку і при виборі туру будуть орієнтуватися на ціну.

Ми погоджуємося з науковцями [4, с. 342-343; 9, с. 13], що для просування українського винного туризму на міжнародний туристичний ринок та, відповідно, популяризації вітчизняної виноробної продукції й українських винних турів серед внутрішніх туристів, розширення маркетингових комунікацій та

брендингу продукції окремих центрів виноробства і виноробних регіонів необхідно:

- врегулювати законодавчі питання, щодо якості продукції, відповідності її міжнародним стандартам. Зокрема, щодо інформації на винних етикетках. Саме в цьому аспекті може знадобитися досвід ЄС, щодо ідентифікації вин за місцем походження;

- врегулювати податкові питання, особливо що стосується акцизних зборів для виробників натуральних та кріплених вин;

- створити достатньо інформативних багатомовних карт і буклетів, путівників Національного каталогу винних маршрутів та провідних винних підприємств, для поширення його серед дипломатичних і торгових представництв, туристів що подорожують Україною самостійно або групами;

- популяризувати серед українських громадян культуру споживання вина;

- за державної підтримки різних рівнів, з урахуванням досвіду різних країн, зокрема Франції й Італії як лідерів даного напрямку туризму, розробити регіональні та національні програми розвитку винного туризму в Україні;

- проведення навчальних семінарів та майстер-класів з проблем організації винних маршрутів, спеціалізованих атракцій, професійних та споживчих дегустацій тощо.

**Висновки.** Можна стверджувати, що при активній інформаційній підтримці винний туризм може набути широкої популярності серед українців. Важливим у розвитку винного туризму є те, що і великі, і малі виноробні підприємства можуть ефективно використовувати винні тури для підвищення лояльності до своєї торгової марки, підвищення ефективності маркетингового комплексу, просування продукції власного виробництва на вітчизняному та міжнародному ринках, збільшення обсягів реалізації вина.

#### БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Михайлюк О.Л. Перспективи розвитку винних туристичних кластерів на Півдні України / О.Л. Михайлюк // Науковий вісник ОНЕУ. – 2013. – № 1. – С. 29-41.
2. Петрусенко О. Молодая лоза винного туризму / О. Петрусенко // Мир продуктів. – 2013. – Іюнь. – С. 48-49.
3. Hall M., Sharples L. Wine Tourism Around the World / Hall Michael C., Sharples Liz, Camboune Brock, Macionis Nik. – Winepress Ltd., 2011. – 312 p.
4. Винний туризм : підручник для студентів вnz / [Іванов С.В., Домарецький В.О., Басюк Д.І. та ін.] – Кам'янець-Подільський : ФОП Сисин О.В., 2012. – 472 с.
5. Божук Т.І. Сучасний стан і перспективи розвитку винного туризму (на прикладі Закарпатської області). / Т.І. Божук, Л.А. Прокопчук // Туристична індустрія: сучасний стан і перспективи розвитку : VI міжнар. наук.-практ. конф., 28-29 квітня 2011 р. – Луганськ, 2011. – № 6. – Том 2. – С. 171-177.
6. Стельмах О.А. Перспективи розвитку ресторанної галузі в етнотуризмі / О.А. Стельмах, О.Г. Агеєнко, К.Ю. Коваленко // Розвиток туристичного бізнесу : міжнар. наук.-практ. конф., 17-19 березня 2011 р. – Донецьк : ДонНУЕТ, 2011. С. 160-161.
7. Басюк Д.І. Інноваційний розвиток гастрономічного туризму в Україні / Дарія Іванівна Басюк // Наукові праці НУХТ – 2012. – № 45. – С. 128-132.
8. Басюк Д.І. Дослідження ринку винного туризму в Україні / Д.І. Басюк, К.С. Бадещенкова [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.sworld.com.ua/index.php/ru/tourism-and-recreation-114/the-travel-market-is-its-current-status-and-forecasts-114/21576-114-435>.
9. Баглей Д.В. Досвід розвитку вино-гастрономічного туризму Франції в українських реаліях / Д.В. Баглей, О.О. Мотузенко // Конструктивна географія та раціональне використання природних ресурсів. – 2014. – № 10. – С. 3-15.

УДК 339.138

**Питуляк Н.С.***кандидат економічних наук,  
старший викладач кафедри маркетингу і логістики  
Національного університету «Львівська політехніка»**Тучина Ю.С.**студент**Національного університету «Львівська політехніка»***ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ ЗАСТОСУВАННЯ ІННОВАЦІЙНИХ МАРКЕТИНГОВИХ СТРАТЕГІЙ**

Досліджено проблеми розвитку сучасних маркетингових стратегій та аспекти їхнього застосування на практиці. Обґрунтовано необхідність запровадження маркетингових інноваційних технологій у діяльність підприємств з метою підвищення конкурентоспроможності. Наголошено на доцільності запровадження інноваційних рішень у маркетингу.

**Ключові слова:** нетрадиційні методи маркетингу, емоції, економіка вражень, маркетингові стратегії, маркетинг вражень, екстрим маркетинг, екобрендинг.

**Пытуляк Н.С., Тучина Ю.С. ПРАКТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ПРИМЕНЕНИЯ ИННОВАЦИОННЫХ МАРКЕТИНГОВЫХ СТРАТЕГИЙ**

Исследованы проблемы развития современных маркетинговых стратегий и аспекты их применения на практике. Обоснована необходимость введения маркетинговых инновационных технологий в деятельность предприятий с целью повышения конкурентоспособности. Отмечено целесообразность внедрения инновационных решений в маркетинге.

**Ключевые слова:** нетрадиционные методы маркетинга, эмоции, экономика впечатлений, маркетинговые стратегии, маркетинг впечатлений, экстрим маркетинг, экобрендинг.

**Pytuliak N.S., Tuchina Yu.S. PRACTICAL ASPECTS OF APPLICATION OF INNOVATIVE MARKETING STRATEGIES**

This article explores the problems of modern marketing strategies and aspects of their application in practice. The necessity of introducing innovative technologies in marketing activities of enterprises to improve competitiveness is proved. The feasibility of introducing innovative solutions in marketing is emphasized.

**Keywords:** non-traditional marketing methods, emotions, experience economy, marketing strategies, marketing experience, extreme marketing, ecobranding.

**Постановка проблеми.** Інноваційний розвиток є закономірним для світової економіки ХХІ століття. Сьогодні суспільство так стрімко набуває розвитку, що маркетингові підходи, концепції та стратегії дуже швидко становляться неефективними для просування товарів чи послуг, тому зарубіжний досвід свідчить, що маркетингова політика має ґрунтуватися на принципах інноваційних стратегій маркетингу.

У сучасних умовах ринкової економіки та посилення конкуренції основними умовами ефективного надходження товару (послуги) від виробника до споживача є використання інноваційних маркетингових технологій, оскільки традиційні концепції маркетингу не можуть гарантувати успіх у реалізації та просуванні товарів. Просування товару створює образ престижності фірми та її товарів, підтримує популярність існуючих товарів, створює сприятливу атмосферу для фірми та її товарів у змаганні з конкурентами, тому дана діяльність потребує творчого підходу і нетрадиційних рішень, що вимагає її детального розгляду та вивчення.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Проблемам становлення та розвитку маркетингу присвячена значна кількість наукових праць. Зокрема, загальні теоретичні основи маркетингу відображені в дослідженнях таких зарубіжних науковців: Ф. Котлера, Д. Каллітона, Д. МакКарті, Д. Ліхтен-тала, Р. Льюна, Й. Шумпетера, Д. Траута, Эл Райса та інших. Серед вітчизняних науковців проблеми маркетингу досліджували О.І. Амоша, А.В. Войчак, Ю.А. Дайновський, С.М. Ілляшенко, Є.В. Крикавський, Н.В. Куденко, П.А. Орлов, А.Ф. Павленко, П.Г. Перерва, Т.О. Примака, І.Л. Решетнікова, Л.Ф. Романенко, С.К. Харічков, Н.І. Чухрай та ін.

Однак в цих працях переважно аналізуються різні аспекти формування, розвитку та впровадження концепцій маркетингу інновацій. Питання розвитку інноваційних маркетингових стратегій та їхнє застосування на практиці досліджено недостатньо.

**Мета статті.** На основі викладеного можна сформулювати мету написання статті, яка полягає в пошуку та аналізі нових нетрадиційних методів маркетингу, що базуються на психологічних особливостях поведінки споживача; аналізі ефективності їхнього використання в умовах подолання глобальної економічної кризи, зокрема в економіці України, а також дослідження практичних особливостей застосування даних стратегій.

**Виклад основного матеріалу.** Сьогодні важко переоцінити важливість маркетингової діяльності фірм на вітчизняному ринку. Метою маркетингу є підвищення якості товарів і послуг, поліпшення умов їхнього придбання, що, своєю чергою, призведе до підвищення рівня життя в країні та його якості. Але суспільство так стрімко розвивається, що маркетингові підходи, концепції та стратегії дуже швидко стають неефективними для просування товарів чи послуг. Саме тому підприємці ведуть активний пошук нових стимулюючих методів маркетингової політики, які призвели б до успіху у реалізації власної продукції. Тож сьогодні звичайні концепції маркетингу не можуть гарантувати успіху у реалізації та просуванні товарів. Світ потребує нових інноваційних технологій.

Пітер Фіск, англійський маркетинголог, консультант за стратегічним розвитком (серед його клієнтів такі компанії, як «Coca-Cola», «American Express», «Red Bull», «Microsoft» та інші), письменник і інноватор, виділяє декілька нових маркетингових стратегій, що



розвиваються, та які матимуть успіх найближчим часом [1]:

– «Ціноутворення фріміум» («Freemium pricing») – концепція впроваджується від додатків до ігор, чії користувачі тепер знайомі з ідеєю отримання продукту безкоштовно, але з оплатою за керування оновлення та модернізації. Тепер прийшов час застосувати цю модель до інших ринків.

– «Поширення щастя» («Spreading happiness») – бренди демонструють щасливу і очманілу поведінку у всьому світі цього року як гарну відповідь економічному спаду і стагнації, слідуючи новаторським ідеям «Zappos» та «Coca-Cola».

– «Створення історії бренду» («Brand storytelling») – люди шукають достовірності в комунікаціях навколо себе, а бренди часто розглядаються ними як «поверхневі і неправдиві» комунікації. Історії та розповіді можуть надати брендам більше глибини, відчутності і стати зрозуміліше для людей. Чому б не розповісти історію іншим як «плітку» або слух (побудова історії бренду в середовищі лояльних споживачів). Наприклад, ковбой Мальборо або адресанці з Red Bull.

– «Тема добробуту» («Wellbeing themes») – більш важливим, ніж відчуття щастя для споживача, є відчуття власного здорового способу життя і добробуту, що виходить далеко за рамки ринків охорони здоров'я та продуктів харчування.

– «Брендування через ігри» («Brand gaming») – «ігрофікація» – це не просто трюк для дітей, а більш привабливі способи занурити клієнтів у бренд до або після покупки.

Нині актуальними є також концепції емоційного маркетингу та екстрим-маркетингу, які впевнено набувають розвитку у світі.

Маркетинг розвивається швидше, ніж будь-коли раніше. Це пов'язано з розширенням існуючих та появою нових ринків, зовнішнім впливом ринків і клієнтів, які структурно змінюються, зміною пріоритетів, очікувань і прагнень споживачів, що відбувається швидше, ніж будь-коли в історії маркетингу.

Незважаючи на те, що цифрові технології дають нам фантастичні нові інструменти, які дозволяють швидко і ефективно працювати і співпрацювати з мільярдами людей, маркетинг все ж залишається ареною конкуренції між людьми. Незважаючи на зростаючу кількість конкурентів і можливостей, компанії повинні бути зосереджені на маркетинговому умінні створювати образи з опорою на фундаментальні основи маркетингу і краці нові ідеї, щоб надихати, залучати, приєднувати до ідеї і робити більше для людей.

Тренди приходять у вигляді «моди», мають бути більш директивними і зрозумілими, орієнтованими на більш тісну співпрацю зі споживачем, і бути більш привабливими.

Традиційні маркетингові стратегії просування товару та реклама, націлені лише на продаж товару, працюють все гірше. Сьогодні треба бути все ближче і все більш в неформальному контакті зі своєю цільовою аудиторією.

Уродженець Відня, Карл Бухнер, писав: «Люди забувають, що ти сказав, але вони ніколи не забудуть, які почуття ти в них викликав». Сьогодні цю фразу можна використати і в сфері маркетингу. Традиційні концепції та стратегії маркетингу, зокрема рекламні, які націлені суто на те, щоб продати товар або послугу, працюють все гірше. Необхідно бути ближче до споживачів і все більше перебувати в неформальному контакті зі своєю цільовою аудито-

рією. Торкаючись емоцій і правильно використовуючи психологію, люди відчувають себе більш щасливими і стають більш сприйнятливими до компанії та продукту.

Необхідно створювати характер бренду, рекламні повідомлення повинні прагнути розуміти серце потенційного клієнта.

Зміна парадигми комунікації призводить до того, що традиційні способи спілкування з аудиторією втрачають свої позиції. Брендам треба знаходити інший шлях впливу. І таким може бути «маркетинг вражень» або емоційний маркетинг. Під останнім розуміється різновид маркетингу, який використовує інструменти, спрямовані на задоволення потреб споживачів у гострих враженнях, цікавих подіях, радощах, статусі та інші потреби, що можна віднести до емоційної складової життя людини.

Сучасні маркетологи застосовують такі маркетингові стратегії, які змушують потенційного споживача приймати рішення про покупку на рівні емоцій. Емоційне відношення споживача до реклами може бути нейтральним або суперечним, позитивним або негативним. Емоційний маркетинг потребує обдуманого, скрупульозного і неемоційного підходу. Основним інструментом маркетолога повинен бути – емоційний аналіз, тобто вміння думати і відчувати за споживача. Маркетинг емоцій є рушійною силою технологічного прогресу. Великі підприємства у свої діяльності починають застосовувати різноманітні технічні засоби, що дозволяють проникнути у свідомість людини та дослідити її емоції. Досліджуючи емоції, маркетологи прагнуть створити такий товар, який найбільше б задовольняв потреби споживачів [2].

Емоційний маркетинг – це різновид маркетингу, який використовує інструменти, спрямовані на задоволення потреб споживачів у гострих враженнях, цікавих подіях, радощах, спілкуванні, у певному статусі, належності до певної соціальної групи та інші потреби, які можна віднести до емоційної складової життя людини [3].

Одними з перших ефективність емоційного маркетингу описали Ел Райс, Джек Траут і Поль Темпорау у своїй книзі «22 непорушних законів маркетингу», де головною ідеєю є те, що маркетинг – це битва не товарів, а сприйняття. У світі маркетингу не існує ніякої об'єктивної реальності, ніяких фактів, ніяких кращих товарів. Там є тільки сприйняття в головах покупців або потенціальних споживачів. Тому завданням маркетингу є маніпулювання цими сприйняттями. Тільки ретельно вивчаючи процес формування сприйняття у свідомості людей і націлюючи на них свої маркетингові програми, можна перебороти фактично хибні принципи поведінки у сфері збуту [4].

Багато хто говорить, що ми живемо в раціональному світі, але з цим можна посперечатися. Ми живемо в емоційному світі. Емоції керують нашою поведінкою, і вони є рушієм усього. Людям не цікаві характеристики товару. Їм цікаво знати, чи підходить продукт їхній особистості. Річ в тому, що основні потреби середньостатистичного представника соціуму в будь-якій розвиненій країні вже давно задоволені. Тому раціональний підхід, що спирається на споживчі характеристики товару, вже не може бути ефективним. Є маса товарів від різних виробників, здатних задовольнити певну потребу людини однаково повно і якісно. З них буде вибраний той, який зумовить найбільший емоційний відгук. Тому емоційний маркетинг – набагато ефективніший раціонального, який концентрується на характеристиках

товару. Заволодіти розумом добре, але заволодіти серцем набагато краще.

Дослідження показують, що нині дуже інтенсивного розвитку набуває маркетинг дитячих емоцій. На перший погляд працювати з дітьми дуже просто: достатньо зробити яскраву упаковку і покласти товар на рівні очей дитини, та це не зовсім так. Реклама бренду для дітей не може бути побудована на мотивах дорослих, оскільки це призведе до неминучого провалу. Мотивація купівлі у дітей – майже доросла, а реалізація цих мотивів дитяча. Рекламна кампанія повинна бути розроблена так, щоб привабити дітей, а не їх батьків. Відповідно будь-який сильний бренд повинен включати в систему мотивації дітей, результатом чого повинна з'явитись прихильність та покупка певного товару [5].

Сьогодні треба використовувати маркетингові стратегії, які будуть змушувати потенційного покупця приймати рішення на емоційному рівні. Треба усувати раціональні міркування, які уже не здатні стимулювати збут. Науково доведено, що емоції стимулюють прийняття рішень у сотні раз швидше, ніж процес мислення. Емоції керують нашою поведінкою і можуть бути основою у прийнятті рішення про купівлю товару [5].

Однією із інноваційних стратегій доведення товару до споживача є екстрим-маркетинг, який сьогодні стрімко набуває розвитку. Сутність екстрим-маркетингу полягає у впливанні на емоційний стан потенційного клієнта і бажанні придбати цей товар та бути ближче до своїх захоплень. Відомим російським підприємцем, що займається ідеєю впровадження екстрим-маркетингу, є Віктор Козлов – директор консалтингової компанії «Extreme Marketing», автор книг «Влада над обмеженнями» і «Продаючи в Мережі» [6]. Ідея полягає в створенні реклами або впровадженні інноваційних видів стимулювання продажу шляхом використання екстриму у всіх його проявах, що викликає підвищений інтерес та емоційний підйом, чим значно збільшує рівень продаж. Екстрим у маркетингу допомагає розкрити емоції у людині й направити їх на придбання товару або послуги.

Сьогодні вже багато брендів використовують концепції екстрим-маркетингу, і ця тенденція набуває розвитку. Одним з яскравих та актуальних прикладів можна назвати рекламу компанії Volvo Trucks, що наразі є хітом мережі Інтернет. Зірка американських бойовиків Жан-Клод Ван Дамм став головним героєм нового рекламного ролика Volvo Trucks. За допомогою дивовижних фізичних можливостей актора шведська автомобільна компанія вирішила протестувати свою нову динамічну систему рульового управління. За перші три дні ролик зібрав близько 17 мільйонів унікальних переглядів, зараз їх вже приблизно 40 мільйонів. За словами Жана-Клода, подібного шпагату ще не робив ніхто, і в це легко повірити: навряд чи знайдуться ще охочі розтягнутися між двома вантажівками. Експеримент проводився, щоб продемонструвати стабільність і точність управління автомобілів Volvo.

Volvo Trucks відомі своїм оригінальним підходом до реклами. В їх роликах вже знімалися Класес Нільсон, якого сценаристи змусили балансувати на передній панелі, підвішеній в 20 метрах над землею фури, і еквілібристка Фейт Дікі, що балансує між двома рухомими вантажівками. Варто зазначити і проекти таких компаній, як Nike та Adidas, які містять не тільки емоціональний аспект, але й мотивуючий.

Отже, поняття екстриму наразі є трендом. Молодь витрачає великі гроші на стрибки з парашутом, дайвінг, альпінізм, гірський туризм та інші види спорту, щоб отримати певні емоції. Маркетологи мають використовувати цей аспект, бо саме так можна знайти точки дотику з досить широким сегментом ринку.

Сьогодні у світлі концепції сталого еколого-економічного розвитку набувають особливої важливості «екологічні товари», а отже і екологічний брендинг.

Екологічний брендинг (екобрендинг) – різновид брендингу, який є діяльністю зі створення та впровадження екологічно спрямованого бренда на ринок за допомогою маркетингових інструментів, управління технологією просування і рекламною підтримкою бренда з наголошенням на екологічних якостях товару, основою яких є формування у споживача сприятливого образу рекламованої торгової марки, товару, компанії і виділення її серед інших як виробника «зелених» товарів.

Екобрендинг є значним поштовхом у психології споживання. На перший погляд, нині екологічна територія може виявитися неприпустимою для новачків бізнесу. Їм заважатимуть, з одного боку, всесвітньо відомі бренди Danone, Heinz, Procter&Gamble, з іншого – авторитетні фармацевтичні корпорації, які використовують як головний аргумент власний досвід і знання людського організму. Наприклад, під маркою популярних вітамінів Centrum налагоджене виробництво швидких сніданків. Серед технічних компаній одним з перших акцент на «біо» зробив Samsung, створивши рекламу про відсутність шкідливого для організму людини випромінювання від мікрохвильових печей та комп'ютерних моніторів. Його ідеї наслідували AEG, Whirlpool, а сьогодні такі властивості вже «априорно» повинні бути наявні в будь-якому побутовому електронному приладі. Навіть король фастфуду McDonalds, що завжди вважався антиподом здоровій їжі, намагається обережно говорити про натуральність своїх продуктів, урізноманітвивши стандартний асортимент страв йогуртами та салатами з овочів [7].

На перший план виходять такі екоінструментарії:

1) «Екологічна легенда». Наприклад, «Ця вода – джерело молодості вашого тіла» – говорить рекламний слоган питної води Evian. Підстави для нього прості – джерело води унікальне (воно знаходиться в Альпах).

2) Образ екологічно чистої місцевості. Фактично, основою підходу до позиціонування екологічного бренда стає ідея про чисте походження продукту – території, регіону. Надалі конкретне «місце на карті» може повністю злитися з назвою бренда, як це вийшло у випадку з лікувальною косметикою Vichy (регіон у Франції). У світі вже склалися так звані «еко-регіони», рекламне посилення на які заряджає продукт екологічним іміджем. У парфумерії це французький Прованс, у косметичці – Мертве море, у виноробстві – Австралія, у туризмі – Південна Африка, у меблевому виробництві – Скандинавія. Звичайно, свої еко-регіони існують у кожній країні. В Україні це Карпати, Крим. Але є і несприятливі, з цього погляду, регіони – наприклад, продукти з регіонів, що найбільш постраждали від аварії на ЧАЕС, викликають у споживача неоднозначну реакцію: «корови пасуться біля реактора, їдять траву на чорнобильських пасовищах».

3) Виробничі ноу-хау. Цей підхід отримує все більшого розвитку у сфері чистих технологій. У такому разі в основу рекламної кампанії закладаються виробничі ноу-хау. Наприклад, відмова від

використання консервантів, барвників та харчових стабілізаторів смаку.

4) Персоналізація виробника. Ще один дієвий прийом екобрендингу. Людям важливо повірити в натуральність виробництва, якщо виробник – величезна компанія з великою кількістю заводів, тисячами співробітників. Інша справа, коли на упаковці сметани ми бачимо сім'ю, на приватній фермі якої вона виготовлена [8].

5) Філокопірайтинг, а простіше, правильний «неймінг» товару. Важливим елементом брендингу екологічного товару є його назва, що має наголосувати на екологічній складовій продукції. Цього виробники досягають за допомогою додавання до назви бренду кореневої морфеми Eco, префіксів Vita, Pure (чистий), Fit, Bio, Natur та ін. За статистикою компанії «Вімм-Білл-Данн», префікс Bio дає зростання на 15% продажів порівняно зі звичайними йогуртами.

6) Мерчандайзинг. Цей підхід означає відповідний вибір полиці для товару екологічного призначення. Такі продукти можуть розміщуватися в спеціальних відділах магазинів з назвами «Корисно», «Екологічна продукція» та ін. виготовлена [9].

Отже, під екобрендингом слід розуміти різновид брендингу, який є діяльністю зі створення та впровадження на ринок екологічно спрямованого бренда шляхом відповідного екоінструментарію.

**Висновки.** Отже, в умовах жорсткої конкуренції на ринку питання про якість та ціну інноваційного товару відходять на другий план і пріоритетними стають маркетингові рішення, зокрема вибір і організація маркетингової стратегії підприємства. Інноваційність маркетингу полягає в постійному пошуку удосконалення продукції для досягнення нових рівнів задоволення потреб споживачів та суспільства в цілому. Такий пошук заохочується фактом, що все більша кількість споживачів у світі сповідують прі-

оритети якості послуг, зручності придбання товарів та споживання над ціновими параметрами. Добробут суспільства визначається не масою чинників виробництва і не об'ємом інвестицій, а ефективністю інноваційної діяльності, що дає кінцевий позитивний результат. Відтак можемо зазначити, що сьогодні маркетинг розвивається швидше, ніж будь-коли раніше, і стандартні підходи та концепції діють вже не так ефективно, тому з'являється необхідність у нових інноваційних методах маркетингової діяльності.

#### БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Фіск П. Нові тренди маркетингу у 2013 році / П. Фіск [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.michelino.ru/2012/12/2013.html>.
2. Емоційний маркетинг як технологія управління споживачів [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=2257>.
3. Фірсова С.Г. Маркетинг нововведень: дослідження, сегментування, прогнозування : навч. посіб. / С.Г. Фірсова ; М-во освіти і науки України. – К. : Атіка, 2010. – 240 с.
4. Райс Е., Траут Д., Темпорау П. 22 непорушних законів маркетингу / Е. Райс, Д. Траут, П. Темпорау [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://www.koob.ru/trout\\_j/22\\_zakona\\_marketinga](http://www.koob.ru/trout_j/22_zakona_marketinga).
5. Емоційний маркетинг [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/12987/1/103\\_Kurdina\\_220-221\\_69.pdf](http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/12987/1/103_Kurdina_220-221_69.pdf).
6. Козлов В. Продаючи в Мережі / В. Козлов [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://maksimtischenko.com/business.html>.
7. Волосатова У.А. Еко-брендинг как инструмент экологического маркетинга / Волосатова У.А. // Известия ВолгГТУ. – 2009. – № 2. – С. 211–214.
8. Экологические продукты. Откуда? [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.sestrenka.ru/s1025/>.
9. Как бренды борются за наше здоровье. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://blogbrandaid.com/branding\\_news/zazdorovie/](http://blogbrandaid.com/branding_news/zazdorovie/).

УДК 338.33

Пінчук Т.А.

старший викладач кафедри менеджменту та маркетингу  
Одеської національної академії зв'язку імені О.С. Попова**ОСОБЛИВОСТІ ВПЛИВУ ФАКТОРІВ НА ОРГАНІЗАЦІЙНУ СТРУКТУРУ ПІДПРИЄМСТВА**

Проаналізовано основні фактори, що впливають на організаційну структуру підприємства, тенденціям їх змін, періоду, способу тощо. Визначено, що зміст системи управління будь-якого підприємства виявляється в його функціях, а форма – у структурі. Виявлено, що ефективність функціонування підприємства, його доля вирішальною мірою залежить від гнучкості системи управління. Виділені основні фактори впливу на організаційну структуру підприємства. Обґрунтовані методи формування організаційної структури у сучасних умовах функціонування вітчизняних підприємств, що характеризуються високою динамічністю та нестабільністю.

**Ключові слова:** об'єктивні та суб'єктивні фактори, організаційна структура підприємства, соціально-економічна система, формування структури управління, ефективність функціонування підприємства.

**Пинчук Т.А. ОСОБЕННОСТИ ВЛИЯНИЯ ФАКТОРОВ НА ОРГАНИЗАЦИОННУЮ СТРУКТУРУ ПРЕДПРИЯТИЯ**

Проанализированы основные факторы, влияющие на организационную структуру предприятия, тенденций их изменений, периода, способа и т.д. Определено, что содержание системы управления любого предприятия проявляется в его функциях, а форма – в структуре. Выявлено, что эффективность функционирования предприятия, его судьба в решающей степени зависит от гибкости системы управления. Выделены основные факторы влияния на организационную структуру предприятия. Обоснованы методы формирования организационной структуры в современных условиях функционирования отечественных предприятий, характеризующихся высокой динамичностью и нестабильностью.

**Ключевые слова:** объективные и субъективные факторы, организационная структура предприятия, социально-экономическая система, формирование структуры управления, эффективность функционирования предприятия.

**Pinchuk T.A. PECULIARITIES OF FACTORS' INFLUENCE ON ORGANIZATIONAL STRUCTURE OF A COMPANY**

The article is dedicated to examination of key aspects affecting enterprise's organizational structure, their change and ways etc. It was determined that enterprise's management system is defined by its functions as well as its form is defined through its structure. It was established that the efficiency of the company and its mission depend mainly on the flexibility of the control system. Basic factors of influence are distinguished. The methods of organizational structure development of domestic enterprises under current operating conditions characterized by great dynamism and instability were described.

**Keywords:** objective and subjective factors, organizational structure of enterprise, management system, socio-economic system, formation of the management structure, enterprise efficiency.

**Постановка проблеми.** Найбільш складною організаційною системою, як відомо, є таке суспільне утворення, як держава. Її основними підсистемами є: економічна, соціальна, політична й ідеологічна. Очевидно, що всі ці підсистеми органічно взаємозв'язані між собою. Водночас найбільш динамічно розвиваються перші дві підсистеми. Темп і характер розвитку цих підсистем суттєвою мірою визначає стан та розвиток політичної й ідеологічної підсистеми. Саме тому перші дві підсистеми розглядаються як єдина соціально-економічна система, яка характеризується сукупністю всіх економічних та соціальних процесів, що відбуваються у суспільстві на основі чинних у ньому майнових відносин та організаційних форм.

Основними об'єктивними факторами, що визначають формування та розвиток соціально-економічної системи, є:

- соціально-економічні відносини, що базуються на сформованих формах власності на економічні ресурси та результати господарської діяльності;
- організаційні форми цієї діяльності;
- спосіб регулювання соціально-економічної діяльності на мікроекономічному рівні (господарський механізм);
- конкретні зв'язки між господарюючими суб'єктами.

Вирішення виникаючих проблем розвитку соціально-економічних систем ґрунтується на таких головних об'єктивних факторах: населення та рівень його освіченості, природні ресурси, освіта, науковий й техніко-технологічний рівень.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Теоретичні питання розвитку соціально-економічних

систем та організацій, включаючи моделювання, методи, стратегії, технології, розглянуті у низці фундаментальних робіт вітчизняних та зарубіжних вчених, серед яких можна виділити таких вчених-економістів, як І. Ансофф, В. Бурков, Д. Гвашіані, С. Глазьев, В. Глушков, В. Иванов, У. Кінг, О. Мельник, Г. Мікерін, Д. Кліманд, М. Моїсєєв, Д. Новіков, С. Павлов, О. Пригожий, О. Пушкар, Е. Смирнов, П. Тєсля, С. Цимбал, В. Яненко та ін. [1, с. 350; 2, с. 310; 3, с. 332]. Так, у роботах [2, с. 310; 4, с. 376] виділяються загальні питання щодо розвитку соціально-економічних систем та організацій. Проте у роботах [3, с. 332; 4, с. 376] більш повно розкривається це питання з боку управління, [3, с. 332] – з боку технологій, [5, с. 268] – моделювання. Проте в цих працях, не визначено єдиного підходу до факторів впливу на розвиток соціально-економічних систем, що стає підґрунтям для подальшого дослідження із визначення основних факторів, що впливають на організаційну структуру підприємства.

**Метою статті** є теоретичне дослідження основних факторів, що впливають на організаційну структуру підприємства та формування процесу з урахуванням її змін.

**Виклад основного матеріалу.** Суб'єктивні фактори, які суттєво впливають на розвиток соціально-економічної системи, пов'язані з так званим «людським фактором». Тут найбільш значущими факторами виступають професійний та морально-культурний рівень осіб, які здійснюють загальнополітичне керівництво та управління суспільними процесами, а також ціннісна орієнтація суб'єктів соціально-економічної системи.



Відомо, що у розвиненій економіці суттєво змінюється господарський механізм. Розвиваються планові методи господарювання, які стають характерними практично для всіх суб'єктів господарської діяльності. Так, на макрорівні розвиток планових методів пов'язаний з державним регулюванням економіки, розробкою загальнодержавних, галузевих та регіональних програм соціально-економічного розвитку. Перерозподіляючи через бюджет значну частину національного доходу, держава спрямовує кошти на розвиток інфраструктури та вирішення гострих соціальних проблем (безробіття, бідності), а також на розвиток освіти, науки, охорони здоров'я, культури тощо.

Фактично для сучасної економіки характерне поєднання приватного та державного сектору економіки, державного регулювання економічних та соціальних процесів, успіх яких визначальною мірою залежить від рівня розвитку внутрішнього ринку.

Зазначені об'єктивні та суб'єктивні фактори, особливо характерні для сформованої за останні два десятиліття у нашій країні економіки, мали суттєвий вплив на становлення та розвиток вітчизняних підприємств. Ці десятиліття для основної ланки господарства виявилися дуже важкими. Процес формування в країні цих відносин супроводжувався низкою кризових явищ, у результаті яких близько 80% підприємств стали збитковими. Водночас великі надії, які поклалися на приватизацію, не виправдалися. Паралельно з цим відбувається інтенсивна розробка теоретико-методологічних та науково-методичних основ сталого розвитку в нових умовах як підприємств, так і країни загалом. У 90-х рр. чимало країн підготували власні національні та локальні концепції сталого розвитку (США, Англія, Нідерланди, Росія, Білорусія та ін.). У 1997 р. була розроблена «Концепція сталого розвитку України» [5, с. 268], в якій зазначалося, що сталий розвиток України може бути забезпечено шляхом ефективного використання всіх видів ресурсів, структурно-технологічної реструктуризації виробництва та використання творчого потенціалу суспільства. Ця концепція висуває значні вимоги до вітчизняних підприємств, їхнього функціонування, стратегічного планування та безперервного розвитку у складних та нестійких економічних умовах.

Нерівномірний та нестабільний характер соціально-економічного розвитку країни більш як за 20-річний період незалежності свідчить про недостатнє використання наявного в Україні інтелектуального й ресурсного потенціалу з метою розвитку. Остання криза виявила слабкі сторони економіки та економічної політики. Їх чимало. Вони полягають не тільки в нераціональній структурі економіки, відсутності її орієнтації на внутрішні потреби (розвиток внутрішнього ринку), технологічній відсталості, зношеності основних фондів тощо, але, що особливо важливо, у відсутності бачення перспективи розвитку – науково обґрунтованої програми соціально-економічного розвитку. Програми, орієнтованої на мобілізацію власних ресурсів для розвитку внутрішнього ринку та соціальної сфери. Фундаментом цієї програми повинні стати відповідні програми розвитку вітчизняних підприємств.

Слід зазначити, що підприємство як основна ланка господарства в загальному випадку є великою та складною системою, яка характеризується різноманітністю структурних елементів, зв'язків між ними та зовнішнім середовищем, мінливістю як елементів, так і зв'язків.

Організаційна структура підприємства (далі – ОСП), як відомо, складається з двох основних частин: виробничої структури та структури управління [6, с. 519], де виробнича структура відображає виробничо-технологічну сутність підприємства (цехи, виробничі ділянки, склади тощо). Ця структура практично однозначно визначається видом продукції (послуг, робіт) та її призначенням.

Структура управління підприємством відображає склад, взаємозв'язок та підпорядкованість підрозділів і окремих посадових осіб, які виконують функції управління. Зміст системи управління будь-якого підприємства виявляється в його функціях, а форма – у структурі. Ефективність функціонування підприємства, його доля вирішальною мірою залежить від гнучкості системи управління.

У сучасній теорії управління виділяють два основних типи управління підприємством [3, с. 332]: бюрократичний та органічний. Вони формуються на принципово різних засадах, мають специфічні риси, що дає можливість визначити сфери їхнього застосування.

Історично першим сформувався бюрократичний тип. Концепцію бюрократії сформулював німецький соціолог М. Вебер на початку ХХ ст. [6, с. 519].

Бюрократичні (механістичні) організаційні структури управління характеризуються розвинутою ієрархією управління, високим рівнем розподілу праці, наявністю чисельних правил і норм поведінки, підбору кадрів за діловими та професійними якостями.

Різновидами бюрократичного типу структур управління є лінійна, функціональна, лінійно-функціональна, штабна, лінійно-штабна та дивізійна.

Розглянемо ці бюрократичні структури управління більш детально.

Лінійна організаційна структура становить систему управління, в якій кожний підлеглий має тільки одного управлінця і в кожному підрозділі виконується весь комплекс робіт, пов'язаних з його управлінням. За лінійної організаційної структури управлінці підрозділів нижчих рівнів безпосередньо підпорядковуються одному управлінцю більш високого рівня і пов'язані з вищестоящою системою тільки через нього.

Варто зазначити, що перевагами такої структури є чіткість і простота взаємодії; надійний контроль та дисципліна; оперативність прийняття та виконання управлінських рішень; економічність за умов невеликих розмірів організації. Водночас серед недоліків можна зазначити: управлінець повинен виконувати, крім основних координуючих функцій, цілу низку робіт по обліку, робіт по обліку з кадрами, контролю якості тощо; обмеження ініціативи працівників нижчих рівнів; перевантаження вищого керівництва; можливість необґрунтованого більше.

Функціональна організаційна структура. Для виконання певних функцій управління створюються окремі управлінські підрозділи, які передають виконавцям обов'язкові для них рішення, тобто функціональний керівник в межах своєї сфери діяльності здійснює керівництво виконавцями. За функціональної організаційної структури кожен управлінець має право давати вказівки з питань, що входять у його компетенцію. Перевагами такої структури є: спеціалізація функціональних керівників; інформаційна оперативність; розвантаження вищого керівництва.

Серед недоліків можна виділити порушення принципу єдиноначальності, складність контролю та недостатня гнучкість.

Лінійно-функціональна організаційна структура – лінійні управлінці мають право видавати розпорядження і приймати рішення за участі функціональних служб. Основу лінійно-функціональної структури становить «шахтний» принцип побудови і спеціалізація управлінського персоналу за функціональними підсистемами організації. За кожною підсистемою формується «ієрархія» служб («шахта»), що пронизує всю організацію від верху-донизу. Основний принцип – розмежування повноважень і відповідальності за функціями та прийняття рішень по вертикалі. Управління здійснюється за лінійною схемою, а функціональні підрозділи допомагають лінійним керівникам у вирішенні відповідних управлінських функцій.

Головна перевага такої структури полягає в тому, що вона поєднує переваги лінійної та функціональної структур. Варто зазначити, що недоліками такої структури є: складність взаємодії лінійних і функціональних керівників; перевантаження керівників в умовах реорганізації; опір змінам в організації.

Штабна організаційна структура включає спеціальні підрозділи при лінійних керівниках, які не мають права ухвалення рішень і керівництва будь-якими нижчестоящими підрозділами і виконавцями, а лише допомагають лінійному керівникові у виконанні окремих функцій управління силами штату фахівців з окремих функцій. У чистому виді штабна організаційна структура включає штабних помічників при вищих керівниках організацій. До чисто штабних підрозділів належать, наприклад, відділи координації й аналізу, органи інспекції, група мережевого планування, сектор соціологічних досліджень, юридична служба та ін. Створення штабних підрозділів – перший крок до функціональної спеціалізації в управлінні. Проте практично штабні підрозділи не тільки виконують певні творчі і технічні функції з підготовки рішень, але їх керівникам надаються і деякі права функціонального керівництва та основні напрями діяльності організації. На цій основі працюють в організаціях планово-економічні відділи, бухгалтерія, відділи кадрів та ін. Характерна і для органів місцевого самоврядування.

Лінійно-штабна організаційна структура – різновид лінійної організації. Для розвантаження вищого керівництва створюється штаб, до складу якого включають фахівців із різних видів діяльності.

Дивізійна організаційна структура. Перехід до цієї структури означає децентралізацію оперативних функцій управління, що передаються виробничим підрозділам (дивізіонам), та централізацію загальнокорпоративних функцій управління (фінансова діяльність, розробка стратегії) на вищому рівні управління.

Зауважимо, що перевагами такої структури є: оперативна самостійність підрозділів; підвищення якості рішень; внутрішньофірмова конкуренція. Варто зазначити, що недоліками такої структури є: дублювання функцій управління на рівні підрозділів; збільшення витрат на управління.

Дивізійна організаційна структура відповідає умовам динамічного середовища та організаціям зі значною кількістю виробництв, життєвий цикл яких відносно тривалий.

Органічний тип структур управління виник як протилежність бюрократичної. Термін «органічний тип» введений Т. Бернсом та Д. Сталкером [8, с. 220–225]. Принципові відмінності органічної структури управління від бюрократичної можна назвати такі: гнучкість, знижена регламентованість, творча активність

персоналу, бригадна організація праці, широке впровадження інформаційних технологій тощо.

Різновидами органічного типу структур управління є проектна, матрична, програмно-цільова та бригадна. Ці структури мають високий ступінь адаптації: легко удосконалюють форму, пристосовуючись до мінливих умов; забезпечують швидку реалізацію складних програм та проєктів, ефективно вирішення виникаючих проблем.

Розглянемо зазначені органічні структури управління більш детально.

Проектна структура управління – тимчасове організаційне утворення [8, с. 220–225]. Вона формується при розробці та реалізації підприємством проєктів та програм розвитку. Перевага цієї структури полягає в інтеграції різних видів діяльності (фінансової, економічної, екологічної, операційної та інших) для досягнення програмних цілей при мінімізації ресурсних витрат.

Недоліком проектною структури управління є розосередження управлінських кадрів та ресурсів з багатьох проєктів, програм, що ускладнює та стримує розвиток науково-технічного потенціалу підприємства. Немає часу для підвищення кваліфікації, навчання, удосконалення.

Найбільш складною структурою управління органічного типу є матрична. Її назва пов'язана з тим, що вона відображає закріплення на підприємстві двох напрямів управління [8, с. 220–225]. Вертикальний напрям – управління функціональними та лінійними структурними підрозділами підприємства і горизонтальний – управління окремими проєктами, програмами, продукцією, до реалізації яких залучаються людські та інші ресурси різних підрозділів підприємства.

Матрична структура управління виникла як реакція на необхідність швидких перетворень на підприємстві шляхом максимально ефективного використання можливостей. Така структура характерна для підприємств високотехнологічних галузей (космічної, зв'язку та інформатизації, приладобудування та інших), де виникає необхідність у швидкому технологічному переозброєнні та модернізації.

Програмно-цільова (проектна) структура управління становить тимчасову структуру і створюється для вирішення конкретного завдання (виконання проєкту в установлені терміни при заданому рівні якості) [7, с. 320–322]. Сенс полягає в тому, щоб зібрати команду, здатну найкраще вирішити завдання, що виникло, коли завдання (проект) виконане, команда розпускається і проектна структура управління перестає існувати.

Головна перевага такої структури – можливість сконцентруватися і сконцентрувати ресурси на розв'язанні конкретного завдання.

Недоліком проектною структури можна вважати нестійкість службового статусу членів команди: поки виконується проєкт, вони в пошані; проєкт закінчився – і попереду невідомість.

Бригадна управлінська структура (крос-функціональна) – є однією з різновидів структур органічного типу [9, с. 348]. Основою цієї структури управління є організація робіт з робочими групами (бригадами), багато в чому протилежної ієрархічному типу структур, широко використовувана організаціями, завдяки таким факторам:

- прискорення процесів оновлення продукції та технологій;
- орієнтації організації на невеликі за місткістю ринки;

– підвищення вимог до якості обслуговування споживача і прискоренню часу виконання замовлень.

Основними принципами такої організації управління є: автономна робота робочих груп (бригад); самостійне прийняття рішень робочими групами та координація діяльності по горизонталі; заміна жорстких управлінських зв'язків бюрократичного типу гнучкими зв'язками; залучення для розробки та розв'язанню завдань співробітників різних підрозділів.

Ці принципи руйнує властивий ієрархічним структурам жорсткий розподіл співробітників за виробничими інженерно-технічними, економічними і управлінськими службами, які утворюють ізольовані системи зі своїми цільовими установками та інтересами.

Варто зазначити, що перші три структури управління, які є бюрократичними, значно використовують на підприємствах, де повністю відсутнє програмне управління розвитком. Характер їх роботи – виконавський.

Слід звернути увагу на те, що у матричній структурі всього один недолік – складність. Вона полягає з складності практичної реалізації такої структури – вимагає високої професійної підготовки, організаційної культури. Крім того, матрична структура порушує принцип єдиначальності, створюючи подвійне підпорядкування виконавців (керівників відділів та керівників проектів). Також, структура неефективна в період кризи. В цей період необхідно переходити на жорстке централізоване управління з високою особистою відповідальністю, який виключає подвійне підпорядкування.

**Висновки.** Високі темпи сучасного науково-технічного прогресу (далі – НТП), технологій, мінливість ринкових умов обумовлюють необхідність систематичної зміни організаційної структури підприємств, великих підприємств. Водночас спостерігається характерна особливість – період зміни ОСП, що випускають високотехнологічну продукцію, збігається з періодом її життєвого циклу. Наприклад, на підприємствах Intel, Microsoft, Apple реорганізація організаційної системи відбувається щорічно; в General Motors, Ford Motors, Daimler-Chrysler – через 2–3 роки; у виробників авіаційної техніки McDonnelly Douglas, Martin Marietta – через 4–5 років. Звідси, зазначені періоди збігаються з періодичністю оновлення продукції.

Перетворення ОСП є одним з основних етапів стратегічного планування діяльності підприємства за принципом: стратегія визначає структуру, тобто структура покликана створювати необхідні організаційні умови для досягнення стратегічних цілей. Здійснюючи перетворення ОСП, необхідно також враховувати основні фактори, які впливають на структуру, тенденцію їх змін, період, спосіб впливу тощо. На рис. 1 наведені основні фактори, що впливають на ОСП.

Здійснюючи перетворення ОСП необхідно:

- орієнтуватися на стратегічні цілі;
- забезпечити здатність до постійного удосконалення;

- створити механізм узгодженого безконфліктного та ефективного функціонування підприємства;
- реалізувати принципи творчої та виробничої роботи колективу.

Головними показниками прогресивних змін ОСП є скорочення витрат, зростання прибутку, підвищення якості продукції (послуг, робіт), гнучкість управління, швидко та ефективно обробляти інформацію тощо.

В економічній теорії [10, с. 210–214] можна спостерігати низку методів, які сприяють удосконаленню ОСП за рахунок їхнього використання. Серед них можна виділити такі методи, як:

- експертний SWOT-аналіз існуючої ОСП;
- порівняння та аналогія з іншими ОСП, особливо успішними;
- структуризація цілей та цільове управління;
- організаційне моделювання;
- декомпозиція інформаційного процесу виконання управлінських робіт.

Слід також враховувати, що останнім часом на підприємствах спостерігається тенденція до формування структури управління, в якій на верхній рівень ієрархії виводяться фахівці-професіонали. Водночас керівник підприємства виконує роль організатора робіт персоналу, обслуговуючого фахівців-професіоналів. Природно, що на практиці такий підхід підвищує гнучкість управління підприємством.

Очевидно, що більшість, якщо не всі зазначені на рис. 1 фактори, зазнають суттєвих змін у часі, що призводить до необхідності здійснювати зміну ОСП. Тобто йдеться про процедуру формування процесу, що змінюється у часі ОСП, відповідно до змін цих факторів. Водночас тип ОСП залежно від умов функціонування підприємства (стабільних, кризових, сприятливих, несприятливих тощо) може бути як бюрократичним, так і органічним.

Формально процес дискретної зміни ОСП можна рекомендувати у такому вигляді, як:

$$ОСП_{(i+1)} = P(СП_{(i+1)}, FA_{(i+1)}, ОСП_{(i)}), \quad i = 0, 1, \dots, (N - 1), \quad (1)$$

де  $СП_{(i+1)}$  – стратегічні цілі підприємства в  $(i + 1)$ -й період його життєвого циклу;

$FA_{(i+1)}$  – основні фактори, що впливають на ОСП в  $(i + 1)$ -й період;

$N$  – число тимчасових періодів, що охоплюють життєвий цикл підприємства  $T$ . За однакової трива-

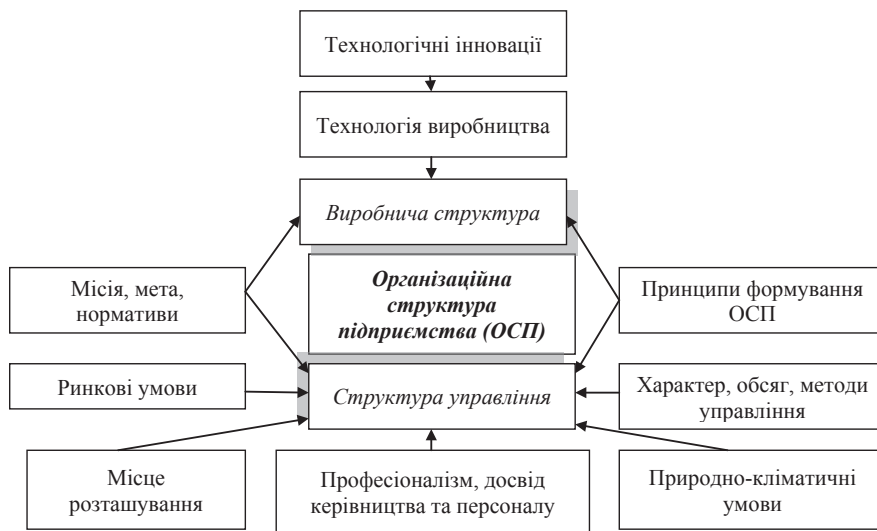


Рис. 1. Основні фактори, що впливають на організаційну структуру підприємства

лості всіх періодів рівні  $\Delta t_i = \Delta t \rightarrow N\Delta t = T$ , за різної  $\Delta t_i = t_{in} - t_i = T$ .

Аналітично описати функцію Р у формулі (1) не є можливим. Проте її сенс та зміст операцій – це дії, які необхідно виконати для переходу до ОСП у наступний період, що є очевидним з блок-схеми, наданої на рис. 2.

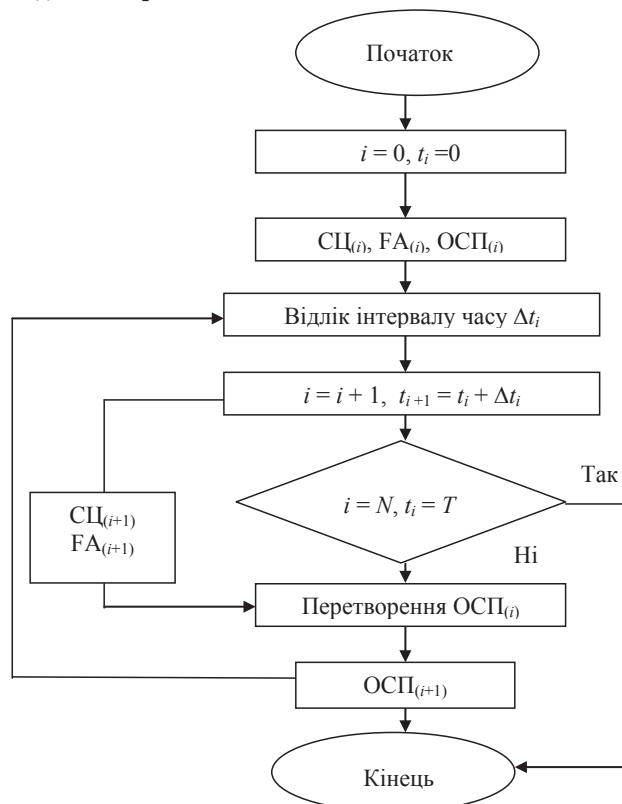


Рис. 2. Блок-схема формування процесу організаційної структури підприємства

Як видно з рис. 2, особливу увагу звертає на себе наступний важливий момент: необхідність у формуванні ОСП в  $i$ -й період виникає в тому випадку, якщо змінюються стратегічні цілі СЦ та/або фактори FA. Важливо зазначити, що ці зміни слід або передба-

чити, або врахувати коли це відбудеться (наприкінці  $i$ -го періоду).

Ця обставина відображена у формулі (1), де як аргументи функції Р фігурує СЦ та FA в  $(i + 1)$ -й період, а також у блок-схемі процесу перетворення ОСП (див. рис. 1.1). Сам процес перетворення ОСП здійснюється викладеним вище методом. Зазначимо також, що тимчасовим інтервалом  $\Delta t_i$  у процесній моделі ОСП може бути період від одного року і більше.

У сучасних умовах функціонування вітчизняних підприємств, що характеризуються високою динамічністю та нестабільністю, адекватне процесне перетворення ОСП виконує вирішальну роль у можливостях підприємств, через її систему управління передбачати та своєчасно відреагувати на негативні явища й використовувати позитивні. Водночас виключно важливе значення набуває здатність системи управління ОСП вирішувати питання ефективного управління персоналом. Саме професіоналізм та кваліфікація персоналу зумовлюють успіх підприємства у досягненні цілей.

#### БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Глушков В.М. Моделирование развивающихся систем / В.М. Глушков, В.В. Иванов, В. М. Яненко. – М. : Наука, 1983. – 350 с.
2. Глазьев С.Ю. Теория долгосрочного технико-экономического развития / С.Ю. Глазьев. – М. : ВИНДар, 1993. – 310 с.
3. Гвашиани Д.М. Организация и управление / Д.М. Гвашиани. – М. : Изд-во МГТУ, 1998. – 332 с.
4. Смирнов Э.А. Основы теории организаций / Э.А. Смирнов. – М. : Аудит ; ЮНИТИ, 1998. – 376 с.
5. Пушкарев А.И. Модели управления развитием производственно-экономических систем : монография / А.И. Пушкарев. – Харьков : ХГЭУ, 1997. – 268 с.
6. Ансофф Н. Стратегическое управление / Н. Ансофф. – М. : Экономика, 1989. – 519 с.
7. Ваханский О.С. Стратегическое управление / О.С. Ваханский. – М. : Гардарика, 2003. – С. 320–322.
8. Друпер П. Классическая работа по менеджменту / П. Друпер. – М. : Альпина Бизік Букс, 2008. – С. 220–225.
9. Лапа Н.Н. Моделирование управления развитием предприятий : монография / Н.Н. Лапа, А.И. Пушкарь и др. – Донецк : Юго-Восток, Лтд, 2005. – 348 с.
10. Раевна Е.В. Некоторые аспекты формирования механизма управления развитием предприятия / Е.В. Раевна / Вісник ХНУ ім. Карамзіна, № 668. Економічна серія. – Х., 2005. – С. 210–214.



УДК 658.29.011.1

Повстенюк Н.Г.

*викладач кафедри фінансів і кредиту  
Вінницького навчально-наукового інституту економіки  
Тернопільського національного економічного університету*

## АНТИКРИЗОВЕ УПРАВЛІННЯ В СИСТЕМІ ЖИТТЄДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Узагальнено сутність і особливості кризи на підприємстві та розширено її зміст. Систематизовано періоди та етапи розвитку криз, надано практичні рекомендації щодо рішення проблем, які характерні для кожної фази. Розроблений алгоритм антикризових управлінських методів та підходів для виходу підприємства з кризи.

**Ключові слова:** антикризове управління, банкрутство, діагностика, криза, неспроможність, фінансове оздоровлення.

### Повстенюк Н.Г. АНТИКРИЗИСНОЕ УПРАВЛЕНИЕ В СИСТЕМЕ ЖИЗНЕДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Обобщена сущность и особенности кризиса на предприятии и расширено ее содержание. Систематизированы периоды и этапы развития кризисов, предоставлены практические рекомендации относительно решения проблем, какие характерные для каждой фазы. Разработанный алгоритм антикризисных управленческих методов и подходов для выхода предприятия из кризиса.

**Ключевые слова:** антикризисное управление, банкротство, диагностика, кризис, несостоятельность, финансовое оздоровление.

### Povsteniuk N.H. ANTI-CRISIS MANAGEMENT IN THE SYSTEM OF VITAL FUNCTIONS OF ENTERPRISE

In the article, the essence and features of crisis at an enterprise are generalized and their maintenance is extended. Periods and stages of development of crises are systematized, practical recommendations in relation to solution of problems typical for every phase are given. An algorithm of anti-crisis administrative methods and approaches for crisis recovery of the enterprise is worked out.

**Keywords:** anti-recessionary management, bankruptcy, diagnostics, crisis, insolvency, financial recovery.

**Постановка проблеми.** Поява сьогодні кризових ситуацій в нашій країні пов'язана з різноманітними чинниками: політичною ситуацією, кардинальними змінами законодавчої бази, процесами глобалізації і їх наслідками, неефективним менеджментом підприємства і іншими. Все частіше простежуються тенденції, які проявляються у надмірному зменшенні кількості підприємств у зв'язку із неспроможністю перебороти кризу та запобігти банкрутству. Вирішальною причиною такої ситуації є ігнорування вітчизняними підприємствами антикризових заходів, та нерозвиненість антикризового управління загалом. В умовах розгортання кризи антикризове управління можна розглядати як комплекс цілеспрямованих дій, спрямованих на забезпечення виходу підприємства з кризи. Результатом таких дій має стати запобігання банкрутству та забезпечення фінансового оздоровлення підприємства.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Серед наукових досліджень, присвячених проблемам кризи та розвитку антикризового управління, доцільно виокремити роботи таких українських та зарубіжних дослідників, як Л. Бартон, І. Бланк, Г. Базаров, С. Беляєв, Л. Белих, В. Василенко, Дж. Дарлін, О. Жарковська, Є. Шершньова, Є. Файншмідт, С. Фінк та багато інших. У працях згаданих вище авторів основну увагу зосереджено на визначенні методів та інструментів антикризового управління, а також розробленні теоретичних та практичних рекомендацій щодо діагностики кризового стану та загрози банкрутства підприємств. Однак, незважаючи на значну зацікавленість науковців у вирішенні поставленої проблеми та велику кількість праць, присвячених їй, багато проблем, пов'язаних з розвитком антикризового управління, залишаються невирішеними. Необхідно глибше дослідити питання сутності кризи та антикризового управління, його видів, мети, цілей, завдань, об'єктів та суб'єктів здійснення.

**Метою статті** є теоретичне узагальнення прояву криз, причин їх виникнення, потенційних наслід-

ків для підприємства та особливостей антикризового управління. Головним завданням дослідження є розробка алгоритму антикризових управлінських методів та підходів для виходу підприємства з кризи.

**Виклад основного матеріалу.** Система антикризового управління має властивості, які надають особливість механізму управління організацією: гнучкість і адаптивність, здатність до диверсифікації, а також можливість ефективно використовувати потенціал підприємства та неформальні методи управління. Ці особливості антикризового менеджменту обумовлені і превентивними завданнями, які вирішує діагностика, тобто своєчасне розпізнавання симптомів, факторів і причин кризи, що наближається, визначення його виду і вироблення заходів, які необхідно прийняти.

Термін «криза» є ключовим в понятійному визначенні та концепції антикризового управління. Від того, який зміст вкладається в поняття криза, безпосередньо залежить і зміст антикризового управління.

Досить послідовно й ґрунтовно поняття «криза» розкриває Л. Бартон, який вважає, що це широко-масштабна, непередбачена подія, яка веде до потенційно негативних результатів та може завдати серйозної шкоди усій організації: працівникам, продукції, зв'язкам, фінансам та репутації [9, с. 2].

Згідно з теорією О. Жарковської криза розглядається як крайнє загострення внутрішньовиробничих та соціально-економічних відносин, а також відносин організації з зовнішньоекономічним середовищем [2, с. 8].

В. Василенко зазначає, що кризою є ситуація значного погіршення одного, а частіше кількох, важливих параметрів функціонування підприємства, що цілком реально може призвести до банкрутства. [4, с. 47].

Г. Базаров, С. Беляєв і Л. Белих визначають кризу як «надзвичайну ситуацію, у результаті якої виникають значні порушення в основних підсистемах підприємства» [7, с. 35].

Є. Шершньова окреслює кризу у вигляді загальної універсальної фази будь-якого циклу, період порушення рівноваги [8, с. 149].

Узагальнюючи та аналізуючи визначення поняття «криза», фіксуємо три основні підходи. Згідно з першим підходом, криза – етап життєвого циклу організації, тобто форма розвитку системи. Згідно з другим підходом, криза – це переломний момент у функціонуванні підприємства, це будь-яка нестандартна ситуація, яка провокує будь-які зміни, незалежно від того, яким буде результат. Третій підхід визначає кризу як погіршення одного або частіше за декілька параметрів функціонування підприємства, яке може призвести до банкрутства підприємства, його загибелі.

Отримані результати показали, що сьогодні у поглядах іноземних та вітчизняних авторів стосовно визначення зазначених понять існують численні розбіжності, що, на наш погляд, є одним із гальмівних чинників розвитку антикризового управління. Отже, зваживши усі позитивні та негативні ознаки до трактування поняття криза, зазначимо, що це – переломний період у діяльності підприємства, який характеризується відхиленням фактичних показників діяльності підприємства від тих, які потрібні для його успішного розвитку внаслідок негативної дії чинників внутрішнього і зовнішнього середовища функціонування, який може мати позитивні чи негативні наслідки у перспективі.

Головною причиною кризи на підприємстві може бути неадекватна умовам ринку стратегія розвитку підприємства. Особливо це характерно при [6, с. 270]:

- диверсифікації діяльності підприємств;
- придбанні непрофільних активів та вкладанні коштів у крупні інноваційні проекти;
- діях, пов'язаних зі злиттями та поглинаннями;
- поділі підприємства (виокремленні окремих структурних підрозділів у самостійні одиниці бізнесу);
- реалізації інших проектів реструктуризації.

Практика показує, що кризи неоднакові не тільки зі своїх причин, але й за своєю суттю, відповідно і проблеми, які кризові ситуації ставлять перед підприємствами, також різні. Встановлено, що більшість проблем, з якими стикається підприємство в кризовій ситуації, пов'язані з чотирма основними напрямками його діяльності: маркетингова, виробнича, фінансова й діяльність з управління трудовими ресурсами.

Погоджуємося з С. Фінком і Дж. Дарліном [10, с. 348; 11, с. 26], що у розвитку кризи можна виділити три періоди: передкризовий період (іноді його називають продромальний або латентний), період гострої кризи і період хронічної кризи (гостра нездоланна криза), які включають сім, слідкуючих один за одним, етапів розвитку кризи на підприємстві (див. рис. 1).

Як бачимо, криза підприємства розвивається за кількома фазами, що відрізняється змістом, наслідками і як підсумок необхідними заходами щодо їх усунення.

Для першого періоду характерним є погіршення фінансового становища підприємства, скорочення джерел і резервів розвитку. Рішення проблеми може лежати як в області стратегічного управління (перегляд стратегії, реструктуризація підприємства), так і тактичного (зниження витрат, підвищення продуктивності).

Другий період – збитковість виробництва. Наслідком слугує зменшення резервних фондів підприємства (якщо такі є – в іншому разі відразу настає третя фаза). Рішення проблеми знаходиться в області стратегічного управління і реалізується, як правило, через реструктуризацію підприємства.

Третій період – виснаження або відсутність резервних фондів. На погашення збитків підприємство направляє частину оборотних коштів і цим переходить в режим скороченого відтворення. Реструктуризація вже не може бути використана для вирішення проблеми, оскільки відсутні кошти на її проведення.



Рис. 1. Періоди та етапи розвитку кризи

Складено автором на основі [10; 11]

потрібні оперативні заходи щодо стабілізації фінансового стану підприємства і вишукування коштів на проведення реструктуризації. У разі неприйняття таких заходів або їх невдачі криза переходить у більш глибокий період хронічної кризи, як неплатоспроможність. Підприємство досягло того критичного порогу, коли немає коштів профінансувати навіть скорочене відтворення і (або) платити по попереднім зобов'язанням. Виникає загроза зупинки виробництва і (або) банкрутства. Необхідні екстрені заходи з відновлення платоспроможності підприємства та підтримання виробничого процесу. Відтак для третьої фази характерні нестандартні, екстремальні умови функціонування підприємства, які потребують термінових вимушених заходів. Ключовим моментом тут є настання або наближення неплатоспроможності. Отже, криза є безпосередньою загрозою виживанню підприємства. Тут є два аспекти – зовнішній і внутрішній. Зовнішній полягає в здатності підприємства мобілізувати необхідний обсяг оборотних коштів для виконання своїх зобов'язань перед кредиторами – виплати та обслуговування боргів. Внутрішній – у здатності забезпечити обсяг оборотних коштів, необхідних для ведення господарської діяльності.

Для вирішення поставлених проблем потрібне управління, яке передбачає безпеку кризи, аналізує його симптоми, створює заходи щодо зниження негативних наслідків кризи і використовує ці фактори для подальшого розвитку.

Сьогодні в науковій літературі можна знайти різні визначення сутності терміну «антикризове управління». Термін «антикризове управління» міцно закріпився в науковому лексиконі як фахівців у галузях правових, економічних та суспільних наук і тому може ґрунтуватись як на загальних закономірностях, властивих управлінським процесам, так і на специфічних особливостях, пов'язаних зі здійсненням антикризових процедур. Таке управління завжди цілеспрямовано, тому доцільно виділити такі особливості антикризового управління:

- мета антикризового управління – забезпечення стійкого положення підприємства в умовах динамічного мінливого зовнішнього середовища;
- своєчасне, адекватне та ефективне реагування на негативні зміни зовнішнього середовища;
- основа антикризового управління – процес постійного пошуку інновацій у всіх областях діяльності підприємства;
- реалізація антикризового управління повинна бути частиною загальної стратегії компанії.

Погоджуємося з І. Бланком [3, с. 345], який вбачає в антикризовому управлінні систему принципів та методів розробки й реалізації спеціальних управлінських рішень, які спрямовані на попередження та подолання криз підприємства, а також мінімізацію їх негативних наслідків.

Нам видається, що найбільш вірним є системний підхід до антикризового управління, коли воно розглядається як система заходів від попередньої діагностики кризи до методів щодо його усунення і подолання. Виходячи з цього, найбільш вірним визначенням можна вважати таке, що антикризове управління – це багатоплановий процес, що включає комплекс заходів щодо своєчасної ідентифікації ознак потенційних криз, подолання криз, у зокрема розробку антикризової стратегії, і усунення негативних наслідків кризових ситуацій.

Найважливішим блоком механізму антикризового управління підприємством є діагностика фінансової ситуації і загрози банкрутства. Діагностування

починається з формулювання проблеми, потім відбувається аналіз проблеми, мета якого – встановити діагноз, тобто виявити реальні розбіжності (зниження, підвищення, деформації) між оптимальним і фактичним станом життєва значущих параметрів в конкретній ситуації. Комплексна діагностика можливих причин розвитку кризи на підприємстві включає [5, с. 41]:

- аналіз ефективності поточної стратегії і її функціональних напрямів (стратегія в області управління фінансами, продажами і виробництвом). Для цього проводиться моніторинг зміни ключових показників діяльності підприємства за функціональними напрямками;

- аналіз конкурентних переваг, сильних і слабких сторін, а також можливостей і загроз (SWOT-аналіз);

- аналіз конкурентоспроможності цін і витрат підприємства. Для цього проводяться періодичні маркетингові дослідження і оперативний моніторинг роботи конкурентів.

Через свою трудомісткість більшість з перерахованих процедур не можуть здійснюватися щомісячно. Можливо порекомендувати проводити діагностику щорічно або у випадках, коли істотно змінюються зовнішні і внутрішні умови роботи підприємства.

Після постановки діагнозу приймається управлінське рішення щодо усунення проблеми, наслідком чого є запобігання кризи в організації.

У процесі дослідження нами встановлено, що такі рішення можуть бути спрямовані на системні перетворення, які змінюють процеси функціонування організації, що включають нововведення:

- в процесах взаємодії організації із зовнішнім середовищем (організація збутової та закупівельної діяльності, схеми співробітництва, вибір партнерів). Наприклад, горизонтальна інтеграція припускає пошук можливостей здійснення за купівель спільно з іншим покупцем. Збільшення об'ємів закупівлі дозволить отримати так звані знижки з обсягу. Вертикальна інтеграція передбачає більш тісну роботу з постачальниками основних найменувань сировини і матеріалів (своєчасного виконання договірних зобов'язань, фінансової прозорості);

- у процесах управління рухом матеріальних запасів і грошових коштів. Впровадження нових форм розрахунків з контрагентами (векселі, бартер). Планування витрат і передача повноважень з їх управління менеджерам підрозділів дозволять значно понизити витрати через запровадження процесу бюджетування. Це дозволить оптимізувати рух грошових потоків і утримати витрати на завданому рівні;

- у процесах інформаційно-аналітичного забезпечення управління (оперативність, достовірність, своєчасність, аналітична цінність);

- технологічні – в процесах виробництва продукту, послуги та ін. Провести аналіз можливостей передачі на аутсорсинг дорогих процесів, та визначити, які компоненти вигідно виробляти самостійно, а які дешевше купувати у інших виробників. Оптимізація технології виробництва і якості продукції;

- організаційні – у процесах взаємодії функцій, персоналу, цільових груп. Наприклад, скорочення витрат на оплату праці через розробку бонусних схем для персоналу і мотивацію його на зниження витрат.

У разі збереження підприємства його менеджменту належить вирішувати, як мінімум, два основних завдання:

- відновити платоспроможність і стабілізувати фінансове становище підприємства;

– розробити стратегію розвитку і провести на її основі реструктуризацію підприємства з метою усунення причин кризи, недопущення повторення кризових явищ у майбутньому.

Пропонуємо алгоритм вибору методів фінансового оздоровлення, який відображено на рис. 2.

На першому етапі характерним є усунення зовнішніх факторів банкрутства. Після цього застосовуються методи, які забезпечують стійке фінансове положення підприємства в середньостроковій перспективі, що проявляється в стабільному надходженні виручки від реалізації, достатньому рівні ліквідності активів, підвищенні рентабельності. Метою довгострокових методів фінансового оздоровлення є забезпечення стійкого фінансового положення підприємства в довгостроковій перспективі – створення оптимальної структури балансу та фінансових результатів стійкості фінансової системи підприємства до несприятливих зовнішніх впливів. Сутність стабілізаційної програми полягає в маневрі грошовими коштами для заповнення розриву між їх витратами і надходженнями. Заповнення «кризової ями» може бути здійснено і збільшенням надходження грошових коштів (максимізацією), і зменшенням поточної потреби в оборотних коштах (економією).

Спираючись на практику зарубіжних країн вважаємо, що ще однією необхідною складовою ефективного функціонування сучасної організації є постійне впровадження інновацій в антикризовому управлінні. Основна мета інновацій в антикризовому управлінні – створення превентивної системи управління організації. Сьогодні серед таких інновацій можна назвати [1, с. 66]:

– створення бізнес-інтелекту (інноваційної технології, що об'єднує всі види діяльності підприємства для ефективної та стійкої організації бізнесу в умовах необмеженої кількості інформації);

– впровадження концепції безперервності бізнесу (Business Continuity Management) – інноваційної

технології, що дозволяє ефективно відреагувати на переривання бізнес-процесів, що сприяє мінімізації збитку і скороченню витрат на відновлення нормального функціонування;

– використання антикризової маркетингової стратегії (реконструкція старих та/або придбання нових маркетингових активів: маркетингових дослідницьких активів, бренд-капіталу, лояльності споживачів).

Отже, підприємство на підставі загальновідомих у світі методик загального менеджменту повинно сформувати власну систему антикризового управління, здатну формувати об'єктивну комплексну і одночасно розгорнуту оцінку поточного стану підприємства, як основу для прийняття оптимальних управлінських рішень.

**Висновки.** Слід зазначити, що антикризове управління є особливим типом управління, що володіє як загальними управлінськими рисами, так і специфічними характеристиками, які виражаються в його особливостях: передкризовому управлінні, управлінні в умовах кризи, управлінні процесами виходу з кризи, стабілізації нестійких ситуацій (забезпечення керованості), мінімізації втрат і упущених можливостей, регулюванні часу прийняття і виконання рішень.

Реалізація політики антикризового управління підприємства передбачає такі основні спрямування: здійснення моніторингу фінансового стану підприємства з метою раннього виявлення ознак його кризового розвитку; визначення масштабів кризового стану підприємства; дослідження основних факторів, що обумовлюють кризовий розвиток підприємства; створення та реалізація плану антикризового управління. Тому сутність антикризового управління полягає в розробці та реалізації найбільш раціонального, новаторського варіанту виходу підприємства з кризового стану.

*Перспективою для подальших досліджень є розроблення комплексу цілеспрямованих дій, направлених не на забезпечення виходу підприємства з*



Рис. 2. Алгоритм вибору методів фінансового оздоровлення



кризи, а на дії попереджувального характеру, які, послаблюючи дію негативних факторів, сприяють більш гнучкій акомодатії підприємства до несприятливих умов зовнішнього середовища та посилюють ефективність позитивної дії чинників внутрішнього середовища.

#### БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Андрусов А., Ряпосов А. Система управління інноваціями на підприємстві / А. Андрусов, А. Ряпосов // Консультант. – 2011. – № 13. – С. 65–69.
2. Антикризисное управление : учебник / Е.П. Жарковская, Б.Е. Бродский, И.Б. Бродский. – 7-е изд., испр. и доп. – М. : Издательство «Омега Л», 2011. – 467 с.
3. Бланк И.А. Антикризисное финансовое управление предприятием : учебный курс / И.А. Бланк. – К. : Эльга, Ника-Центр, 2006. – 672 с.
4. Василенко В.О. Антикризисное управление предприятием : навч. посібник / В.О. Василенко. – К. : ЦУЛ, 2003. – 504 с.
5. Кравченко О.В. Антикризисное управление предприятием / О.В. Кравченко // Бизнес Информ. – 2009. – № 11. – С. 41–42.
6. Мостенська Т.Л. Антикризисное управление на етапі ранньої діагностики кризи / Т.Л. Мостенська // Вісник Запорізького національного університету. – 2010. – № 4(8). – С. 267–272.
7. Теория и практика антикризисного управления : учебник для вузов / Г.З. Базаров, С.Г. Беляев, Л.П. Белых и др. ; под ред. С.Г. Беляева и В.И. Кошкина. – М. : Закон и право, ЮНИТИ, 1996. – 468.
8. Шершньова З.Є. Антикризисное управление предприятием : навч. посіб. / З.Є. Шершньова, В.М. Багацький, Н.Д. Гетманцева ; за заг. ред. З.Є. Шершньової. – К. : КНЕУ, 2007. – 680 с.
9. Barton L. Crisis in organizations: Managing and communicating in the Heat of Chaos. Cincinnati / L.Barton // Ohio: South-Western. – 1993. – 256 p.
10. Darling, J., Seristö, H. and Gabrielsson, M. Anatomy of Crisis Management: A Case Focusing on a Major Cross-Cultural Clash within DaimlerChrysler / J. Darling, H. Seristö and M. Gabrielsson // The Finnish Journal of Business Economics. – 2005. – № 3. – P. 348.
11. Fink S. Crisis Management: Planning for the Inevitable. S. Fink // New York, NY: American Management Association. – 1986. – № 2. – P. 26.

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*

*Шейко І.А.*

*кандидат економічних наук,*

*доцент кафедри економічної кібернетики*

*та управління економічною безпекою*

*Харківського національного університету радіоелектроніки*

## МЕТОДИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ОЦІНКИ ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНИХ МОЖЛИВОСТЕЙ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА

Запропоновано систему індикаторів оцінки інноваційно-інвестиційних можливостей промислового підприємства. Розроблено методику розрахунку інтегрального показника інноваційно-інвестиційних можливостей промислового підприємства. В межах інтегрального показника запропоновано виділити дві складові: організаційно-інтелектуальна та інноваційно-інвестиційна. Показники можуть бути використані як порівняльна база серед підприємств-конкурентів в межах свого функціонального призначення.

**Ключові слова:** оцінка, інноваційно-інвестиційні можливості, промислове підприємство, інтегральний показник, система індикаторів.

### Полозова Т.В. МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ОЦЕНКИ ИННОВАЦИОННО-ИНВЕСТИЦИОННЫХ ВОЗМОЖНОСТЕЙ ПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Предложена система индикаторов оценки инновационно-инвестиционных возможностей промышленного предприятия. Разработана методика расчета интегрального показателя инновационно-инвестиционных возможностей промышленного предприятия. В пределах данного интегрального показателя предложено выделить две составляющих: организационно-интеллектуальная и инновационно-инвестиционная. Показатели могут быть использованы как сравнительная база среди предприятий-конкурентов в пределах своего функционального назначения.

**Ключевые слова:** оценка, инновационно-инвестиционные возможности, промышленное предприятие, интегральный показатель, система индикаторов.

### Polozova T.V. METHODOICAL SUPPORT OF ESTIMATION OF INNOVATION AND INVESTMENT POSSIBILITIES OF THE INDUSTRIAL ENTERPRISE

The system of estimation indicators of innovation and investment possibilities of the industrial enterprise is offered. The method of the calculation of the integral factor of innovation and investment possibilities of the industrial enterprise is designed. Within given integral factor, it is suggested to select two components: organization-intellectual and innovation-investment. The factors can be used as a comparative base amongst enterprises-rivals within its functionality.

**Keywords:** estimation, innovation and investment possibilities, industrial enterprise, integral factor, system of indicators.

**Постановка проблеми.** Сучасні умови господарювання вимагають мобілізації інноваційно-інвестиційних можливостей вітчизняних промислових

підприємств, що є підґрунтям підвищення конкурентоспроможності підприємств на національному та світовому ринках. Через вплив факторів мінливого

зовнішнього і внутрішнього середовища на результати діяльності суб'єктів господарювання постає необхідність розробки та використання відповідного методичного інструментарію оцінки інноваційно-інвестиційних можливостей підприємства.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** В області інноваційно-інвестиційної діяльності промислових підприємств питанням розробки та особливостям практичного використання методичного інструментарію присвячено велику кількість наукових праць. Зокрема, серед зарубіжних учених слід відзначити праці Д. Аакера, І. Ансофа, Е. Брукінга, П. Друкера, М. Портера, Б. Санто, Р. Фахтудінова, Й. Шумпетера. Питання оцінки інноваційно-інвестиційного потенціалу, можливостей та інноваційного розвитку розглянуті у роботах таких відомих українських науковців, як С.М. Ілляшенко [1], П.П. Микитюк [2], В.Л. Осецький [3], К.П. Покатаєва [4], Л.В. Соколова [5], та ін. Методичні підходи до оцінювання рівня інноваційної спроможності підприємства висвітлені Н.В. Смолінською [6]. У роботі [7] О.Г. Мельник розглядає системи діагностики промислових підприємств. Проте результати наукового пошуку свідчать про те, що сьогодні не існує єдиного методичного підходу до оцінки інноваційно-інвестиційних можливостей підприємства, що обумовлює можливість подальшого розвитку напрямів вирішення цієї проблеми.

**Мета статті.** Ураховуючи актуальність та ступінь розробки цієї проблеми, метою дослідження є розробка методичного забезпечення оцінки інноваційно-інвестиційних можливостей промислового підприємства.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Результати попередніх досліджень дозволили побудувати структурно-логічну схему формування інтегрального показника інноваційно-інвестиційної спроможності підприємства [8–10].

Для оцінки інноваційно-інвестиційних можливостей підприємства запропоновано використовувати інтегральний показник ( $I_{i-im}$ ), який можна оцінити, виходячи зі статистичних даних. Ґрунтуючись на даних офіційної статистичної звітності підприємства, представляється можливим в межах цього інтегрального показника виділити дві складові (рис. 1):

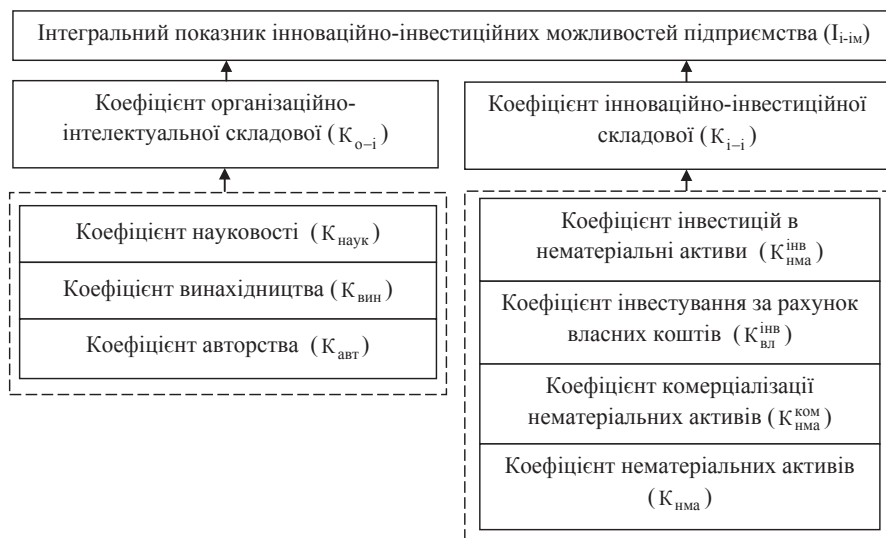


Рис. 1. Система індикаторів оцінки інноваційно-інвестиційних можливостей промислового підприємства

Джерело: розробка авторів

- організаційно-інтелектуальна;
- інноваційно-інвестиційна.

Ці складові пропонується позначити двома відповідними синтетичними коефіцієнтами:

- коефіцієнт організаційно-інтелектуальної складової ( $K_{o-i}$ );
- коефіцієнт інноваційно-інвестиційної складової ( $K_{i-i}$ ).

Відповідно до запропонованого підходу інтегральний показник інноваційно-інвестиційних можливостей підприємства ( $I_{i-im}$ ) розраховується за формулою:

$$I_{i-im} = \sqrt{K_{o-i} \cdot K_{i-i}},$$

де  $K_{o-i}$  – коефіцієнт організаційно-інтелектуальної складової;

$K_{i-i}$  – коефіцієнт інноваційно-інвестиційної складової.

Коефіцієнт організаційно-інтелектуальної складової ( $K_{o-i}$ ) характеризує середню чисельність працівників, які мають науковий ступінь, здатні створювати винаходи і раціоналізаторські пропозиції, об'єкти права інтелектуальної власності. Цей коефіцієнт пропонується розраховувати за формулою:

$$K_{o-i} = \sqrt[3]{K_{наук} \cdot K_{вин} \cdot K_{авт}},$$

де  $K_{наук}$  – коефіцієнт науковості;

$K_{вин}$  – коефіцієнт винахідництва;

$K_{авт}$  – коефіцієнт авторства.

Коефіцієнт науковості ( $K_{наук}$ ) характеризує питому вагу працівників, які мають науковий ступінь у загальній чисельності працівників на підприємстві і розраховується за формулою:

$$K_{наук} = \frac{Ч_{н.ст.}}{Ч_{заг}},$$

де  $Ч_{н.ст.}$  – чисельність працівників, що мають науковий ступінь;

$Ч_{заг}$  – облікова кількість штатних працівників на підприємстві.

Коефіцієнт винахідництва ( $K_{вин}$ ) характеризує питому вагу винахідників і раціоналізаторів у загальній чисельності працівників на підприємстві і розраховується за формулою:

$$K_{вин} = \frac{Ч_{н.ст.}}{Ч_{заг}},$$

де  $Ч_{вин}$  – кількість винахідників і раціоналізаторів на підприємстві;

$Ч_{заг}$  – облікова кількість штатних працівників на підприємстві.

Коефіцієнт авторства ( $K_{авт}$ ) характеризує частку авторів об'єктів права інтелектуальної власності у загальній чисельності працівників на підприємстві і розраховується за формулою:

$$K_{авт} = \frac{Ч_{опів}}{Ч_{заг}},$$

де  $Ч_{опів}$  – кількість авторів об'єктів права інтелектуальної власності на підприємстві;

$Ч_{заг}$  – облікова кількість штатних працівників на підприємстві.

Коефіцієнт інноваційно-інвестиційної складової ( $K_{i-i}$ ) в межах інтегрального показника інноваційно-інвестиційних можливостей підприємства обчислюється за формулою:

$$K_{i-i} = \sqrt[4]{K_{HMA}^{инв} \cdot K_{вл}^{инв} \cdot K_{HMA}^{ком} \cdot K_{HMA}},$$

де  $K_{HMA}^{инв}$  – коефіцієнт інвестицій в нематеріальні активи;

$K_{вл}^{инв}$  – коефіцієнт інвестування за рахунок власних коштів;

$K_{HMA}^{ком}$  – коефіцієнт комерціалізації нематеріальних активів;

$K_{HMA}$  – коефіцієнт нематеріальних активів.

Коефіцієнт інвестицій в нематеріальні активи ( $K_{HMA}^{инв}$ ) демонструє питому вагу капітальних інвестицій у нематеріальні активи у загальній сумі капітальних інвестицій та має таку формулу розрахунку:

$$K_{HMA}^{инв} = \frac{KI_{HMA}}{KI_{заг}},$$

де  $K_{HMA}^{инв}$  – сума капітальних інвестицій у нематеріальні активи;

$KI_{заг}$  – загальна сума капітальних інвестицій.

Водночас капітальні інвестиції у нематеріальні активи відображають обсяги інвестицій у придбання та створення власними силами необоротних нематеріальних активів (форма № 2-інвестиції (річна)) [11]:

– права користування природними ресурсами

(надрами, іншими ресурсами природного середовища, геологічною та іншою інформацією про природне середовище);

– права користування майном (земельною ділянкою, будівлею);

– права на комерційні позначення (права на торговельні марки, комерційні (фірмові) назви);

– права на об'єкти промислової власності (права на винаходи, патенти, ліцензії, промислові зразки, сорти рослин, породи тварин, ноу-хау тощо);

– авторські та суміжні з ними права;

– засоби програмного забезпечення та бази даних за умови використання їх понад один рік, у тому числі інвестиції у їх модернізацію або поліпшення;

– розважальні програми та оригінали літературних і художніх творів тощо.

Загальна сума капітальних інвестицій відображає фактично освоєні обсяги капітальних інвестицій. До них належать інвестиції у нові та існуючі матеріальні та нематеріальні активи, які були придбані, зокрема за договором фінансового лізингу, або створені для власного використання за строком служби більше одного року, включаючи невіршені активи (земля, авторські права, ліцензії,

Таблиця 1

Методика розрахунку інтегрального показника інноваційно-інвестиційних можливостей промислового підприємства

Показник	Умовне позначення	Методика розрахунку	Розшифровка позначень
Інтегральний показник інноваційно-інвестиційних можливостей підприємства	$I_{i-ім}$	$\sqrt{K_{o-i} \cdot K_{i-i}}$	$K_{o-i}$ – коефіцієнт організаційно-інтелектуальної складової; $K_{i-i}$ – коефіцієнт інноваційно-інвестиційної складової
Коефіцієнт організаційно-інтелектуальної складової	$K_{o-i}$	$\sqrt[3]{K_{наук} \cdot K_{вин} \cdot K_{авт}}$	$K_{наук}$ – коефіцієнт науковості; $K_{вин}$ – коефіцієнт винахідництва; $K_{авт}$ – коефіцієнт авторства
Коефіцієнт науковості	$K_{наук}$	$\frac{Ч_{н.ст.}}{Ч_{заг}}$	$Ч_{н.ст.}$ – чисельність працівників, що мають науковий ступінь; $Ч_{заг}$ – облікова кількість штатних працівників на підприємстві
Коефіцієнт винахідництва	$K_{вин}$	$\frac{Ч_{н.ст.}}{Ч_{заг}}$	$Ч_{вин}$ – кількість винахідників і раціоналізаторів на підприємстві; $Ч_{заг}$ – облікова кількість штатних працівників на підприємстві
Коефіцієнт авторства	$K_{авт}$	$\frac{Ч_{опів}}{Ч_{заг}}$	$Ч_{опів}$ – кількість авторів об'єктів права інтелектуальної власності на підприємстві; $Ч_{заг}$ – облікова кількість штатних працівників на підприємстві
Коефіцієнт інноваційно-інвестиційної складової	$K_{i-i}$	$\sqrt[4]{K_{HMA}^{инв} \cdot K_{вл}^{инв} \cdot K_{HMA}^{ком} \cdot K_{HMA}}$	$K_{HMA}^{инв}$ – коефіцієнт інвестицій в нематеріальні активи; $K_{вл}^{инв}$ – коефіцієнт інвестування за рахунок власних коштів; $K_{HMA}^{ком}$ – коефіцієнт комерціалізації нематеріальних активів; $K_{HMA}$ – коефіцієнт нематеріальних активів
Коефіцієнт інвестицій в нематеріальні активи	$K_{HMA}^{инв}$	$\frac{KI_{HMA}}{KI_{заг}}$	$KI_{HMA}^{инв}$ – сума капітальних інвестицій у нематеріальні активи; $KI_{заг}$ – загальна сума капітальних інвестицій
Коефіцієнт інвестування за рахунок власних коштів	$K_{вл}^{инв}$	$\frac{KI_{вл}}{KI_{заг}}$	$KI_{вл}$ – сума капітальних інвестицій за рахунок власних коштів підприємства; $KI_{заг}$ – загальна сума капітальних інвестицій
Коефіцієнт комерціалізації нематеріальних активів	$K_{HMA}^{ком}$	$\frac{HMA_{пр} + HMA_{ф.ліз.}}{HMA_{виб}}$	$HMA_{пр}$ – вартість проданих нематеріальних активів (виручка від реалізації); $HMA_{ф.ліз.}$ – виручка від передачі у фінансовий лізинг нематеріальних активів; $HMA_{виб}$ – загальна сума вибуття нематеріальних активів за період
Коефіцієнт нематеріальних активів	$K_{HMA}$	$\frac{HMA}{НОА}$	$HMA$ – сума нематеріальних активів; $НОА$ – загальна сума необоротних активів підприємства

Джерело: розробка авторів

патенти, гудвіли тощо), а також витрати на будівництво житла для подальшого продажу (передачі). До цього показника включаються всі витрати, які пов'язані з поліпшенням об'єкта, що призводить до збільшення його строку служби або виробничої потужності, та не включаються витрати на технічне обслуговування та поточні ремонти (форма № 2-інвестиції (річна)) [11].

Коефіцієнт інвестування за рахунок власних коштів ( $K_{вл}^{інв}$ ) показує частку капітальних інвестицій за рахунок власних коштів підприємства у загальному обсязі капітальних інвестицій і розраховується за формулою:

$$K_{вл}^{інв} = \frac{KI_{вл}}{KI_{заг}},$$

де  $KI_{вл}$  – сума капітальних інвестицій за рахунок власних коштів підприємства;

$KI_{заг}$  – загальна сума капітальних інвестицій.

Сума капітальних інвестицій за рахунок власних коштів підприємства передбачає обсяги інвестицій, освоєні за рахунок власних коштів підприємств усіх форм господарювання, – коштів, отриманих підприємством у результаті звичайної господарської діяльності, а також амортизаційних відрахувань із матеріальних та нематеріальних необоротних акти-

вів, нарахованих протягом звітного періоду (форма № 2-інвестиції (річна)) [11].

Коефіцієнт комерціалізації нематеріальних активів ( $K_{нма}^{ком}$ ) показує частку суми виручки від реалізації та передачі у фінансовий лізинг нематеріальних активів у загальній сумі вибуття нематеріальних активів і розраховується за формулою:

$$K_{нма}^{ком} = \frac{HMA_{пр} + HMA_{ф.ліз.}}{HMA_{виб}},$$

де  $HMA_{пр}$  – вартість проданих нематеріальних активів (виручка від реалізації);

$HMA_{ф.ліз.}$  – виручка від передачі у фінансовий лізинг нематеріальних активів;

$HMA_{виб}$  – загальна сума вибуття нематеріальних активів за період.

Коефіцієнт нематеріальних активів ( $K_{нма}^c$ ) характеризує питому вагу суми нематеріальних активів у загальній сумі необоротних активів підприємства і розраховується за формулою:

$$K_{нма}^c = \frac{HMA}{НОА},$$

де  $HMA$  – сума нематеріальних активів;

$НОА$  – загальна сума необоротних активів підприємства.

Таблиця 2

Методика розрахунку проміжних коефіцієнтів для визначення інтегрального показника інноваційно-інвестиційних можливостей підприємства, використовуючи дані статистичної звітності підприємства

Показник	Умовне позначення	Методика розрахунку	Розшифровка позначень
Коефіцієнт науковості	$K_{наук}$	$\frac{12170(\text{ф.6-ПВ})}{12010(\text{ф.6-ПВ})}$	12170 (ф.6-ПВ) – рядок 12170 форми № 6-ПВ (річна) «Звіт про кількість працівників, їхній якісний склад та професійне навчання»; 12010 (ф.6-ПВ) – рядок 12010 форми № 6-ПВ (річна) «Звіт про кількість працівників, їхній якісний склад та професійне навчання»
Коефіцієнт винахідництва	$K_{вин}$	$\frac{12180(\text{ф.6-ПВ})}{12010(\text{ф.6-ПВ})}$	12180 (ф.6-ПВ) – рядок 12180 форми № 6-ПВ (річна) «Звіт про кількість працівників, їхній якісний склад та професійне навчання»; 12010 (ф.6-ПВ) – рядок 12010 форми № 6-ПВ (річна) «Звіт про кількість працівників, їхній якісний склад та професійне навчання»
Коефіцієнт авторства	$K_{авт}$	$\frac{308(\text{ф.1-технологія})}{12010(\text{ф.6-ПВ})}$	308 (ф.1-технологія) – рядок 308 форми № 1-технологія (річна) «Звіт про створення та використання передових технологій та об'єктів права інтелектуальної власності»; 12010 (ф.6-ПВ) – рядок 12010 форми № 6-ПВ (річна) «Звіт про кількість працівників, їхній якісний склад та професійне навчання»
Коефіцієнт інвестицій в нематеріальні активи	$K_{нма}^{інв}$	$\frac{130(\text{ф.2-інвестиції})}{100(\text{ф.2-інвестиції})}$	130 (ф.2-інвестиції) – рядок 130 форми № 2-інвестиції (річна) «Капітальні інвестиції, вибуття й амортизація активів»; 100 (ф.2-інвестиції) – рядок 100 форми № 2-інвестиції (річна) «Капітальні інвестиції, вибуття й амортизація активів»
Коефіцієнт інвестування за рахунок власних коштів	$K_{вл}^{інв}$	$\frac{230(\text{ф.2-інвестиції})}{100(\text{ф.2-інвестиції})}$	230 (ф.2-інвестиції) – рядок 230 форми № 2-інвестиції (річна) «Капітальні інвестиції, вибуття й амортизація активів»; 100 (ф.2-інвестиції) – рядок 100 форми № 2-інвестиції (річна) «Капітальні інвестиції, вибуття й амортизація активів»
Коефіцієнт комерціалізації нематеріальних активів	$K_{нма}^{ком}$	$\frac{\sum_{340}^{370}(\text{гр.1} + \text{гр.2})(\text{ф.2-інвестиції})}{\sum_{340}^{370}(\text{гр.1} + \text{гр.2} + \text{гр.3} + \text{гр.4})}$	$\sum_{340}^{370}(\text{гр.1} + \text{гр.2})(\text{ф.2-інвестиції})$ – сума значень рядків з 340 по 370 граф 1 і 2 форми № 2-інвестиції (річна) «Капітальні інвестиції, вибуття й амортизація активів»; $\sum_{340}^{370}(\text{гр.1} + \text{гр.2} + \text{гр.3} + \text{гр.4})$ – сума значень рядків з 340 по 370 граф 1, 2, 3 і 4 форми № 2-інвестиції (річна) «Капітальні інвестиції, вибуття й амортизація активів»
Коефіцієнт нематеріальних активів	$K_{нма}$	$\frac{1000(\text{ф.1})}{1095(\text{ф.1})}$	1000 (ф.1) – рядок 1000 форми № 1 «Баланс»; 1095 (ф.1) – рядок 1095 форми № 1 «Баланс»

Джерело: складено авторами та адаптовано до [11]



Отже, загальна формула для розрахунку інтегрального показника інноваційно-інвестиційних можливостей підприємства ( $I_{i-im}$ ) має такий вид:

$$I_{i-im} = \sqrt{K_{0-i} \cdot K_{i-i}} = \sqrt[3]{K_{\text{наук}} \cdot K_{\text{вин}} \cdot K_{\text{авт}} \cdot 4 \sqrt{K_{\text{нма}}^{\text{інв}} \cdot K_{\text{вл}}^{\text{інв}} \cdot K_{\text{нма}}^{\text{ком}} \cdot K_{\text{нма}}} = \\ = \sqrt[3]{\frac{C_{\text{н.ст.}}}{C_{\text{заг}}} \cdot \frac{C_{\text{н.ст.}}}{C_{\text{заг}}} \cdot \frac{C_{\text{опів}}}{C_{\text{заг}}} \cdot \frac{KI_{\text{нма}}}{KI_{\text{заг}}} \cdot \frac{KI_{\text{вл}}}{KI_{\text{заг}}} \cdot \frac{HMA_{\text{пр}} + HMA_{\text{ф.ліз.}}}{HMA_{\text{віб}}} \cdot \frac{HMA}{NOA}}$$

Методика розрахунку інтегрального показника інноваційно-інвестиційних можливостей промислового підприємства наведена у таблиці 1.

У таблиці 2 наведено методику розрахунку проміжних коефіцієнтів для визначення інтегрального показника інноваційно-інвестиційних можливостей підприємства, використовуючи дані статистичної звітності підприємства.

Відтак інтегральний показник інноваційно-інвестиційних можливостей підприємства ( $I_{i-im}$ ) характеризує інноваційно-інвестиційні можливості, які можна оцінити, виходячи зі статистичних даних підприємства.

Грунтуючись на даних офіційної статистичної звітності підприємства, представляється можливим, на відміну від існуючих підходів, в межах цього інтегрального показника виділити дві складові: організаційно-інтелектуальна; інноваційно-інвестиційна.

Дані складові пропонуються позначити двома відповідними синтетичними коефіцієнтами: коефіцієнт організаційно-інтелектуальної складової ( $K_{0-i}$ ); коефіцієнт інноваційно-інвестиційної складової ( $K_{i-i}$ ).

**Висновки.** Запропоновані показники, на відміну від існуючих, мають і самостійне, і комплексне значення в процесі діагностики інноваційно-інвестиційної спроможності підприємства. Всі вони можуть слугувати результатом оцінки окремих компетенцій підприємства в інноваційно-інвестиційній сфері на конкретний момент часу, можуть бути розраховані і проаналізовані у динаміці, а також на основі побудованого динамічного ряду можуть бути спрогнозовані на майбутній період. Крім того, всі вони можуть бути використані окремо один від одного як порівняльна база серед підприємств-конкурентів в межах свого функціонального призначення.

Перспективою подальших досліджень може бути розробка методики оцінки часових характеристик запропонованих показників, а також ідентифікація інноваційно-інвестиційних можливостей підприємства у динаміці.

#### БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. 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.
2. Микитюк П.П. Аналіз інвестиційно-інноваційної діяльності підприємств : монографія / П.П. Микитюк. – Тернопіль : Тернограф, Тернопільський національний економічний університет, 2009. – 304 с.
3. Осецький В.Л. Інвестиції та інновації: проблеми теорії і практики : монографія / В.Л. Осецький. – К. : ІАЕ УААН, 2003. – 412 с.
4. Покатаєва К.П. Інвестиційна діяльність підприємств у глобальному середовищі: методичний інструментарій управління : монограф / К.П. Покатаєва ; Харк. нац. автомоб.-дор. ун-т. – Х., 2009. – 168 с.
5. 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.
6. Смолінська Н.В. Методичні підходи до оцінювання рівня інноваційної спроможності підприємства / Н.В. Смолінська // Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2011. – № 4. – С. 215–221.
7. Мельник О.Г. Системи діагностики діяльності машинобудівних підприємств: полікритеріальна концепція та інструментарій: монографія / О.Г. Мельник. – Львів : Видавництво Львівської політехніки, 2010. – 344 с.
8. Полозова Т.В. Конкурентна діагностика інноваційно-інвестиційної спроможності підприємства / Т.В. Полозова // Сучасні тенденції в економіці та управлінні: новий погляд : збірник матеріалів VI Міжнародної науково-практичної конференції (м. Запоріжжя, 12–13 грудня 2014 року) / Східноукраїнський інститут економіки та управління. – У 2-х частинах. – Запоріжжя : ГО «СІЕУ», 2014. – Ч. 2. – С. 122–125.
9. Полозова Т.В. Оцінка інноваційно-інвестиційної конкурентоспроможності підприємства / Т.В. Полозова // Соціально-економічні підсумки 2014 року: реалії та перспективи : матеріали Міжнародної науково-практичної конференції (Львів, 26–27 грудня 2014 року) / ГО «Львівська економічна фундація». – У 3-х частинах. – Львів : ЛЕФ, 2014. – Ч. 2. – С. 34–37.
10. Полозова Т.В. Діагностичний простір інноваційно-інвестиційної конкурентоспроможності підприємства / Т.В. Полозова // Прогнозування соціально-економічного розвитку національної економіки : матеріали Міжнародної науково-практичної конференції (м. Дніпропетровськ, 26–27 грудня 2014 р.). – У 3-х частинах. – Дніпропетровськ : НО «Перспектива», 2014. – Ч. 1. – С. 107–110.
11. Публікація документів Державної Служби Статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://ukrstat.org/uk/operativ/operativ2005/pr/prm\\_ric/pm\\_u/prm\\_met.html](http://ukrstat.org/uk/operativ/operativ2005/pr/prm_ric/pm_u/prm_met.html).

УДК [338.439:339.13](477)

**Постол А.А.***кандидат політичних наук, доцент, докторант  
Херсонського державного аграрного університету***Собченко А.М.***кандидат економічних наук,  
доцент кафедри обліку і аудиту та фінансів  
Херсонського державного аграрного університету*

## РЕГУЛЮВАННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ ПРОДУКЦІЇ ВІТЧИЗНЯНИХ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ

Визначено чинники та негативні тенденції, які перешкоджають зміцненню конкурентоспроможності сільськогосподарської продукції вітчизняних аграрних підприємств на внутрішньому та зовнішньому аграрному ринку. Запропоновані основні напрями реалізації заходів державного регулювання та підтримки підвищення рівня конкурентоспроможності вітчизняної продовольчої продукції на європейському аграрному ринку.

**Ключові слова:** конкурентоспроможність, підприємства, інфраструктура, європейський ринок, сільськогосподарська продукція, ефективність, експорт, попит, регулювання.

### Постол А.А., Собченко А.М. РЕГУЛИРОВАНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОЙ ПРОДУКЦИИ ОТЕЧЕСТВЕННЫХ АГРАРНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ В УСЛОВИЯХ ЕВРОИНТЕГРАЦИИ

Рассмотрены факторы и негативные тенденции, которые препятствуют укреплению конкурентоспособности сельскохозяйственной продукции на внутреннем и внешнем аграрном рынке. Предложены основные направления реализации мероприятий государственного регулирования и поддержки повышения уровня конкурентоспособности отечественной продовольственной продукции на европейском аграрном рынке.

**Ключевые слова:** конкурентоспособность, предприятия, инфраструктура, европейский рынок, сельскохозяйственная продукция, эффективность, экспорт, спрос, регулирование.

### Postol A.A., Sobchenko A.M. REGULATION OF COMPETITIVENESS OF AGRICULTURAL PRODUCTS OF DOMESTIC AGRICULTURAL ENTERPRISES IN TERMS OF EUROPEAN INTEGRATION

The factors and negative tendencies that hinder strengthening of the competitiveness of domestic agricultural farms in domestic and international agricultural market are investigated. The main directions of the implementation of measures of state regulation and support of increase of the competitiveness of domestic food production in the European agricultural market are suggested.

**Keywords:** competitiveness, enterprise infrastructure, European market, agricultural products, efficiency, export, demand, regulation.

**Постановка проблеми.** Важливою частиною проголошеного Україною стратегічного курсу на всебічну модернізацію господарства у сучасному глобалізованому світі, формування системи нових відповідних йому міжнародних економічних відносин, є формування конкурентоспроможності продовольчої продукції та підвищення конкурентоспроможності вітчизняних аграрних підприємств. Велику частку продовольчих товарів або сировини для них виробляють малі та середні аграрні підприємства, особисті господарства. Проте цілеспрямована робота щодо впровадження науково обґрунтованих технологій утримання худоби, збалансованого кормовиробництва, ветеринарного обслуговування, селекції в них практично не ведеться. Це призводить до того, що їх продукція не відповідає вимогам якості та безпеки в межах вимог СОТ та ЄС і є неконкурентоспроможною у значних обсягах. Тому підписання Україною угоди про Асоціацію з ЄС може призвести до втрати вагомого джерела сукупного доходу сільських родин, маргіналізації населення, перетворення вітчизняного аграрного ринку на ринок збуту європейських продовольчих товарів та продукції сільського господарства, зумовить поглиблення кризи в галузі та в розвитку сільських територій і створить загрозу продовольчій безпеці держави.

Це вимагає перегляду з боку держави важливості зазначених питань та діючих стандартів, направлених на посилення конкурентоспроможності аграрних підприємств України на вітчизняному та європейському продовольчих ринках. У зв'язку зі стрімкими змінами соціально-економічної та політичної ситуації у регіоні та світі, сучасні виклики й тенденції

світового розвитку вимагають обґрунтування нових методологічних підходів і практичних заходів державного регулювання підвищення конкурентоспроможності сільськогосподарської продукції вітчизняних підприємств на європейському продовольчому ринку, що робить дослідження актуальним.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Формування конкурентоспроможності продукції вітчизняних агроформувань, їх функціонування на внутрішньому та європейському аграрних ринках отримали висвітлення в економічній літературі у роботах таких вітчизняних науковців, як П. Беленький, С. Бугіль, Н. Голомша, Р. Дудяк, С. Кваша, В. Липчук, М. Малік, О. Нужна, П. Саблук та ін. Проте динаміка розвитку сучасного сільськогосподарського виробництва, посилення конкуренції на аграрному ринку вимагає постійних наукових досліджень з метою пошуку шляхів удосконалення регулювання діяльності та підтримки вітчизняних товаровиробників.

**Мета статті.** Головною метою цієї роботи є визначення чинників та тенденцій зміни конкурентоспроможності сільськогосподарської продукції вітчизняних аграрних підприємств на європейському аграрному ринку, виявлення причин, які її знижують та обґрунтування перспективних напрямів державного регулювання та підтримки підвищення.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** У межах обраного Україною євроінтеграційного курсу стратегічно важливе значення мають активні партнерські відносини в аграрному секторі економіки з безпосередніми сусідами в регіоні: Польщею, Словаччиною, Чехією та Угорщиною – і на двосторонньому рівні, і в межах Вишеградської групи, а

також із державами Балтії. Ці країни, які нещодавно стали членами Європейського Союзу, демонструють постійну готовність брати активну участь у формуванні та реалізації «східної політики» ЄС, надають послідовну підтримку європейській інтеграції України та пропозиції щодо засобів та джерел підвищення конкурентоспроможності сільськогосподарської продукції вітчизняних аграрних підприємств на європейському рівні.

Аграрний сектор займає важливе місце в економіці України. Значну частку аграрної продукції виробляють фермерські господарства та дрібні особисті господарства. Проте цілеспрямована діяльність щодо сортового та гібридного насінництва, впровадження науково обґрунтованих технологій утримання та годівлі худоби, промислової переробки продукції, диверсифікації виробництва та інших видів діяльності не здійснюється або здійснюється у незначних масштабах. Це призводить до нераціонального використання існуючого виробничо-ресурсного потенціалу вітчизняних агроформувань, недостатнього рівня конкурентоспроможності їх продукції та власне їх як суб'єктів господарювання, соціально-економічних втрат у цьому важливому секторі економіки у цілому [1, с. 284].

Про низький рівень конкурентоспроможності вітчизняної сільськогосподарської продукції на європейському аграрному ринку свідчать [3, с. 99–104]: низька ефективність вітчизняних товаровиробників порівняно з іншими країнами; невідповідність структури українського експорту попиту країн ЄС на сільськогосподарську продукцію; невелика частка підприємств, сертифікованих згідно з міжнародними стандартами. Значною мірою перешкоджають зміцненню конкурентоспроможності такі чинники, як: низький рівень розвитку вітчизняної фінансово-кредитної системи; нерозвиненість інфраструктури аграрного виробництва; недостатня гармонізація українських стандартів якості з міжнародними; недостатність державного цільового фінансування науково-прикладних розробок у сфері генетики та селекції, біотехнологій, енерго- та ресурсозбереження.

Відсутність належних заходів регулювання та підтримки вказаних процесів з боку органів державного управління з метою вирішення цих проблем вже призвела до низки загрозливих явищ в аграрному секторі економіки України. Серед них насамперед необхідно виділити: зменшення обсягів валової продукції сільського господарства; зaborону експорту українських живих тварин і м'яса на ринки країн ЄС; зменшення обсягів експорту молока з України в країни ЄС щороку на 50,0% при одночасному збільшенні обсягів імпорту на 60,0%. За умови збереження існуючого рівня конкурентоспроможності вітчизняної сільськогосподарської продукції на європейському аграрному ринку та відсутності дієвих механізмів державного протекціонізму зростає небезпека посилення таких негативних тенденцій [5, с. 94–95]:

1) виробники аграрної продукції недотримуватимуть доходи, що призведе до погіршення соціально-економічних умов життєдіяльності населення сільських територій;

2) надалі зростатиме негативне сальдо зовнішньої торгівлі України з країнами ЄС загалом та по сільськогосподарських і продовольчих товарах зокрема;

3) збільшиться частка імпортової продукції в сукупному споживанні продуктів харчування в Україні.

Ця проблема актуалізується з огляду на приєднання України до зони вільної торгівлі з ЄС. У разі збереження існуючого слабого рівня державного регулювання та підтримки вітчизняних товаровиробників, протекціонізму на вітчизняному аграрному ринку це призведе до його перетворення на ринок збуту європейських продуктів харчування та продукції сільського господарства, зумовить поглиблення кризи в аграрному секторі та розвитку сільських територій та створить загрозу продовольчій безпеці держави.

Про низький рівень конкурентоспроможності вітчизняної сільськогосподарської продукції на європейському продовольчому ринку свідчить: низька ефективність цієї галузі порівняно з іншими країнами; невідповідність структури українського експорту попиту країн ЄС на сільськогосподарську продукцію; невелика частка підприємств, сертифікованих згідно з міжнародними стандартами; низька якість продукції внаслідок того, що 60,0% аграрної продукції виготовляється дрібними приватними господарствами, які обмежені фінансовими, матеріальними, технологічними, інформаційними ресурсами. У виробництві аграрної продукції зайняті переважно особи без належної фахової підготовки, у результаті чого виготовлена у цих господарствах продукція втрачає конкурентні переваги не лише на зовнішніх, але й на внутрішньому ринку.

Значною мірою перешкоджають зміцненню конкурентоспроможності вітчизняної продукції на зовнішніх ринках такі причини [4, с. 156]:

– низький рівень розвитку вітчизняної фінансово-кредитної системи, що проявляється у високій вартості банківських кредитів та позик (невеликі суми на 2–3 роки під 24% річних у гривнях, у той час, як фермерам у країнах ЄС надаються кредити терміном до 20 років під 2–3% річних);

– нерозвиненість виробничої інфраструктури, що призводить до збільшення вартості аграрного виробництва, значних втрат продовольчої продукції під час її транспортування та зберігання;

– недостатня гармонізація українських стандартів якості з міжнародними;

– низька капіталізація вітчизняних малих аграрних підприємств, яка обмежує їх можливості щодо залучення додаткових коштів для розвитку бізнесу;

– переважно низький рівень спеціалізації сільськогосподарських підприємств, які виробляють 10–20 найменувань продукції. Фермери країн ЄС обмежуються виробництвом лише 2–3 видів сільськогосподарської продукції;

– недостатність державного цільового фінансування науково-прикладних розробок в аграрному секторі, що зменшує продуктивність сільськогосподарського виробництва;

– недостатня активність державної підтримки та контролю відтворення родючості ґрунтів, що призводить до збільшення частки ґрунтів, які є непридатними для ведення сільського господарства тощо.

Зарубіжний досвід свідчить, що важливим аспектом регулювання є підвищення інформованості як споживачів, так і виробників сільськогосподарської продукції. Так, у Німеччині ще в 2009 р. були відкриті сайти (веб-сайти Федерального Міністерства захисту прав споживачів, продуктів харчування та сільського господарства), де в онлайн режимі споживачі та виробники отримують необхідну інформацію. Ця інформація розміщена під егідою Федерального інституту оцінки ризиків, який працює за фінансо-



вої підтримки міністерства із правом публікування результатів своїх незалежних досліджень та інформації для кожного споживача. Аналогічні сайти є у Великобританії.

В Україні, на жаль, цей досвід не впроваджується. Враховуючи його важливість та дієвість, виникає потреба його використання. З цією метою нами проведено власне інтернет-опитування з метою вивчення громадської думки щодо ефективності контролю за якістю та безпечністю продуктів харчування, зокрема сільськогосподарських. Результати показали, що більшість респондентів, майже 90,0%, вважають, що контроль за якістю безпеки продукції зараз є нижчим, ніж 20 років тому.

Так, в Україні державними зусиллями створення веб-сайту для широкого кола громадськості та споживачів не здійснюється. За ініціативою громадських організацій було створено веб-сайт *agroin.org*, на якому висвітлюються інноваційні процеси в агропродовольчій сфері, а також належна увага приділяється інформуванню про якість продовольчої продукції. З огляду на інтеграцію України до ЄС, на нашу думку, необхідно здійснити такі заходи державної підтримки підвищення конкурентоспроможності вітчизняних аграрних підприємств та продовольчої продукції:

1) всебічна підтримка сільгосптоваровиробників в орієнтації на споживача;

2) стимулювання забезпечення цінової доступності аграрної продовольчої продукції для всіх соціальних груп населення;

3) поширення використання «нішової» спеціалізації виробництв, що може забезпечити країну високоякісними сільськогосподарськими продуктами харчування та ефективний експорт;

4) розвиток органічного землеробства саме на базі малих аграрних підприємств та господарств населення як найбільш відповідного структурі їх агроресурсного потенціалу;

5) використання маркетингових стратегій організації виробництва та збуту продовольчої продукції;

6) створення дорадчих та консалтингових структур, обслуговуючих кооперативів з метою забезпечення ефективної діяльності вітчизняних товаровиробників у сегменті малого та середнього агробізнесу.

З метою розвитку структури вітчизняного аграрного ринку в умовах посилення євроінтеграційних процесів, конкурентної боротьби, наповнення його конкурентоспроможною продукцією вітчизняного виробництва та сприяння виходу цієї продукції на європейський і світовий аграрний ринок необхідно здійснити основні завдання регулювання вказаних процесів [2, с. 15]:

– визначення механізмів вдосконалення державної підтримки створення та впровадження нових екологічно чистих, ресурсозберігаючих технологій вирощування, поглибленої переробки сільськогосподарської сировини та виготовлення з неї конкурентоспроможної вітчизняної продовольчої продукції;

– здійснення цінової політики в сільському господарстві на основі поєднання вільного ціноутворення, державного регулювання та сприяння зростанню доходів сільськогосподарських товаровиробників;

– вжиття заходів щодо узгодження системи сертифікації сільськогосподарської продукції в Україні та норм, що регламентують санітарний, ветеринарний та фітосанітарний контроль, з міжнародними стандартами та вимогами, зокрема прискорити розроблення та впровадження узгоджених із міжнарод-

ними державних стандартів і систем якості, забезпечивши необхідне фінансування цих заходів;

– здійснення заходів щодо впровадження у сільськогосподарських підприємствах, що виробляють продовольчі товари, міжнародних систем забезпечення безпеки харчових продуктів та продовольчої сировини;

– залучення інвестицій у сільськогосподарські та переробні підприємства з метою випуску конкурентоспроможної продукції;

– підготовка висококваліфікованих фахівців для здійснення названої діяльності в аграрному секторі економіки.

Так, на виконання обґрунтованих заходів Національною торгово-промисловою палатою України спільно з компанією «Беарз Логістик Центр» реалізується проект «Украгросринок», який передбачає створення мережі з шести гуртових ринків сільськогосподарської продукції в різних адміністративних областях країни. Зокрема, у Херсонській області створюється єдиний торгово-маркетинговий майданчик, де буде сконцентрована вся інформація про наявність продовольчих товарів, про попит на них, про аграрне виробництво в регіоні, тобто створюється єдина логістична система регіону. Центром цієї логістичної системи буде Регіональний інформаційно-маркетинговий центр, який буде створений за допомогою Проекту «USAID Агроінвест».

Пріоритетним напрямом підвищення конкурентоспроможності сільськогосподарської продукції та вітчизняних товаровиробників в Херсонській області є розвиток інфраструктури аграрного ринку, адже функціонування об'єктів для зберігання плодівочової продукції дає можливість здійснювати реалізацію овочів та картоплі в зимовий період за цінами, більш ніж у два рази нижчими від ринкових. Сьогодні в області діють 49 об'єктів для зберігання овочів та картоплі загальною ємністю 155,8 тис. т овочової продукції та 950 тис. т картоплі. Сприяючи зміцненню інтеграції товаровиробників і обслуговуючих кооперативів, створенню і розвитку ефективних маркетингових каналів збуту для малих і середніх виробників, проект «USAID Агроінвест» надає грантову підтримку розвитку логістичних потужностей.

Уже надано грантову підтримку 10 підприємствам агробізнесу, в складі яких є гуртово-роздрібний «Новий ринок» Голопристанського району, гуртовий ринок в с. Чорнянка у складі кооперативу «Чорняночка» та ТОВ «Херсонський оптовий ринок». Приклади побудови та діяльності гуртових ринків сільськогосподарської продукції свідчать про очевидність вигоди від їхнього функціонування. Вони є важливим напрямом підвищення конкурентоспроможності підприємств і продукції сільського господарства країни.

**Висновки.** Підвищення конкурентоспроможності вітчизняної сільськогосподарської продукції та аграрних підприємств на європейському аграрному ринку значною мірою визначається не лише заходами державного регулювання, але й менеджерами та фахівцями вітчизняних сільськогосподарських підприємств та маркетингово-логістичних формувань. Сучасний аграрний продовольчий ринок – це «ринок покупця», який насичений однорідною продукцією і функціонує в умовах гострої конкуренції між товаровиробниками, посередниками та продавцями за кінцевого споживача. Головне призначення державного регулювання полягає в тому, щоб взаємоузгодити маркетингові цілі вітчизняних сільськогосподар-



ських підприємств з їх ресурсними можливостями, вимогами споживачів, використати слабкі позиції конкурентів та свої конкурентні переваги на європейському аграрному продовольчому ринку.

#### БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК

1. Дем'яненко М.Я. Державна політика фінансової підтримки розвитку аграрного сектору АПК : монографія / М.Я. Дем'яненко, П.Т. Саблук, В.М. Скупий та ін. ; за ред. М.Я.Дем'яненка. – К. : ННЦ ІАЕ, 2011. – 372 с.
2. Гайдуцький П. Україна – ЄС: проблеми інтеграції / П. Гайдуцький // Джерело тижня – 7 червня 2013 року [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://agroconf.org/content/gayduckyukraina-es-problemy-integracii>.
3. Гришова І.Ю. Державна підтримка як невід'ємний механізм економічного зростання. Інституційні чинники розвитку підприємницьких структур : колективна монографія / під ред. д.е.н., професора О.О. Непочатенко. – Умань : СПД Сочинський, 2013. – С. 36–44.
4. Кваша С.М. Стан та тенденції розвитку сільського господарства країн -членів Європейського Союзу / С.М. Кваша, К.С. Кваша. – К. : ННЦ ІАЕ 2013. – С. 40.
5. Про основні засади державної аграрної політики на період до 2015 року : Закон України від 18.10.2005 р. № 2982-IV [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua>.

УДК 631.559:633.1

**Рожков А.О.**  
*доктор економічних наук,  
професор кафедри рослинництва,  
директор інституту післядипломної освіти  
Харківського національного аграрного університету імені В.В. Докучаєва*

**Сєвідова І.О.**  
*кандидат економічних наук,  
доцент кафедри економіки підприємства  
Харківського національного аграрного університету імені В.В. Докучаєва*

### БІОЕНЕРГЕТИЧНА ЕФЕКТИВНІСТЬ АГРОТЕХНІЧНИХ ЗАХОДІВ ВИРОЩУВАННЯ ПШЕНИЦІ ТВЕРДОЇ ЯРОЇ ТА ТРИТИКАЛЕ ЯРОГО

Здійснено порівняльний аналіз енергетичної ефективності вирощування пшениці твердої ярої та тритикале ярого за впливу норм висіву, способу посіву і комплексного внесення сечовини з кристаломом. Показано, що комплексне підживлення посівів обох культур сечовиною одночасно з кристаломом в рекомендованій дозі, що забезпечить найвищі показники біоенергетичної ефективності. Виконано обґрунтування напрямів покращення біоенергетичних показників продукції.

**Ключові слова:** агрозаходи, злакові, біоенергетична ефективність, норми висіву, підживлення посівів.

#### **Рожков А.А., Сєвидова И.А. БИОЭНЕРГЕТИЧЕСКАЯ ЭФФЕКТИВНОСТЬ АГРОТЕХНИЧЕСКИХ МЕРОПРИЯТИЙ ВЫРАЩИВАНИЯ ПШЕНИЦЫ ТВЕРДОЙ ЯРОВОЙ И ЯРОВОГО ТРИТИКАЛЕ**

Сделан сравнительный анализ энергетической эффективности выращивания пшеницы яровой и ярового тритикале при влиянии норм высева, способа посева и комплексного внесения мочевины с кристаломом. Показано, что комплексная подкормка посевов обеих культур мочевиной одновременно с кристаломом в рекомендуемой дозе, что обеспечит наивысшие показатели биоэнергетической эффективности. Выполнено обоснование направлений улучшения биоэнергетических показателей продукции.

**Ключевые слова:** агромероприятия, злаковые, биоэнергетическая эффективность, нормы высева, подкормка посевов.

#### **Rozhkov A.O., Sievidova I.O. BIOENERGETIC EFFICIENCY OF AGROTECHNICAL MEASURES OF CULTIVATION OF DURUM SPRING WHEAT AND SPRING TRITICALE**

The article deals with the comparative analysis of energy efficiency of durum spring wheat and spring triticale under the influence of seeding rates, method of sowing and urea complex with crystalon. It is shown that the comprehensive fertilization of crops of both cultures with urea and crystalon at the recommended dose will provide the highest indicators bioenergetic efficiency. The author carried out the justification of directions improving the bioenergetic performance of production.

**Keywords:** agronomic measures, cereals, bioenergetic efficiency, seeding rate, fertilizing crops.

**Постановка проблеми.** Підвищення ефективності сільськогосподарського виробництва спрямоване на прискорення темпів розвитку агропромислового сектора та перетворення його на конкурентоспроможну систему. Технології вирощування польових культур мають передбачати насамперед збереження родючості ґрунтів і на їх тлі забезпечувати реалізацію біологічного потенціалу посівів, зниження витрат на виробництво одиниці продукції та підвищення її конкурентоспроможності.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Все більшу увагу дослідників привертає біоенергетична оцінка ефективності технологій вирощування різних

сільськогосподарських культур, ефективності окремих агрозаходів та ін. [1].

Питанням виявлення енергоощадних варіантів (сортів, технологій, агрозаходів) пов'язаних з оцінкою співвідношення кількості енергії, накопиченої рослинами, та витрат антропогенної енергії. Питанням виявлення енергоощадних варіантів оцінка є універсальною і дозволяє порівнювати енергоемність будь-якого агрозаходу у різних умовах, саме цьому присвячені праці вітчизняних і закордонних учених [2–6].

У роботах розкриваються теоретичні узагальнення й практичні рекомендації з раціональної орга-

нізації виробництва, удосконалювання системи вирощування пшениці твердої ярої та тритикале ярого залежно від норм висіву, способів сівби, позакореневих підживлень, погодних умов. Зрозуміло, що біоенергетичний підхід не може замінити підхід економічний, проте за такого підходу оцінка ефективності стає більш різнобічною та більш об'єктивною [7].

**Мета статті.** Основною метою статті є обґрунтування напрямів покращення біоенергетичних показників продукції, що надзвичайно важливо в умовах вільного ціноутворення, інфляційних процесів, зміни курсів валют і т. ін.

**Виклад основного матеріалу.** В Україні вирощується в основному озима пшениця, а яра займає невеликі площі. Яра пшениця дає нижчі (на 10–15%) врожаї, ніж озима. Це цінна страхова культура для пересіву загублених посівів озимої пшениці. М'яку яру пшеницю вирощують в Україні переважно в правобережних районах Лісостепу і Полісся, тверду – в південних і східних степових районах.

Технології вирощування сільськогосподарських культур, зокрема пшениці ярої, стають складнішими і наукоємнішими. Формування врожаю – це складний продукційний процес, який визначається генетичною програмою рослини і зовнішніми умовами. Щоб забезпечити високий урожай, необхідно мати повну інформацію про всю багатогранність дії окремих чинників і їх взаємодію, що беруть участь у рості та розвитку рослин, вміти передбачати реакцію рослин на них [8].

При розробленні теорії високих урожаїв звертають велику увагу на встановлення оптимальної площі живлення рослин залежно від умов їх вирощування. Оптимальна площа (оптимальний стеблостій) рослин повинна забезпечувати високу продуктивність фотосинтезу та оптимальне забезпечення рослин водою, повітрям і поживними речовинами. Однією з основних вимог до способів сівби є створення оптимальної густоти рослин у посівах, що забезпечує найбільш інтенсивне наростання асиміляційної листкової поверхні – основного фактора врожайності. Критерієм правильного вирішення питання оптимального стеблостою є урожай і його якість.

Сучасні технічні засоби механізації дають змогу створити практично задану густоту посіву будь-якої культури, треба лише правильно встановити найбільш доцільну площу живлення. При визна-

ченні норми висіву зернових враховують ще й здатність їх кущитися: озими, які кущаться більше, можна висівати з меншою нормою висіву, а ярі, які кущаться менше, – з більшою. Для кожної культури, а в межах її і для сортів залежно від ґрунтових та погодних умов треба встановлювати таку густоту посівів, щоб урожай був найвищий. Є два способи сівби – розкидний і звичайний рядковий. При розкидному способі сівби насіння в ґрунті розміщується без міжрядь. Виконують його вручну або розкидними сівалками. Цей спосіб застосовують дуже рідко, здебільшого під час освоєння крутих схилів і засівання заболочених місць. За кордоном і в нашій країні все ширше впроваджують нові способи сівби: стерньовий, смуговий, змішана аеросівба у вологий ґрунт чи у воду.

Звичайний рядковий – основний спосіб сівби, оскільки він забезпечує більш рівномірне висівання насіння по всій площі посіву і загортання його на однакову глибину в зволожений шар ґрунту.

Застосований варіант рядкового (смуговий) способу сівби дав змогу розподілити насіння в межах смуги – близько 15 см, при цьому ширина міжсмугової зони становила також близько 15 см. Дослід було закладено у чотириразовій повторності, загальна кількість облікових ділянок другого порядку становила 32 шт. Площа посівної ділянки – 120 м<sup>2</sup>. Застосована в досліді агротехніка була загальноприйнятою для зони Східного Лісостепу України, крім досліджуваних елементів технології.

Розрахунки енергетичної ефективності вирощування пшениці твердої ярої за впливу норми висіву та способу сівби свідчать про високу ефективність цих чинників (табл. 1).

У середньому за чотири роки досліджень Кее вирощування пшениці твердої ярої становив 4,46 на варіантах смугового способу сівби і 4,08 – рядкового. Значне збільшення Кее за смугового способу сівби обумовлювалося вищим показником акумульованої врожаєм енергії за практично рівнозначних витратах непоновлюваної енергії.

Найвищий показник біоенергетичної ефективності – 4,38 відзначений за норми 550 нас./м<sup>2</sup>. Зменшення норми висіву, як і її підвищення, призводило до зменшення Кее, у першому випадку за рахунок значного зниження акумульованої врожаєм енергії, у другому – за рахунок підвищення витрат непонов-

Таблиця 1  
Біоенергетична ефективність вирощування пшениці твердої ярої за впливу норми висіву та способу сівби (середнє за 2007–2010 рр.)

Норма висіву, нас./м <sup>2</sup> (А)	Спосіб сівби (В)	Урожайність, т/га	Витрати непоновлюваної енергії, МДж		Акумульована врожаєм енергія, МДж/га	Кее
			на 1 га	на 1 т зерна		
450	Рядковий	2,65	10975	4142	43593	3,97
	Смуговий	2,80	10994	3926	46060	4,19
500	Рядковий	2,88	11364	3946	47376	4,17
	Смуговий	3,08	11383	3696	50666	4,45
550	Рядковий	2,97	11753	3975	48857	4,16
	Смуговий	3,29	11772	3578	54121	4,60
600	Рядковий	2,97	12141	4088	48857	4,02
	Смуговий	3,37	12160	3608	55437	4,56
Середнє за А	450	2,73	10985	4034	44909	4,09
	500	2,98	11374	3821	49021	4,31
	550	3,13	11763	3768	51489	4,38
	600	3,17	12151	3848	52147	4,29
Середнє за В	Рядковий	2,87	11558	4033	47212	4,08
	Смуговий	3,14	11578	3702	51653	4,46

Таблиця 2

**Біоенергетична ефективність вирощування тритикале ярого за впливу норм висіву та способів сівби (середнє за 2008–2011 рр.)**

Норма висіву, нас./м <sup>2</sup> (А)	Спосіб сівби (В)	Урожайність, т/га	Витрати непоновлюваної енергії, МДж		Акумулятивана врожаєм енергія, МДж/га	К <sub>еє</sub>
			на 1 га	на 1 т зерна		
400	Рядковий	2,64	10654	4036	43824	4,11
	Смуговий	2,73	10674	3910	45318	4,25
450	Рядковий	2,82	11046	3917	46812	4,24
	Смуговий	3,04	11066	3640	50464	4,56
500	Рядковий	2,99	11438	3825	49634	4,34
	Смуговий	3,32	11458	3451	55112	4,81
550	Рядковий	3,05	11830	3879	50630	4,28
	Смуговий	3,58	11850	3310	59428	5,02
600	Рядковий	3,06	12230	3997	50796	4,15
	Смуговий	3,66	12250	3347	60756	4,96
Середнє за А	400	2,69	10664	3964	44654	4,19
	450	2,93	11056	3773	48638	4,40
	500	3,15	11448	3634	52290	4,57
	550	3,31	11840	3577	54946	4,64
	600	3,36	12240	3643	55776	4,56

Таблиця 3

**Біоенергетична ефективність вирощування пшениці твердої ярої за впливу підживлень та способу сівби (середнє за 2007–2010 рр.)**

Спосіб сівби	Варіанти підживлень	Урожайність, т/га	Витрати непоновлюваної енергії, МДж		Акумулятивана врожаєм енергія, МДж/га	К <sub>еє</sub>
			на 1 га	на 1 т зерна		
Рядковий (СЗ-3,6)	I	2,85	11404	4002	46883	4,11
	II	2,96	11486	3880	48692	4,24
	III	2,94	13190	4486	48804	3,70
	IV	3,03	14058	4640	49844	3,55
Рядковий (СЗ-3,6)	V	3,07	14926	4862	50502	3,38
	VI	3,00	13272	4424	49350	3,72
	VII	3,10	14140	4561	50995	3,61
	VIII	3,14	15008	4780	51653	3,44
Смуговий (АПП-6)	I	3,18	10027	3153	52311	5,22
	II	3,31	10109	3054	54450	5,39
	III	3,35	11813	3526	55108	4,66
	IV	3,42	12681	3708	56259	4,44
	V	3,47	13549	3905	57082	4,21
	VI	3,39	11895	3509	55766	4,69
	VII	3,51	12763	3636	57740	4,52
	VIII	3,54	13631	3851	58253	4,27
Рядковий («Грейт Плейнз»)	I	2,92	9817	3362	48034	4,89
	II	3,00	9899	3300	49350	4,99
	III	3,04	11603	3817	50008	4,31
	IV	3,09	12471	4036	50831	4,08
	V	3,11	13339	4289	51160	3,84
	VI	3,07	11685	3806	50502	4,32
	VII	3,13	12553	4011	51489	4,10
	VIII	3,17	13421	4234	52147	3,89
Середнє за підживленнями	I	2,98	10416	3506	49076	4,74
	II	3,09	10498	3411	50831	4,87
	III	3,11	12202	3943	51307	4,22
	IV	3,18	13070	4128	52311	4,02
	V	3,22	13938	4352	52915	3,81
	VI	3,15	12284	3913	51873	4,24
	VII	3,25	13152	4069	53408	4,08
	VIII	3,28	14020	4288	54018	3,87

люваної енергії за відносно невеликої прибавки врожайності. Ефект норми висіву залежав від характеру розподілу зерна по площі живлення.

Закономірність вищої ефективності смугового способу сівби за більшої норми висіву відзначалася в усі роки досліджень. Найбільших змін показники енергетичної ефективності зазнавали за впливу погодного чинника. Найвищий показник К<sub>е</sub> за погодних умов 2007 р. становив 3,77; 2008 р. – 6,78; 2009 р. – 4,08; 2010 р. – 3,86.

Як і у досліді з пшеницею твердою ярою, на посівах тритикале ярого біоенергетична ефективність підвищувалася за оптимізації площі живлення для кожної рослини (табл. 2).

Завдяки істотній прибавці врожайності – на 0,36 т/га за смугового способу сівби енергія, акумульована врожаєм, становила 54282 МДж/га – на 12,4% більше, ніж за рядкового способу. Тому за практично рівнозначних витрат енергії К<sub>е</sub> на смугових посівах був більшим, ніж на рядкових (4,74 проти 4,22). Діапазон змін К<sub>е</sub> за впливу досліджуваних чинників був практично рівнозначним: за впливу способу сівби – 12,5%, за впливу норми висіву – 12,1%.

З біоенергетичного погляду оптимальним був варіант смугового способу сівби та норми висіву 550 нас./м<sup>2</sup>. Ця закономірність відзначалася в усі роки досліджень.

Підвищення норми висіву до 600 нас./м<sup>2</sup>, навіть за смугового способу сівби, не окупувалося приростом врожаю зерна через відносно більше зростання енерговитрат на вирощування.

Ефект впливу досліджуваних чинників на зміну біоенергетичних показників більшою мірою виявлявся за оптимізації погодних умов року. Наприклад, у 2008 р. К<sub>е</sub> за оптимізації норми висіву та способу сівби, зріс порівняно з найменш результативним варіантом на 28%, а у 2009 і 2010 рр. – лише відповідно на 19 і 20%.

Розрахунки біоенергетичної ефективності вирощування пшениці твердої ярої за різних варіантів підживлень свідчать про нерівнозначну ефективність цього чинника (табл. 3).

Варіанти підживлення: I – контроль; II – кристалон; III – N<sub>к20</sub>; IV – N<sub>к30</sub>; V – N<sub>к40</sub>; VI – N<sub>к20</sub> + кристалон; VII – N<sub>к30</sub> + кристалон; VIII – N<sub>к40</sub> + кристалон. За усіма способами сівби К<sub>е</sub> був найвищим на варіантах позакоренових підживлень кристалонем. Зокрема, на рядкових посівах сівалкою СЗ-3,6 К<sub>е</sub> становив 4,24 (на 3,0% вище, ніж на контролі), на смугових – 5,39 (на 3,7% вище за контроль).

Застосування сечовини не призводило до збільшення К<sub>е</sub>, оскільки прибавка врожайності на цих варіантах не перекиривала зростаючий рівень витрат енергії. За комплексного внесення сечовини з криста-

Таблиця 4

Біоенергетична ефективність вирощування тритикале ярого за впливу підживлень та способу сівби (середнє за 2007–2010 рр.)

Спосіб сівби	Варіант підживлень	Урожайність, т/га	Витрати непоновлюваної енергії, МДж		Акумульована врожаєм енергія, МДж/га	К <sub>е</sub>
			на 1 га	на 1 т зерна		
Рядковий (СЗ-3,6)	I	2,71	11438	4221	44986	3,93
	II	2,76	11520	4174	45816	3,98
	III	2,78	13224	4757	46148	3,49
	IV	2,82	14092	4997	46812	3,32
	V	2,83	14960	5286	46978	3,15
	VI	2,80	13306	4752	46480	3,49
	VII	2,85	14174	4973	47310	3,34
	VIII	2,87	15042	5241	47642	3,17
Смуговий (АПП-6)	I	3,03	10061	3320	50298	5,00
	II	3,08	10143	3293	51128	5,04
	III	3,12	11847	3797	51792	4,37
	IV	3,17	12715	4011	52622	4,14
	V	3,20	13583	4245	53120	3,91
	VI	3,16	11929	3775	52456	4,40
	VII	3,23	12797	3962	53618	4,19
	VIII	3,27	13665	4179	54282	3,97
Рядковий («Грейт Плейнз»)	I	2,80	9851	3518	46480	4,72
	II	2,85	9933	3485	43310	4,76
	III	2,86	11637	4069	47476	4,08
	IV	2,90	12505	4312	48140	3,85
	V	2,93	13373	4564	48638	3,64
	VI	2,88	11719	4069	47808	4,08
	VII	2,94	12581	4279	48804	3,88
	VIII	2,95	13455	4561	48970	3,64
Середнє за підживленнями	I	2,85	10450	3686	47255	4,55
	II	2,90	10532	3651	46751	4,59
	III	2,92	12236	4208	48472	3,98
	IV	2,96	13104	4440	49191	3,77
	V	2,99	13972	4698	49579	3,57
	VI	2,95	12318	4199	48915	3,99
	VII	3,01	13184	4405	49911	3,80
	VIII	3,03	14054	4660	50298	3,59



лоном формувалися вищі показники біоенергетичної ефективності порівняно з варіантами внесення лише сечовини. Маючи відносно слабкорозвинену кореневу систему і менший період для засвоєння добрив, порівняно з озимою пшеницею, яра пшениця інтенсивно вбирає поживні елементи.

Найвищі показники акумульованої врожаєм енергії (без урахування витрат непоновлюваної енергії) на усіх варіантах сівби були за комплексного внесення кристалону та сечовини ( $N_{к30}$  кг/га). Сівба сівалкою «Грейт Плейнз» забезпечувала вищу біоенергетичну ефективність вирощування пшениці твердої ярої завдяки, по-перше, вищій урожайності, ніж на контролі, по-друге, меншим витратам непоновлюваної енергії на вирощування.

Відзначені закономірності впливу підживлень і способів сівби на показники біоенергетичної ефективності виявлялися в усі роки досліджень. Оптимізація ж погодних умов року сприяла підвищенню К<sub>е</sub> вирощування культури за підживлення кристалоном. Як і у попередньому досліді, на посівах тритикале ярого найвищі показники біоенергетичної ефективності були на варіантах позакорневих підживлень посівів кристалоном.

Підживлення посівів сечовиною забезпечували підвищення врожайності зерна рослин тритикале ярого, зростання ж витрат непоновлюваної енергії призводило до зниження К<sub>е</sub> (табл. 4).

Найбільших змін К<sub>е</sub> вирощування тритикале ярого зазнавав за впливу трофічного чинника: за впливу підживлень він змінювався від 3,59 до 4,59, а за впливу способу сівби – від 3,48 до 4,38.

Погодні умови вносили певні корективи щодо впливу досліджуваних варіантів підживлень на показники біоенергетичної ефективності вирощування. Наприклад, на смугових посівах у менш сприятливих погодних умовах 2007, 2009 і 2010 рр., найвищий вихід енергії з урожаєм зерна з урахуванням витрат був на варіантах підживлень кристалоном – відповідно 31025 МДж/га, 29365 і 32685 МДж/га. У погодних умовах 2008 р. найбільший приріст енергії (без урахування витрат) був на варіанті комплексного підживлення посівів кристалоном і сечовиною у дозі 30 кг/га. Аналогічно була тенденція також на варіантах рядкового способу сівби. Рядкова сівба сівалкою «Грейт Плейнз» була найменш енерговитратною, завдяки цьому значно підвищувалися показники біоенергетичної ефективності вирощування тритикале ярого.

**Висновки.** Максимальна біоенергетична ефективність вирощування пшениці твердої ярої та тритикале ярого була відзначена на варіантах смугового способу сівби. Дослідами встановлено високу ефективність рядкової сівби сівалкою «Грейт Плейнз» у підвищенні показників енергетичної ефективності посівів обох культур порівняно з рядковою сівбою сівалкою СЗ-3,6. Ефект норми висіву значною мірою обумовлювався розподілом рослин по площі живлення. Вищі показники біоенергетичної й економічної ефективності за рядкового способу сівби відзначено за норми висіву 500 нас./м<sup>2</sup>, за смугового – 550 нас./м<sup>2</sup>. Підживлення кристалоном забезпечували найвищі показники біоенергетичної ефективності. Погодні умови, як і способи сівби, вносили помітні зміни в ефективність підживлень. Оптимізація погодних умов року та розподілу рослин по площі живлення забезпечувала найбільший вихід акумульованої врожаєм енергії на варіантах комплексного підживлення посівів обох культур сечовиною у дозі 30 кг/га одночасно із кристалоном у рекомендованій дозі.

#### БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Фатыхов И.Ш. Озимая пшеница в адаптивном земледелии Среднего Предуралья : монография / И.Ш. Фатыхов, Л.А. Толканова, Н.Г. Туктарова ; под ред. И.Ш. Фатыхова. – Ижевск : РИО ФГОУ ВПО «Ижевская ГСХА», 2005. – 156 с.
2. Бажура Ф.Д. Проблемы интенсификации использования машинотракторного парка / Ф.Д. Бажура. – Кишинев : Штиинца, 1990. – 160 с.
3. Бозолова Е.И. Методика биоэнергетической оценки технологии производства продукции растениеводства / Е.И. Бозолова, Е.В. Глинка. – М. : Колос, 1983. – 45 с.
4. Медведовський О.К. Енергетичний аналіз інтенсивних технологій в сільськогосподарському виробництві / О.К. Медведовський, П.І. Іваненко. – К. : Урожай, 1988. – 208 с.
5. Медведовський О.К. Дослідженню та регулюванню родючості ґрунтів – системний біоенергетичний підхід / О.К. Медведовський, Л. І. Нікіфоренко // Вісник с.-г. науки. – 1986. – С. 37–40.
6. Методические указания для подготовки и написания дипломных проектов (работ по экономической и энергетической оценке результатов исследований) / сост. В.П. Мартянов. – Х., 1996. – 30 с.
7. Стрижова Ф.М. Биоэнергетическая и экономическая эффективность производства зерна сортов яровой пшеницы / Ф.М. Стрижова, Л.В. Беленинова // Вестн. Алтайск. гос. аграр. ун-та. Сер.: агрономия. – Барнаул, 2012. – № 3(89). – С. 5–7.
8. Технології та технологічні проекти вирощування основних сільськогосподарських культур: навч. посіб. / О.Ф. Смаглій, О.А. Дереча, П.О. Рябчук та ін. – Житомир : Вид-во ДВНЗ «Держ. агрокол. ун-т», 2007. – 488 с.

УДК 338.432

**Сітковська А.О.***кандидат економічних наук,  
доцент кафедри економічної теорії та економіки сільського господарства  
Дніпропетровського державного аграрно-економічного університету***Пінчук З.В.***кандидат сільськогосподарських наук  
завідувач технологічним відділенням  
Новомосковського коледжу  
Дніпропетровського державного аграрно-економічного університету*

## **ЕФЕКТИВНІСТЬ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОГО ВИРОБНИЦТВА І КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ**

Висвітлено стан ефективності виробництва сільськогосподарської продукції. Визначено напрями, які сприяють формуванню конкурентоспроможності підприємств в аграрній сфері економіки. Розкрито вплив освоєння ринкових механізмів для стабілізації економічної ситуації в сільському господарстві.

**Ключові слова:** ефективність, валова продукція, собівартість, конкуренція, конкурентоспроможність.

### **Ситковская А.А., Пинчук З.В. ЭФФЕКТИВНОСТЬ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОГО ПРОИЗВОДСТВА И КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ АГРАРНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ**

Освещено состояния эффективности производства сельскохозяйственной продукции. Определены направления, которые способствуют формированию конкурентоспособности предприятий в аграрной сфере экономики. Раскрыто влияние освоения рыночных механизмов для стабилизации экономической ситуации в сельском хозяйстве.

**Ключевые слова:** эффективность, валовая продукция, себестоимость, конкуренция, конкурентоспособность.

### **Sitkovska A.O., Pinzyk Z.V. AGRICULTURAL PRODUCTION EFFICIENCY AND COMPETITIVENESS OF AGRICULTURAL ENTERPRISES**

The article is devoted to the state of efficiency of agricultural production. Directions that contribute to the formation of the competitiveness of enterprises in the agricultural sector of the economy are determined. The impact of the development of market mechanisms on stabilization of the economic situation in agriculture is determined.

**Keywords:** efficiency, gross output, prime cost, competition, competitiveness.

**Постановка проблеми.** Аграрні перетворення й інституційні зміни в сільському господарстві не призвели до стрімкого зростання ефективності виробництва в аграрних підприємствах, поліпшенню їх фінансового стану і підвищенню конкурентоспроможності. Сформований і функціонуючий на сьогодні в Україні аграрний сектор економіки за продуктивністю та ефективністю поступається існуючому в країнах ближнього і дальнього зарубіжжя.

Ринкова економіка стимулює виробництво таких продуктів, які приносять дохід, що покриває всі витрати і дає нормальний прибуток. Конкуренція змушує підприємства застосовувати найбільш продуктивні технології і комбінацію ресурсів, яка економічно найбільш ефективна. Конкурентна ринкова система інформує постачальників ресурсів, підприємства та організації про зміни в попиті, впливає на їхні мотиви.

Однак більшість вітчизняних аграрних підприємств ще не готова конкурувати із підприємствами країн ближнього зарубіжжя. Налагодження євроінтеграційних відносин вже сьогодні змушує вирішувати питання щодо підвищення результативності сільськогосподарського виробництва та поліпшення конкурентоспроможності продукції вітчизняних товаровиробників. А тому актуальним залишається проблема підвищення економічної ефективності виробництва з урахуванням євроінтеграційного напрямку розвитку економічних відносин, що зумовлює необхідність переорієнтації виробництва аграрних підприємств до конкурентоспроможної продукції.

**Аналіз останніх досліджень та публікацій.** Питання теорії, методології і практики конкурентоспроможності продукції досліджували вітчизняні

економісти А. Бабенко, З. Борисенко, Ю. Голляк, Г. Кулешова, Н. Мазур, Т. Олійник, Б. Супіханов та інші.

Проблеми, пов'язані з адаптацією сільськогосподарських підприємств до умов ринку, досліджували В.І. Бойко, В.І. Криворучко, В.Я. Месель-Веселяк, П.Т. Саблук, О.М. Шпичак, В.В. Юришин.

Основні теоретичні положення формування конкурентоспроможності підприємств розглянуті в працях вітчизняних і зарубіжних вчених Г. Азоева, В. Андрійчука, С. Кваші, Д. Легези, М. Малика, В. Месель-Веселяка, Л. Михайлової, П. Саблука та інших.

Дослідники визначають конкурентоспроможність підприємства як рівень його компетенції щодо інших підприємств – конкурентів у нагромадженні та використанні виробничого потенціалу певної спрямованості [3]. Відзначають також, що підприємство стає конкурентоспроможним при реалізації його потенціалу, що дозволяє сформувати стійкий ринкову перевагу [1]. Завдяки розкриттю і застосуванню прихованих можливостей підприємства можливе досягнення не тільки сталої ринкової переваги, але і стану сталої розвитку.

Проте значна частина питань, пов'язаних з розвитком та підвищенням ефективності виробництва та конкурентоспроможністю аграрних підприємств, обґрунтуванням пропозицій щодо подальших перспектив розвитку різних форм господарювання за ринкових умов потребують подальших досліджень, що зумовили вибір теми, завдання і мету статті.

**Мета статті.** Обґрунтування стану ефективності сільськогосподарського виробництва та факторів, які обумовлюють стан конкурентоспроможності аграр-

них підприємствах в сучасних умовах господарювання.

**Виклад основного матеріалу.** В процесі становлення євроінтеграційних відносин та розвитку ринку необхідно враховувати характерні особливості сільського господарства, яке цілком базується на процесах відтворення і продуктивного використання економічних ресурсів, головним з яких є земля. У цьому зв'язку збереження природних ресурсів і забезпечення сучасних технологічних змін для стабільного задоволення потреб населення в продуктах харчування є стратегічною метою довгострокового стійкого розвитку аграрного сектору, а це означає що необхідно посилити увагу до застосування інноваційно-екологічних технологій для забезпечення економічної ефективності сільськогосподарського виробництва і конкурентоспроможності підприємств.

Конкурентне середовище в сільському господарстві відрізняється тим, що її характеризують численність конкурентів і наявність численних бар'єрів на шляху виробництва сільськогосподарської продукції, вступ до ринку, коли монополізм переробних підприємств та державне регулювання перешкоджають розвитку конкуренції.

Конкуренція в сільському господарстві, на наш погляд, формується одночасно за двома напрямками: по-перше, це конкуренція між господарствами, з різними формами власності і господарювання, по-друге, – це конкуренція між усіма товаровиробниками за найбільш вигідні економічні умови діяльності та фінансові результати. Конкуренція між господарствами з різними формами власності поки проявляється незначно. В сільському господарстві країни функціонує 55,9 тис. сільськогосподарських підприємств, з них фермерські господарства, що складають 73,1% від загальної кількості підприємств. Водночас у виробництві сільськогосподарської продукції ситуація дещо інша (табл. 1).

Так у 2005 р. сільськогосподарські підприємства створили 40,5% валової продукції сільського господарства, в той час як фермерські господарства лише 4,6%. В 2013 р. ситуація змінилася, в секторі сільськогосподарських підприємств вироблено 54,0% валової продукції сільського господарства, в той час як фермерські господарства збільшили свою частку на 3 в.п..

Потужним виробником сільськогосподарської продукції залишається сектор господарств населення, який в 2013 р. забезпечував 46% валової продукції сільського господарства.

Конкуренції між товаровиробниками інколи є гальмівним фактором у сучасних умовах роз-

витку, особливо за відсутність у більшості господарств власних оборотних коштів для виробництва, що пов'язано з чинниками не лише внутрішнього впливу, але й зовнішніх факторів. І все ж господарства намагаються відшукати альтернативні джерела фінансування, ринки збуту тощо. Поки ця альтернатива найбільш реальна стосовно тієї продукції, яка не вимагає подальшої переробки. Існує реалізація продукції за межі локальних ринків і в країни ближнього і далекого зарубіжжя. Про виникнення нових ринків можна судити по появі нових каналів реалізації продукції.

Однак обмеження ринку в попиті, нерозвиненість системи торгівлі зумовили те, що значна частка цієї швидкокоштовної продукції реалізувалася за старими каналами. Але з розвитком ринку і конкуренції в останні роки питома вага заготівельних організацій в загальному обсязі реалізованої продукції стала збільшуватися. Розширення ринку і зміна каналів реалізації сприяє появі конкуренції на ринку продукції сільського господарства.

Вже зараз, коли ще формується ринкова інфраструктура, господарства – виробники продукції виступають в якості продавців і пропонують значну кількість продукції.

Особливе значення в питанні формування міжгосподарської конкуренції відводиться фермерським господарствам, як ефективній формі виробництва. Вони все більше збільшують виробництво, створюють альтернативний господарствам сектор економіки, активно вступають в ринок і конкурують на ньому з іншими постачальниками продукції.

Природно, що фермерські господарства поки не створюють достатнього рівня конкуренції великим сільськогосподарським підприємствам на ринку продукції, але очевидно, що в сільському господарстві роль фермерських господарств буде зростати. Річ в тім, що продуктивність праці в селянських господарствах вище, ніж у великих сільгосппідприємствах.

Формування конкуренції в аграрному секторі відбувається різними шляхами. Основними напрямками формування конкуренції можуть бути:

- збільшення обсягів виробництва і переробки продукції, що підвищить конкурентоспроможність сільськогосподарської продукції і підприємств загалом;

- нарощування обсягів виробництва тваринницької продукції за допомогою держави виробництва та в господарствах, що мають прогресивні технології, високопродуктивну худобу, комплекси і спеціалізовані господарства;

Таблиця 1

**Валова продукція сільського господарства за категоріями господарств, тис. грн.**

Показники	2005	2010	2011	2012	2013
Усі категорії господарств					
Валова продукція – всього	179605,8	194886,5	233696,3	223254,8	252859,0
Сільськогосподарські підприємства					
Валова продукція – всього	72764,7	94089,0	121053,7	113082,3	136590,9
Фермерські господарства					
Валова продукція – всього	8177,5	11965,8	16192,5	14111,1	19091,4
Господарства населення					
Валова продукція – всього	106841,1	100797,5	112642,6	110172,5	116268,1
Вироблено сільгосппродукції всіма категоріями господарств					
на одну особу, грн.	3813	4249	5113	4897	5559
на 100 га с.-г. угідь, тис. грн.	471,0	523,7	629,4	601,5	681,3

Джерело: [2]

- інтеграція сільськогосподарських і переробних підприємств;
- подальша підтримка державою розвитку фермерських господарств шляхом їх пільгового кредитування, оподаткування;
- стимулювання державних і регіональних закупівель продукції за ринковими цінами, що гарантує високу рентабельність;
- захист внутрішнього регіонального ринку для задоволення потреби населення в продовольстві власного виробництва;
- державна підтримка розвитку соціальної сфери на селі.

На стан конкуренції можуть надати великий вплив освоєння ринкових механізмів стабілізації економіки і зокрема:

1. Удосконалення організаційних структур, адекватних ринку (маркетингових, інформаційних, консультативних і т.д.), здатних використовувати кон'юнктуру ринку, фінансові та інші джерела для підвищення ефективності реалізації продукції.

2. Створення інфраструктури ринку продукції (сховища, холодильні господарства, транспортне обслуговування).

3. Підготовка кадрів для роботи в ринкових умовах. Великий вплив на формування конкуренції може надати структурна перебудова виробництва продукції і, зокрема вдосконалення галузевої структури виробництва в кожному господарстві залежно від конкретних умов, попиту і пропозиції, раціонального використання природних та економічних умов.

Потребує вдосконалення і регіональна структура виробництва, зокрема. визначення оптимальних зон і концентрації виробництва зернових культур, цукрових буряків, соняшнику, м'яса і молока для задоволення потреб області.

Розвитку конкуренції в аграрному секторі сприятимуть також організаційні заходи. Вони включають оптимальне поєднання та інтеграцію різних форм господарювання, надання підприємствам усіх форм власності рівних економічних умов для розвитку, підвищення зацікавленості працівників у результатах праці, поліпшення матеріально-технічного забезпечення.

Слід зазначити, що нині є всі необхідні передумови для розвитку конкуренції між сільськогосподарськими підприємствами. Вони самі визначають структуру посівних площ і поголів'я худоби, ринки збуту продукції, час реалізації, беруть участь у визначенні ціни. Але конкурентна боротьба між ними по суті справи відсутня.

Для стабільної роботи господарств необхідно як державне, так і регіональне стимулювання закупівель продукції на договірних умовах, що передба-

чають всебічну підтримку розвитку виробництва та його високу прибутковість. Тільки за цих умов підвищиться конкурентоспроможність сільськогосподарської продукції підприємств.

Особливий вплив на формування конкуренції в сільському господарстві мають взаємовідносини між господарствами виробниками сільськогосподарської продукції та підприємствами переробки. Конкуренція між ними проявляється на ринку збуту продукцію, у встановленні ціни на продукцію сільського господарства, яка для переробного підприємства є сировиною.

У сільському господарстві на конкурентоспроможність впливає велика кількість господарств-виробників і низька питома вага продукції одного господарства на ринку, що не дозволяє цим господарствам істотно впливати на ціну своєї продукції. У той же час у переробній промисловості всі підприємства є локальними монополістами. У силу економічної прихильності господарств-постачальників до конкретної території та їх великої кількості, підприємства-переробники сільськогосподарської продукції диктують свої ціни реалізації. Слід також зазначити, що можливості змови серед переробників реальніші, ніж у більшості господарств, виробників сільськогосподарської продукції.

Монополізм підприємств-переробників сприяє перерозподілу доходів із сільського господарства в інші галузі, а це призводить до фінансової неспроможності господарств удосконалювати і розширювати виробництво, відсутності матеріальної зацікавленості працівників сільського господарства у розвитку виробництва.

Не менш важливим фактором, який впливає на стан сільськогосподарського виробництва та конкурентоспроможність є зростання ціни на промислову продукцію і на цій підставі на собівартість продукції. Ціни реалізації сільськогосподарської продукції аграрними підприємствами збільшувалися повільніше. Саме ж виробництво продукції практично залишалося на одному рівні або зростало незначними темпами. Зростання витрат на виробництво і вартості продукції в поточних цінах обумовлене зростанням цін на промислову продукцію. За рахунок цих «ножиць» і утворюються значні збитки в сільськогосподарських підприємствах.

Зростання збитків сприяв значний ріст матеріальних витрат на виробництво продукції за рахунок зростання цін на матеріальні ресурси. У структурі загальних витрат вони стали займати близько 70% (без амортизації) у 2013 р., тоді як у 1990 р. їх частка займала 49,4%. Сьогодні їх частка постійно зростає, що також знижує конкурентоспроможність продукції і не дозволяє аграрним підприємствам збільшити оплату праці працівників.

Таблиця 2

## Ефективність сільськогосподарського виробництва в аграрних підприємствах

Показники	2005	2010	2011	2012	2013
Прибуток, збиток (-) від реалізації сільськогосподарської продукції, млн. грн.	1253,2	12750,5	19926,0	20199,4	11804,3
у тому числі: продукція рослинництва	900,2	11375,9	17322,7	17029,8	8977,8
продукція тваринництва	353,0	1374,6	2603,3	3169,6	2826,5
Рівень рентабельності виробництва сільськогосподарської продукції, %	6,8	21,1	27,0	20,5	11,2
у тому числі: продукція рослинництва	7,9	26,7	32,3	22,3	11,1
продукція тваринництва	5,0	7,8	13,0	14,3	11,3

Джерело: [2]



Водночас собівартість прямо впливає на результати роботи підприємства і стан їх конкурентоспроможності (табл. 2).

Виробництво сільськогосподарської продукції в Україні є ефективним. Водночас вищий рівень ефективності досягається в галузі рослинництва порівняно з тваринницькою галуззю. Однак рівень рентабельності, який отримують в даній галузі є низьким, що зумовлено саме високим рівнем матеріальних витрат у структурі виробництва.

**Висновки.** Проведений аналіз дозволяє зробити висновок, що сформована система взаємовідносин в аграрній сфері економіки не сприяє розвитку сільськогосподарського виробництва та підвищення його конкурентоспроможності.

Склад агропромислового комплексу може здійснювати істотний вплив на стан конкуренції. Виробництво сільськогосподарської продукції розосереджено у великій кількості різних організаційно-правових форм підприємств і жодне з них не має визначальної ролі на ринку продукції. І навпаки – наявність невеликого числа підприємств, які здійснюють заготівлю і переробку продукції, призводить до локального монополізму, знижує конкуренцію і можливість підвищення ефективності виробництва.

Водночас на ефективність сільськогосподарського виробництва та рівень конкурентоспроможності підприємства на ринку впливає собівартість і матеріальність продукції, тобто рівень витрат на виробни-

цтво продукції, на основі яких він встановлює ціну продажу, має можливість її регулювати залежно від якості, попиту, пропозиції тощо. В умовах зростання цін на матеріальні ресурси собівартість продукції підвищується, що стимулює виробника підвищувати ціну реалізації продукції, тим більше в умовах інфляції. Однак, незважаючи на стійкий попит на продукцію, торгові посередники та заготівельники встановлюють свої ціни, як правило, занижені. При відсутності своєї переробки, складів, нестачі обігових коштів і грошових ресурсів і в силу властивостей продукції сільського господарства, що вимагає її швидкої реалізації, сільськогосподарські товаровиробники змушені реалізувати продукцію на умовах, часто не вигідних і збиткових для них. Цьому сприяє також відсутність державного та регіонального регулювання цін, невтручання їх у процеси реалізації, а також недостатня кооперація та інтеграція товаровиробників із заготівельними та переробними підприємствами. Все це знижує конкурентоспроможність продукції та аграрних підприємств.

#### БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Азоев Г.Л. Конкурентные преимущества фирмы / Г.Л. Азоев, А.П. Челенков. – М.: Центр экономики и маркетинга, 1998. – 287 с.
2. Сільське господарство України за 2013 р. – К.: ТОВ «Август трейд». 2014. – 390 с.
3. Шершньова З.Є. Стратегічне управління / З.Є. Шершньова. – К.: КНЕУ, 2004. – 699 с.

УДК 339.133.017:330.16

**Скригун Н.П.**

*кандидат економічних наук,  
доцент кафедри маркетингу*

*Національного університету харчових технологій*

**Пірнак М.В.**

*студентка*

*Національного університету харчових технологій*

## СПОЖИВЧА ЛОЯЛЬНІСТЬ: СУТНІСТЬ ТА ОСОБЛИВОСТІ

Розглянуто сутність споживчої лояльності, а також її особливості. Проаналізовано підходи щодо поняття «лояльність». Запропоновано авторське бачення споживчої лояльності з урахуванням сучасних підходів до визначення сутності цієї маркетингової категорії.

**Ключові слова:** маркетинг, споживач, лояльність, споживча лояльність, бренд.

### **Скригун Н.П., Пірнак М.В. ПОТРЕБИТЕЛЬСКАЯ ЛОЯЛЬНОСТЬ: СУЩНОСТЬ И ОСОБЕННОСТИ**

Рассмотрены сущность потребительской лояльности, а также ее особенности. Проанализированы подходы относительно понятия «лояльность». Предложено авторское видение потребительской лояльности с учетом современных подходов к определению сущности этой маркетинговой категории.

**Ключевые слова:** маркетинг, потребитель, лояльность, потребительская лояльность, бренд.

### **Skryhun N.P., Pirnak M.V. CONSUMER LOYALTY: ESSENCE AND FEATURES**

The essence of consumer loyalty and its features is considered. Approaches in relation to a concept "loyalty" are analyzed. The author's vision of the consumer loyalty is offered taking into account the modern approaches to the determination of essence of this marketing category.

**Keywords:** marketing, consumer, loyalty, consumer loyalty, brand.

**Постановка проблеми.** З підсиленням конкуренції підприємства активніше намагаються завоювати прихильність споживачів і за рахунок цього максимізувати свої прибутки. Успішна діяльність компанії як на внутрішньому, так і на зовнішніх ринках пере-

дусім залежить від ставлення споживачів до продукції, тобто від їхньої лояльності як до компанії, так і до її товарів.

Споживча лояльність є важливим фактором успіху у конкурентній боротьбі за прихильність спо-

живача і, тим самим, успішну діяльність компанії. Саме тому більшість сучасних підприємств зосереджують свою увагу не лише на тому, щоб залучити споживачів, а більше – утримати й створити довгострокові взаємовідносини з ними.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Багато іноземних та вітчизняних фахівців займаються вивченням поняття споживчої лояльності, зокрема, Д.А. Аакер [1], А.Г. Андреев [2], Н.В. Богомаз [3], Н.В. Бутенко [4], С. Бутчер [5], П. Гембл [6], Е.П. Голубков [7], М.Н. Димшиц [8], Д. Дірлав [9], И.Н. Дзюменко [10], Л.О. Иванова [11], Т.Л. Кейнінгом [12], Котлер Філіп [13], Н.С. Носова [14], Ф.Ф. Райхельд [17], Н.В. Рибачук [18], Дж. Россітер [19], У. Уеллс [20], Д. Хойер [22], А.В. Цисар [23], а також А.Л. Ballinger [24], Alan S. Dick [25], Dwayne D. Gremler [26], J. Griffin [27], J. Jacoby [28], Lawfer M.R. [29], J. Liesse [30], R. Oliver [31], J. Hofmeyr [32], A.M. Schuller [33], J.N. Sheth [34] та інші.

На основі теоретичних досліджень наукових праць провідних вчених в сфері маркетингу встановлено, що попри наявність значних наукових доробок єдиного підходу щодо визначення сутності лояльності не існує й дотепер, що вказує на складність, неоднозначність, важливість цієї маркетингової категорії та обумовлює необхідність її подальшого дослідження.

**Мета статті.** На основі викладеного можна сформулювати завдання, яке полягає в уточненні поняття «лояльність» з урахуванням сучасних підходів до визначення сутності цієї маркетингової категорії.

**Виклад основного матеріалу.** Одним з основних завдань маркетингу є поповнення та утримання існуючої клієнтської бази, основний склад якої становлять лояльні споживачі, які зазвичай відповідають таким вимогам: готові платити більше саме за цей продукт; регулярно здійснюють повторні покупки; купують широкий спектр продукції компанії; рекомендують цей продукт іншим споживачам; не реагують на пропозиції конкурентів.

Споживач набуває статусу лояльного, переживши позитивний досвід, пов'язаний з певною торговою маркою, а тим паче – брендом. У нього формується позитивне ставлення до продукції цієї торгової марки і в майбутньому така покупка може повторюватись, незважаючи на пропозиції конкурентів. У результаті вдалої покупки, що повністю виправдала (а в деяких випадках навіть перевершила) очікування покупця, він починає лояльно ставитися не лише до купленого товару, а й до усього асортименту продукції та послуг та відповідно до торгової марки та підприємства, що його виробляє. Такий клієнт охоче і без значних вагань придбає новинки, що належать саме цій фірмі. Саме так формуються відносини між лояльним споживачем та компанією, основою яких стає довіра. З огляду на зазначене лояльних споживачів можуть мати переважно прибуткові та стабільні фірми, широко відомі на ринку.

Проте аналіз показав, що для отримання лояльного клієнта потрібно не обов'язково лише підкорити його якісним продуктом, варто завоювати моральну прихильність споживача. Багато покупців відчувають приязнь до певної торгової марки або бренду, що зароджується на дещо вищому рівні сприйняття – чуттєвому. Тому часто, роблячи свій вибір, покупець керується не лише раціональною складовою (якісно, недорого), а й ірраціональною (подобається саме це).

Незважаючи на наявність підвищеної уваги до лояльних споживачів вітчизняних і закордонних учених та різноманіття думок вчених щодо тракту-

вання сутності лояльності, фахівці не одноставні у визначенні цієї маркетингової категорії. Найбільш поширені визначення поняття «лояльність» узагальнено у таблиці 1.

Як бачимо з таблиці 1, у роботах багатьох вчених визначення лояльності подано не зовсім чітко. У деяких працях вчені використовують замість терміну «лояльність» слово «відданість», що, на нашу думку, є синонімом цього поняття.

Поняття «лояльність» за своїм змістом охоплює різні аспекти в стосунках клієнт (споживач) – підприємство (марка), тобто передбачає взаємодію споживача з підприємством, їх довгострокові взаємовідносини. Як зазначає Ф. Райхельд «Лояльний споживач не змінює джерело цінностей і рекомендує його своєму оточенню» [17]. Р. Олівер твердить, що лояльність є глибокою прихильністю споживача й надалі купувати обраний ним продукт, незважаючи на ситуаційні фактори [31], тому для підприємства лояльний споживач – незмінне джерело прибутків протягом років.

На думку У. Уеллса [20], лояльність у відношенні до торгової марки – це «коли товар привабливий споживачам мірою, достатньою для здійснення повторної покупки». Тобто в основі поняття лояльності лежить здійснення повторної покупки. Дж. Россітер і Л. Персі лояльність представляють «як регулярне придбання продукту даної марки, засноване на тривалому з нею знайомстві і сприятливому до неї ставленні» [19]. Наслідуючи схему повторної покупки, споживач дає зрозуміти, що товар цієї марки дуже добре задовольняє його потреби або в нього сформувалася особиста прихильність до цієї марки. А.Г. Андреев тлумачить лояльність, як рішення в основному про регулярне споживання тієї чи іншої марки – свідомо чи несвідомо, що виражається через увагу та поведінку [2].

Лояльність, згідно з Д. Аакером як міра прихильності споживача до марки показує, який саме ступінь ймовірності переходу споживача на іншу марку, особливо, коли вона зазнає змін по ціновим або іншим показникам. Схильність споживача до сприйняття дій конкурентів знижується при зростанні рівня його лояльності до марки [1]. Наслідуючи таке визначення, більшість компаній вважає суттєво важливішим утримання вже існуючих лояльних клієнтів, аніж залучення нових.

Л.О. Иванова та О.М. Музыка [11] чітко розмежовують такі аспекти лояльності, як поведінковий та сприйманий. Поведінковий аспект лояльності визначається поведінкою споживача при купівлі товару/послуги, а сприйманий аспект лояльності формується наданням переваги і думками споживачів, він вимірюється за допомогою опитувань.

Дослідження довели, що Якобі, Якоб і Честнат, а також Такер [28] притримуються поведінкового погляду щодо лояльності, яка є фактором реальної поведінки споживача (behavioral loyalty approach), що вимірюється показниками обсягу повторних покупок, тривалості відносин з постачальником, прибутку від конкретного покупця (або сегмента покупців).

Свою чергою, J. Liesse [30] і S. Schlueter [33] вважають, що прихильність марці може бути наслідком її емоційного впливу, чи її впливу на самооцінку споживача. Гремлер і Браун вважають, що близько 75% усіх рішень щодо покупки послуг засновані на ставленні до бренду/фірми і на емоціях [26]. Знаний спеціаліст в області маркетингу Ф. Котлер пропонує розглядати підходи до лояльності через призму людської

Таблиця 1

## Наукові підходи до визначення сутності поняття «лояльність»

№	Автор	Визначення
1	А.Д. Аакер [1]	Лояльність як «міра прихильності споживача бренду». На його думку, лояльність показує, який ступінь ймовірності перемикання споживача на інший бренд, в особливості, коли він зазнає зміни за ціновими або будь-якими іншими показниками. При зростанні лояльності знижується схильність споживачів до сприйняття дій конкурентів.
2	А.Г. Андреев [2]	Рішення насамперед про регулярне споживання того чи іншого бренду (усвідомлене чи неусвідомлене), що виражається через увагу або поведінку.
3	Н.В. Бутенко [4]	Лояльність – це віддання переваги споживачем певному товару чи послугі, що формується в результаті узагальнення відчуттів, емоцій, думок відносно цього товару або послуги. Лояльність споживачів – це їх схвальне ставлення до продуктів, послуг, сервісу, торгової марки, логотипу, зовнішнього вигляду, персоналу, місця продажу тощо певної компанії. Схвальне ставлення або тенденція обирати продукт чи послугу компанії виявляється в діях покупців.
4	П. Гемпбл, М. Стоун, Н. Вудкок [6]	Споживач може бути відданий одночасно кільком конкуруючим між собою компаніям. Але ні повторна покупка, ні «раціональна відданість» не пояснюють природу лояльності.
5	Гремлер і Браун [26]	Лояльність – це ступінь, до якого споживач здійснює повторні покупки, має позитивне ставлення до постачальника і, коли виникає потреба в послугах, розглядає тільки одного (того самого) постачальника.
6	Е.П. Голубков [7]	Міра прихильності споживача до певної торгової марки (організації).
7	Гріффін [27]	Лояльний споживач – це споживач, який робить регулярні покупки, причому купує не тільки певний продукт, але й інші продукти та послуги оператора, має певний імунітет проти конкурентів і рекомендує продукт іншим людям.
8	М. Димшиц [8]	Розглядає купівельну лояльність виключно з погляду поведінкової характеристики: вибір того ж бренду при повторній покупці в товарній групі і перевага того ж місця обслуговування (магазину, салону, торгового центру, кінотеатру і т.д.) при повторному поході за покупками. Тільки конкретна поведінка, конкретні суми, витрачені повторно на той самий товар, або вибір того ж місця можуть розглядатися як вимірний і контрольований параметр споживчої поведінки.
9	Д. Дірлав [9]	Лояльність клієнта – це результат психологічного контракту між брендом і споживачем.
10	Дж. Джейкоб і Р.В. Чеснат [28]	Упереджена (не випадкова) поведінкова реакція (тобто купівля), що виражається періодично певним центром прийняття рішень стосовно одного або більше альтернативних брендів з групи таких брендів, а також є психологічною функцією процесів прийняття рішень, оцінки.
11	І.Н. Дзюменко С.В. Никифорова [10]	Лояльність – це вірність партнерів загальним цілям і інтересам, які повинні переважувати над особистими поточними вигодами.
12	Ф. Котлер [13]	Лояльність розглядається як перевага споживача, яке формується в результаті уособлення почуттів, емоцій, думок відносно організації та послуг.
13	Компанія Мак-Кінсі [15]	Лояльні споживачі – споживачі, які зберігають рівень покупок на колишньому рівні або збільшують його.
14	Ж. Л'есс, С. Шлютер [30, 33]	Споживач слідує схемі повторної покупки, тому що саме ця торговельна марка добре задовольняє його потреби або тому що у нього формується особиста прихильність марці.
15	Мензі Лауфер [29]	Певна діяльність споживачів, які купують бренд і рекомендують його іншим на повторюваній основі.
16	Н.С. Носова [14]	Позитивне ставлення і сталість у зверненні до послуг однієї і тієї ж компанії.
17	Р. Олівер [31]	Лояльність – це глибока прихильність споживача надалі купувати обраний ним продукт, незважаючи на ситуаційні фактори, серед яких – маркетингові кампанії, що надають йому пробувати продукти інших постачальників.
18	Л. Персі і Дж. Россітер [19]	Лояльність «як регулярне придбання продукту даної марки, засноване на тривалому з нею знайомстві і сприятливому до неї ставленні».
19	Петриченко П.А. [15]	Лояльність – це високий рівень довіри клієнта до конкретної організації або торговельної марки, внаслідок чого клієнт не розглядає конкуруючі пропозиції від інших організацій (торгівельних марок).
20	Ф. Райхельд [17]	Лояльність як відданість власному джерелу цінності. Лояльний покупець не змінює джерело цінностей, тобто раз у раз купує товар або послугу, і рекомендує його своєму оточенню.
21	У. Уеллс [20]	Лояльність по відношенню до торгової марки – це «коли товар привабливий споживачам мірою, достатньою для здійснення повторної покупки».
22	Р. Фоксол [21]	Лояльність – перевага однієї марки при кожній покупці продукту. Він зазначає, що «споживач слідує моделі повторної покупки тому, що саме ця торгова марка досить добре задовольняє його потреби, або тому що у нього формується особиста прихильність до марки». Крім цього, «дана марка надає всі очікувані вигоди, відповідає стилю життя споживача або ж її характер (образ) збігається з характером споживача».
23	Д. Хойер [22]	Лояльність споживачів – почуття, яке спонукає людей платити гроші саме за продукцію підприємства.
24	Я. Хофмеєр, Р. Бутч [32]	Споживач дуже часто купує саме товар того бренду, який представлений в цей момент на ринку. Також спостерігається ситуація, при яких споживач в змозі купити лише цей бренд. Таким чином, лояльність до бренду – «стійка поведінкова реакція відносно певного бренду, що виникла в результаті психологічного процесу оцінки». Тобто, лояльність – тенденція споживача купувати бренд знову і знову, тому що споживач віддає йому перевагу над усіма іншими.
25	А.В. Цисар [23]	Ступінь нечутливості поведінки покупців товару чи послуги до дій конкурентів – таким як зміни цін, товарів, послуг – супроводжуваний емоційною прихильністю до товару чи послуги Х.
26	Н. Шет і Вен Парк [34]	Позитивно упереджена, емоційна, оцінкова і/або поведінкова прихильність відносно до брендів, маркованих або класифікованих альтернатив або вибору індивідуума в межах його можливостей як користувача, людини, що приймає рішення і/або покупця.
27	Якобі, Якоб, Чеснат, Такер [28]	Лояльність – це фактор реальної поведінки споживача (behavioral loyalty approach), яке вимірюється показниками обсягу повторних покупок, тривалості відносин з постачальником, прибутку від конкретного покупця (або сегмента покупців).

Джерело: складено автором на основі [1; 2; 4; 6; 8; 9; 10; 12; 13; 14; 15; 17; 19; 20; 21; 22; 23; 26; 27; 28; 29; 30; 31; 32; 33; 34]



душі [13]. П. Гембл, М. Стоун, Н. Вудкок [6], будучи прихильниками емоційної складової лояльності, водночас не заперечують і наявність її раціональної складової. Покупець водночас надає перевагу відразу декільком конкуруючим між собою фірмам. Вчені стверджують (і ми погоджуємося з такою думкою), що пояснити природу лояльності лише повторною покупкою чи емоційним станом неможливо. Подібну думку висловлюють Димшиц [8], який розглядає купівельну лояльність виключно з погляду поведінкової характеристики та Дірлав [9], який стверджує, що «лояльність клієнта – це результат психологічного контракту між брендом і споживачем». Тобто вчені є прихильниками думки, що лояльність нерозривно поєднана з поведінковою складовою споживача по відношенню до даної марки., А.Г. Фоксол [21] зазначає, що «споживач слідує моделі повторної покупки тому що саме ця торгова марка досить добре задовольняє його потреби, або тому, що у нього формується особиста прихильність до марки» і більше того, «дана марка надає всі очікувані вигоди, відповідає стилю життя споживача або ж її характер (образ) збігається з характером споживача». У такому випадку лояльні споживачі споріднюють обраний ними бренд з власними характеристиками та особливостями.

На основі результатів проведеного аналізу та всебічного вивчення підходів щодо визначення сутності лояльності споживачів вважаємо, що лояльність – це ступінь прихильності споживача до певної марки або бренду, який сформувався під впливом певних чинників, що надають йому перевагу над конкурентами (діапазон ціни, висока якість або рівень сервісу, емоційна прихильність або відповідний психологічний образ), який забезпечує регулярні покупки продукції цієї марки надалі та байдужість споживача до товарів конкурентів.

**Висновки.** Отже, проведене дослідження дозволило зробити висновок щодо існування різноманітності наукових підходів до визначення складного та багатогранного маркетингового поняття «лояльність споживача». Проаналізувавши підходи провідних вчених та враховуючи специфіку вітчизняного ринку, було запропоновано власне визначення лояльності. Пріоритетними напрямками подальших наукових досліджень вважаємо подальше вивчення методів оцінювання лояльності споживачів до підприємства та його продукції задля формування ефективних маркетингових інструментів впливу на поведінку споживача.

#### БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Аакер Д.А. Создание сильных брендов : пер. с англ. / Д.А. Аакер. – М. : Изд. дом Гребенникова, 2008. – 440 с.
2. Андреев А.Г. Лояльный потребитель – основа долгосрочного конкурентного преимущества компании / А.Г. Андреев. – М. : Маркетинг и маркетинговые исследования, 2003. – 116 с.
3. Богомаз Н.В. Метод інтегральної оцінки ставлення споживачів до торговельної марки / Н.В. Богомаз, О.В. Зозульов // Маркетинг в Україні, 2002. – № 6(16). – С. 30–33.
4. Бутенко Н.В. Основи маркетингу / Н.В. Бутенко. – К. : Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет», 2006. – 140 с.
5. Бутчер С. Программы лояльности и клубы постоянных клиентов : пер. с англ. Е.В. Трибушиной / С. Бутчер. – М. : Вильямс, 2006. – 272 с.
6. Гембл П. Маркетинг взаимоотношений с потребителями : пер. с англ. / П. Гембл, М. Стоун, Н. Вудкок. – М. : Фаир-Пресс, 2007. – 295 с.
7. Голубков Е.П. Маркетинг. Словарь терминов / Е.П. Голубков – М. : Дело и Сервис, 2012. – С. 76.
8. Димшиц М.Н. Потребительская лояльность: механизмы повторной покупки / М.Н. Димшиц. – М. : Вершина, 2007. – 196 с.
9. Дирлав Д. Избранные концепции бизнеса. Теории, которые изменили мир / Д. Дирлав. – М. : Олимп-Бизнес, 2007. – 252 с.
10. Дзюменко И.Н. Формирование системы управления лояльностью сетевых партнеров / И.Н. Дзюменко, С.В. Никифорова // Научные основы экономики и управления предпринимательской деятельностью. – СПб. : Изд-во СПбГУЭФ, 2007. – С. 34–40.
11. Иванова Л.О. Лояльність споживачів та формування їх видів на споживчому ринку / Л.О. Иванова, О.М. Музика // Науковий вісник НЛТУ України, 2013. – 167 с.
12. Кейнингем Т.Л. Мифы о маркетинге лояльности потребителей / Л. Тимоти, Т.Л. Кейнингем, Терри Г. Вавра, Лержан Аксой, Генри Уоллард. – М. : Добрая книга, 2007. – 344 с.
13. Котлер Филипп. Маркетинг 3.0. От продуктов к потребителям и далее – к человеческой душе : пер. с англ. / Филипп Котлер. – М. : Эксмо, 2011. – 240 с.
14. Носова Н.С. Лояльность клиентов, или Как удержать старых и привлечь новых клиентов / Н.С. Носова. – М. : «Дашков и К»; Саратов: ООО «Анлейс», 2012. – С. 7.
15. Петриченко П.А. Лояльність клієнтів на споживчому ринку: основні поняття і тенденції розвитку / П.А. Петриченко, О.В. Рудінська, С.А. Яроміч // Бізнесінформ, 2012. – № 5 – С. 255–257.
16. Психология. Словарь. – М. : Политиздат, 1990. – 165 с.
17. Райхельд Ф.Ф. Эффект лояльности: движущие силы экономического роста, прибыли и непреходящей ценности : пер. с англ. / Ф.Ф. Райхельд. – М. : «Вильямс» 2005. – 384 с.
18. Рибачук Н.В. Формування лояльності споживачів як одного з основних чинників функціонування аптечної установи / Н.В. Рибачук, Т.О. Журю // Ефективна економіка. – 2014 – № 7.
19. Росситер Дж. Реклама и продвижение товаров : пер. с англ. / Дж. Росситер, Л. Перси ; под ред. Л.А. Волковой. – СПб. : Питер, 2000. – 656 с.
20. Уэллс У. Реклама: принципы и практика / У. Уэллс, Дж. Бернет, С. Мориарти. – СПб. : ЗАО «Издательство «Питер», 1999. – 736 с.
21. Фоксол Г. Психология потребителя в маркетинге / Г. Фоксол, Р. Голдсмит, С. Браун. – СПб. : Изд-во Питер, 2001. – 349 с.
22. Хойер Д. Война за клиента. Лояльность раз и навсегда / Д. Хойер ; пер. с англ. И.В. Гродель. – Минск : Попурри, 2010. – 112 с.
23. Цысарь А.В. Лояльность покупателей: основные определения, методы измерения, способы управления / А.В. Цысарь // Маркетинг и маркетинговые исследования. – 2002. – С. 56–57.
24. Ballinger A.L. and Rubinson J. Brand loyalty: the link between attitude and behavior / A.L. Ballinger and J. Rubinson // Journal of Advertising Research. – 1996. № 36(6). – P. 32.
25. Dick Alan S. Customer Loyalty: Toward an Integrated Conceptual Framework / A.S. Dick, K. Basu // Journal of the Academy of Marketing Science. – 1994. – P. 99–114.
26. Gremler Dwayne D. Service loyalty: Its nature, importance, implications / Dwayne D. Gremler and Stephen W. Brown. – Idaho : Proceedings American Marketing Association, 1996. – P. 171–180.
27. Griffin J. Customer loyalty: how to earn it, how to keep it. Second edition / J. Griffin. – San Francisco: Jossey-bass, 2002. – P. 252.
28. Jacoby J., Chestnut R. Brand Loyalty: Measurement and Management / J. Jacoby, R. Chestnut. – New York : John Wiley and Sons, Inc., 1978. – P. 112.
29. Lawfer M.R. Why customers come back: how to create lasting customer loyalty / M.R. Lawfer. – Franklin Lakes : The Career Press, Inc., 2004. – P. 219.
30. Liesse J. Brands in Trouble // Advertising Age. – 1992. – December 2. – P. 16.
31. Oliver R. Satisfaction. A Behavioral Perspective on the Consumer / R. Oliver. – New York : McGraw-Hill Inc., 1997. – P. 214.
32. Hofmeyr J. and Rice B. Commitment-Led Marketing / J. Hofmeyr and B. Rice. – New York : John Wiley and Sons, 2000. – P. 320.
33. Schuller, A.M. Kunden auf der Flucht. Wie Sie loyale Kunden gewinnen und halten / A.M. Schuller – Zurich: Orell Fussli Verlag AG, 2011. – p. 207.
34. Sheth J.N. A theory of multidimensional brand loyalty / J.N. Sheth, C.W. Park // Advances in consumer research, 1974. – Vol. 1. – P. 449-459.



УДК 336.531.2:631.145

**Смоленюк Р.П.**  
*кандидат економічних наук,  
доцент кафедри фінансів  
Хмельницького економічного університету*

## МАРКЕТИНГ У ПІДВИЩЕННІ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ФІНАНСОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ОРГАНІЗАЦІЙ

Стаття присвячена дослідженню економічної сутності і ролі маркетингу у підвищенні ефективності фінансового потенціалу сільськогосподарських організацій в умовах нової макроекономічної нестабільності в Україні. Окреслено пріоритети стратегії розвитку підприємств агропромислового комплексу при вирішенні фінансових проблем шляхом симбіозу маркетингу та прийняття рішень для реагування на зміну ринкової кон'юнктури. Розглянуто сценарії підвищення якості укладання торговельних угод і фінансових положень на аграрному сегменті ринку з урахуванням маркетингових компонентів.

**Ключові слова:** маркетинг, маркетингова діяльність, ринок продовольства, фінансовий потенціал, криза, сільськогосподарська організація, продуктів харчування.

### **Смоленюк Р.П. МАРКЕТИНГ В ПОВЫШЕНИИ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ФИНАНСОВОГО ПОТЕНЦИАЛА СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ**

Статья посвящена исследованию экономической сущности и роли маркетинга в повышении эффективности финансового потенциала сельскохозяйственных организаций в условиях новой макроэкономической нестабильности в Украине. Определены приоритеты стратегии развития предприятий агропромышленного комплекса при решении финансовых проблем путем симбиоза маркетинга и принятия решений для реагирования на смену рыночной конъюнктуры. Рассмотрены сценарии повышения качества составления торговых соглашений и финансовых положений на аграрном сегменте рынка с учетом маркетинговых компонентов.

**Ключевые слова:** маркетинг, маркетинговая деятельность, рынок продовольствия, финансовый потенциал, кризис, сельскохозяйственная организация, продукты питания.

### **Smoleniuk R.P. MARKETING IN INCREASE OF EFFICIENCY OF THE USE OF FINANCIAL POTENTIAL OF AGRICULTURAL ORGANIZATIONS**

The article is devoted to research of the economic essence and the role of marketing in the increase of financial potential of agricultural organizations in the conditions of new economic instability in Ukraine. Priorities of strategy of development of enterprises of agroindustrial complex in the solution of financial problems are outlined through symbiosis of marketing and decision-making to respond to the change of the market state of affairs. The scenarios of upgrading conclusion of trade agreements and financial positions in the agrarian segment of market are considered taking into account marketing components.

**Keywords:** marketing, marketing activity, food market, financial potential, crisis, agricultural organization, food stuffs.

**Постановка проблеми.** Глобалізація визначає розвиток міжнародних економічних відносин, трансформацію світових ринків і формування конкурентного середовища. Глобалізаційні процеси зачіпають всі ринки, в т. ч. продовольчі, що зумовлює трансформацію виробничих відносин, організаційних і структурних перетворень, нові підходи до управління агропромисловим комплексом.

Ефективність і якість менеджменту сучасного агропромислового комплексу потребує органічного включення інновацій в усі сегменти його фінансово-господарської діяльності. В умовах поглиблення конкуренції акцент у виборі методів управління конкурентоспроможністю і забезпечення стійкого розвитку агропромислового комплексу має бути зміщеним у сферу маркетингової складової його діяльності.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Теоретичне обґрунтування сутності і особливостей ефективності використання фінансового потенціалу сільськогосподарських організацій ґрунтовно розглянуто в працях вітчизняних учених: В.А. Бутко (теоретична концептуалізація розробки і реалізації єдиної державної політики розвитку сільського господарства) [1, с. 47–50]; О.М. Загурського (постулати розвитку інституціонального середовища та інституцій, що сприяють реалізації продукції аграрного сектору, зменшують ступінь невизначеності, ризику та мінімізують транзакційні витрати) [2, с. 86–95]; В.Г. Подлесної (вплив сучасної глобальної економічної кризи на суспільне відтворення) [3, с. 4–18]; М.В. Поленкової (дослідження господарського комп-

лексу сільських територій щодо ідентифікації його монофункціональності, низького рівня ефективності використання наявних ресурсів) [4, с. 32–38]; О.Л. Попової (тенденції і суперечності скорочення частки сільськогосподарських організацій у випуску продукції та зайнятості населення) [5, с. 33–36].

В іноземній науковій літературі питаннями практичного впровадження маркетингу присвячено праці Н.К. Белявського (теоретична концептуалізація маркетингових досліджень) [6]; Д.А. Говарда; Д. Джоббера; Ф. Котлера (основи маркетингу) [7]; К.Л. Келлера; М.Е. Портер (маркетинг у конкурентному середовищі) [8]; Р. Шоу, Д. Меррика (прибутковий маркетинг) [9].

**Постановка завдання.** Віддаючи належне науковим доробкам зазначених учених, доцільно сформулювати теоретико-методологічні засади дослідження ролі маркетингу у підвищенні ефективності використання фінансового потенціалу сільськогосподарських організацій.

**Метою статті** є уточнення економічної сутності і ролі маркетингу у підвищенні ефективності фінансового потенціалу сільськогосподарських організацій з погляду стійкого розвитку економічної системи України.

**Виклад основного матеріалу.** Сучасна зовнішньоторговельна інтеграція в світовій економіці спроектована на врахування особливостей процесів в державах, які визначаються постулатами ліберального та неліберального підходів. Платформа концептуальних підходів вибору довгострокової стратегії розви-

тку дозволяє виділити три основні наукові підходи: глобалізм, регіоналізм і відкритий регіоналізм.

Динамічність, вибірковість і неоднорідність бізнес-середовища потребує застосування сучасного маркетингового інструментарію як важливого чинника підвищення якості укладання торговельних угод на продовольчому ринку. Специфіку маркетингової діяльності досліджують на спеціалізованих ринках: маркетинг товарів повсякденного попиту (FMCG marketing), маркетинг товарів тривалого користування, маркетинг послуг, маркетинг товарів і послуг промислового призначення (B2B marketing), маркетинг предметів розкоші (luxury marketing), маркетинг в індустрії моди (fashion marketing). Поділяємо точку зору О.М. Загурського [3, с. 88–92], який визнає, що більшість товарних бірж на ринку агропродукції України не є класичними біржовими інституціями, оскільки їхня діяльність має суто декларативний характер, а біржова торгівля продукцією й товарами представлена переважно спотовим ринком.

Перспективним є розвиток біржового ринку в напрямі перетворення бірж реального товару на ф'ючерсні біржі. Варто також активізувати присутність вітчизняних трейдерів на товарних біржах інших країн в межах опціонів-«coll» на ф'ючерсні пакети сільськогосподарських продуктів харчування. Для задоволення потреб і формування лояльності покупців необхідно враховувати особливості поведінки споживачів на різних типах ринків і стадії життєвого циклу товарів.

О.Л. Попова [5, с. 33–36] акцентує увагу на ролі сільського господарства в розвитку суспільства за умов деаграризації, що передбачає скорочення частки сільського господарства у випуску продукції та зайнятості населення, водночас розкриття різновекторності аграрного і сільського розвитку в Україні дає змогу визначити напрями їх гармонізації з урахуванням досвіду Спільної аграрної політики Європейського Союзу. В.Г. Подлесна у статті «Циклічність у розгортанні та подоланні економічних криз» визнає, що для подолання глобальної кризи необхідно розгорнути новий етап технологічної революції, посилити контроль за рухом капіталу, регламентувати за допомогою держави фінансовий ринок і податкові гавані [3, с. 14–18].

Для національної економіки при формуванні державної політики важливо враховувати циклічність економічних криз, здійснювати заходи підтримки стабільності на всіх фазах макроекономічного розвитку і створювати сприятливий інноваційний клімат. В.А. Бутко визнає доцільність розробки єдиної державної політики розвитку сільського господарства, орієнтованої на передові світові економіки, для координації дій в умовах впливу глобальних змін клімату на сільське господарство України [1, с. 47–50].

Вважаємо, що ефективне управління процесами реалізації сільськогосподарської продукції забезпечується за рахунок розробки ефективної політики ціноутворення, формування системи цін на продукцію і послуги, організації товаропровідної мережі підприємств. У сфері АПК децентралізація прийняття рішень полягає в реалізації стабілізаційної політики, оперативному відстеженню динаміки продовольчого ринку протягом певного проміжку часу, визначенню та реагуванню на зміни ринкової кон'юнктури.

В економічній літературі відповідно до класифікації і залежно від рівня агрегованої оцінки виділяють такі види потенціалів: світове господарство, національна економіка, галузеві, регіональні, добро-

вільні об'єднання підприємств, їх структурні підрозділи. За функціональною сферою виникнення розрізняють такі види потенціалів: виробничий, маркетинговий, фінансовий, науково-технічний, інфраструктурний [10, с. 155–162]. Інституційні трансформації потребують перегляду деяких традиційних теоретико-методологічних підходів до формування та використання фінансового потенціалу і застосування маркетингу.

Динамізм сучасної економіки і моделей стійкого розвитку підприємств АПК потребують застосування маркетингу, який розкриває систему взаємопов'язаних дій соціально-економічних структур по формуванню попиту та пропозиції на товари (послуги), в основі яких знаходяться базові постулати маркетингу: ринок, потреба, попит, товар, угода. Американська асоціація маркетингу визначає маркетинг як діяльність, набір підрозділів і процеси для створення, поставки й обміну пропозицій, що володіють цінністю для споживачів, клієнтів, партнерів і суспільства загалом [11]. Поняття цінності відбиває якісні характеристики, виражені в кількісних параметрах. Трактують сутність і специфіку маркетингу через створення, поставку і обмін цінностями між всіма учасниками маркетингової системи відповідає постулатам економічної теорії.

Маркетингові дослідження проводяться з метою розв'язання конкретної маркетингової проблеми. Діяльність підприємств АПК залежить від того, наскільки ефективно порівняно з конкурентами вони використовують основні елементи маркетингу (товар, ціна, стимули, способи продажу).

Маркетинг дозволяє ефективно пристосовувати сільськогосподарське виробництво як до умов зовнішнього середовища, так і до запитів та потреб споживачів. У сучасній економіці існує багато підходів до систематизації маркетингу як науки і практичної діяльності. Більшість маркетингових концепцій конкурують між собою, що сприяє їхньому розвитку. Тому важливо досліджувати сучасні концепції маркетингу та можливості їх використання.

Використання принципів маркетингу в діяльності АПК залежить від науково-обґрунтованих підходів управління маркетинговим процесом. Маркетинг є двостороннім процесом, який включає стратегію й компоненти маркетингу [12, с. 8.]. У поняття «стратегія маркетингу» входять: сегментація (розподіл ринку по сегментам, «ринки конкретної продукції»), ідентифікований сегмент (ринок конкретної продукції), привабливість (можливості чи загроза ринку продукції).

Ринок продуктів харчування є не тільки масштабним, але достатньо стійким. В світовій економіці відбувається лібералізація біржового й позабіржового обороту ф'ючерсних контрактів на продукти харчування. Проведення маркетингових досліджень перспективного попиту на продукти харчування спрямовано на виявлення оптимальної динаміки споживання продуктів харчування при визначенні цінової еластичності попиту на продукти. Оцінка цінової еластичності попиту на продукти харчування здійснюється на основі коефіцієнтів еластичності попиту за ціною, що розраховуються не на основі статистичних даних, а за допомогою експертних оцінок чутливості попиту при заданих значеннях темпів зростання цін, що дає змогу визначити динаміку попиту на продукти як у короткостроковій, так і в довгостроковій перспективі.

Маркетингове дослідження сегментації споживачів продуктів харчування здійснюється за існу-

ючими і потенційними споживачами, масштабами виробництва, територіальним розташуванням і галузевій належності. Також важливо визначити систему оцінки попиту на продукти харчування, яка враховує діючі принципи регулювання розвитку сільськогосподарства і механізми прогнозування споживання населенням; оцінити перспективний попит на продукти харчування, що враховує конкурентне середовище на продовольчих ринках.

Перспективним напрямом підвищення ефективності використання фінансового потенціалу сільськогосподарських організацій є застосування маркетингу. У даному контексті Роберт Шоу і Девід Меррік у праці «Прибутковий маркетинг: чи окупається ваш маркетинг?» визнають, що ефективні маркетингові рішення обіцяють більші прибутки, проте неефективні рішення можуть взагалі знищити вартість компанії [9, с. 9]. Вважаємо, що внесок маркетингу в зростання вартості підприємств агропромислового комплексу актуалізується в процесі поглиблення ринкових перетворень, що потребує застосування базисних технологій адаптації підприємств до конкурентного середовища.

На стабільність фінансового потенціалу і фінансової діяльності підприємств АПК впливають чинники, пов'язані з ринковою ситуацією, цілями і стратегією розвитку підприємств, вибором джерел формування і розподілу ресурсів підприємств. При виборі методів управління підприємством варто визначити функціональні обов'язки відповідальних за прийняття економічно виважених рішень, зокрема за управління ресурсами підприємства відповідають фінансові менеджери, а за діагностування кон'юнктури ринку – маркетингологи.

У сучасній економічній теорії виділяють блок управління, який включає три підсистеми: планування (виявлення майбутнього потенціалу успіху); реалізації (створення нового потенціалу і перетворення існуючого у чинники успіху); контролю (перевірка ефективності здійснення планів і рішень, постійний контроль за достовірністю планових передумов) [13, с. 33–35].

Науково-методичні підходи щодо формування фінансових пріоритетів та прийняття ефективних управлінських і фінансових рішень потребують застосування маркетингового сценарію та визначення наступної конструктивності маркетингових функцій агентів ринку продовольства:

- сприяти підвищенню якості укладання торговельних угод і фінансових положень на аграрному сегменті ринку з урахуванням маркетингових компонентів;

- сучасний тендерний механізм відбору учасників ринку формується в межах цільового маркетингового пошуку з урахуванням їхніх ділових повноважень і можливостей в АПК;

- варто визначити інноваційні інгредієнти маркетингового сценарію (методи реструктуризації різних видів клієнтської заборгованості, технології побудови алгоритму управління випуску сільськогосподарської продукції);

- одним із пріоритетних методів реструктуризації клієнтської заборгованості є маркетинговий пошук інвесторів (у т. ч. серед наявних кредиторів), які б погодилися погашати борг в обмін на акції сільськогосподарського підприємства-боржника;

- працівники мають володіти навичками вирішення конкретних маркетингових проблем, пов'язаних з потребами споживачів. Це стосується модернізації продукції або зняття її з виробництва,

розширення або скорочення обсягів виробництва сільськогосподарської продукції;

- розробки і впровадження ексклюзивної технології так званого «ринкового декодера», тобто здійснення рекламного перемикання збутового сприйняття споживачем маркетингового поля на нові умови пошуку якісного продукту.

Підготовка маркетингових рішень залежить від вибору організаційної структури управління, визначення завдань, прав і економічної відповідальності працівників в системі маркетингу. Принцип маркетингової сепарації визначає ринковий поділ спеціалістів за ступенем їхньої професійної кваліфікації. Вважаємо, що важливо зменшити вплив чинників, які не піддаються контролю. Ф. Котлер виділяє чотири типи маркетингового контролю: контроль щорічних планів, контроль прибутковості, контроль ефективності, стратегічний контроль [7].

**Висновки.** Світова економіка формує все нові організаційно-інституційні емпіричні зрушення, динамізм яких вимагає визначення й систематизації методологічних засад для розробки маркетингової стратегії розвитку фінансового потенціалу сільськогосподарських організацій, постійного відстеження чинників, що впливають на ефективність маркетингової діяльності підприємств АПК.

По-перше, новий етап глобалізації світової економіки характеризується прискоренням процесів інтернаціоналізації управління, виробництва і розподілу продуктів харчування, формуванням міжнародних сільськогосподарських виробничо-торговельних конгломератів. Активізація маркетингової діяльності дозволяє знизити невизначеність середовища щодо прийняття рішень і забезпечення стійкості підприємств агропромислового комплексу на ринку.

По-друге, для більшості сільськогосподарських організацій маркетинг є важливим для забезпечення конкурентних переваг на ринку; сприяння розробці й впровадженню планів розвитку підприємства (узгодження фінансових, матеріальних і трудових ресурсів із цілями підприємства, мети – із запитами споживачів); застосування методів оперативного, стратегічного й прогнозного планування, комунікаційного забезпечення управління фінансами і маркетингом.

По-третє, розвиток АПК пов'язаний з розширенням і скороченням обсягів виробництва, модернізацією і зняттям з виробництва продукції. Володіння методами маркетингу забезпечує конкурентні переваги сільськогосподарським організаціям, сприяє розробці стратегії маркетингу з урахуванням змін ринкової кон'юнктури. Застосування інноваційних маркетингових інструментів дає змогу учасникам агропромислового комплексу здійснювати коректування ринкових моделей поведінки основних споживчих груп, його контрагентів, підприємств-конкурентів.

#### БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Бутко В.А. Вплив кліматичних змін на продуктову орієнтацію аграрних підприємств Полісся / В.А. Бутко // Економіка України, 2014. – № 10. – С. 44–50.
2. Загурський О.М. Проблеми та перспективи біржової діяльності в аграрному секторі економіки / О.М. Загурський // Фінанси України. – 2014. – № 10. – С. 86–95.
3. Подлесна В.Г. Циклічність у розгортанні та подоланні економічних криз / В.Г. Подлесна // Економіка України. – 2014. – № 9. – С. 4–18.
4. Поленкова М.В. Господарський комплекс сільських територій: інтегральний аспект / М.В. Поленкова // Молодий вчений. – 2013. – № 2(02). – С. 32–38.



5. Попова О.Л. Основи гармонізації аграрного і сільського розвитку в сучасній аграрній політиці / О.Л. Попова. // Економіка України. – 2014. – №10. – С. 32–43.
6. Белявский Н.К. Маркетинговые исследования: информация, анализ, прогноз / Н.К. Белявский. – М.: Финансы и статистика, 2001. – 318 с.
7. Котлер Ф. Основы маркетинга: Пер. с англ. / Ф. Котлер. – М.: Прогресс. – 1992. – 560 с.
8. Портер М. Конкурентная стратегия: Методика анализа отраслей и конкурентов / Майкл Е. Портер. Пер. с англ. – Изд. 2-е. – М.: Альпина Бизнес Букс. – 2006. – 454 с.
9. Шоу Роберт. Прибыльный маркетинг: Окупается ли ваш маркетинг? / Шоу Роберт, Меррик Дэвид; пер. с англ. И. Коберник. – К.: Companion Group, 2007. – 496 с.
10. Федонін О.С. Потенціал підприємства: формування та оцінка / О.С. Федонін, І.М. Репіна, О.І. Олексюк. – К.: КНЕУ, 2006. – 316 с.
11. Definition of Marketing – American Marketing Association. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: URL : [http://www.marketingpower.com/AboutAMA/Pages/Definition-ofMarketing.aspx].
12. Практикум по проведению маркетинга. Как внедряют маркетинг на малых и средних предприятиях. – Люксембург: Офис официальных изданий Европейского Сообщества, 1996. – 43 с.
13. Попов Е. Структура рыночного потенциала предприятия / Е. Попов, В. Ханжина // Проблемы теории и практики управления. – 2001. – № 6. – С. 30–36.

УДК 338.012.003.13

**Стадницька Л.М.**  
кандидат економічних наук,  
старший викладач кафедри менеджменту  
організацій імені професора Євгена Храпливого  
Львівського національного аграрного університету

## ДОЦІЛЬНІСТЬ ВИКОРИСТАННЯ МЕТОДУ ІНТЕРВАЛЬНИХ ОЦІНОК ПРИ ОБҐРУНТУВАННІ ЕФЕКТИВНОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ МОЛОКОПЕРЕРОБНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Ефективність раціонального вимірювання відносно зовнішнього і внутрішнього середовища функціонування підприємства. Методичні підходи щодо визначення ринків збуту продукції розробляються шляхом зіставлення витратної частини господарюючого суб'єкта із очікуваним рівнем доходів від реалізації продукції. В статті обґрунтовано доцільність використання методу інтервальних оцінок при розрахунку ефективності функціонування молокопереробних підприємств в ринкових умовах ведення господарської діяльності.

**Ключові слова:** метод, методологія, інтервальні оцінки, собівартість, прибуток, ціна.

### Стадницька Л.М. ЦЕЛЕСООБРАЗНОСТЬ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ МЕТОДА ИНТЕРВАЛЬНЫХ ОЦЕНОК В ОБОСНОВАНИИ ЭФФЕКТИВНОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ МОЛОКОПЕРЕРАБАТЫВАЮЩИХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Эффективность рационального измерения относительно внешней и внутренней среды функционирования предприятия. Методические подходы к определению рынков сбыта продукции разрабатываются путем сопоставления расходной части хозяйствующего субъекта с ожидаемым уровнем доходов от реализации продукции. В статье обоснована целесообразность использования метода интервальных оценок при расчете эффективности функционирования молокоперерабатывающих предприятий в рыночных условиях ведения хозяйственной деятельности.

**Ключевые слова:** метод, методология, интервальные оценки, себестоимость, прибыль, цена.

### Stadnytska L.M. THE FEASIBILITY OF USING THE METHOD OF INTERVAL ESTIMATES FOR SUBSTANTIATION OF EFFICIENCY OF MILK PROCESSING ENTERPRISES

The efficiency of rational measurement of the external and internal environment of the business operation is proved. Methodological approaches to determination of markets for the products are developed by matching the expenditures of the business entity with an estimated income from the sales. The article grounds the feasibility of using the method of interval estimates in calculating the efficiency of dairy enterprises in the market conditions of doing business.

**Keywords:** method, methodology, interval estimate, cost, profit, price.

**Постановка проблеми.** Економічна ефективність відображає певні результати складного і нерідко суперечливого процесу, який залежить від впливу багатьох внутрішніх і зовнішніх чинників, що пов'язані зі зміною інституційного, соціального, економічного та фінансового середовищ функціонування підприємств, які впливають на формування цілей господарюючих суб'єктів, а відтак постійно коригують завдання їхньої діяльності та особливості поведінки у конкурентному середовищі. Звідси, вимір ефективності доцільно проводити як відносно зовнішнього середовища функціонування підприємства, так і відносно внутрішнього, беручи до уваги результати його діяльності за звітний період.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Вивчення зарубіжної та вітчизняної економічної

літератури дає змогу зробити висновок, що обсяг кінцевої продукції з розрахунку на одиницю затрачених ресурсів є найкращим узагальнюючим показником загального ефекту в умовах гострого дефіциту продовольчих товарів. Тому із насиченням ринку продовольства на перше місце має вийти узагальнюючий показник ефективності використання ресурсів, розрахований за прибутком. Це узгоджується із точкою зору багатьох дослідників. Наприклад, Г.В. Черевко та інші вчені вважають, що одним із найбільш узагальнюючих показників економічної ефективності функціонування підприємства є рентабельність [3]. І.Ю. Гришова стверджує, що обґрунтування використання класичних факторів виробництва «праці, капіталу, землі» і бізнесу, описані класичною економічною теорією, в сучасних умовах суттєво усклад-



нюються, що обумовлює необхідність розробки теоретичного та методологічного підходів до пояснення процесу трансформації ресурсів у вартість підприємства [1, с. 102–107]. Дане питання актуалізується в умовах ринку, оскільки кожен господарюючий суб'єкт, формуючи сировинну базу, повинен зрівняти витратну частину із очікуваним рівнем доходів від реалізації продукції, тому розробляються методичні підходи щодо визначення ринків збуту продукції [6, с. 92–94].

**Мета статті.** Довести доцільність використання методу інтервальних оцінок при обґрунтуванні ефективності функціонування молокопереробних підприємств в ринкових умовах ведення господарської діяльності.

**Вклад основного матеріалу.** Рентабельність прийнято вважати головним критерієм ефективності для підприємницьких структур, що функціонують в умовах ринку, розраховуючи її шляхом визначення абсолютної величини прибутку як показника фінансового результату, оскільки її значення характеризує рівень прибутковості чи збитковості підприємства. У свою чергу, на розмір прибутку суттєво впливає собівартість продукції, при вивченні можливостей скорочення якої прийнято використовувати функціонально-вартісний аналіз. Його виникнення пов'язане із необхідністю вирішення проблеми постійного пошуку шляхів зниження матеріалоемності, енерго- і трудомісткості виробленої продукції, за рахунок удосконалення технології її виготовлення. Функціонально-вартісний аналіз виходить з того, що витрати на виробництво будь-якого виду продукції складаються з мінімуму витрат, абсолютно необхідних для виконання ним своїх функцій, і «додаткових», пов'язаних з недосконалістю конструкції, неефективним використанням сировини. Беззаперечно, основними чинниками впливу на узагальнюючу або, як її ще називають, інтегральну ефективність функціонування підприємства є прибуток і собівартість. Прагнення господарюючого суб'єкта максимізувати гарантований виграш (ефект), яким є прибуток, називається принципом максиміна, який лежить в основі ефективності функціонування підприємств. Оскільки прагнучи бути рентабельними, вони намагаються максимізувати прибуток ( $P \rightarrow \max$ ) через мінімізацію витрат ( $C \rightarrow \min$ ), за умови будь-якої поведінки інших підприємств, які функціонують у конкурентному середовищі. З огляду на це, для підприємницьких структур продуктової підкомплексів АПК загалом, а надто молокопереробних підприємств, які займаються виробництвом широкого асортименту продукції, максимізацію прибутку та мінімізацію витрат можна записати наступним чином:

$$P = \sum_{i=1}^n P_{it} \max; \quad (1)$$

$$C = \sum_{i=1}^n C_{it} \min, \quad (2)$$

де,  $P$  (*profit*) – розмір прибутку,  $\sum P_{it}$  – сума прибутку від реалізації асортименту продукції;  $C$  (*costs*) – собівартість,  $\sum C_{it}$  – сума собівартості реалізованого асортименту продукції,  $i$  – вид товару,  $n$  – кількість товарів в асортименті,  $t$  – звітний період.

Не менш важливим чинником впливу на розмір прибутку є ціна реалізації продукції, тому вважаємо за доцільне визначити «коридор коливання» прибутку, граничними межами якого будуть рівень собівартості, з одного боку, та ціна – з іншого. З метою визначення максимального та мінімального допус-

тимих їх значень виникає потреба у застосуванні методів інтервального аналізу для побудови моделі та розв'язання задачі – параметричної ідентифікації – пошук параметрів собівартості та ціни реалізації продукції.

Для окреслення ефективності функціонування молокопереробних підприємств на перспективу, беручи до уваги обсяги виробництва, доцільно побудувати інтервально оптимізаційну модель, орієнтовану на песимістичний та оптимістичний варіанти розвитку подій. У моделі оптимізації ефективності цільовою функцією є максимум прибутку за умов мінімізації витрат на виробництво продукції та максимізації реалізаційних цін, а значення коефіцієнтів замінено на їхні інтервальні оцінки. За цих умов економіко-математична модель матиме вигляд задачі лінійного програмування з інтервальними коефіцієнтами:

$$\frac{\sum_{i=1}^n [c_{i-}; c_{i+}] V_i}{V_i}, \quad i=1, \dots, n, \min; \quad (3)$$

$$\sum_{i=1}^n [p_{i-}; p_{i+}] \times V_i, \quad i=1, \dots, n, \max; \quad (4)$$

$$\sum_{i=1}^n [c_{i-}; c_{i+}] \times V_i \leq \sum_{i=1}^n [p_{i-}; p_{i+}] \times V_i; \quad (5)$$

$$V_i \geq [V_{i-}; V_{i+}] \quad (6)$$

У моделі значення факторів замінено на їхні інтервальні оцінки відповідно:  $[c_{i-}; c_{i+}]$  – коливання собівартості;  $[p_{i-}; p_{i+}]$  – коливання реалізаційних цін;  $[V_{i-}; V_{i+}]$  – коливання обсягів виробництва, які відображають їх гарантовані межі в групі підприємств зі співмірними обсягами виробництва. Отримані оптимістичний та песимістичний варіанти задач дають змогу знайти інтервали значень обсягів виробництва молочної продукції, які забезпечать мінімальні витрати, визначити допустимі межі реалізаційних цін, а, отже, і межі ефективного функціонування молокопереробних підприємств за умов мінливого впливу чинників при оптимізації витрат. При цьому слід пам'ятати, що позитивний вплив рівня цін реалізації продукції на розмір прибутку та, відповідно, узагальнюючий показник ефективності суттєво обмежується рівнем купівельної спроможності населення країни.

Скажімо, на рівні окремих адміністративних одиниць ситуація на ринку молокопродуктів є невтішною. Зокрема, для Львівської області характерна негативна динаміка попиту і пропозиції молокопродуктів. Крім цього, існує суттєве відхилення реального рівня споживання від раціональної його норми. Однак попри це спостерігається скорочення розриву між споживчим попитом та пропозицією молочної продукції до мінімуму (рис. 1).

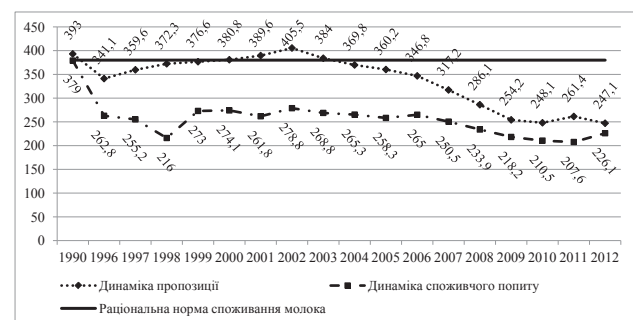


Рис. 1 Динаміка пропозиції та споживчого попиту на ринку молочної продукції у Львівській області

Слабкість внутрішніх ринків стосовно до потенціалу вітчизняного молока продуктового підкомплексу зумовлена низьким рівнем купівельної спроможності споживачів. Основні причини скорочення попиту О.В. Пащенко вбачає у розмірі доходів споживачів, політиці ціноутворення, доступності товарів, мобільності коштів, що залучаються, адаптації виробника та споживача до ринкових змін [4, с. 43–48].

В умовах ринку самоціллю молокопереробних підприємств є виробництво молочної продукції з метою її подальшої реалізації, оскільки в такий спосіб відбувається фінансування їх виробничої діяльності та забезпечується певна частина прибутку. При цьому фінанси у виробничу сферу надходять із кишені споживачів, які, прагнучи задовольнити свої потреби, купують як визначальних чинників. Зважаючи на користність останніх для здоров'я людей, товаровиробнику важливо, щоб процес купівлі-продажу відбувався безперервно, в оптимальних до споживчого попиту обсягах, від якого значною мірою залежить успішний розвиток підприємств молочної галузі.

Оптимізація виробництва зводиться до зрівноваження можливостей агропромислового виробництва та потреб ринку. Інакше кажучи, при плануванні виробничої діяльності виробник має одночасно враховувати темпи приросту обсягів виробництва сирого молока відповідної якості та реальних доходів споживачів як визначальних чинників, що впливають на рівень витрат та доходів, а, отже, і на рівень ефективності функціонування молокопереробних підприємств. Такий розвиток подій сприятиме оптимізації, тобто зростанню обсягу реалізації за рахунок ефективного використання ресурсів, яке пришвидшить темпи зростання прибутку, що свідчатиме про відносне зниження витрат виробництва й обігу або підвищення ціни. Такі міркування дають підстави стверджувати, що одним із етапів на шляху до оптимізації виробництва молочної продукції є дослідження еластичності попиту за ціною, яке прийнято визначати співвідношенням відсотка зміни величини попиту на товар  $\Delta Q(\%)$  до відсотка зміни ціни  $\Delta P(\%)$ , оскільки на формування молокопродуктового ринку має суттєвий вплив рівень платоспроможності споживачів:

$$E = \frac{\Delta Q(\%)}{\Delta P(\%)} \quad (7)$$

Ще один чинник, який визначає рівень споживання молочної продукції, є питома вага сільського населення в загальній його кількості. Економічно доцільним також є співвідношення спожитого і виробленого молока в регіонах з величиною доходу на одну особу, оскільки доводить, що у регіонах із вищим рівнем доходів молока та молочних продуктів споживається більше, ніж виробляється, і, навпаки, в регіонах, де величина доходів значно поступається їх середній величині по Україні, має місце протилежна ситуація [5, с. 11–17].

Таким чином, цільовим орієнтиром для виробників молочної продукції є платоспроможний попит споживача, який дає змогу визначити місткість ринку, а, отже, і спрогнозувати його обсяги в натуральному та вартісному виразі на перспективу. Прогнозування складових ринку молока і молочних продуктів можна здійснити за допомогою різних методів, використання яких створило основу для визначення завдань підприємницької діяльності та заходів щодо їх виконання.

Насамперед слід пам'ятати, що об'єктивним показником для розрахунку регіонального рівня споживання молока і молокопродуктів є рекомендовані норми, розроблені Науково-дослідним інститутом

харчування Міністерства охорони здоров'я України, які встановлено в обсязі 380 кг на одну особу на рік. Зважаючи на те, що молоко і молокопродукти є товарами першої необхідності, а також те, що їх споживають усі верстви населення будь-якого віку, починаючи з народження, розрахунок потенційної ємності ринку ( $O_p$ ) слід здійснити шляхом співставлення кількості населення регіону ( $Ч_n$ ) та рекомендованої норми споживання молока та молочної продукції ( $N$ ):

$$O_p = Ч_n \times N \quad (8)$$

І.В. Шкурко пропонує визначити обсяг ринку молока ( $O_p$ ) шляхом співставлення кількості населення регіону ( $Ч_n$ ) та середнього рівня споживання молока та молокопродуктів за минулий рік ( $R$ ) [6, с. 92–94]:

$$O_p = Ч_n \times R \quad (9)$$

Запропонований інструментарій формує методичну основу для визначення місткості ринку молокопродуктів у Львівській області на найближчу перспективу. Більше того, він дасть змогу визначити оптимальні обсяги виробництва для найоптимальнішого насичення регіонального ринку молока та молокопродуктів. Проведені розрахунки закладуть основу для встановлення верхньої та нижньої межі щодо перспективних обсягів виробництва, тобто визначення так званого «коридору коливань». Пропонуючи такий підхід у визначенні інтервалу коливань оптимальних обсягів виробництва молочної продукції, виходимо з наступних міркувань: оскільки показник потенційної ємності ринку включає норматив споживання молокопродуктів у перерахунку на молоко, то його значення визначатиме верхню межу, на яку повинен орієнтуватися товаровиробник молочної продукції. Враховуючи те, що розрахунковий обсяг ринку молока, запропонований І.В. Шкурко, орієнтується на середній рівень споживання молока та молокопродуктів за минулий рік, тобто на фактичні дані, то пропонуємо його значення вважати такими, що визначають нижню межу оптимального обсягу виробництва молочної продукції [6, с. 92–94].

Застосовуючи метод інтервального аналізу, можна побудувати модель та провести розв'язок задачі – параметричної ідентифікації – щодо пошуку параметрів обсягів виробництва та реалізації молочної продукції, побудувавши інтервальну оптимізаційну модель, орієнтовану на песимістичний і оптимістичний варіанти розвитку подій:

$$V_i \geq [V_i^-, V_i^+], \quad (10)$$

де  $V_i$  – оптимальний обсяг виробництва молочної продукції на перспективу;  $V_i^-$  – нижня межа «коридору коливань» (песимістичний варіант розвитку подій), тому його слід позначити  $O_{pmin}$ ;  $V_i^+$  – верхня межа «коридору коливань» (оптимістичний варіант розвитку подій), яка включає норматив споживання молокопродуктів у перерахунку на молоко, тому цей показник слід позначити  $O_{pmax}$ .

Таким чином, інтервальна оптимізаційна модель набуде вигляду:

$$V_i \geq [O_{pmin}; O_{pmax}]. \quad (11)$$

Проведемо розрахунок місткості ринку молока та молочних продуктів для Львівської області за досліджуваній період за запропонованою методикою. В результаті проведених розрахунків бачимо, що період з 2000 по 2007 р. характеризується суттєвими коливаннями як верхньої, так і нижньої граничної меж «коридору коливань» оптимальних обсягів виробництва молочної продукції у Львівській

області. Протягом 2007–2010 рр. сформувався суттєвий розрив між оптимістичним та песимістичним варіантами, що пояснюється випереджаючими темпами інфляції в країні порівняно із рівнем доходів населення. Однак, незважаючи на це, слід відзначити синхронність їх спадної функції протягом останніх трьох років досліджуваного періоду, що характеризує ринок молочної продукції у Львівській області як синхромаркетинговий. Протягом 2011–2013 рр. темпи розриву між оптимістичними та песимістичними варіантами розвитку подій щодо насичення ринку молочної продукції Львівської області стабілізувалися. Розрив у 39,8 кг між попитом та пропозицією, які у 2012 р. становили відповідно 207,6 та 247,4 кг в рік на одного мешканця, вказує на наявність чинників, які перешкоджають процесу їх цілковитого врівноваження, зокрема таких, як непрозорість торговельних операцій та забезпеченість населення області молочними продуктами завдяки стихійним ринкам. Крім того, суттєвим збурюючим чинником при цьому є велика кількість сільського населення, яке задовольняє власний попит на молокопродукти за рахунок власних домашніх господарств. Проте з огляду на весь період дослідження, різниця між верхньою та нижньою межами «коридору коливань» на сьогодні досягла свого максимуму (рис. 2).

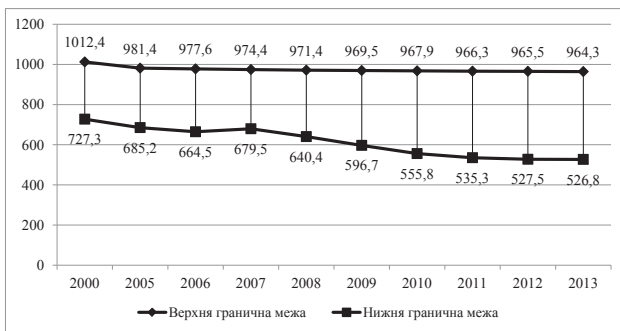


Рис. 2. «Коридор коливань» оптимальних обсягів виробництва молочної продукції у Львівській області, тис. т

З метою окреслення ринкової ситуації на ринку молочної продукції Львівської області на перспективу скористаємося демографічними прогнозами для Львівської області, розробленими Конференційною радою Канади для Львівської обласної державної адміністрації в рамках Проекту міжнародної технічної допомоги «Розбудова спроможності до економічно обґрунтованого планування розвитку областей і міст України» [2, с. 38]. У «коридорі коливань» верхня межа оптимального обсягу виробництва відображатиме оптимістичний варіант, а нижня – песимістичний. При цьому методика розрахунку верхньої граничної межі залишатиметься незмінною, тоді як методика розрахунку нижньої проводитиметься із врахуванням зазначених вище демографічних прогнозів та норм фізіологічного мінімуму споживання молочної продукції у перерахунку на молоко.

У сучасній науковій літературі зустрічаємо різні норми фізіологічного мінімуму споживання населенням молочної продукції у перерахунку на молоко. Так, деякі автори у своїх наукових працях вказують мінімальну норму споживання цієї групи продовольства на рівні 341 кг на одну особу на рік. Інші вчені,

оцінюючи рівні споживання основних продуктів харчування, відштовхуються від мінімальної рекомендованої норми споживання молока та молочної продукції – 353,3 кг на одну особу на рік.

Беручи до уваги тенденції споживчого попиту населення Львівської області за останні роки (рис. 1), вважаємо за доцільне для розрахунку прогнозних даних використовувати мінімальну норму 353,3 кг, оскільки це значення є максимально наближеним до реалій сьогодення. Одночасно визначимо оптимальний обсяг виробництва молочної продукції для ПрАТ «Галичина» та, враховуючи його частку на локальному ринку станом на 2012 р. у розмірі 36,7%, задамо параметри її зростання на період до 2020 р. Зважаючи на тенденцію до скорочення кількості функціонуючих молокопереробних підприємств на теренах Львівської області, на нашу думку, цілком реальним є збільшення його частки на регіональному ринку молочної продукції у розмірі 40% за умови збереження виявлених тенденцій. Таким чином, частка ПрАТ «Галичина» щороку зростатиме на 0,4%.

Отже, в результаті проведених розрахунків отримаємо інтервальну оптимізаційну модель, яка характеризує місткість ринку молочної продукції у Львівській області на найближчу перспективу до 2020 р. та оптимальні обсяги її виробництва для ПрАТ «Галичина» (рис. 3). Як ми могли пересвідчитися, перед досліджуваним товариством у найближчий період часу відкриються перспективи щодо завоювання більшого сегменту місцевого ринку молочної продукції. Натомість на найближчу перспективу ринок молочної продукції Львівської області має спадну функцію. Вектори верхньої та нижньої меж є однаково стрімкими, що обумовлює необхідність визначення чинників впливу, які задають такі тенденції.

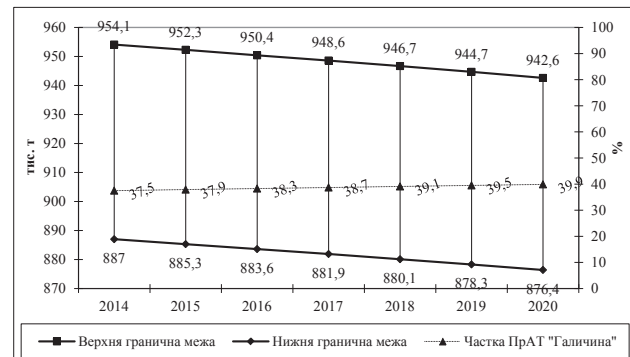


Рис. 3. «Коридор коливань» оптимальних обсягів виробництва молочної продукції на перспективу у Львівській області, тис. т

**Висновки.** Ефективність функціонування молокопродуктового підкомплексу загалом та окремих його складових залежить від спроможності задовольнити вимоги конкретних споживачів за певний період часу за показниками якості і витратами споживачів на придбання для споживання даної продукції. В умовах ринкового середовища посилюється важливість удосконалення виробництва у напрямі покращення продовольчого забезпечення населення різноманітними видами молочної продукції через мінімізацію впливу чинників, що обмежують пропозицію на ринку молочної продукції, враховуючи при цьому чинники, які впливають на структуру, емність та ефективність регіональних ринків молокопродуктів.



**БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:**

1. Гришова І.Ю. Вартісні важелі фінансового забезпечення переробних підприємств / І.Ю. Гришова // Економіка АПК. – 2011. – № 5. – С. 102–107.
2. Демографічний прогноз до 2030 року для Львівської області. Проект міжнародної технічної допомоги «Розбудова спроможності до економічно-обґрунтованого планування розвитку областей і міст України» / Ж. Палладіні, Н. Ходько, Н. Левчук, Н. Бажанська, Д. Бать, І. Бойко, В. Голуб, Г. Данилів, С. Дорошенко, Б. Матоліч, М. Сорока, Т. Трач, С. Турхан, Д. Шмигаль: [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://www.ebed.org.ua/sites/expertise.one2action.com/files/repo/lvov\\_obl\\_web\\_ukr\\_0.pdf](http://www.ebed.org.ua/sites/expertise.one2action.com/files/repo/lvov_obl_web_ukr_0.pdf)
3. Економіка підприємства: [навч. посібник] / Г.В. Черевко, Ф.В. Горбонос, Г.Б. Іваницька, Н.Ф. Павленчик. – Львів: Апіріорі, 2004. – 284 с.
4. Пащенко О.В. Функціонування ринку молока і молочних продуктів / О.В. Пащенко // Економіка АПК. – 2010. – № 8. – С. 43–48.
5. Шиян Н.І. Диференціація споживання молока і молочних продуктів у регіонах / Н.І. Шиян // Економіка АПК. – 2010. – № 10. – С. 11–17.
6. Шкурко І.В. Методичні підходи щодо визначення ринків збуту молокопродукції / І.В. Шкурко // Економіка АПК. – 2002. – № 3. – С. 92–94.

УДК 664:347.435

**Степанов Д.С.***аспірант**Міжнародного університету бізнесу і права***Демчук Н.І.***доктор економічних наук, доцент,  
професор кафедри фінансів**Дніпропетровського державного аграрно-економічного університету***ПРИЙНЯТТЯ ІНВЕСТИЦІЙНИХ РІШЕНЬ НА ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВАХ**

Стаття присвячена дослідженню процесу прийняття інвестиційного рішення. Доведено, що важливим моментом в прийнятті інвестиційних рішень є постановка інвестиційних цілей і завдань, оскільки без точного опису цілей не можна зробити висновок про те, яка з можливих інвестицій є оптимальною, тобто яка найкращим чином відповідає меті інвестора. Розглянуто модель прийняття рішення, що є віддзеркаленням ситуації прийняття рішення. Її характерними елементами є цілі, альтернативи, наслідки дій і обмеження цих дій.

**Ключові слова:** інвестиційний процес, інвестиційні ресурси, промислові підприємства, інвестування, інвестиційні рішення.

**Степанов Д.С., Демчук Н. И. ПРИНЯТИЕ ИНВЕСТИЦИОННЫХ РЕШЕНИЙ НА ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ**

Статья посвящена исследованию процесса принятия инвестиционного решения. Доказано, что важным моментом в принятии инвестиционных решений является постановка инвестиционных целей и задач, поскольку без точного описания целей нельзя сделать вывод о том, какая из возможных инвестиций является оптимальной, то есть та, которая наилучшим образом соответствует цели инвестора. Рассмотрена модель принятия решения, которая является отражением ситуации принятия решения. Ее характерными элементами являются цели, альтернативы, последствия действий и ограничения этих действий.

**Ключевые слова:** инвестиционный процесс, инвестиционные ресурсы, промышленные предприятия, инвестирование, инвестиционные решения.

**Stepanov D.S., Demchuk N.I. INVESTMENT DECISIONS IN INDUSTRIAL ENTERPRISES**

The article investigates the process of making investment decision. It is proved that an important factor in making investment decisions is setting investment goals and objectives, as without precise description of the objectives it is difficult to conclude which of the possible investment decisions is optimal, i.e. the best suits the purpose of investor. The model of decision-making, which is a reflection of the decision, is considered. Its characteristic elements are the objectives, alternatives, consequences of actions and limitations of these actions.

**Keywords:** investment process, investment resources, industry, investment, investment decisions.

**Постановка проблеми.** У сучасній економічній науці недостатньо уваги приділяється вивченню науково-теоретичних засад прийняття інвестиційних рішень на промислових підприємствах, що є вкрай важливою проблемою.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Фундаментальний економіко-теоретичний аналіз прийняття інвестиційних рішень в умовах ринку проводився у працях Дж.М. Кейнса, І. Фішера, Л.Т. Гайераших, Л.Дж. Гітмана, М.Д. Джонка, В. Шарпа, Дж.Р. Хікса, М. Портера. За умов формування ринкових відносин ця проблема розробляється багатьма вітчизняними вченими, про що свідчать роботи В.П. Александрової, О.М. Алімова, О.І. Амоши, Л.М. Безчасного, І.А. Бланка, О.Д. Василика, О.В. Гаврилюка, О.С. Галушко, М.С. Герасим-

чука, О.І. Дація, М.П. Денисенка, О.А. Джусова, С.І. Дорогунцова, А.О. Заїнчковського, М.І. Іванова, М.Х. Корецького, М.І. Крупки, І.І. Лукінова, А.В. Мертенса, О.М. Паламарчука, А.А. Пересади, С.Ф. Покропивного, В.Я. Шевчука та ін.

**Мета статті.** Розгляд процесу залучення інвестиційних ресурсів в умовах розвитку інвестиційного процесу. Вирішення проблеми може бути знайдене на основі аналізу системи взаємин потенційного інвестора і об'єкту інвестування (підприємства).

**Виклад основного матеріалу.** В результаті досліджень встановлено, що багато авторів ототожнюють інвестиційний процес і процес ухвалення інвестиційного рішення [4, с. 7–11]. Але це не зовсім так, оскільки прийняття інвестиційного рішення це лише одна із стадій інвестиційного процесу.



Початок формування фондового ринку належало в ході приватизаційної кампанії, але надалі його розвиток різко сповільнився, оскільки виявилось, що акції переважної більшості приватизованих підприємств не володіють достатньою ліквідністю, а учасники фондового ринку не мають в своєму розпорядженні достовірної і точної інформації для здійснення операцій з цінними паперами. В результаті на фондовому ринку здійснюються операції з цінними паперами всього декількох десятків найбільш відомих та ліквідних емітентів. Через специфічність економіки і, відповідно, інвестиційну діяльність в Україні процес ухвалення інвестиційних рішень, на наш погляд, істотно відрізняється від процесу прийняття рішень в країнах з розвинутою ринковою економікою.

Процес прийняття інвестиційного рішення починається з пошуку і аналізу інформації [6, с. 321]. На нашу думку, інформацію для інвесторів можна розділити на п'ять видів, кожний з яких відноситься до однієї з важливих сторін процесу інвестування.

1. Економічна і загальнополітична інформація дає загальний стан, а також фактичний матеріал для прогнозування тенденцій в економіці, політиці і соціальній сфері в масштабах країни і всього світу. Така інформація потрібна всім інвесторам, оскільки вона лежить в основі оцінки самого середовища, в якому приймаються рішення.

2. Інформація про стан галузі або компанії дає фактичну картину і прогнозні дані про її розвиток. Цей вид інформації використовується інвесторами для оцінки поточного стану в межах галузі або компанії.

3. Інформація про різні фінансові інструменти забезпечує дані для прогнозування поведінки цінних паперів (окрім акцій, облігацій і опціонів), а також різних вкладень в реальні активи.

4. Інформація про ціни містить поточні котирування цін на різні фінансові інструменти, зокрема курси цінних паперів. Ці котирування зазвичай супроводжуються статистичними даними про динаміку цін на дані інструменти за останній час.

5. Інформація про стратегії індивідуальних вкладів складається з рекомендацій з приводу варіантів інвестиційної стратегії або з приводу окремих операцій з фінансовими інструментами. В цілому ця інформація не стільки описова, скільки аналітична або призначена для навчання. Також необхідно оцінити вартість можливої інформації стосовно розмірів власної інвестиційної програми.

Окрім проблеми вартості інформації, для інвесторів є також проблема її якості. Так само як і всі інші товари і послуги, інформація й поради для інвесторів можуть бути краще або гірше. Нерідко ціна та якість інформації і порад не відповідають один одному.

Велике значення має оцінка ступеня асиметричності інформації при ухваленні інвестиційних рішень, оскільки менеджери, як правило, не володіють якою-небудь додатковою, недоступною іншим інформацією ні про загальний стан фондового ринку, ні про майбутній рівень процентних ставок, проте вони зазвичай краще, ніж сторонні спостерігачі, які добре поінформовані про перспективи їх власних підприємств. Зрозуміло, існують різні ступені асиметрії, проте в деяких випадках ця різниця в інформованості дуже мала, щоб зробити вплив на дії менеджерів. В інших випадках, наприклад, напередодні оголошення про злиття підприємств або коли підприємство добилося певного успіху у сфері досліджень і розробок менеджери можуть володіти конфіденцій-

ною інформацією, яка після її обнародування значно змінить котирування цінних паперів підприємства.

До теорії прийняття інвестиційних рішень інформаційна асиметрія має наступне відношення: оскільки однією з головних цілей менеджера є максимізація доходу акціонерів, менеджери, як правило, зацікавлені в тому, щоб максимально швидко довести до відома громадськості конфіденційну інформацію. Класичним прикладом розповсюдження інформації у формі сигналізації є оголошення про виплату дивідендів. Коли підприємство оголошує про значне збільшення виплачуваних дивідендів, її менеджери тим самим дають інвесторам сигнал про те, що підприємство розраховує на отримання великого прибутку. Аналогічно, коли більшість інвесторів чекають збільшення дивідендів, але цього не відбувається, менеджери підприємства дають негативний сигнал [5, с. 112].

Інформаційна асиметрія, а також рішення, що приймаються менеджерами, які є також сигналами для необізнаних, відіграють важливу роль в прийнятті інвестиційних рішень. Важливим моментом в прийнятті інвестиційних рішень є постановка інвестиційних цілей і завдань, що з них випливають, оскільки без точного опису цілей не можна зробити висновок про те, яка з можливих інвестицій є оптимальною, тобто яка найкращим чином відповідає меті інвестора [2, с. 8–14]. Інвестиційні цілі є завданнями, які інвестор прагне вирішити, вкладаючи засоби в будь-який з наявних інструментів інвестування [3, с. 94]. Очевидно, що інвестиційні цілі обумовлюють вибір видів інвестиційних інструментів. До широко поширених цілей інвестування відносяться: збільшення поточного доходу (або до максимізації вилучень); довгострокові прагнення до прибутку; заощадження коштів для майбутніх великих витрат; захист доходу від оподаткування; прагнення до майна (або залишковій вартості).

Як тільки цілі поставлені, повинен бути розроблений інвестиційний план. Це письмовий документ, що пояснює, як будуть інвестовані кошти. Для кожної мети повинні бути встановлені термін досягнення і розмір прийнятого ризику. Як правило, чим важливіше мета, тим менше повинен бути допустимий ризик. Підприємства переслідують не одну єдину мету, наприклад, прагнення до отримання прибутку, а цілий комплекс цілей одночасно: прагнення до прибутку, престижу, економічної влади, отримання ринкової частки. Такий комплекс називається системою цілей.

У системі цілей існують певні відносини, які ми називаємо незалежними, конкуруючими або взаємодоповнюючими. Дві мети  $Z_1$  і  $Z_2$  є незалежними, якщо досягнення мети  $Z_1$  не обмежує і не просуває досягнення мети  $Z_2$ . Про конкуруючі (або конфліктуючі) цілі ми говоримо тоді, коли мета  $Z_1$  досягається тим краще, чим гірше реалізується мета  $Z_2$ .

Метою класифікації інвестиційних рішень є впорядкування типології рішень, а також визнання положення про те, що не існує одного методу інвестиційного розрахунку, який був би найкращим для всіх ситуацій.

Класифікація за альтернативами. На першому рівні цієї схеми розрізняються окремі і програмні рішення. При цьому альтернативами є повністю взаємовиключні можливості дій.

Класифікація за строком дії. Розумно поділити безліч окремих рішень за інвестиційними проектами по їх тривалості на такі, при яких строк дії проекту незмінний, і на такі, при яких строк сам є проблемою прийняття рішення.

Послідовно розглянемо стадії процесу прийняття і здійснення інвестиційних рішень. Існує немало моделей прийняття та здійснення інвестиційних рішень, але всі вони мають деякі загальні риси. Пошук або створення потенційних інвестиційних можливостей є відправною точкою процесу прийняття інвестиційного рішення.

Перший крок: виникає ідея здійснення інвестицій. Передумовою такого «поштовху» є те, що інвестор виявляє ситуацію «недоліку» і прагне її усунути. Для цієї мети він спочатку повинен детально проаналізувати своє початкове положення. Крім того, він повинен мати конкретне уявлення про цілі своїх інвестиційних дій, щоб зможти вивести критерії прийняття рішень, які дозволять йому визначити інвестиційну альтернативу як найкращий крок для досягнення мети.

Наступним кроком необхідно визначити можливості дії інвестора і з'ясувати наслідки цих можливостей. Це завдання вимагає застосування методів прогнозування. Але оскільки людина має лише обмежені знання про завтрашній день, необхідно з'ясувати і врахувати альтернативні варіанти розвитку майбутніх подій. Первинний відбір інвестиційних пропозицій в основному базується на якісній оцінці основних питань, що стосуються життєздатності проекту. Оскільки діяльність підприємств направлена на отримання прибутку (або, принаймні, не на їх втрату), то фінансовий аналіз – це важливий елемент процесу прийняття інвестиційного рішення. Види фінансового аналізу, що вживається при оцінці передбачуваних капіталовкладень, розділяються на дві групи: методи, що дисконтують грошові потоки (складні методи), та такі, що не дисконтують їх (спрощені методи). Але який би метод не використовувався, основний наголос на даному етапі інвестиційного процесу робиться на оцінку тих аспектів проекту, які можуть бути кількісно виражені в грошовій формі. Будучи важливим елементом процесу прийняття інвестиційного рішення, результати фінансового аналізу, проте, рідко є єдиним фактором, що впливає на прийняття кінцевого рішення [4, с. 12].

Критерій прийнятності, заснований на нормі прибутку, пред'являє менш жорсткі вимоги до менш ризикових проектів. Також організації можуть приймати різні критерії прийнятності залежно від часу, на який розрахований проект. Критерії прийнятності визначаються так, щоб враховувати не тільки тип проекту і оцінити ризик, пов'язаний з ним, але і вартість капіталу, який потрібно буде для фінансування проекту, і ступінь важливості цих капіталовкладень для підприємства [4, с. 7–8].

У науковій літературі приділяється велика увага кількісним методам оцінки інвестиційних пропозицій. Існує декілька підходів до фінансового аналізу капіталовкладень, які розрізняються за ступенем складності. Всі ці методи вимагають того, щоб всі сторони інвестиційного процесу були виражені кількісно (зазвичай в грошовій формі). Модель прийняття та здійснення інвестиційних рішень припускає, що саме на цій стадії формується остаточне рішення про те, чи будуть вкладені гроші в проект, що ґрунтується на результатах фінансового аналізу [1, с. 34].

Оцінка (прогноз) можливості дій. У фазі оцінки можливості дій оцінюються на основі їх очікуваних наслідків, що стосуються наперед заданої системи цілей. Оцінка здійснюється в три етапи: необхідно оцінити квантифіковані наслідки, що стосуються

грошових цілей; оцінити неквантифіковані наслідки, що стосуються грошових і обґрунтованих цілей; об'єднати результати, отримані на першому і другому етапах [2, с. 18].

Моделі прийняття рішень. Під моделлю ми розуміємо систему об'єктів і процесів, властивості яких в будь-якому сенсі подібні до властивостей іншої системи або процесу. Для того щоб на основі розгляду моделі прийти до знань, які можна «перенести» в область об'єкту, що зображується, необхідно, щоб модель в своїй структурі відповідала цій області. Необхідною умовою є ізоморфність моделі, причому ізоморфність – це відповідність між формою відображення (моделі) і формою того, що потрібно відобразити (область об'єкту). Проте ми завжди використовуватимемо спрощення і задовольнятимемося частковою ізоморфністю. А це означає, що результати такого модельного аналізу завжди лише умовно можна перенести в дійсність.

Моделлю прийняття рішення є віддзеркалення ситуації прийняття рішення. Її характерними елементами є цілі, альтернативи, наслідки дій і, можливо, обмеження цих дій.

Можна розрізнати ілюстративну, вербальну і символічну моделі. Алгоритм «прив'язує» символи один до одного і задає правила того, яким чином можна перетворити даний ряд символічних знаків  $Z_1$  в інший ряд знаків  $Z_2$ , без яких-небудь змін в їх правильності. У простому випадку при використанні цих алгоритмів йдеться про арифметичні методи розрахунку. Вирішальною перевагою розрахунків в порівнянні до всіх моделей, які не використовують мову символів, є те, що за допомогою алгоритмів можна здійснити логічно абсолютно бездоганні перетворення. Після інвестиційний контроль дозволяє переконатися, що витрати і технічні характеристики задовольняють первинному плану підвищити впевненість в тому, що інвестиційна пропозиція була ретельно продумана і чітко оцінена, та поліпшити оцінку інвестиційних проектів [4, с. 23–24].

На наш погляд, необхідно розмежувати поняття «інвестиційний процес» і «процес прийняття інвестиційних рішень», оскільки інвестиційний процес відображає більш комплексний підхід до інвестиційної діяльності підприємства, виходить за внутрішні межі підприємства і в більшій мірі ґрунтується на стратегічних цілях промислового підприємства.

Інвестиційний процес на промисловому підприємстві і процес прийняття інвестиційних рішень мають загальні риси, але специфіка ринкової економіки передбачає виділення в інвестиційному процесі функції, що окремо не виділяється в процесі прийняття інвестиційних рішень – забезпечення ефективної взаємодії учасників інвестиційного процесу, які виступають як на стороні попиту, так і на стороні пропозиції інвестицій.

Загальний характер інвестиційних рішень суб'єкта (інвестора) визначається тим, що:

- після здійснення інвестиції, тобто вкладення ресурсів в капітальні активи підприємства, вони виявляються пов'язаними і не можуть швидко повернутися з прибутком; змінюється сам характер вкладених в цей вид майна підприємства фінансових ресурсів.

- дане капіталовкладення повинно приносити дохід впродовж всього періоду функціонування придбаних активів, причому інвестор має право розраховувати на таку норму прибутковості, яка була б співставною з тією, яку він отримав би при вкладенні даних коштів в інші (альтернативні) сфери капіталу;

– в кінці періоду функціонування основні кошти матимуть деяку ліквідаційну вартість або не матимуть ніякої вартості.

В результаті відзначимо, що схема прийняття двостороннього інвестиційного рішення є ні що інше, як рівновага попиту і пропозиції, що виражається в бажанні і можливостях інвестора розмістити капітал на найбільш вигідних умовах і в бажанні та можливостях об'єкту інвестування представити такий інвестиційний проект, щоб зацікавити інвестора і тим самим залучити додаткові фінансові ресурси.

Складність прийняття інвестиційного рішення полягає в тому, що суб'єкти, що приймають інвестиційні рішення, мають різні, часто протилежні цілі та інтереси. Для поліпшення функціонування ринку, для більшої ефективності інвестиційного процесу, зокрема, процесу прийняття інвестиційного рішення, необхідно зменшити інформаційні асиметрії. У разі прийняття інвестиційного рішення інформаційна асиметрія може бути зменшена, якщо інвестор зробить дії для додаткового аналізу проекту або підприємства – потенційного об'єкту інвестування. Ця дія може бути здійснена різними шляхами: інвестор вдається до допомоги експертів або опановує знаннями самостійно. Обидва ці методи вимагають додаткових витрат, унаслідок чого, і вищої норми прибутковості.

Сигнали мають особливу цінність у випадках, коли вони не несуть інформацію помилкового характеру, тобто коли їх не можна імітувати. Можна припустити, що професійний інвестор (наприклад, інституційний) має певні навички прийняття інвестиційних рішень і зможе розрізнити помилковий сигнал.

**Висновки.** Інформаційна асиметрія підвищує ризик, отже інвестор вимагає велику прибутковість. Якщо на підприємстві є позитивні зрушення, які можуть вплинути на його інвестиційну привабливість, воно повинне донести інформацію про цю позитивну тенденцію. Асиметрія використовується підприємством в короткостроковому періоді, оскільки в довгостроковому інформація стає загальновідомою.

Метою промислових підприємств є максимізація власності його акціонерів, а це зводиться до максимізації ціни акцій цих підприємств, проте їх менеджери можуть мати і інші цілі, що конкурують з максимізацією доходу акціонерів. Факт, що власники промислового підприємства надають менеджерам право прийняття рішень, створює потенційний конфлікт інтересів, який розглядається в межах теорії агентських відносин.

#### БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Ковалев В.В. Финансовый анализ: Управление капиталом. Выбор инвестиций. Анализ отчетности. – М.: Финансы и статистика, 1996. – 432 с.
2. Ковалева А.И., Лапуста М.Г., Скамай Л.Г. Финансы фирмы: Учебник. – М.: ИНФРА-М, 2000. – 416 с.
3. Лукашенко О. Накопление и формирование инвестиционных ресурсов // Экономист. – 1995. – № 7. – С. 92–96.
4. Недашківський М.М. Інвестиційний фонд регіонів України та джерела його формування // Фінанси України. – 2000. – № 2. – С. 79–85.
5. Растяпін А.В. Методика оцінки економічної ефективності інвестиційних проектів // Фінанси України. – 2001. – № 2. – С. 111–115.
6. Рикардо Д. Сочинения. – М.: Госполитиздат, 1941. – Т. 1: Начала политической экономии и налогообложения. – 288 с.
7. Розенберг Дж.М. Инвестиции: Терминологический словарь. – М.: ИНФРА-М, 1997. – 649 с.

УДК 338.24.01

**Стрий Л.А.**

*доктор экономических наук, профессор,  
профессор кафедры экономики предприятий  
Одесского национального политехнического университета,  
профессор кафедры менеджмента и маркетинга  
Одесской национальной академии связи имени А.С. Попова*

**Захарченко Л.А.**

*кандидат экономических наук, профессор,  
профессор кафедры экономики предприятия  
Одесской национальной академии связи имени А.С. Попова*

**Голубев А.К.**

*кандидат технических наук, профессор,  
профессор кафедры экономики предприятия  
Одесской национальной академии связи имени А.С. Попова*

## МОДЕЛЬ ПРОЦЕССА СОВРЕМЕННОГО ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ ИНФОКОММУНИКАЦИЙ

Статья посвящена изложению нового подхода к ценообразованию, который базируется на формировании цены в процессе интерактивного диалога со всеми участниками цепочки создания ценности услуги, при организации активного взаимодействия с потребителем на всех этапах процесса ценообразования. Изучены тенденции развития современного ценообразования. Построена модель современного ценообразования, и проведено поэтапное исследование процесса ценообразования. Выполнен анализ особенности ценообразования на современных рынках инфокоммуникационных услуг.

**Ключевые слова:** издержки, инфокоммуникационные услуги, конкуренты, модель, предприятие, потребитель, спрос, равновесная цена, цена предложения, цена спроса, ценообразование.

### Стрий Л.О., Захарченко Л.А., Голубев А.К. МОДЕЛЬ ПРОЦЕСУ СУЧАСНОГО ЦІНОУТВОРЕННЯ ПІДПРИЄМСТВ ІНФОКОМУНІКАЦІЙ

Стаття присвячена викладу нового підходу до ціноутворення, який базується на формуванні ціни в процесі інтерактивного діалогу з усіма учасниками ланцюжка творення цінності послуги при організації активної взаємодії із споживачем на усіх етапах процесу ціноутворення. Вивчені тенденції розвитку сучасного ціноутворення. Побудована модель сучасного ціноутворення, і проведено поетапне дослідження процесу ціноутворення. Виконаний аналіз особливості ціноутворення на сучасних ринках інфокомунікаційних послуг.

**Ключові слова:** витрати, інфокомунікаційні послуги, конкуренти, модель, підприємство, попит, рівноважна ціна, споживач, ціна пропозиції, ціна попиту, ціноутворення.

### Strii L.A., Zakharchenko L.A., Holubiev A.K. MODEL OF PROCESS OF MODERN PRICING OF INFOCOMMUNICATION ENTERPRISES

The article deals with the presentation of the new approach to pricing, which is based on formation of price in the process of interactive dialogue with all participants of chain of creation of value of service, during organization of the active co-operation with a consumer on all stages of process of pricing. The progress of the modern pricing trends was studied. The model of the modern pricing is built and a stage-by-stage study of process of pricing is undertaken. The analysis of feature of pricing in the modern markets of infocommunication services is conducted.

**Keywords:** competitors, consumer, demand, demand price, enterprises, equilibrium price, expenses, infocommunication services, model, pricing, supply price.

**Постановка проблемы.** Современное ценообразование существенно изменилось с развитием современных конкурентных рынков, в особенности виртуальных рынков инфокоммуникационных услуг. Возникли новые факторы, которые существенно изменили процесс ценообразования. По мнению Ф. Котлера, глобализация, гиперконкуренция и Интернет переформировали рынки и бизнес. Все эти три силы работают на понижение цен на рынках. Глобализация заставляет компании выставлять свою продукцию на более дешевых рынках и поставлять ее в страны, где цены ниже тех, что предлагаются продавцами в их стране. Гиперконкуренция приводит к тому, что все больше компаний борются за потребителя, что также ведет к снижению цен. А Интернет позволяет людям с легкостью сравнивать цены и выбирать товары с наименьшей из них. Стандартный подход к установлению цены – определить стоимость и добавить наценку – уже не может использоваться на современных рынках [1, с. 183].

Необходим новый подход к решению проблемы ценообразования, при котором цена соответствует восприятию ценности товара потребителем. Особенно это актуально для ценообразования инновационных инфокоммуникационных услуг.

**Анализ последних исследований и публикаций.** Проблема ценообразования исследуется многими авторами. При подготовке данной статьи авторы изучили работы Ф. Котлера [1; 2], К.Л. Келлера, А.Ф. Павленко [3], И.Л. Решетниковой, А.В. Войчак [4], Н.П. Резниковой, Е.Г. Кухаренко [5], А.Н. Цацулина [6], И.А. Желтяковой, Г.А. Маховикова, Н.Ю. Пузыня [7] и др., посвященные исследованию путей решения проблемы ценообразования. Однако всем этим работам присущи определенные недостатки. Бизнес изменяется очень быстро, тенденции его развития в данных работах не учтены (по понятным причинам). В большинстве работ при корретной теоретической разработке проблемы отсутствуют практические рекомендации, в особенности



по определению рыночного спроса, его эластичности. Отсутствует ясность в оценке влияния реальных издержек предприятия на результат ценообразования. Кроме того, при декларации необходимости увязки работ по ценообразованию с другими инструментами комплекса маркетинга в процессе ценообразования не рассматриваются аспекты разработки необходимых стратегий обеспечения рыночной реализации выбранных целей ценообразования.

**Постановка задачи.** Авторами предлагается новый подход к ценообразованию, который базируется на составлении модели ценообразования, построенной с учетом реального состояния современных рынков, в частности рынков инфокоммуникационных услуг, и последующего исследования процесса ценообразования в современных условиях.

**Цели статьи.** В рамках решения выбранной задачи целью данной статьи является:

- изучение тенденций развития современного ценообразования;
- построение модели современного ценообразования и поэтапное исследование процесса ценообразования;
- анализ особенности ценообразования на современных рынках инфокоммуникационных услуг.

**Изложение основного материала. Тенденции развития современного ценообразования.** Современное ценообразование происходит не в сфере производства (в зависимости от затрат), а на рынке в сфере реализации продукции. В современной экономике только на рынке осуществляется реальная оценка полезности и общественной значимости товара, и под воздействием спроса и предложения она находит свое выражение через цену. Производитель уже не может диктовать рынку размер цен на свои товары. Ценообразование при ориентации на потребителя позволяет предприятию устанавливать такие цены на выпускаемую продукцию, которые соответствуют восприятию потребителем ценности этих товаров, их декларируемым качествам, а также способствуют повышению конкурентоспособности и ускорению оборачиваемости товарной массы [8; 9].

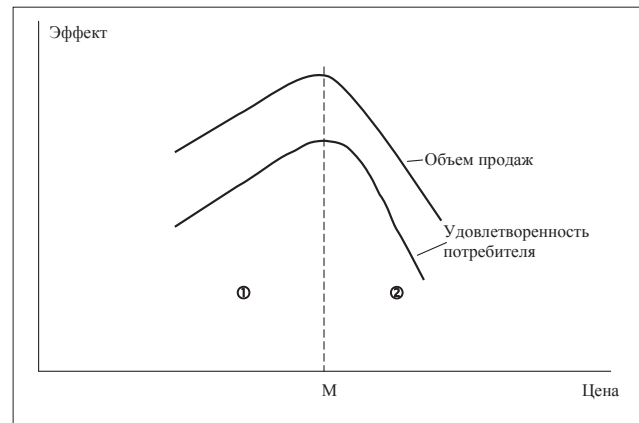
Цена является одним из решающих факторов, которыми руководствуется потребитель, принимая решение о покупке товара. Для стран с низким уровнем покупательской способности населения цена, как правило, является первоочередным критерием. Хотя в развитых странах в последние годы на первое место выдвинулись другие факторы (качество, мощность, дизайн), цена остается одним из важнейших элементов конкурентной политики предприятия, оказывающим непосредственное влияние на занимаемую им позицию на рынке. Ф. Котлер утверждает, что в более чем 70% случаев цена считается основной характеристикой товара, не удовлетворяющей покупателей [1, с. 183].

Потребитель при покупке товара сравнивает величину ценности денег, которые он должен уплатить, с величиной потребительской ценности приобретения и дальнейшего использования данного товара. Он меняет одну ценность на другую и должен быть при этом удовлетворен. Покупка будет произведена, если, по его мнению, потребительская ценность получаемого им блага будет не ниже стоимости издержек, которые связаны с приобретением и последующим использованием данного товара. От уровня потребительского удовлетворения зависит и объем спроса на товар [8; 9].

Исследования выяснили, что удовлетворенность потребителя, которая характеризуется степенью

совпадения характеристик товара, субъективно воспринимаемых клиентом, с ожиданиями, связанными с этим товаром (если достоинства товара ниже ожидаемых, потребитель остается неудовлетворенным; если достоинства совпадают с ожидаемыми, потребитель удовлетворен; если превосходят ожидаемые, потребитель в восторге), во многом определяет уровень продаж товара на рынке. Если потребители глубоко удовлетворены, они будут более склонны покупать товары предприятия и в дальнейшем. Неудовлетворенные потребители легко перейдут к конкурентам [3; 4].

Влияние ценовых и неценовых факторов на эффективность работы предприятия на рынке показано на рис. 1.



**Рис. 1. Влияние цены товара на результаты работы предприятия на рынке**

На рисунке показано влияние цены товара на удовлетворенность потребителя и, соответственно, на объем продаж. Графики имеют явный максимум (линия М), который разделяет две области 1 и 2.

В области низких цен рост цены вызывает увеличение потребительской удовлетворенности и соответствующий рост объема продаж. Это объясняется следующим. Если высокий уровень цены вызван стремлением (и затратами) производителя по улучшению качества товара, расширению объема сопутствующих товару услуг, повышению уровня сервисного обслуживания и потребитель воспринимает это (благодаря воздействию всего комплекса маркетинговых средств), последний будет склонен платить за покупку более высокую сумму. В этой области воздействие неценовых факторов является преобладающим [8; 9].

В области высоких цен поведение потребителя меняется. Цена становится решающим фактором достижения его удовлетворения, и объем продаж уменьшается с ее ростом [8; 9].

Конкретный вид кривых, показанных на рисунке, зависит от типа товара, рынка и от других факторов, но рассмотренная зависимость характерна для многих товаров и рынков.

Таким образом, цена является одной из важнейших характеристик товара. Однако успех предприятия на рынке возможен, если оно будет использовать весь комплекс маркетинговых средств, увязывая проблему ценообразования с разработкой других методов стимулирования спроса и достижения потребительской удовлетворенности, которые должны быть в целом более эффективными, чем у конкурентов.

Основными тенденциями развития ценообразования в настоящее время являются: усиление влияния

в процессе установления цен фактора потребительских предпочтений; стремление к наиболее полному учету влияния на ценообразование не только всего комплекса ценообразующих факторов, но и их взаимодействия; учет психологических аспектов ценообразования. Современное ценообразование ориентирует предприятие определять цену не с помощью рациональных расчетов по уже разработанным методикам, а на основе поиска оптимальной рыночной характеристики, устраивающей и покупателя, и продавца, учитывающей психологические проблемы потребительского поведения и делающей возможным организацию сотрудничества с целевыми клиентами, рассчитанного на долговременную перспективу. Кроме того, необходимо учитывать социально-этические аспекты и реакцию общественных и государственных институтов. Это делает процесс ценообразования непрерывным, со множеством обратных связей. Процесс ценообразования является ком-

плексным и противоречивым. Используя различные подходы, необходимо учитывать множество самых различных факторов и их взаимодействия и искать компромиссы [1; 8; 9; 10; 11].

**Модель процесса современного ценообразования.** Современный подход к проблеме ценообразования опирается на следующие принципы [1; 8; 9; 10] (даны в авторской интерпретации):

- цена, устанавливаемая на товары (услуги, информацию) предприятия, должна обеспечивать ему компенсацию издержек и получение своей доли прибыли, однако издержки не должны быть исходным моментом ценообразования, не издержки определяют цену, а цена лимитирует издержки;

- в процессе ценообразования необходимо стремиться к поиску оптимальной цены, которая не будет сдерживать спрос (при установлении завышенной цены) и при которой не возникнет неоправданных потерь (при установлении заниженной цены);

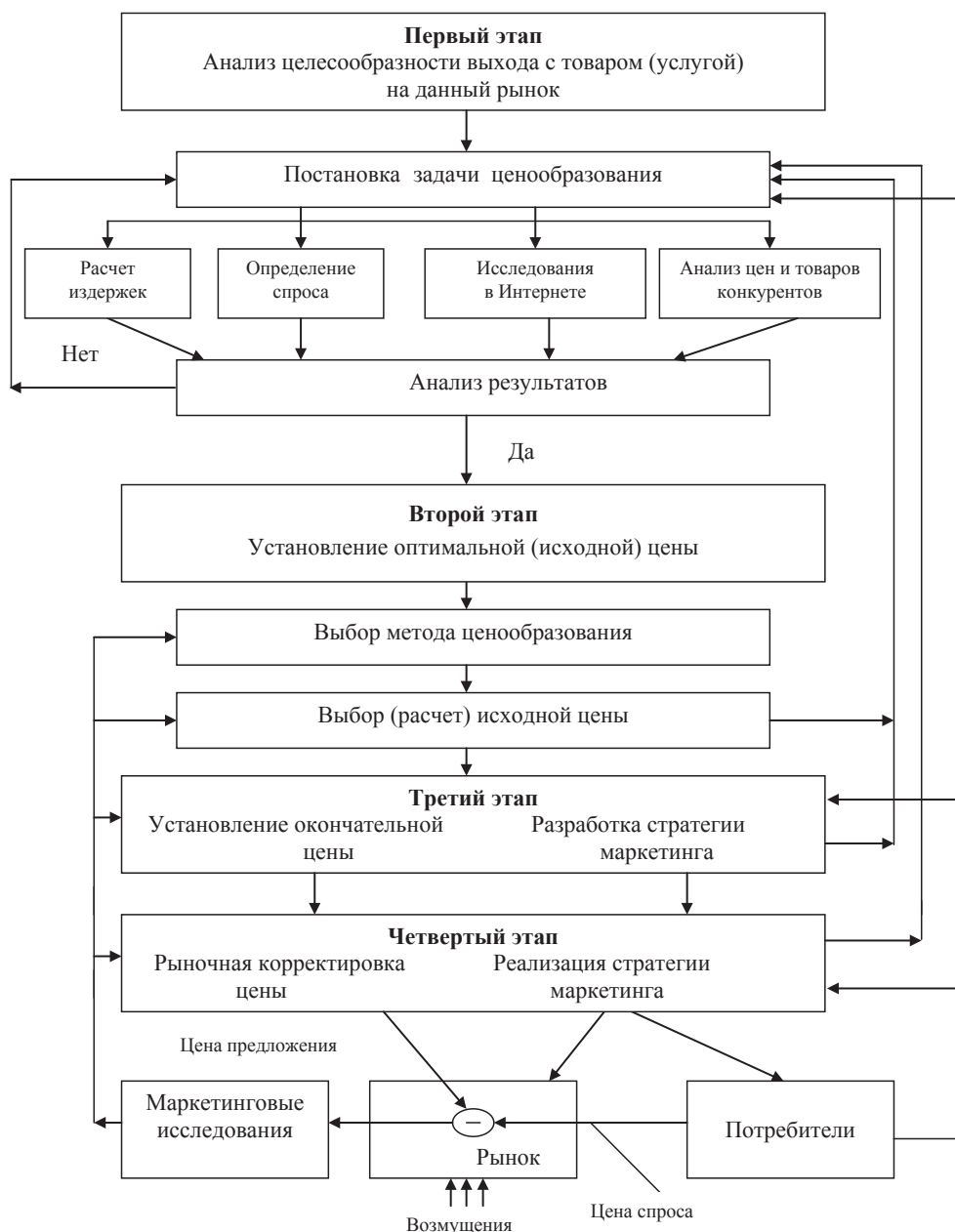


Рис. 2. Модель процесса современного ценообразования

– при ценообразовании нельзя стремиться к получению максимальной прибыли в данных условиях, основной задачей должно быть обеспечение стабильной работы предприятия и достижения долгосрочных целей;

– ценообразование должно быть гибким, чтобы предприятие могло извлекать выгоду как от учета различий в потребительской оценке своих товаров на различных сегментах рынка различными потребителями, так и от рыночной корректировки цены при изменении позиций конкурентов, потребителей, посредников и других участников рынка;

– ценообразование является только одним из элементов комплекса маркетинговых инструментов предприятия, в процессе ценообразования должны быть также разработаны необходимые рыночные стратегии обеспечения успеха деятельности предприятия на рынке;

– поиск оптимальной цены должен опираться на анализ большого объема информации, ее достоверности, на оценку факторов риска, прогнозирование изменений рыночной ситуации, что требует в процессе установления цены, при необходимости, возвращения к уже пройденным этапам и корректировки расчетов.

Процесс ценообразования является комплексным и противоречивым. Используя различные подходы, необходимо учитывать множество самых различных факторов, их взаимодействие и искать компромиссы. Рекомендуется при определении цены на товары учитывать: результаты исследований рынка; возможные действия конкурентов; цели и задачи предприятия, возможности производства; финансовые возможности предприятия; действующее законодательство.

Один из возможных вариантов модели современного ценообразования показан на рис. 2.

Сложность и внутренняя противоречивость процесса ценообразования на схеме отражена множеством обратных связей.

В ценообразовании выделено четыре этапа.

**Первый этап.** Анализ целесообразности выхода с товаром (услугой) на данный рынок. Основная задача этого этапа – определить минимально возможную рентабельную цену по принципу «издержки плюс прибыль», сравнить ее с ценами товаров – аналогов конкурентов, выполнить оценку спроса и принять решение: «Да» – можно на данном рынке продавать товар (услугу, информацию) с выгодой для предприятия или «Нет». При варианте «Да» процесс ценообразования продолжается, в противоположном случае – происходит возврат к постановке задачи ценообразования и осуществляется поиск альтернативных вариантов.

Следует отметить, что работы по расчету издержек, определению спроса, анализу цен конкурентов могут проводиться параллельно, что существенно снижает время ценообразования, а не последовательно, как рекомендуют традиционные источники. Применение новых информационных технологий (исследования в Интернете) позволяет существенно ускорить процесс ценообразования и повысить его результативность.

Наиболее сложной на данном этапе является работа по определению спроса. Следует учитывать, что спрос является, с одной стороны, критерием оценки потребительских предпочтений, но, с другой стороны, именно спрос и определяет потребительские предпочтения и цену на товар (многие покупатели предпочитают приобретать товары, на которые уже имеется повышенный спрос).

**Второй этап.** Установление оптимальной (исходной) цены. На этом этапе осуществляются выбор метода ценообразования и выбор (или расчет) исходной цены в соответствии с этим методом. Более детально следует рассмотреть проблему установления оптимальной цены. Поиск решения проблемы поясняется рис. 3.

Уровень цен товаров – аналогов конкурентов определяет верхний размер возможной цены (при аналогичности товара предприятия товарам конкурентов). Если цена на товар предприятия будет установлена выше этого уровня, потребители отдадут предпочтение товарам конкурентов.

Себестоимость товара определяет нижний уровень цены, при котором предприятию выгодно выпускать и продавать данный товар. При более низкой цене предприятие не будет получать прибыль.

Какой размер цены в диапазоне от минимальной цены, определяемой себестоимостью товара, до цены конкурентов может быть установлен предприятием, зависит от уровня цены, соответствующей ценности товара, которая соответствует восприятиям потребителей.

Возможны три варианта.

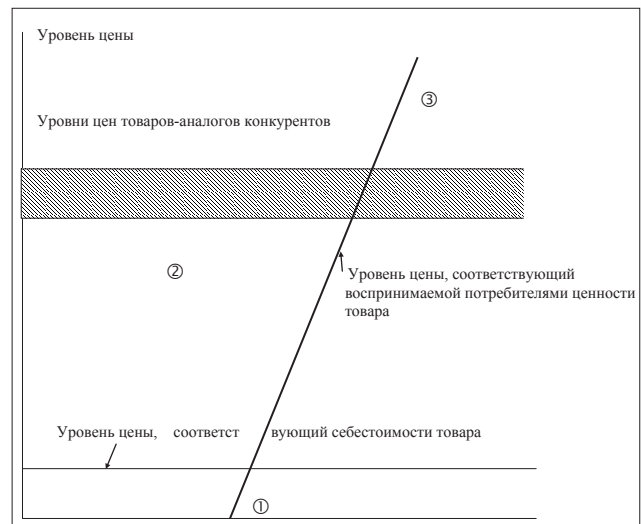


Рис. 3. Выбор оптимального уровня цены

**Область 1.** Минимально возможный уровень цены, соответствующий потребительской ценности товара, находится ниже уровня, соответствующего его себестоимости, следовательно, рыночная цена на этот товар тоже должна быть ниже этого уровня (иначе товар не будет продаваться). В этом случае реализация товара на этом рынке при данных условиях убыточна. Предприятию необходимо или снизить издержки до значения, определяемого требованиями рынка, или работать некоторое время без прибыли, пока не будут изменены потребительские предпочтения – пока товар предприятия не будет признан рынком. (Следует отметить, что японские компании при завоевании рынка могут длительное время работать, не получая прибыль.) Если то и другое невозможно, на данном рынке предприятию работать нецелесообразно.

**Область 3.** Если ясно, что потребитель будет отдавать предпочтение товарам предприятия, оно может установить на свой товар цену, не меньше, чем у конкурентов. Это возможно в том случае, если общая сумма ценностей товара, услуг, обслуживающего персонала, которые покупатель получает при

покупке продукта предприятия, будет выше, чем у конкурентов. В тех же случаях, когда товар предприятия имеет некоторые уникальные свойства (качество, дизайн, эксплуатационные достоинства и т.п.) и потребитель воспринимает это, то уровень цены может быть установлен выше, чем у конкурентных товаров и товаров-аналогов.

**Область 2.** Оптимальным является вариант, когда уровень цены товара, определяемый его потребительской ценностью, находится между двумя другими. В этом случае именно он и определит диапазон приемлемых и для производителя, и для потребителя рыночных цен.

Опыт ценообразования компаний, наиболее успешно работающих на рынках, показывает, что исходную цену необходимо устанавливать, опираясь на опыт и интуицию наиболее влиятельных маркетеров.

По результатам данного этапа ценообразования устанавливается уровень исходной цены, приемлемый для рынка и для предприятия.

**Третий этап.** Установление окончательной цены. Разработка стратегии маркетинга. Прежде чем установить окончательную цену, необходимо проанализировать все внешние факторы, не зависящие от предприятия, но влияющие на решения по ценообразованию. К таким факторам относятся: потребители; государство; участники каналов сбыта; конкуренты. Дополнительные соображения, связанные с влиянием данных факторов, могут существенно изменить расчетный уровень цены. Учет действующих в данное время и в данных условиях ограничений определяет структуру цены.

Если расчетная окончательная цена превысит уровень, при котором целесообразно выходить на данный рынок, процесс ценообразования возвращается к предыдущим этапам (см. рис. 1).

Особенностью предлагаемой методики ценообразования является разработка на этом этапе стратегии маркетинга, обеспечивающей реализацию выбранного решения по ценообразованию.

**Четвертый этап.** Рыночная корректировка цены. Реализация стратегии маркетинга. Данный этап отсутствует в уже имеющихся методиках ценообразования. Однако работы этого этапа делают процесс ценообразования непрерывным, позволяют своевременно обнаружить допущенные неточности и своевременно реагировать на изменение рыночной ситуации, не учтенной при ценообразовании.

При этом важно, что рыночная корректировка цены сопровождается реализацией стратегии маркетинга и ее соответствующим уточнением. Это делает возможным комплексно решать все проблемы рыночной деятельности предприятия и достичь успеха с большей вероятностью. Это оправдано, так как современный маркетинг рассматривает ценообразование как один из важнейших элементов работы на рынке. Однако ценовой инструмент не является изолированным. Реальный успех на рынке возможен только в том случае, когда он используется в сочетании с другими инструментами маркетинга, особенно с управлением потребительскими характеристиками товара.

Товар (услуга) поступает на рынок с ценой предложения, установленной предприятием. Потребители выдвигают цену спроса. Маркетинговые исследования позволяют определить не только разность этих цен, но и причины, факторы, влияющие на величину разности (наиболее часто оказывается, что при установке цены предприятие недооценило или переоценило потребительскую ценность своей про-

дукции). Возможна низкая эффективность разработанных маркетинговых стратегий, изменение конъюнктуры рынка. На рынок и потребителей влияют различные возмущения, имеющие как краткое, так и долговременный характер. Предприятию необходимо не только устанавливать цену в соответствии со спросом на товар, но и воздействовать на спрос в целях его повышения. При этом ценовое воздействие является очень чутким и гибким инструментом.

Маркетинговые исследования реального восприятия установленной в процессе ценообразования цены на товар (услуги) предприятия требуют корректировки работ предыдущих этапов, как это показано на рис. 2.

Данная модель ориентирует ценообразование на рынок, на потребителей. Потребитель участвует в ценообразовании на всех его этапах. Это является отличительной характеристикой и достоинством данной модели.

**Особенности ценообразования на рынках инфокоммуникационных услуг.** Ценообразование на предприятиях телекоммуникаций и инфокоммуникаций рассмотрено детально в [5, с. 101–110]. Обобщение этого материала, а также некоторых других Интернет-публикаций позволило авторам статьи сформулировать некоторые особенности ценообразования на рынках инфокоммуникационных услуг.

Маркетинговое ценообразование предприятий инфокоммуникаций должно осуществляться с учетом следующих факторов [5]:

- обеспечение удовлетворительного уровня прибыльности (определенного в терминах отдачи на капитал или дисконтированной величины чистого дохода) в течение заранее установленного периода времени, который достаточен для финансирования инвестиционных программ;
- потребности клиентов: спрос, использование, платежеспособность, принятие или неприятие услуг и предсказуемость поведения;
- конкурентное положение как в рассматриваемом рыночном секторе, так и связанных с ним;
- издержки (со всеми проблемами точного определения и разделения между услугами);
- гибкость для отражения изменений на рынке, в сфере технологий, издержек с учетом инфляции;
- высокое качество предоставления услуги и обслуживания;
- решение социальных задач;
- отсутствие дискриминационного момента в ценах, когда одни и те же услуги при одинаковом спросе продаются разным клиентам по разным ценам;
- учет требований действующего законодательства.

С точки зрения ценообразования все услуги связи можно разделить на платные (реализуемые потребителям по регулируемым и нерегулируемым тарифам) и бесплатные. Перечень (номенклатура) платных услуг представлен в прейскурантах тарифов операторов на услуги связи. Перечень услуг, тарифы которых регулируются государством, определяется соответствующим законодательством в зависимости от уровня монополизма рынка услуг связи, степени удовлетворения общественных и личных потребностей в услугах конкретного вида, платежеспособностью отдельных категорий пользователей. К услугам этого вида относятся универсальные услуги, а также услуги общедоступной почтовой и электрической связи, оказываемые операторами, включенными в реестр монополистов, перечень которых утвержда-



ется регулятором. К числу услуг, тарифы на которые регулируются государством, относятся также услуги присоединения и услуги по пропуску трафика, то есть оказываемые операторами друг другу. К «нерегулируемым» услугам относятся все остальные виды, тарифы на которые устанавливаются производителями в зависимости от спроса и предложения, от уровня конкуренции, платежеспособности потребителей и других рыночных ценообразующих факторов. К бесплатным услугам относится передача служебных сообщений между органами управления и регулирования связи и хозяйствующими субъектами, а также обмен служебной информацией между последними [5].

Тарифы, применяемые для услуг связи, должны [5]:

- обладать достаточной гибкостью, чтобы быть в состоянии приспосабливаться к новым потребностям, которые могут возникать по мере развития услуги;
- быть по возможности простыми в административном плане;
- быть хорошо понятными пользователям, то есть пользователь должен без труда составить себе представление о том, как подсчитываются таксы.

Взимаемые тарифы (таксы) за услуги, как правило, включают один или несколько из приводимых компонентов [5]:

- первоначальную таксу (не периодическую);
- абонентскую, плату, выплачиваемую периодически;
- таксу за использование доступа к сети;
- компонент пользования услугой (уровень этой составляющей может зависеть, например, от объема данных и (или) продолжительности соединения);
- таксу за использование базовой, в том числе международной сети связи.

Также могут быть учтены другие факторы, такие как:

- категория пользователя;
- сегмент рынка;
- факультативные (дополнительные) услуги для пользователя;
- тип коммутации;
- расстояние;
- время (часы наибольшей и наименьшей нагрузки);
- маршрут и другие функции.

Тарифные планы находятся на сайтах каждого оператора (предприятия) связи.

Перспективной тенденцией развития ценообразования на рынках инфокоммуникационных услуг (тарифы на которые устанавливает предприятие) является практически полный отказ от постоянной цены и непрерывной (несколько раз в сутки) корректировке цены. Наиболее опытные менеджеры-маркетеры стараются указать верхний предел цены, который должен быть чуть ниже цены конкурентов в данный момент времени и нижний предел диапазона корректировки. При этом цена меняется не только в сторону понижения. Когда выгодное предложение реализовано, а спрос еще есть, менеджеры могут сразу повысить цены, уже не опасаясь действий конкурентов. При этом возможен интерактивный диалог между всеми участниками цепочки разработки, продвижения и потребления конкретной инфокоммуникационной услуги.

**Выводы.** Одним из основных принципов современного ценообразования выступает необходимость установления с целевыми потребителями взаимовыгодного сотрудничества, рассчитанного на длитель-

ную перспективу. Потребитель будет сотрудничать с предприятием, если его восприятие полезности предлагаемого ему товара будет соответствовать затратам, необходимым для приобретения и дальнейшего использования этого товара по назначению. Фактор оценки покупателем полезности товара, потребительских предпочтений в маркетинговом ценообразовании становится решающим.

Современное ценообразование осуществляется в определенной последовательности: постановка задачи ценообразования; исследования рынка, цен и товаров конкурентов, расчет издержек, анализ результатов исследований; выбор метода ценообразования; расчет исходной цены; учет действующих ограничений и установление окончательной цены; рыночная корректировка цены. Сложность и противоречивость ценообразования требуют неоднократного возвращения к уже пройденным этапам и уточнения расчетов. Особенно важным является процесс рыночной корректировки цены. Необходимо не только изменять цену в соответствии со спросом на товар, но и воздействовать на спрос с целью его повышения. Для этого в арсенале маркетинга имеется гибкая система скидок и модификации цен.

Современное предприятие должно рассматривать цену, ценообразование, ценовую политику как один из важнейших элементов деятельности на рынке. Однако реальный успех возможен только в том случае, если ценовой инструмент будет применяться не изолированно, а в сочетании с другими методами и средствами маркетинга как при работе на рынке, так и при управлении потребительскими характеристиками товара. Активное гибкое ценообразование способствует значительному расширению рынка сбыта товаров предприятия и существенно повышает их конкурентоспособность.

Перспективными тенденциями развития ценообразования на рынках инфокоммуникационных услуг являются практически полный отказ от постоянной цены и непрерывная корректировка цены в процессе продажи услуг. При этом цена меняется не только в сторону понижения, но и, при наличии устойчивого спроса, в сторону повышения цены. При этом возможен интерактивный диалог между всеми участниками цепочки разработки, продвижения и потребления конкретной инфокоммуникационной услуги, который позволяет найти равновесную цену, удовлетворяющую всех участников цепочки.

#### БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК:

1. Котлер Ф. Маркетинг XXI века / Ф. Котлер. – СПб.: Издательский дом «Нева», 2005. – 432 с.
2. Котлер Ф. Основы маркетинга / Ф. Котлер. – Киев; М.; СПб.: Вильямс, 2007. – 656 с.
3. Маркетинговый менеджмент: [підручник] / [Ф. Котлер, К.Л. Келлер, А.Ф. Павленко та ін.] – К.: Видавництво «Хімджест», 2008. – 720 с.
4. Маркетинг: [підручник] / [А.Ф. Павленко, І.Л. Решетникова, А.В. Войчак та ін.] – К.: КНЕУ, 2008. – 600 с.
5. Резникова Н.П. Маркетинг в отрасли инфокоммуникаций: [учебное пособие для вузов] / [Н.П. Резникова, Е.Г. Кухаренко]. – М.: Горячая линия-Телеком, 2013. – 152 с.
6. Цацулин А.Н. Цены и ценообразование в системе маркетинга / А.Н. Цацулин. – М.: Филинь, 1998. – 448 с.
7. Желтякова И.А. Цены и ценообразование / И.А. Желтякова, Г.А. Маховикова, Н.Ю. Пузыня. – СПб.: Питер, 1999. – 112 с.
8. Маркетинг предприятий: основные тенденции современного развития: [монография] / [Л.А. Стрий, М.А. Мамедов, О.М. Рустамов, А.К. Голубев]. – Баку: Изд-во «М.П. №9», 2013. – 352 с.
9. Стрий Л.О. Маркетинг XXI століття: концептуальні зміни та

- тенденції розвитку: [монографія] / Л.О. Стрій; за ред. проф. Голубєва А.К. – Одеса: ВМБ, 2010. – 320 с.
10. Ховард К. Экономическая теория: [учебник] / [К. Ховард, Г. Журавлева, Н. Эришвили]. – М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 1997. – 278 с.
11. Экономика и управление на предприятии: основные тенденции и проблемы развития: [монография] / [А.К. Голубев, Л.А. Стрий, Л.А. Захарченко]; под научн. ред. профессора, д.т.н. П.П. Воробийенко. – Saarbrücken: LAP Lambert Academic Publishing, 2015. – 292 с.

УДК 336.02; JEL-класифікація: D

**Суворова І.М.**

*кандидат економічних наук,  
доцент кафедри фінансів, обліку і аудиту  
Національного авіаційного університету*

## УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВИМИ РЕСУРСАМИ В ПРОЦЕСІ ПРОАКТИВНОГО УПРАВЛІННЯ АВІАТРАНСПОРТНИМИ ПІДПРИЄМСТВАМИ УКРАЇНИ

У статті розглянуто концептуальні підходи щодо визначення поняття «фінансові ресурси», надано визначення фінансових ресурсів авіатранспортних підприємств України з метою побудови ефективного процесу проактивного управління, запропоновано складові фінансових ресурсів, що в кінцевому результаті дозволило побудувати сукупність фінансових ресурсів авіакомпаній.

**Ключові слова:** фінансові ресурси, управління, складові фінансових ресурсів, авіатранспортні підприємства.

### **Suvorova I.N. UPRAVLЕНИЕ ФИНАНСОВЫМИ РЕСУРСАМИ В ПРОЦЕССЕ ПРОАКТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ АВИАТРАНСПОРТНЫМИ ПРЕДПРИЯТИЯМИ УКРАИНЫ**

В статье рассмотрены концептуальные подходы к определению понятия «финансовые ресурсы», дано определение финансовых ресурсов авиатранспортных предприятий Украины с целью построения эффективного процесса проактивного управления, предложены составляющие финансовых ресурсов, что в конечном итоге позволило построить совокупность финансовых ресурсов авиакомпаний.

**Ключевые слова:** финансовые ресурсы, управление, составляющие финансовых ресурсов, авиатранспортные предприятия.

### **Suvorova I.N. FINANCIAL RESOURCES MANAGEMENT DURING PROACTIVE MANAGEMENT OF AIR TRANSPORT ENTERPRISES OF UKRAINE**

In the article, the conceptual approaches to the definition of "financial resources" are provided. The definition of the financial resources of air transport enterprises of Ukraine is provided in order to build an effective process for proactive management of the financial resources, which ultimately allows to build a set of financial resources of airlines.

**Keywords:** financial resources, management, components of financial resources, air transport enterprises.

**Постановка проблеми.** В умовах нестабільності національної економічної системи постає загроза для авіатранспортних підприємств України щодо нормального їх функціонування на ринку авіаційних перевезень та уникнення банкрутстваітому, зростає необхідність у наявності такої системи управління фінансовими ресурсами авіакомпаній, яка змогла б забезпечувати ефективний процес проактивного управління. Саме фінансові ресурси мають велике значення в діяльності авіатранспортних підприємств, тому що вони здійснюють великий вплив на фінансово-господарську діяльність авіакомпаній та забезпечують оптимальну платоспроможність. Обмеженість фінансових ресурсів, постійні потреби в їх формуванні та раціональному використанні, коливання їх вартості спонукають побудувати таку систему проактивного управління, яка б здійснювала відповідні заходи щодо їхнього ефективного та раціонального використання.

**Аналіз досліджень і публікацій.** Значну увагу дослідженню проблем управління фінансовими ресурсами підприємств приділяли такі науковці: І.Т. Балатанов, І.Б. Бланк, Л.Д. Буряк, Л.О. Василенко, В.М. Гриньова, Н.М. Дащенко, Г.А. Дорошук, І.В. Зятковський, Г.П. Іванова, Т.Р. Карлін, А.П. Ковальов, Л.Н. Коваленко, М.Я. Коробов, М.Н. Крейніна, Л.А. Лахтіонова, В.О. Лігоненко, В.О. Мец, А.В. Поддєрьогін, Г.В. Савицька, О.О. Терещенко, С.В. Хачатурян, В.С. Шаповал,

З.Є. Шершньова та ін. Проте питанню стосовно управління фінансовими ресурсами в процесі проактивного управління авіатранспортними підприємствами України уваги не приділяється.

**Мета статті.** Дослідження та оцінка управління фінансовими ресурсами, а також визначення складових, які формують сукупність фінансових ресурсів авіакомпаній, для побудови ефективного процесу проактивного управління авіатранспортними підприємствами України.

**Виклад основного матеріалу.** Для ефективного функціонування авіакомпаній на ринку авіаційних перевезень необхідна розробка процесу проактивного управління, де управління фінансовими ресурсами виступають в якості його складової. Саме такий процес дозволяє мобілізувати та раціонально використовувати фінансові ресурси авіатранспортними підприємствами. Отже, формування, мобілізація та використання фінансових ресурсів насамперед залежать від ефективної системи проактивного управління авіатранспортними підприємствами України ще і тому, що окремі складові процесу управління та їх ефективне функціонування потребують комплексного вирішення проблем.

Незалежно від схеми побудови управління авіатранспортними підприємствами організація та управління фінансами повинна будуватися на єдиних базових принципах:

– економічна самостійність;

- самофінансування;
- матеріальна зацікавленість;
- фінансова відповідальність;
- контроль (у тому числі внутрішній аудит);
- резервування під фінансові ризики [6].

По-перше, звернемося до походження терміну «ресурси». Він має два походження: від латинського «resurgere» – «знову підійматися; знову виникати» та від французького «ressource», що означає «засіб, спосіб, дані, ресурси» [7, с. 65]. В сучасному трактуванні термін «ресурси» означає «засіб, можливість, якими можна скористатись» [1, с. 472].

Фінансові ресурси – це кошти, що перебувають у розпорядженні підприємств і призначені для виконання ними певних фінансових зобов'язань. Вони

формується за рахунок створення підприємства, власних та прирівняних до них коштів, мобілізуються на фінансовому ринку, надходять у порядку розподілу грошових надходжень [2]. Фінансово-економічний словник дає наступне тлумачення фінансових ресурсів: «фінансові ресурси – це сукупність коштів, що перебувають у розпорядженні держави та суб'єктів господарювання і є їх джерелом виробничого і соціального розвитку» [8, с. 496]. С.В. Мочерний в Економічному енциклопедичному словнику дає інше трактування фінансових ресурсів: «фінансові ресурси – це сукупність грошових коштів, створених у процесі формування, обміну, розподілу (в т. ч. перерозподілу) і використання валового внутрішнього продукту різними економічними суб'єктами» [11, с. 509].

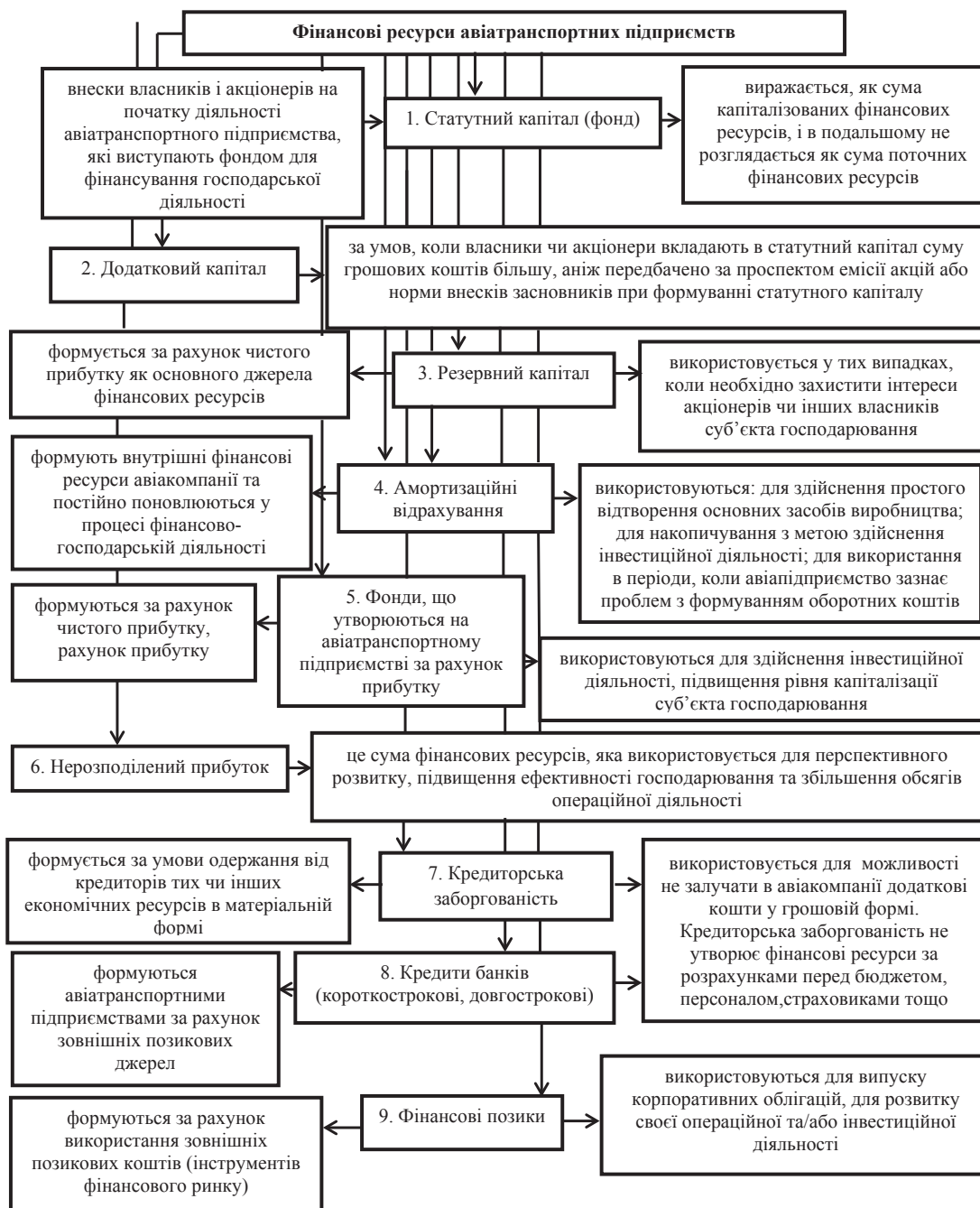


Рис. 1. Складові фінансових ресурсів авіатранспортних підприємств України

Складено автором на основі: [3; 9; 10; 15]

Фінансові ресурси авіатранспортних підприємств – це та частина коштів у формі доходів та зовнішніх надходжень, призначених для виконання фінансових зобов'язань і здійснення витрат щодо забезпечення розширеного відтворення. Фінансові ресурси – це грошові фонди цільового призначення, які формуються в процесі розподілу та перерозподілу національного багатства, сукупного суспільного продукту, національного доходу і використовуються в цілях підприємства. Вони також характеризуються як грошові нагромадження і доходи, які утворюються в процесі розподілу та перерозподілу валового внутрішнього продукту і концентруються у відповідних фондах для забезпечення розширеного відтворення і задоволення інших суспільних потреб [10].

Фінансові ресурси виступають в якості грошових доходів і надходжень, які знаходяться в розпорядженні суб'єктів господарювання і призначені для забезпечення фінансових зобов'язань, розширеного відтворення і економічного стимулювання робітників; також це грошові засоби, які знаходяться в постійному або частковому розпорядженні для забезпечення умов безперервної діяльності, а також достатніх доходів і накопичень [14]. С.В. Хачатурян дає визначення фінансових ресурсів, як частини коштів підприємства у фондів і нефондовій формі, яка формується в результаті розподілу виробленого продукту, залучається до діяльності підприємства з різних джерел і спрямовується на забезпечення розширеного відтворення виробництва [15, с. 81]. Фінансові ресурси призначені для виконання фінансових зобов'язань перед усіма суб'єктами господарювання (бюджетом, банками, страховими та іншими організаціями), з якими підприємство має взаємовідносини [5], для забезпечення фінансової стійкості та здійснення фінансово-економічної діяльності авіатранспортних підприємств [13], забезпечення безперервного розширеного відтворення та задоволення інших суспільних потреб [12].

Слід погодитись із д.е.н., професором Воробйовим стосовно того, що усі фінансові ресурси, які залучаються авіакомпанією, включаються в господарський обіг і перетворюються на капітал. У свою чергу, для зворотного процесу перетворення капіталу у фінансові ресурси потрібен час, а це може супроводжуватись втратою реальної вартості, в залежності від ліквідності активів. Водночас необхідно вказати, що у процесі перетворення капіталу у фінансові ресурси їх загальна сума також може суттєво збільшитись у зв'язку з підвищенням вартості капіталу чи бізнесу на ринку. Внаслідок можливих коливань сум фінансових ресурсів, що формуються за рахунок перетворення капіталу, фінансові ресурси доцільно розглядати як «фінансовий потік» або «фінансовий запас» [4].

Сьогодні всі авіатранспортні підприємства України приділяють велику увагу питанням забезпечення захисту фінансових інтересів. Такий захист відбувається за допомогою структурних підрозділів авіакомпаній, тобто локально, і це є однією з помилок в процесі управління авіатранспортними підприємствами. Адже тільки завдяки комплексній системі управління авіакомпанії зможуть більш чітко та швидко вирішувати поточні фінансові проблеми та поставлені перед ними завдання. Тому вважаємо, що для вирішення проблем щодо управління фінансовими ресурсами в процесі проактивного управління авіатранспортними підприємствами України необхідно побудувати систему, яка,

в загальному вигляді, буде містити в собі сукупність фінансових ресурсів авіакомпаній, що в кінцевому результаті дозволить побудувати сукупність фінансових ресурсів (рис. 1).

Таким чином, сукупність фінансових ресурсів авіатранспортних підприємств України можна представити у вигляді його складових:

$$\Phi P = \phi(\text{СК, ДК, РК, АВ, ФП, НП, КЗ, КБ, ФінП}), \quad (1)$$

де СК – статутний капітал;

ДК – додатковий капітал;

РК – резервний капітал;

АВ – амортизаційні відрахування;

ФП – фонди, що утворюються за рахунок прибутку;

НП – нерозподілений прибуток;

КЗ – кредиторська заборгованість;

КБ – банківські кредити (довгострокові, короткострокові);

ФінП – фінансові позики.

Але слід звернути особливу увагу на те, що при формуванні сукупності фінансових ресурсів не всі елементи можуть постійно відноситись до її складової.

Підсумовуючи вищесказане, автор дає своє визначення фінансових ресурсів авіатранспортних підприємств України з метою побудови ефективного процесу проактивного управління. Фінансові ресурси авіатранспортних підприємств України – це об'єкт фінансових відносин, головною метою якого є визначення оптимальної та доцільної мети грошових відносин в авіакомпанії, а також їх раціональне формування, мобілізацію, розподіл та використання задля забезпечення його стійкого функціонування і подальшого розвитку, а також для отримання та максимізації прибутку.

Саме рух фінансових ресурсів обслуговує операційну, інвестиційну, інноваційну і фінансову діяльність авіатранспортних підприємств в процесі проактивного управління. Управління фінансовими ресурсами є складною системою, яка синтезує процеси прийняття і реалізації управлінських рішень, спрямованих на оптимальне формування, раціональне розміщення, ефективне використання, розширене відтворення та нарощування фінансового потенціалу авіакомпанії з метою досягнення поставлених стратегічних, тактичних і оперативних цілей, забезпечення стійкого функціонування і подальшого розвитку з урахуванням впливу чинників мінливого зовнішнього середовища.

**Висновки.** На сьогодні всі авіатранспортні підприємства України приділяють велику увагу питанням забезпечення захисту фінансових інтересів. Такий захист відбувається за допомогою структурних підрозділів авіакомпаній, тобто локально, і це є однією з помилок в процесі управління авіатранспортними підприємствами. Адже тільки завдяки комплексній системі управління авіакомпанії зможуть більш чітко та швидко вирішувати поточні фінансові проблеми та поставлені перед ними завдання.

Для ефективного функціонування авіакомпаній на ринку авіаційних перевезень необхідна розробка процесу проактивного управління, де управління фінансовими ресурсами виступають в якості його складової. Саме такий процес дозволяє мобілізувати та раціонально використовувати фінансові ресурси авіатранспортними підприємствами.

Фінансові ресурси авіатранспортних підприємств України – це об'єкт фінансових відносин, головною метою якого є визначення оптимальної та доцільної мети грошових відносин в авіакомпанії, а також



їх раціональне формування, мобілізацію, розподіл та використання задля забезпечення його стійкого функціонування і подальшого розвитку, а також отримання та максимізації прибутку.

#### БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Биби́к С.П. Словник іншомовних слів: тлумачення, словотворення та слововживання / С.П. Биби́к, Г.М. Ску́та; за ред. С.Я. Ермоленко. – Харків: Фоліо, 2006. – 623 с.
2. Вікіпедія. Фінансові ресурси. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://uk.wikipedia.org/wiki>
3. Воробьев Ю.Н. Капитал предпринимательских структур в системе финансового менеджмента: [монография] / Ю.Н. Воробьев. – Симферополь: Таврия, 2000. – 324 с.
4. Воробийов Ю.М. Роль фінансових ресурсів суб'єктів підприємництва / Ю. М. Воробийов // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://fbi.crimea.edu/arhiv/2011/nv\\_3-2011/002vorobyev.pdf](http://fbi.crimea.edu/arhiv/2011/nv_3-2011/002vorobyev.pdf)
5. Гриньова В.М. Фінанси підприємств / В.М. Гриньова, В.О. Коюда. – Вид. 2-ге, перероб. та допов. – К.: Знання-Прес, 2004. – 424 с.
6. Дворецкая А.Е. Организация управления финансами на предприятии / А.Е. Дворецкая // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.mevriz.ru/articles/2002/4/1000.html>
7. Етимологічний словник української мови: у 7 т. – Т. 5 / уклад.: Р.В. Болдирев та ін. – К.: Наук. думка, 2006. – 704 с.
8. Загородній А.Г. Фінансово-економічний словник / А.Г. Загородній, Г.Л. Вознюк. – Львів.: вид-во нац. ун-ту «Львівська політехніка», 2005. – 714 с.
9. Зятковський І.В. Фінансове забезпечення діяльності підприємств / І.В. Зятковський. – Тернопіль.: Економічна думка, 2000. – 260 с.
10. Коробов М.Я. Фінансово-економічний аналіз діяльності підприємств: [навч. посіб.] / М.Я. Коробов. – К.: Т-во «Знання», КОО, 2000. – 378 с.
11. Мочерний С.В. Економічний енциклопедичний словник: у 2-х т. – Т.2: О-Я / С.В. Мочерний, Я.С. Ларіна, О.А. Устенко, С.І. Юрій; за ред. С.В. Мочерного. – Львів: Світ, 2006. – 568 с.
12. Павлюк К.В. Фінансові ресурси держави / К.В. Павлюк. – К.: НІОС, 1998. – 175 с.
13. Петик М.І. Економічна суть і призначення фінансових ресурсів у забезпеченні господарської діяльності суб'єкта господарювання / М.І. Петик. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.nbuv.gov.ua/portal/Soc\\_gum/aprer/2008\\_4\\_1/35.pdf](http://www.nbuv.gov.ua/portal/Soc_gum/aprer/2008_4_1/35.pdf)
14. Сало І.В. Фінансово-кредитна система України та перспективи її розвитку / І.В. Сало. – К.: Наукова думка, 1995. – 178 с.
15. Хачатурян С.В. Сутність фінансових ресурсів та їх класифікація [Текст] / С.В. Хачатурян // Фінанси України. – 2003. – № 4. – С. 77–81.

УДК 658.8:659

Тимохіна Я.О.

аспірант кафедри маркетингу та управління інноваційною діяльністю  
Сумського державного університету

## ПРОБЛЕМИ БЮДЖЕТУВАННЯ ТА ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ СИНТЕЗОВАНИХ МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ

У статті вперше запропоновано комплекс синтезованих маркетингових комунікацій для промислових підприємств, який включає масовий та персоналізований інструментарій просування продукції. Узагальнено показники оцінки маркетингових комунікацій, та запропоновано на цій основі систему показників оцінки ефективності синтезованих маркетингових комунікацій. Досліджено проблему перерозподілу витрат на просування з використанням синтезованого інструментарію просування за рівнями управління на основі результатів діяльності підприємств хімічної та машинобудівної промисловості.

**Ключові слова:** маркетингові комунікації, перерозподіл витрат, промислове підприємство, бюджетування, синтез, ефективність.

### Тимохіна Я.А. ПРОБЛЕМЫ БЮДЖЕТИРОВАНИЯ И ОЦЕНКИ ЭФФЕКТИВНОСТИ СИНТЕЗИРОВАННЫХ МАРКЕТИНГОВЫХ КОМУНИКАЦИЙ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

В статье впервые предложен комплекс синтезированных маркетинговых коммуникаций для промышленных предприятий, который включает массовый и персонализированный инструментальный продвижения продукции. Обобщены показатели оценки маркетинговых коммуникаций, и на этой основе предложена система показателей оценки эффективности синтезированных маркетинговых коммуникаций. Исследована проблема перераспределения затрат на продвижение с использованием синтезированного инструментария продвижения по уровням управления на основе результатов деятельности предприятий химической и машиностроительной промышленности.

**Ключевые слова:** маркетинговые коммуникации, перераспределение затрат, промышленное предприятие, бюджетирование, синтез, эффективность.

### Tymokhina I.A. PROBLEMS OF BUDGETING AND EVALUATION OF EFFECTIVENESS OF SYNTHESIZED MARKETING COMMUNICATIONS OF INDUSTRIAL ENTERPRISES

The article first proposes a complex of synthesized marketing communications for industrial enterprises, which includes mass and personalized tools of products promotion. The indices of marketing communications effectiveness are generalized and system of indicators to measure the effectiveness of synthesized marketing communications on this basis is proposed. The author investigates the problem of promotion of costs redistribution using synthesized promoting instruments through management levels of government based on results of chemical and mechanical engineering industries activity.

**Keywords:** marketing communications, costs redistribution, industrial enterprises budgeting, synthesis, effectiveness.

**Постановка проблеми.** Тенденції розвитку комунікаційного ринку свідчать про щорічне збільшення його об'ємів, а також про виникнення великої кількості новітнього інструментарію та нестандартних підходів просування товару на ринок. Такі тенден-

ції притаманні й промислому ринку, де традиційні інструменти маркетингових комунікацій (МК) втрачають свою актуальність на відміну від синтетичних засобів просування продукції, які набувають все нових форм.

Досвід діяльності промислових підприємств свідчить про ефективність інтегрування інструментарію просування, що дозволяє отримати синергетичний ефект. Проте швидка зміна комунікаційного середовища, а також внутрішня потреба підприємства у сталому розвитку вимагають пошуку нових шляхів поєднання і взаємоузгодження інструментарію МК. Одним із них може слугувати синтезування засобів просування, що дозволяє перерозподілити витрати на комунікаційну діяльність і підвищити її ефективність.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Питання бюджетування та оцінки ефективності маркетингової комунікаційної діяльності широко висвітлюються у роботах зарубіжних та вітчизняних науковців. Визначними зарубіжними роботами у цій галузі зокрема, а також у галузі маркетингових комунікацій у цілому є роботи Дж. Бернета [1], а також А. Дейана, А. Троядек, Л. Троядека [2] та ін. Серед українських вчених концепцію інтегрованих маркетингових комунікацій досліджували Т.О. Примак [3], О.О. Романенко [4], С.М. Войнаренко [5] та ін. Особливості виставкової діяльності промислових підприємств аналізували Т.Б. Решетілова та Н.В. Шинкаренко [6]. Зв'язок між витратами на рекламу та обсягами продажів досліджено у роботі Т.В. Устик [7], питання розподілу комунікаційного бюджету – у роботі Ю.В. Челенко [8]. Особливості маркетингових досліджень промислових підприємств описано в роботах О.М. Полінкевича [9], О.Г. Янкового [10]. Не достатньо вирішеними раніше питаннями залишаються: синтезування маркетингових комунікацій промислових підприємств, а також пов'язані з ними оцінка ефективності та питання розподілу бюджету на просування.

**Мета статті.** Обґрунтувати та запропонувати комплекс синтезованих маркетингових комунікацій для промислових підприємств, сформувати систему показників для оцінки його ефективності, а також проаналізувати проблеми бюджетування комплексу просування, пов'язані із перерозподілом витрат на МК у зв'язку з новою формою інтеграції комунікаційного інструментарію.

**Виклад основного матеріалу.** Формування комплексу МК вимагає дослідження інструментарію, який може застосовуватись для просування продукції промислового підприємства і в подальшому підлягатиме синтезуванню. С.М. Войнаренко [5, с. 52] виокремлює такі інструменти МК, як реклама, пропаганда, стимулювання збуту та прямий продаж, а також визначає виставку як ефективний засіб просування продукції підприємства, який надає додаткові переваги. Т.Б. Решетілова та Н.В. Шинкаренко [6, с. 98] обумовлюють ефективність виставки здатністю вирішувати тактичні та стратегічні питання та виокремлюють виставкову діяльність як особливий засіб комунікаційної політики промислового підприємства. О.О. Романенко [4, с. 191] відзначає, що комерційний успіх підприємства можливий лише за умови взаємоузгодженого використання різних інструментів просування, які формують систему інтегрованих маркетингових комунікацій промислового підприємства. Т.О. Примак [3, с. 21] розглядає інтегровані МК як поєднання основних (реклама, зв'язки з громадськістю, стимулювання збуту, прямий маркетинг та прямий продаж) та синтетичних (виставки, маркетинг подій) засобів комунікацій.

Узагальнюючи позиції вчених щодо питання інтегрування інструментарію просування, можна стверджувати, що в комунікаційній політиці промислового підприємства доцільно інтегрувати основні та синтетичні інструменти МК, які використовуються залежно від цільової аудиторії і можуть мати масовий або персоналізований характер. У результаті такої інтеграції з'являється якісно новий синтезований інструментарій МК, якому притаманні особливості тих інструментів, від поєднання яких він утворився. Залежно від цільової аудиторії, на яку розрахована кампанія просування, синтезовані МК можуть мати масовий характер (для кінцевих споживачів продукції підприємства) або бути персоналізованими (коли необхідно вплинути на співробітників підприємства або посередників).

Взаємодія інструментів МК, внаслідок якої утворюється синтезований інструментарій просування, а також можливості його використання залежно від характеру впливу, показано на рис. 1.

В основу масових синтезованих комунікацій покладено маркетинг подій, який поєднує в собі проведення в рамках комунікаційної діяльності семінарів, конференцій, ярмарок, а також різного роду івентів (наприклад, з приводу презентації нового виду продукції), які широко застосовуються в практиці промислових підприємств. Такі заходи включають в себе як рекламування продукції та встановлення зв'язків із цільовими споживачами, так і можливість придбання продукції підприємства. Масові синтезовані комунікації можуть застосовуватися для просування продукції хімічної промисловості, яка розрахована на різні цільові аудиторії, у т.ч. на масового споживача (наприклад, мінеральні добрива).

Персоналізовані синтезовані комунікації базуються на виставковій діяльності та включають елементи стимулювання збуту (наприклад, надання знижки на придбання продукції за умови підписання довгострокових контрактів), а також персональний продаж (робота з агентами, посередниками). Персоналізований синтезований інструментарій доцільно застосовувати для просування продукції промислового призначення, наприклад, у діяльності підприємств машинобудівної галузі.

Питанню оцінки ефективності МК в цілому та виокремленню видів ефекту/

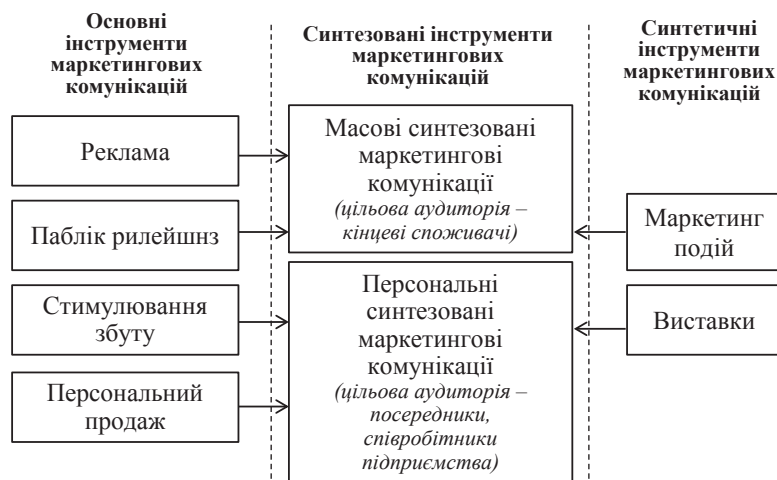


Рис. 1. Комплекс маркетингових комунікацій промислових підприємств

ефективності інструментів просування зокрема, присвячена низка наукових робіт вітчизняних вчених. Так, Ю.В. Челенко [8, с. 12] розглядає економічний та мотиваційний ефекти від МК, на основі яких проводиться загальна оцінка комплексу просування. Т.О. Примак [3, с. 250] виокремлює економічну та комунікативну ефективність МК та відзначає необхідність урахування психологічного впливу використаного комунікаційного інструментарію.

За умови використання промисловими підприємствами синтезованого комунікаційного інструментарію доцільно оцінювати його ефективність за трьома групами показників ефективності: економічною, комунікаційною та психологічною (табл. 1). В основу системи показників ефективності синтезованих МК покладено сталі розрахунки, які звичайно застосовуються в практиці підприємств при оцінці тих чи інших видів діяльності. Для оцінки психологічного впливу синтезованого комунікаційного інструментарію можна використовувати опитування відвідувачів під час заходу, кількість яких визначається за допомогою серійного безповторного відбору. Обраний вид вибірки відповідає організаційним особливостям комунікаційних заходів на промисловому ринку, коли відвідування відбувається делегаціями від підприємств.

Оцінювати ефективність синтезованого інструментарію доцільно за рівнями управління, яким

відповідають наступні часові діапазони: тактичний рівень управління комунікаційною діяльністю – до одного року, оперативний – один – три роки, стратегічний – більше трьох років. Діагностика показників ефективності комунікаційної діяльності в часі дозволяє вчасно виявити негативні тенденції та коригувати результативність комунікаційної діяльності.

Нагальним питанням просування продукції промисловими підприємствами залишається бюджетування маркетингових комунікацій. Зарубіжний досвід (США, Франція) свідчить про наступний розподіл витрат на маркетингові комунікації, які означають різні частини платіжного балансу [1, с. 19; 2, с. 4]:

1) поточні витрати – МК плануються на один рік і не відрізняються від щорічних, асигнування на їх реалізацію розглядаються як короткострокові витрати за наступними статтями: на організацію продаж, на створення товару, на встановлення контактів зі споживачами;

2) довгострокові інвестиції – такий погляд притаманний компаніям, які застосовують інтегрований підхід і розглядають асигнування на просування як інвестиції, які повинні окупитися в довгостроковому періоді.

Слід зазначити, що до поточних зазвичай відносять витрати на рекламу, витрати на всі інші інструменти просування – до інвестицій, які окупаються у довгостроковій перспективі. Такий розподіл витратних ста-

Таблиця 1  
Система показників оцінки ефективності синтезованих маркетингових комунікацій [3; 9; 10]

Показники	Формула	Характеристика
<b>Економічна ефективність</b>		
Рентабельність продаж, %	$ROS = \frac{ЧП}{Д_p} \times 100\%$	ROS – рентабельність продаж, %; ЧП – чистий прибуток, грн.; Д <sub>p</sub> – дохід від реалізації, грн.
Зміна обсягу продажу у результаті проведення заходів комплексу маркетингових комунікацій, %	$\Delta Q_p = \frac{Q_t - Q_{t-1}}{Q_{t-1}} \times 100\%$	Q <sub>t-1</sub> , Q <sub>t</sub> – обсяг продажу до і після проведення маркетингової комунікаційної кампанії відповідно, грн.
Рентабельність маркетингових комунікаційних інвестицій, %	$ROI_{МК} = \frac{ЧП}{I_{МК}} \times 100\%$	ЧП – чистий прибуток, грн; I <sub>МК</sub> – маркетингові комунікаційні інвестиції, грн.
<b>Комунікаційна ефективність</b>		
Сумарний рейтинг, %	$GRP = \frac{\sum_{i=1}^n N \times K}{N_s} \times 100\%$	N – величина аудиторії для кожного використаного носія маркетингового комунікаційного повідомлення, осіб; K – число носіїв маркетингових комунікаційних повідомлень; N <sub>s</sub> – загальна чисельність аудиторії, на яку впливає джерело інформації; i – носії маркетингового комунікаційного повідомлення; n – число носіїв маркетингового комунікаційного повідомлення
Охоплення, %	$O = \frac{N_c \times K + \sum_{i=1}^m N_{c_i}}{N_s} \times 100\%$	N – чисельність цільової аудиторії; N <sub>c</sub> – відсоток представників цільової аудиторії, які бачили конкретний комунікаційний захід хоча б один раз протягом заданого проміжку часу; m – кількість повторного використання носія маркетингового комунікативного повідомлення протягом заданого проміжку часу
Середня частота, %	$CH = \frac{GRP}{O}$	GRP – сумарний рейтинг, %; O – охоплення, %
<b>Психологічна ефективність – опитування під час заходу (серійний безповторний відбір)</b>		
Міжсерійна дисперсія	$\delta_x^2 = \frac{\sum (\tilde{x}_i - \tilde{x})^2}{s}$	s – кількість відібраних серій; x̄ – середнє значення ознаки вибіркової сукупності
Гранична помилка	$\Delta_x = t \cdot \sqrt{\frac{\delta_x^2}{s} (1 - \frac{s}{S})}$	s – кількість відібраних серій; S – кількість серій у генеральній сукупності; t – коефіцієнт довіри; δ <sub>x</sub> <sup>2</sup> – міжсерійна дисперсія
Обсяг вибірки	$s = \frac{St^2 \delta_x^2}{S \Delta_x^2 + t^2 \delta_x^2}$	s – кількість відібраних серій; S – кількість серій у генеральній сукупності; t – коефіцієнт довіри; δ <sub>x</sub> <sup>2</sup> – міжсерійна дисперсія; Δ <sub>x</sub> – гранична помилка.

тей обумовлений періодом управління, на якому МК будуть результативними. Т.В. Устик [7, с. 89], досліджуючи зв'язок між витратами на рекламу та обсягами продажу підприємства, відзначає необхідність диференційованого відбору комунікаційного інструментарію, розрахованого на цільову аудиторію, що забезпечить найбільшу ефективність. Ю.В. Челенко [8, с. 12] пропонує розподіл бюджету маркетингових комунікацій за засобами просування (реклама, зв'язки з громадськістю, прямий маркетинг, стимулювання збуту) та стадіями життєвого циклу продукції.

Використання синтезованого інструментарію дозволяє розглядати витрати на комунікаційну діяльність як довгострокові інвестиції, які не допускають динамічних коливань. У такому випадку комуніка-

ційна політика підприємства потребує перегляду в частині нівелювання коливань, виключення із комплексу просування підприємства неефективних засобів, а також організації заздалегідь запланованої та послідовної комунікаційної діяльності, яка потребує перерозподілу бюджету на просування.

Приклади перерозподілу витрат на просування для підприємств хімічної промисловості та машинобудування наведено на рис. 2-3 відповідно. Усі залежності отримані за результатами аналізу реальних показників діяльності вітчизняних промислових підприємств. З огляду на конфіденційність інформації абсолютні значення отриманих кривих не зазначені, натомість наведено результуючі рівняння витрат на синтезовані маркетингові

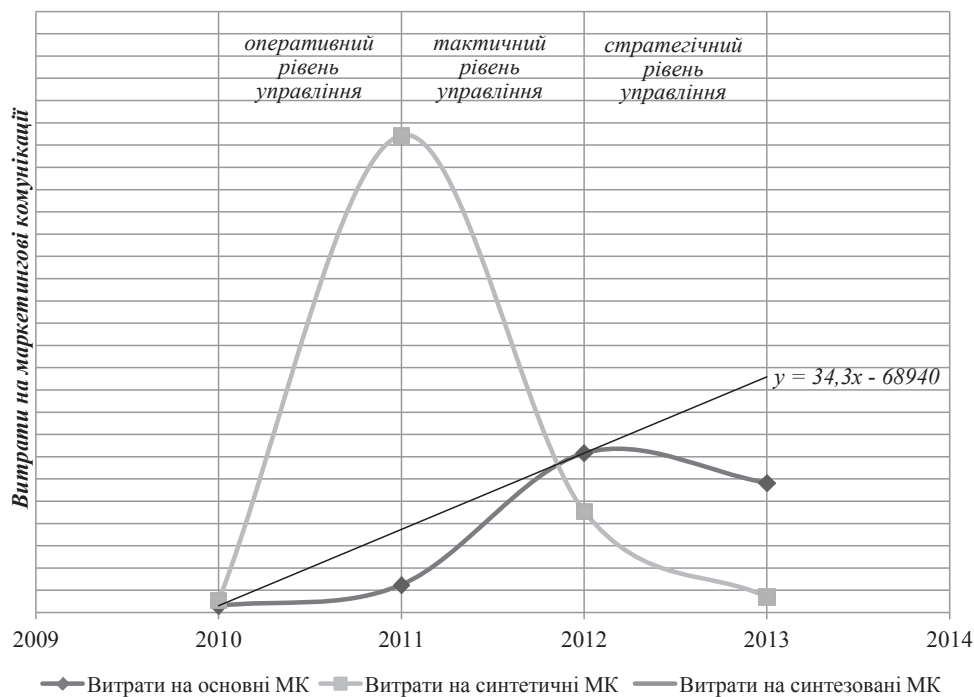


Рис. 2. Перерозподіл витрат на просування з використанням синтезованих МК за рівнями управління (для підприємств хімічної промисловості)

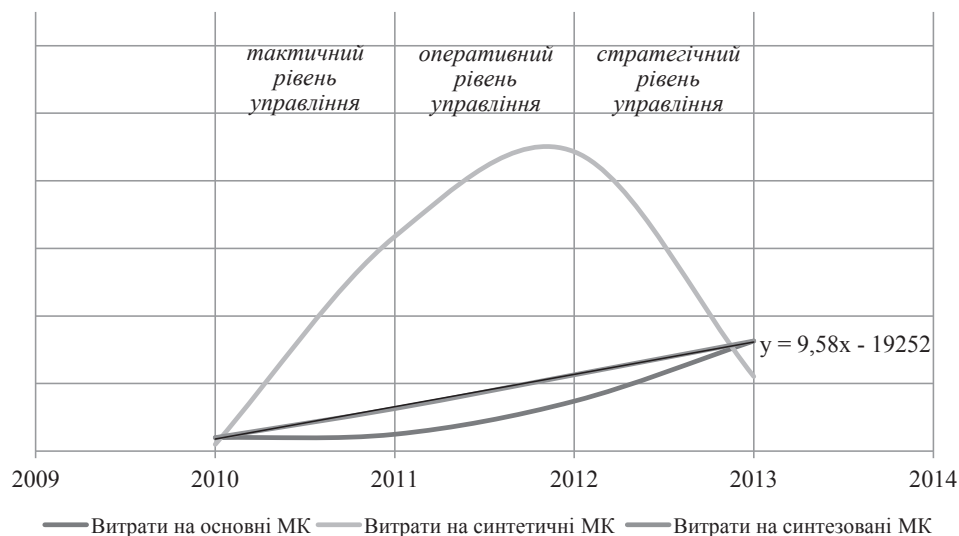


Рис. 3. Перерозподіл витрат на просування з використанням синтезованих МК за рівнями управління (для підприємств машинобудівної промисловості)



комунікації для підприємств хімічної та машинобудівної промисловості.

Отримане рівняння виражає лінійний розподіл витрат на просування у часі і передбачає поступове їх збільшення за рахунок переходу до застосування якісно нових МК.

**Висновки.** Аналіз проблем бюджетування та оцінки ефективності синтезованих МК промислового підприємства дозволяє виокремити наступні результати:

– вперше запропонований комплекс МК для промислових підприємств, який спрямований на отримання синтезу та підвищення ефективності комунікаційної діяльності, містить елементи наукової новизни;

– розподіл синтезованого інструментарію МК на масовий та персоналізований дозволяє сконцентрувати комунікаційні зусилля підприємства на цільовій аудиторії і має практичне значення;

– узагальнена система показників оцінки комплексу МК промислового підприємства заснована на розрахунку базових показників, діагностує ефективність комунікаційної діяльності в часі;

– перерозподіл витрат на просування з використанням синтезованих МК за рівнями управління сприяє зниженню витрат на маркетингові комунікації і, як наслідок, досягненню якісно нового рівня просування продукції підприємства.

Усі наведені пропозиції щодо вдосконалення комунікаційної політики засновані на результатах діяльності промислових підприємств хімічної та машинобудівної промисловості і можуть застосовуватись для подальших наукових досліджень, а також у практиці вітчизняних підприємств.

#### БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Бернет Дж. Маркетинговые коммуникации: интегрированный подход. / Дж. Бернет, Мориарти. Санкт-Петербург: Питер, 2001. – 571 с.
2. Дейан А. Стимулирование сбыта / Арман Дейан, Анни Троядек, Люк Троядек // Пер. с фр. Г.И. Яковлев. 9-е издание. Нева, 2003. – 128 с.
3. Примак Т.О. Маркетингова політика комунікацій: Навчальний посібник. – К.: Атіка, Ельга-Н, 2009. – 328 с.
4. Романенко О.О. Інтегровані маркетингові комунікації: сутність, характеристика та особливості формування / О.О. Романенко // Збірник наукових праць Національного університету державної податкової служби України. – 2013. – №1. – С. 187–196.
5. Войнаренко С.М. Комунікативна політика підприємств в сучасних умовах / С.М. Войнаренко // Вісник Хмельницького національного університету. Т. 2. – 2001. – №6. – С. 51–54.
6. Решетілова Т.Б. Особливості процесу прийняття рішення промислового підприємства щодо участі у виставці / Т.Б. Решетілова, Н.В. Шинкаренко // Науковий вісник НГУ. – 2010. – № 2. – С. 98–100.
7. Устик Т.В. Комунікаційна політика в діяльності вітчизняних підприємств / Т.В. Устик // Вісник Сумського національного аграрного університету, 2011. – С. 87–90.
8. Челенко Ю.В. Формування та оцінювання маркетингових комунікацій промислового підприємства: дис. ... канд. ек. наук: 08.00.04 / Юрій Володимирович Челенко. – Харків, 2012. – 21 с.
9. Полінкевич О.М. Обґрунтування вибіркової сукупності промислових підприємств при дослідженні інноваційних бізнес-процесів / О.М. Полінкевич // Економічні науки. Серія «Економіка та менеджмент»: Збірник наукових праць. – Луцьк, 2013. – С. 188–193.
10. Янковий О.Г. Формування вибірки в маркетингових дослідженнях машинобудівних підприємств / О.Г. Янковий // Вісник соціально-економічних досліджень. – 2014. – № 2(53). – С. 173–179.

UDC 629.331

**Том'юк О.***Phd student,**Department of Management of Organizations,  
National University "Lviv Polytechnic"***ANALYSIS OF METHODS OF DETERMINATION OF PRODUCT COMPETITIVENESS OF AUTOMOTIVE ENTERPRISES**

In the article the analysis of existing approaches for determination of the competitiveness of industrial products was performed. The specific structure of the concept of "competitiveness of automobile enterprises products" was characterized. A theoretical aspect of defining the essence of competitive significance was analyzed. Methods for determining the competitiveness that are most effective for the automotive industry were classified. The author determined the main principles which have to be met for method of determining the competitiveness of products of this industry and the main directions of the problems that have not been studied before, but are important for modern competition in the automotive market of Ukraine.

**Keywords:** competitiveness of products, automobile industry, automobile market, consumer characteristics of the goods, the strength of the brand.

**Том'юк О.Я. АНАЛІЗ МЕТОДІВ ВИЗНАЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОДУКЦІЇ АВТОМОБІЛЕБУДІВНИХ ПІДПРИЄМСТВ**

У статті проведено аналіз існуючих підходів для визначення конкурентоспроможності продукції промислових підприємств. Охарактеризовано специфіку структури самого поняття «конкурентоспроможність продукції автомобілебудівних підприємств». Проаналізовано теоретичні аспекти визначення сутності значення «конкурентоспроможність». Здійснено класифікацію методів визначення конкурентоспроможності, які є найбільш ефективними для автомобілебудівної галузі. Визначено основні принципи, яким має відповідати методика визначення конкурентоспроможності продукції даної галузі, та основні напрямки даної проблематики, які не досліджувалися раніше, але є актуальними для сучасної конкурентної боротьби на автомобільному ринку України.

**Ключові слова:** конкурентоспроможність продукції, автомобілебудівна галузь, автомобільний ринок, споживчі характеристики товару, сила бренду.

**Том'юк О.Я. АНАЛИЗ МЕТОДОВ ОПРЕДЕЛЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРОДУКЦИИ АВТОМОБИЛЕСТРОИТЕЛЬНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ**

В статье проведен анализ существующих подходов для определения конкурентоспособности продукции промышленных предприятий. Дана характеристика специфики структуры самого понятия «конкурентоспособность продукции автомобилестроительных предприятий». Проанализированы теоретические аспекты определения сущности значения «конкурентоспособность». Осуществлена классификация методов определения конкурентоспособности, которые являются наиболее эффективными для автомобилестроительной отрасли. Определены основные принципы, которым должна соответствовать методика определения конкурентоспособности продукции данной отрасли, и основные направления данной проблематики, которые не исследовались ранее, но являются актуальными для современной конкурентной борьбы на автомобильном рынке Украины.

**Ключевые слова:** конкурентоспособность продукции, автомобилестроительная отрасль, автомобильный рынок, потребительские характеристики товара, сила бренда.

**Statement of the problem in general.** The concept of competitiveness of automobile enterprises is strongly associated with quality of products and its value for the customer. Quality is a characteristic of the goods, indicating the suitability of the product to meet the needs (criteria) of the consumer, but apart from this, it is necessary to highlight the characteristics and level of completeness to meet this need from the consumption of the product. In other words, the concept of quality and customer value is related, because both of them from different aspects allow characterizing the suitability of products to meet the needs of the consumer.

On the other hand, consumers during the process of assessment of the competitiveness of the product, evaluate the product in accordance to the acceptability in terms of its costs, which in its turn characterize the economic component of competitiveness of the product. In this case, it is important to highlight the structural nature of the economic component of competitive products. For some products a qualitative component is shown only during long-term usage, resulting in additional financial expenses in addition to the cost of buying the product itself. Therefore, please note that the economic component of competitiveness, which has a significant impact on consumer conventionally consists of nominal prices and price of its operation, which together may indicate the real cost of production.

In order to determine the nature and components of competitiveness of automotive enterprise products it will require performing analysis of the general concept of competitiveness and highlight of the main principles that form its essence. In addition, it should be a detailed analysis what influences the formation of high-quality components, and what will influence on the formation of economic competitiveness in the provision of motor vehicles on the market. It is important to analyze whether there are additional components that have a significant impact on customer value of the car, or on the price.

**Analysis of recent research and publications.** The subject of definition of competitiveness following domestic and foreign scientists were involved: Alstrend B., A. Gluhov, E. Hrebnev, M. Dolinskay, O. Zahoryanska, A. Zulkarnaev, L. Ilyasova, O. Kuzmenko, O. Kuzmin, A. Larka, J. Lempel, I. Lifts, A. Mazaraki, O. Melnyk, D. Novikov, V. Orlova, D. Psheslinsky, O. Romanko, I. Smolin, M. Sokol, N. Chukhray, O. Yurynets and others. However, in this study, special attention is paid to definition of competitiveness of automobile enterprises, which are technologically complex products, and therefore the analysis of its market position requires a detailed study of all the existing approaches and determination of optimal approach according to its structure.

**Formulation of objectives.** In the process of ensuring of competitiveness of automobile enterprises is necessary to analyze all possible methods of its determination, because it allows you to select the most effective way, which would allow to take into account the maximum number of factors that are most important for competitiveness of consumer vehicles.

**The main material.** Researchers from various scientific fields interpret the concept of "competitiveness of products" in different ways making a start from both customer value and technological point of view. Table 1 shows the basic interpretation of the term "competitive product" by foreign and domestic scientists.

Scientists M. Dolynska I. Solovyov offering to understand competitiveness of products as "characteristics of products that reflect its difference from competitors' products as the level of matching to the specific needs and cost to meet it» [10, p. 11]. It is necessary to formulate the nature and to determine components of competitiveness of automobile enterprises in the research.

1. Competitiveness of automotive products should be defined only within the closest identified criteria of competitive products. At this stage, should be identified a list of criteria that would correspond to a set of factors that are critical to a particular "user profile". Under user profile is important to understand the sum of features of the target audience of consumers that characterize a particular set of needs, lifestyle, behavior, principles of moral and ethical principles, way of life, financial capacity and outstanding features of customers.

2. Competitiveness of automobile enterprises, as any other commodity has two main components: quality and cost. Defining quality component requires analysis of the performance of the car, which can be divided into three groups: directly proportional to customer value, inversely proportional to customer value, and neutral. The importance of separation of following characteristics is that the technical evaluation of each parameter must consider its effect on the competitiveness of the car. The analysis of each parameter must be adjusted to the weight of the parameter. Thus, the mathematical

definition of these indicators can be expressed by the form.1.

$$I_{TP} = \sum_{i=1}^n \frac{P_i}{P_{i0}} * a_i. \quad (1)$$

Where  $I_{TP}$  - is a group indicator of technical component of competitive products,  $P_i$  - value of  $i$ th parameter of technical indicators for analysis of the object,  $P_{(i0)}$  - value of  $i$ th parameter of technical indicators for a competitive product,  $a_i$  - weight of  $i$ th parameter of technical indicators for the profile of the consumer,  $n$  - number of technical indicators, which are involved in the assessment of quality (technical for cars) component of competitiveness [10, p. 17-19].

3. Economic component of the competitiveness of automobile enterprises contains many components, but has two main, the first of which is one of the most important factors influencing the decision to purchase: 1. Ultimate nominal price; 2. Consumption (running) costs.

4. Automotive market is characterized by small segments that is deepening and the appearance of new car brands and models, new classes and sub-classes of vehicles, and this in turn intensifies competition. The issue of ensuring the competitiveness of today should be studied in particular detail in the context of a specific industry, because it may be that this indicator is affected not only by the generally qualitative and economic components, but also other important components.

Scientists O. Kuzmin, Melnyk O. and O. Romanko propose to include economic (price), marketing and consumer settings in the process of determining the competitiveness of engineering products. Consumer options offered divided into "hard" (technical, operational, resource saving, regulatory, procedural and ergonomic) and "soft" parameters (aesthetic) [11, p.136-138].

The strength of the brand is formed as a result of previous attempts of the consumers or members of his entourage or experts whom he trusts, but this should be included and marketing efforts for the promotion. The marketing aspect can be divided into image tools, and urgent.

Analysis of the interpretation of the term "competitiveness of product"

Table 1

Author	Definition
H. Mintzberg	«Competitiveness – the ability of an object withstand the struggle for achieving the highest benefits, advantages» [1, p.249]
A. Mazaraki, D. Psheslinsky, I. Smolin	«Competitiveness – this is the place of the product in its understanding of consumers against competitors» [2, p. 121]
I. Tatarenko, M. Vlasova-Zaharchenko	«Competitiveness of the product – a set of consumer qualities of the product that ensure its ability to meet any need, compared with counterparts in a particular market at a particular time» [3. p.58]
A. Azriliyan	«Competitiveness – is a feature of product, service, subject of market relations to perform on par with similar products, services or subjects of market relations that are present on the market» [4. p. 338]
S. Mocherny	«The competitiveness of the product – a consumer characteristics of goods (services) that differentiate it from competing products in terms of their compliance to specific needs, requirements of a competitive market, taking into account costs to meet them» [5. p. 813]
I. Bulyeyev	«Competitiveness of the products can be defined as a set of indicators that provide development, production, sales and after-sales service of goods with the aim of satisfying consumer demand and obtaining the target enterprise profit» [6, p. 77-78]
V. Andreychuk	«Competitiveness of Ukrainian products determines the competitiveness of enterprises and in its turn the state's economy in general » [7, p. 90-92]
A. Larka	«The competitiveness of the product – a set of technical, economic and marketing characteristics of the product that can satisfy the requirements of customers in a particular market conditions and the particular time» [8, p.7]
A. Zahoryanska	«Competitiveness of production – is its ability to stay ahead of competitors' performance on a separate segment of the market thanks to the rational quality and established by additional competitive advantages of the producers » [9, p. 5]

Analyzing the specific structure of the competitiveness of automotive products, we determined its three main components: quality (technical parameters), economic (the nominal price and the price of consumption), marketing component and the strength of the brand. According to this structure should be determined which of the existing methods for the determination and calculation competitiveness can be effective for a given product in the industry. There are three groups of methods that are effective for determining the competitiveness of automobile enterprises [13, p. 83-88; 14, p. 106-107; 15, p. 145-158; 16, p. 25-38; 17, p. 60; 18, p. 349-350]:

1. Classical, involving the use of mathematical approaches in terms of competitiveness indicators;
2. Graphical that provide a visual interpretation of a wide range of group criteria pillars of competitiveness;
3. Specific, involving analytical methods and qualitative research that are not concise mathematical or graphical expression.

Each of classic methods can be divided into differentiated, complex and mixed, depending on the indicators used in the analysis. Mathematical approaches of using these methods are presented in Table 2.

Table 2

**Mathematical expressions for methods for determining the competitiveness classified by comparison base**

	Method of comparison with targeted model	Method of comparison with competitors	Method of comparison with the nominal model
Differentiated	$q_i = \frac{P_i}{P_{i\ aim}}$	$q_i = \frac{P_i}{P_j}$	$q_i = \frac{P_i}{P_{i\ 0}}$
On the basis of average quality indicators	$P = \sum_1^n \frac{P_i}{P_{i\ aim}} * a_i$	$P = \sum_1^n \frac{P_i}{P_j} * a_i$	$P = \sum_1^n \frac{P_i}{P_{i\ 0}} * a_i$

Source: [10; 14]

Where  $q_i$  – relative unit of i-th parameter of competitiveness of production,  $P_i$  – value of i-th indicator of quality of these products,  $P_{i\ aim}$  – value of ith indicator quality of a target (reference) sample,  $P_j$  – value of i-th indicator of quality of competitive product,  $P_{i\ 0}$  – value of i-th indicator of quality of nominal sample,  $a_i$  – weighting factor of ith indicator of product quality,  $P$  – average arithmetic index of individual quality products.

Using a method based on the weighted average quality indicators is more informative, as it allows estimating the parameters according to consumer profile. Weight ratio and first rate quality products is the largest settlement, which is given in equation 3.

$$a_i = \frac{\sum_{i=1}^N a_i}{N} * B, \sum_{i=1}^N a_i = 1. \tag{3}$$

Where  $a_i$  - ratio of weight of i-th quality of products,  $N$  – number of experts,  $B$  – the total number of points assigned by experts to assess weight indicators [14].

Differentiated method involves comparing the total aggregate individual indicators that has rather general character and does not give specific results regarding the strengths and weaknesses of the product.

In the works and scientific developments mentioned that product competitiveness is calculated on the basis, ie the ratio of quality and cost competitiveness component [19, p.282; 20, p. 136].

Both of these methods include determining the quality component in the calculation of the integral index of competitiveness of products which is given in the following formula 4.

$$K_{int} = I_q * \frac{S_0}{S_j}. \tag{4}$$

Where  $K_{int}$  – integral indicator of the competitiveness of products,  $I_q$  – relative indicator of product quality,  $S_0$  – price of the basic product samples,  $S_j$  – cost of evaluated product samples.

Some scientists in the process of calculation of the integral index of competitiveness propose to use weighted arithmetic mean or geometric indicator of individual settings, adjust the competitiveness index for relative index of share of the product in total sales, to determine the relative index of product weight factors of specific parameter and comparative factor the presence of this parameter to the economic component competitiveness, etc. [17, p. 56-59; 21, p. 33-39; 22, p. 17-27; 23, p. 83-84].

An effective approach in evaluating the competitiveness of products offered in their research scientists S. Panin And V. Statiyev (equation 5).

$$K = \frac{q_0 * p_0 + E_v}{p_s + Exp_p + Exp_{op} - U}. \tag{5}$$

Where  $q_0$  – output of products from unit of raw material,  $p_0$  – the price of the main product,  $E_v$  – economic impact of recycling,  $p_s$  – unit price of raw materials,  $Exp_p$  – production costs,  $Exp_{op}$  – costs of not production character, – relative economic effects of waste disposal per unit of raw material [24].

This method is used to evaluate raw materials, as well as, automotive products are technologically complex goods production of which consists mainly in the preparation then this method can calculate the same components of the car at stage of elaboration and manufacture of automotive products.

The second group of methods for determining the competitiveness of products includes graphics that allow you to visually display the results of mathematical computations and calculations. For automotive products effective and easiest to use is the method of constructing the polygon method.

To the Ghraphical techniques commonly used for analysis of automobile industry refers polygon method that is development of modern domestic scientists, and received a number of interpretations and improvements.

The method of constructing the polygon is convenient to analyze the competitiveness of automotive products through a quick definition to the technical characteristics which are the driver in ensuring quality indicator component of competitiveness, which formed in such way that analysts can easily determine what action should be taken to improve this indicator.

The third group of methods for determining the of competitiveness differs from the previous two in that the mathematical or graphical interpretation of the results is based on primary data collection or expert estimates, their generalization, grouping, evaluating, analyzing and final calculation.

Some researchers suggest using the method of "ideal point", which involves an analysis of performance of those products, which according to experts or consumers have a low level of competitiveness compared to the market leader, which is perceived by the "perfect sample" (equation 6).

$$A_0 = \sum_{i=1}^n R_i * (I_{max} - I_i). \tag{6}$$



Where  $A_0$  – mathematical value of attitude of experts to the product,  $R_i$  – share of the presence of analyzed indicator in this product,  $I_{\max}$  – assessment of  $i$ -th indicator for the "ideal" model,  $I_i$  – assessment of  $i$ -th indicator for analyzed product.

However, for automobiles it is appropriate to use the classic mathematical methods based on the weighted average. The method should be chosen from methods, which are grouped depending on the baseline for comparison, and it would be comparison with competitive products method, by type of performance, it should be evaluation related to mixed-mode, which is a combination of integrated and individual performance. In terms of changes in competitiveness indicators proposed to use the dynamic method, the method of determining the level of quality is a complex, depending on the stage of readiness of the product – in progress.

Conclusions. It is important to bear in mind that automotive products are technologically complex and its competitiveness largely depends on the structure and condition of the market, the dynamics of market structure and competitive group. Determining the competitiveness of products depends on the accuracy of selection of base of comparison, which is determination of belonging to the class, price range, a set of configuration and other technical features. Therefore, the approach in determining the competitiveness of automobile enterprises must include a set of some of the above methods, as well as being supplemented by the principles of selection of database of comparison and prioritization of criteria that will objectively determine the weight of each.

The further researches will allow the development of process of analysis of product competitiveness that includes development of approach to create a database to determine the competitiveness, methods of definition and identifying ways to improve it in order to strengthen market positions. Conducted analysis of existing approaches to determination of competitiveness allows us to offer approach, which will take into account the technological features of the product, consumer behavior and the competitive environment.

#### REFERENCES:

1. Mintsberh G. Strategicheskyy process / G. Myntsberh, B. Alstrend, J.Lempel. – St. Petersburg.: Piter, 2000. – 336 p.
2. Mazaraki A. Torgovelné pidpryemstvo: strategiya, polityka, konkurentospromozhnist: monographiya / A.A. Mazaraki, D.M. Psheslinsky, I.V. Smolin. – Kyiv. Kyiv . nat. torg.-economic. University Press , 2010. – 384 p.
3. Tatarenko I. Marketyngovi strategii rozvytku ta socialno-ekonomichnykh system v umovakh globalizatsii: monographiya / I.V. Tatarenko ta in. / Ed. I.V. Tatarenko. – Type of Economics, 2010. – 304 p.
4. Kratkyy ekonomicheskyy slovar / pod red. A.N. Azrylyyana. – M.: Instytut novoy ekonomyky, 2001. - 1088 p.
5. Ekonomichna entsyklopediya: u 3 tomakh. T. 1. / S.V. Mochernyy (vidp. Red.) ta in. – K.: Vydavnychyy tsentr «Akademiya», 2000. – 864 p.
6. Konkurentospromozhnist: problemy nauky ta praktyky: Monohrafiya. – KH.: VD «INZHEK», 2006. – 248 p.
7. Andriychuk V. Konkurentospromozhnist ukraïnskoyi produktsii / V. Andriychuk // Viche. – 1994. – № 2(35)
8. Larka A.V. Konkurentospromozhnist mashynobudivnoyi produktsii v umovakh nestabilnoyi rynkovoï konyunktury. – Avtoreferat na zdobuttya naukovoï stupenya kandydata ekonomichnykh nauk. NTU «Kharkivskyy politekhnichnyy instytut». – Kharkiv. 2006. – 19 p.
9. Zahoryans'ka O.L. Konkurentospromozhnist' mashynobudivnoyi produktsiyi ta napryamy yiyi pidvyshchennya – Avtoreferat na zdobuttya naukovoï stupenya kandydata ekonomichnykh nauk. NTU «Kharkivskyy politekhnichnyy instytut». – Kharkiv. 2005. – 16 p.
10. Dolynskaya M.H. Marketyng i konkurentospobnost promyshlennoy produktsyy / M.H. Dolynskaya, Y.A. Solovyov. – M.: Izdatelstvo standartov, 1991.
11. Kuzmin O.Y. Konkurentospromozhnist pidpryemstva: planuvannya ta diahnostyka: monohrafiya/ O.Y.Kuz'min, O.G. Mel'nyk, O.P. Romanko; za zah.red. d.e.n., prof. Kuz'mina O.Y. – Ivano-Frankivsk: IFNTUNH, 2011. – 198 p.
12. Sokol M. Marketyng na rynke lehkovykh avtomobyley / M.P. Sokol – K.: Al'fa Reklama, 2012. – 500 p.
13. Yurynets O.V. Teoretychni ta prykladni zasady formuvannya konkurentnoyi stratehii pidpryemstva: [monohrafiya] / O.V. Yurynets', A.V. Dubodyelova, I.Y. Kulynyak, O.Y. Tomyuk. – Lviv : Vydavnytstvo «Rastr-7», 2014. – 250 p.
14. Pavlova V.A. Konkurentospromozhnist pidpryemstva: upravlinnya, ocinka, stratehiya: monohrafiya / V.A. Pavlova, O.V. Kuz'menko, V.M. Orlova, H.A. Ryzhkova. – D.: Vyd-vo DUEP imeni Al'freda Nobelya, 2011. – 352 p.
15. Lyfts Y.M. Teoriya i praktyka ocenky konkurentospobnosti tovarov i uslug / Y.M. Lyfts. – M.: Yurayt-M, 2001. – 224 p.
16. Akhmatova M. Teoretycheskiye modeli konkurentospobnosti / M. Akhmatova, E.Popov // Marketyng. – 2003. – № 4(71).
17. Glukhov A. Otsenka konkurentospobnosti tovara i sposoby ee obespecheniya / A. Glukhov // Marketynh. – 1999. – № 2.
18. Pokropyvnyy S.F. Ekonomika pidpryemstva: pidruchnyk. – Za zah. Red. S.F. Pokropyvnoho. – K.KNEU, 2004. – 528 p.
19. Fatkhutdynov R.A. Stratehicheskiy menedzhment: ucheb. posobiye / R.A.Fatkhutdynov. – M.: ZAO «Biznes-shkola «IntelSyntez», 1997. – 304 p.
20. Grebnev E.T. Analiz konkurentospobnosti produktsyy / E.T. Grebnev, D.T. Novykov, A.N. Zakharov // Marketynh v Rossii i za rubezhom. – 2002. – № 3.
21. Myachyn V.H. Doslidzhennya konkurentospromozhnosti produktsiyi na osnovi ii intehralnoho pokaznyka / V.H. Myachyn, V.A. Pavlova// Visnyk Akademiï mytnoyi sluzhby Ukrainy. – 2003. – № 2(18).
22. Zulkarnaev Y.U. Metod rascheta intehralnoy konkurentospobnosti promyshlennykh, torgovykh i finansovykh predpriyatiy / Y.U. Zulkarnaev, L.R. Ylyasova // Marketyng v Rossii i za rubezhom. – 2001. – № 4(24).
23. Bezv O.P. Motyvatsiyni aspekty formuvannya konkurentospromozhnosti personalu pidpryemstv torhivli riznykh form vlasnosti / O.P. Bezv, V.O. Kulykov, N.V. Shevchenko // Visnyk DonDUET. – 2003. – № 4(20).
24. Panin S.M. Metodolohicheskiye aspekty ocenky konkurentospobnosti syryevykh tovarov / S.M. Panin, V.V. Statyev // Byuleten inostrannoy kommercheskoy informatsyy. – 1984. – Prylozhenye № 2.

УДК 330.43:330.341.1

**Фартушняк О.В.***кандидат економічних наук,  
доцент кафедри бухгалтерського обліку  
Харківського національного економічного  
університету імені Семена Кузнеця***Цибулько Д.І.***старший викладач кафедри бухгалтерського обліку  
Харківського національного економічного  
університету імені Семена Кузнеця*

## ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ТЕХНІЧНОГО ПЕРЕОЗБРОЄННЯ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ

В статті отримало подальший розвиток фінансово-економічне забезпечення технічного переозброєння, яке складається з запропонованої структурованої моделі вибору раціональних джерел інвестування процесу технічного переозброєння та викирстання одного з нетрадиційних джерел – відсотків від чистого доходу від реалізації продукції (робіт, послуг), а також методики оцінки економічної ефективності технічного переозброєння за допомогою таксономічного показника розвитку, що дозволить підприємствам обрати найбільш доцільний варіант технічного переозброєння.

**Ключові слова:** фінансово-економічне забезпечення, технічне переозброєння, таксономічний показник розвитку, оцінка економічної ефективності технічного переозброєння, фонд технічного переозброєння.

### **Фартушняк О.В., Цибулько Д.И. ФИНАНСОВО-ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ТЕХНИЧЕСКОГО ПЕРЕОБОРУЖЕНИЯ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ**

В статье получило последующее развитие финансово-экономическое обеспечение технического перевооружения, которое состоит из предложенной структурированной модели выбора рациональных источников инвестирования процесса технического перевооружения и использования одного из нетрадиционных источников – процентов от чистого дохода от реализации продукции (работ, услуг), а также методики оценки экономической эффективности технического перевооружения, с помощью таксономического показателя развития, которое позволит предприятиям избрать наиболее приемлемый вариант технического перевооружения.

**Ключевые слова:** финансово-экономическое обеспечение, техническое перевооружение, таксономический показатель развития, оценка экономической эффективности технического перевооружения, фонд технического перевооружения.

### **Fartushniak O.V., Tsybulko D.I. FINANCIAL AND ECONOMIC SUPPORT OF TECHNICAL REEQUIPMENT OF INDUSTRIAL ENTERPRISES**

The financial and economic support of technical reequipment, which consists of the offered structured model of choice of rational sources of investing of process of technical reequipment and the application of one of untraditional sources – share of a net profit from realization of products (works, services), as well as methods of estimation of economic efficiency of technical reequipment by the taxonomical index of development, which will allow enterprises to choose the most expedient variant of technical reequipment, was subsequently developed in the article

**Keywords:** financial and economic support, technical reequipment, taxonomical index of development, estimation of economic efficiency of technical reequipment, fund of technical reequipment.

**Постановка проблеми.** Актуальність фінансово-економічного забезпечення технічного переозброєння промисловості України зумовлена складністю проблем, що виникли у вітчизняних підприємств у зв'язку з ринковими відносинами та кризовими явищами в економіці. Проте формування оптимальної структури джерел фінансування відтворення основних засобів може стати передумовою підвищення конкурентоспроможності продукції і, як наслідок, зростання економічних показників діяльності підприємств. Тому проблеми формування джерел фінансування технічного переозброєння та оцінки його економічної ефективності заслуговують на особливу увагу.

**Аналіз літературних джерел та постановка завдання.** Проблема фінансового забезпечення процесів технологічного оновлення та їх економічної оцінки розглядається у працях українських та зарубіжних вчених: Л. В. Кравцової, Н. В. Касьянкової, Н. В. Вецепури, Д. В. Солохі, К. В. Сотнікової, О. В. Єлетенко, К. В. Ларіної, М. Г. Чумаченко, С. Г. Селиванова, С. Я. Луцького, С. А. Курдюкова, Р. А. Бірбраера, И. Г. Альтшулера, О. В. Тімоніна, Л. М. Малярець, А. В. Матвеева та ін. Проте недостатньо розроблені науково-практичні рекомендації

щодо забезпечення процесу технічного переозброєння нетрадиційними фінансовими ресурсами та визначенням економічної доцільності його проведення.

**Мета статті.** Удосконалення фінансово-економічного забезпечення технічного переозброєння промислових підприємств.

**Виклад основного матеріалу.** Сьогодні потребує пошуку оптимальних джерел фінансування процесу технічного переозброєння. Критерієм оптимальності є, як правило, або прибуток від експлуатації обладнання (задача максимізації), або сумарні витрати на експлуатацію на протязі запланованого періоду (задача мінімізації). Авторами роботи пропонується для вибору раціональних джерел фінансування оновлення обладнання використати структурно-функціональне моделювання. Схематично структурована модель вибору раціональних джерел фінансування технічного переозброєння промислових підприємств наведена на рис. 1.

**Дана модель** дозволить підприємству оцінювати ступінь доступності джерел фінансування, тривалість строків їх залучення, вартість капіталу, потенційно вигідні можливості для підприємства, строк окупності та ін.

Дана модель вибору раціональних джерел фінансування процесу технічного переозброєння представлена чотирма варіантами: банківським кредитом, фондом технічного переозброєння (далі – ФТП), лізингом та змішаними джерелами, які, на думку авторів, є найбільш доцільними в сучасних умовах господарювання.

Експертним шляхом встановлюються перелік та вартість обладнання, яке потребує або заміни, або впровадження для освоєння нового сегменту ринку для даного підприємства. Фінансовим директором підприємства розглядається декілька умов банків, та приймаються оптимальні для самого підприємства рішення.

Пріоритетним варіантом фінансування процесу технічного переозброєння є запропонований авторами Фонд технічного переозброєння, який буде створений на підприємстві за рахунок відрахування від доходу від реалізації продукції (робіт, послуг) в розмірі 0,1–1% в залежності від вартості продукції, щоб такі зміни не були відчутні для кінцевого покупця. Додаткових витрат та ризиків непогашення при такій моделі фінансування у підприємства не буде, лише монтаж та навчання персоналу.

Ще одним джерелом фінансування процесу технічного переозброєння є лізинг. У цьому випадку підприємство повинно буде виплачувати вартість обладнання та відсотки за користування обладнанням. Також можна об'єднати джерела фінансування процесу технічного переозброєння в один комплекс та рівними частинами розподілити між собою (частина кредиту та ФТП або ФТП та лізинг).

В залежності від того, який варіант фінансування обирається, підприємство може сплачувати додаткові витрати (відсотки по кредиту, страхування майна та ін.) та отримані певні ризики (штраф за несвоєчасну сплату, пеню). Далі, згідно моделі, можна оцінити зміну прибутку та отриману економічну ефектив-

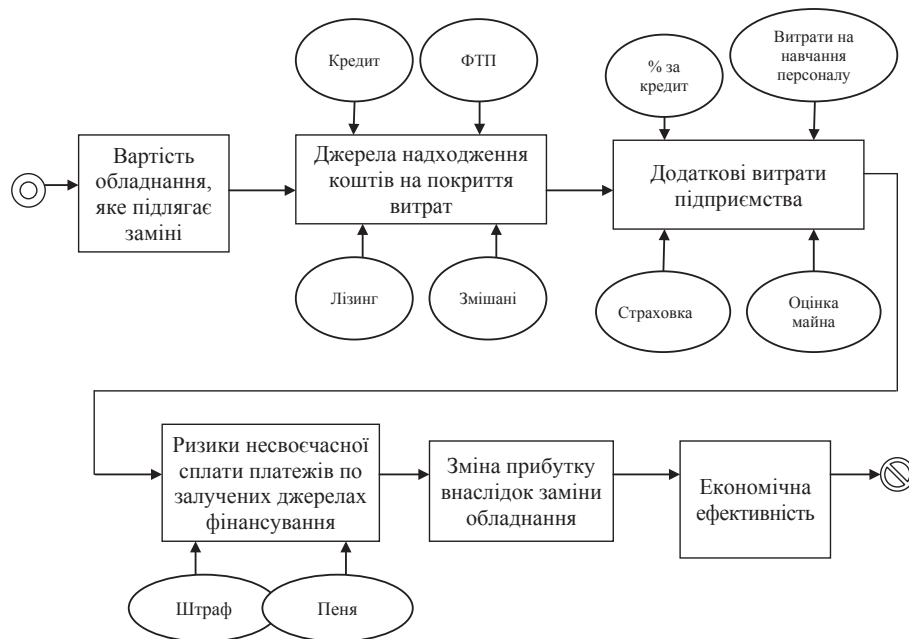


Рис. 1. Структурована модель вибору раціональних джерел фінансування технічного переозброєння промислових підприємств

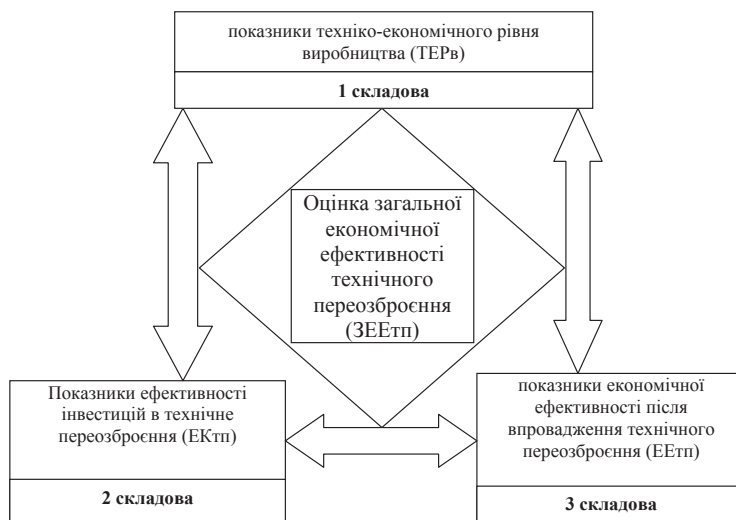


Рис. 2. Узагальнена структура взаємозв'язків між показниками, що характеризують загальну економічну ефективність технічного переозброєння

ність технічного переозброєння з урахуванням існуючих показників оцінки та їх методів.

В сучасній літературі існує велика кількість методик оцінки економічної ефективності технічного переозброєння. В працях багатьох вчених для вирішення проблем технічного переозброєння застосовуються різні методи та математичні моделі (табл. 1).

Підсумовуючи вищенаведене, можна дійти висновку, що одним з найважливіших напрямків удосконалення заходів з технічного переозброєння є впровадження динамічного імітаційного моделювання.

Проте, на думку авторів, найбільш доцільно для прийняття ефективних управлінських рішень щодо заходів з технічного переозброєння застосувати математичний метод побудови таксономічного показника

розвитку. В якості переваги даного методу можна привести наступне: використовуючи математичні прийоми «зважування» і ранжирування ознак за їх оригінальністю, таксономічний аналіз дає можливість з високою точністю визначити подібність і відмінності об'єктів, а також дозволяє звести сукупність ознак досліджуваного явища до однієї синтетичної ознаки. Визначення еталонів окремих показників може бути здійснено як за методом В. Плюти [11] або/та за критерієм «міні-макс», так і на основі бажаних значень показників, що були сформовані з урахуванням стратегічних цілей підприємства. Використання даного методу дозволить отримати узагальнюючу характеристику загальної економічної ефективності технічного переозброєння в нормованому просторі відносно їх еталонних значень за допо-

могою побудови інтегральних показників, при яких часткові показники оцінки зводяться до узагальнюючих показників, а потім до єдиного комплексного за допомогою кореляційно-регресійного аналізу.

Для проведення оцінки загальної економічної ефективності технічного переозброєння можна навести узагальнену структуру взаємозв'язків між показниками (рис. 2).

З рис. 2 видно, що технічне переозброєння оцінюється за трьома складовими, які, в свою чергу, включають в собі комплекс показників: перша складова – рівень спеціалізації виробництва, рівень кооперації, коефіцієнт плинності кадрів та ін.; друга складова – рентабельність активів, продаж, термін окупності інвестицій та ін.; третя складова – приріст виробничих потужностей, продуктивності праці та ін.

Для визначення техніко-економічного рівня виробництва підприємств доцільно обчислити інтегральні показники, використовуючи математичний метод побудови таксономічного показника розвитку, що характеризують складові ЗЕЕтп, а саме:

1) організаційний рівень і технічна озброєність виробництва і праці ( $I_1$ ),

2) динаміку, техніко-економічний рівень обладнання та технічний стан виробничої бази ( $I_2$ ),

3) ефективність використання ресурсів ( $I_3$ ),

4) оцінка ефективності інвестицій (капвкладень) в технічне переозброєння ( $I_4$ ),

5) оцінку ефективності інвестицій (капвкладень) в технічне переозброєння з урахуванням фактору часу (дисконтована) ( $I_5$ ),

6) оцінку економічної ефективності після впровадження технічного переозброєння ( $I_6$ ).

Кожна складова ЗЕЕтп виражається набором окремих показників. Так, організаційний рівень і технічна озброєність виробництва і праці характеризуються показниками: рівень спеціалізації виробництва ( $x_1$ ); рівень кооперації ( $x_2$ ); питома вага основних виробничих робітників в загальній чисельності працівників ( $x_3$ ); коефіцієнт плинності кадрів ( $x_4$ ); ступінь охоплення робочих місць механізованим і автоматизованим способом ( $x_5$ ); зайнятість робочих ручною працею ( $x_6$ ); фондоозброєність ( $x_7$ ); механоозброєність ( $x_8$ ).

Друга складова – динаміка, техніко-економічний рівень обладнання та технічний стан виробничої бази виражаються показниками: коефіцієнт

вибуття ОВФ ( $x_9$ ); коефіцієнт оновлення ОВФ ( $x_{10}$ ); коефіцієнт приросту ОВФ ( $x_{11}$ ); коефіцієнт розширення парку машин ( $x_{12}$ ); коефіцієнт зносу ОВФ ( $x_{13}$ ); коефіцієнт придатності ОВФ ( $x_{14}$ ); коефіцієнт ліквідації ОВФ ( $x_{15}$ ); коефіцієнт зносу машин та обладнання ( $x_{16}$ ); коефіцієнт змінності обладнання ( $x_{17}$ ); коефіцієнт використання наявного парку обладнання ( $x_{18}$ ); коефіцієнт використання встановленого парку обладнання ( $x_{19}$ ); період оновлення ОЗ ( $x_{20}$ ); коефіцієнт інтенсивності оновлення основних засобів ( $x_{21}$ ); питома вага активної частини ОЗ в загальній вартості основних засобів ( $x_{22}$ ); питома вага машин та обладнання в активній частині основних засобів ( $x_{23}$ ); середній вік обладнання ( $x_{24}$ ); коефіцієнт використання виробничої потужності ( $x_{25}$ ).

Третя складова ТЕРв – ефективність використання ресурсів – характеризується показниками: фондовіддача ( $x_{26}$ ); фондомісткість ( $x_{27}$ ); амортизаціймісткість ( $x_{28}$ ); фондорентабельність ( $x_{29}$ ).

Четверта складова – оцінка ефективності інвестицій (капвкладень) в технічне переозброєння характеризується показниками: рентабельність активів ( $x_{30}$ ); рентабельність продаж ( $x_{31}$ ); термін окупності інвестицій ( $x_{32}$ ).

Оцінка ефективності інвестицій (капвкладень) в технічне переозброєння з урахуванням фактору часу (дисконтована), що є п'ятою складовою, виражається показниками: чистий дисконтований дохід ( $x_{33}$ ); індекс доходності (прибутковості) ( $x_{34}$ ); внутрішня норма доходності ( $x_{35}$ ).

Остання, шоста, складова – оцінка економічної ефективності після впровадження технічного переозброєння виражається показниками: приріст обсягу виробленої продукції ( $x_{36}$ ); приріст продуктивності праці ( $x_{37}$ ); частка економії (%) від запровадження ТОН у загальних витратах на виробництво продукції ( $x_{38}$ ); приріст рентабельності виробництва ( $x_{39}$ ); приріст виробничих потужностей ( $x_{40}$ ).

Сутність методу розрахунків показника розвитку полягає у визначенні відстаней між точками, що характеризують технічне переозброєння, його ефективність в конкретний момент часу і еталоном розвитку. Вищенаведений набір показників елементарних та складних ознак, які комплексно характеризують технічне переозброєння підприємств та використовуються в математичній моделі, можна представити у вигляді ієрархічної схеми (рис. 3)

Таблиця 1

## Методи та математичні моделі для вирішення проблем технічного переозброєння

Автор	Підхід, метод, моделювання
Кравцова Л.В. [1]	Для дослідження проблем технічного переозброєння застосовують цільовий підхід і використовують загальні принципи теорії систем
Касьянова Н.В. [2]	Для визначення рівня використання техніко-технологічного потенціалу на підприємствах машинобудування застосовують модель динамічне імітаційне моделювання
Ларіна К.В. [3, 4, 5]	Для вибору напрямків технічного переозброєння підприємства застосовують структурне моделювання та прогнозування з використанням нейронних мереж
Чумаченко М.Г. [6]	Для визначення ефективних напрямків технічного переозброєння виробництва пропонує застосувати кореляційно-регресійний і компонент-аналіз, а для вибору варіантів заміни обладнання, які б забезпечували максимальний для підприємства ефект, – метод оптимізації, побудову лінійної цілочислової математичної моделі, яка вирішена псевдобулевыми методами бівалентного програмування
Селиванов С.Г. [7]	Для оптимізації технологічних процесів виготовлення виробів і складу обладнання використовує нейромережевий метод багатокритеріальної оптимізації проектних технологічних процесів
Луцький С. Я., Ландсман А. Я. [8]	Для вибору варіантів щодо трансформації парку машин застосовують симплекс-метод
Курдюков С.О. [9]	Для оцінки, порівняння та вибору варіантів технічного переозброєння пропонує використовувати один з методів теорії прийняття рішень – метод аналізу витрат та результатів
Бірбраер Р.А., Альтшулер І.Г. [10]	Сформували систему інженерного консалтингу, за допомогою якої можна отримати значний економічний ефект від реалізації проектів технічного переозброєння застосовуючи для опису виробничих процесів в машинобудуванні методи динамічного імітаційного моделювання



Для розроблення інтегральних показників в економіці існують декілька підходів [11]: економічний (як відношення результату до затрат) та математичний (за допомогою спеціального математичного методу). Інтегральні показники, що побудовані за допомогою математичного методу, приймають значення від 0 до 1. Саме за допомогою математичного методу здійснюється механізм взаємозв'язку «аналіз – синтез». Система окремих показників дозволяє поглиблено вивчити елементарні ознаки об'єкта, а відновлення єдності за допомогою математичного методу синтезує загальну характеристику соціально-економічної системи. Згортку величин ознак можна здійснити за допомогою факторного аналізу, канонічних кореляцій, багатовимірної шкалювання, кластерного та дискримінантного аналізів, тобто методів багатовимірної статистичного аналізу, а також за допомогою евристичних методів зниження розмірності [11]. Але перелічені методи виконують неповну редукцію ознак: їхнє використання дозволяє значно скоротити кількість ознак, але в сукупності завжди залишається більше однієї ознаки.

У цілому ж, усі відомі математичні методи побудови інтегральних показників в економіці слід розглядати як дві великі групи. До першої групи належать методи, що передбачають існування еталону досягнення значень показників (еталонних рівнів величини ознаки) та знаходження відстані від реального рівня до еталонного. Існує багато способів уведення метрики, що задає «близькість до ідеалу». До цієї групи належить також метод побудови таксономічного показника розвитку В. Плюти [11]. Враховуючи аналітичні можливості методу побудови таксономічного показника розвитку та перелік практичних задач в економіці підприємства, що можна вирішувати за допомогою нього, маємо перевагу в доцільності використання для обчислення інтегральних показників складових техніко-економічного рівня виробництва саме цього методу. Аналітичні можливості методу побудови таксономічного показника розвитку зводяться до повної редукції багатовимірному простору ознак об'єкта; еталонні значення формують за критерієм «міні-макс» або еталонні значення показників встановлюються; отримання ієрархічної системи ознак, що описують властивості об'єкта; простий обчислювальний алгоритм розрахунку таксономічного показника добре узгоджується з обчислювальними алгоритмами інших математичних методів. В перевагу застосування таксономічного показника розвитку для оцінки техніко-економічного рівня виробництва говорить перелік практичних задач в економіці підприємства, що можна вирішувати за допомогою даного мате-

матичного методу: можливість порівняльної оцінки функціонування, розвитку підприємств в регіоні, країні; можливість порівняльної оцінки функціонування, розвитку підприємства в динаміці; розробка методики комплексної оцінки функціонування, розвитку підприємства за допомогою ієрархічної системи показників; розробка методик комплексного аналізу та управління функціонуванням і розвитком підприємства [11].

Використання будь-якого математичного методу для розв'язання практичної задачі в економіці супроводжується вирішенням обчислювальних проблем самого методу для даної задачі. При побудові таксономічного показника за методом В. Плюти вирішують обчислювальні проблеми.

На рис. 4 представлені математичні проблеми, які вирішувалися в процесі проведення оцінки економічної ефективності технічного переозброєння.

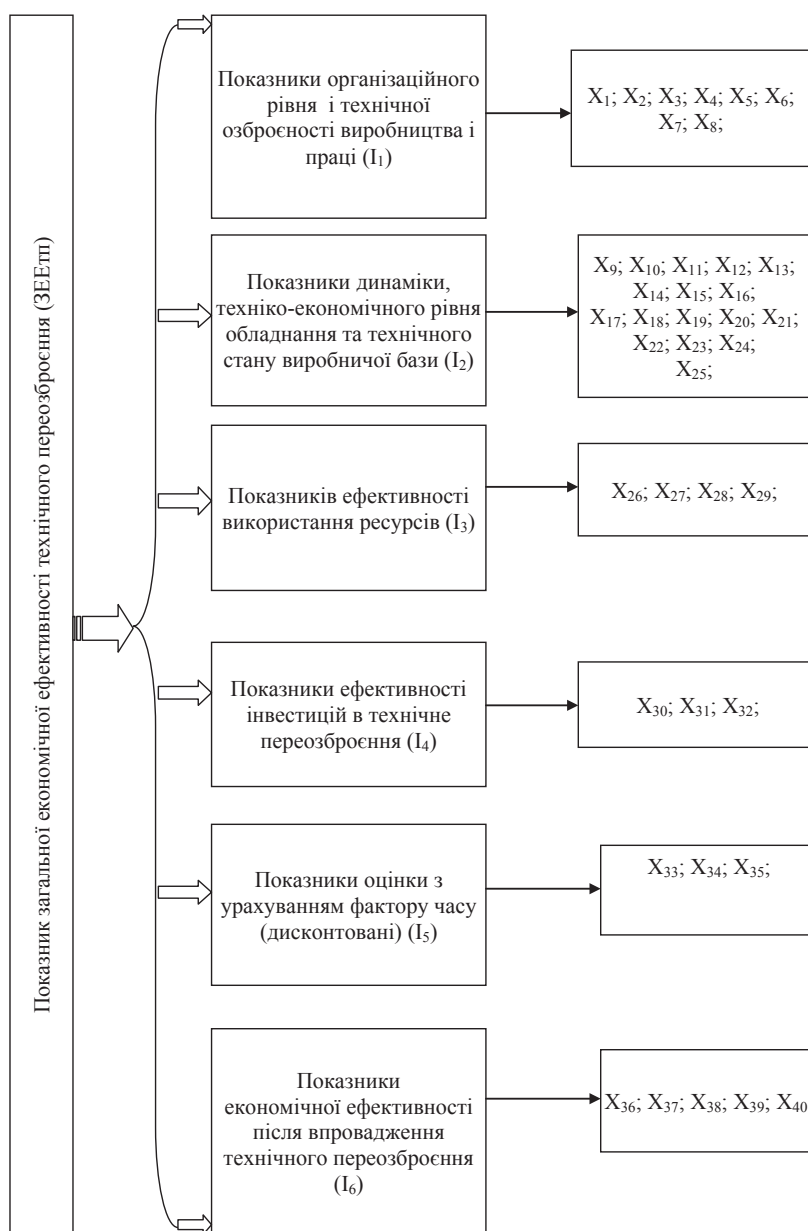


Рис. 3. Ієрархічна схема системи показників оцінки економічної ефективності технічного переозброєння



**Рис. 4. Послідовність вирішення проблем у застосуванні методу побудови таксономічного показника розвитку для проведення оцінки ефективності технічного переозброєння**

Формування та обґрунтування еталонних значень є найважливішим моментом всієї процедури обчислення [12].

Вчені-економісти вважають, що вдосконалення методів кількісної оцінки досягнутого рівня повинно здійснюватися на нормативній основі, тобто шляхом співставлення фактичного рівня з еталонним, який повинен бути гнучким, урахувати подальші завдання розвитку підприємства та фактори зовнішнього середовища [13].

Тому визначення еталонів окремих показників було здійснено як за критерієм «міні-макс» (тобто для показника в якості еталона обирається максимальне його значення, якщо показник є стимулятором, або мінімальне його значення, якщо показник – дестимулятор), так і на основі загальних нормативних значень, що були сформовані в результаті логічного аналізу, за допомогою якого визначено бажаний рівень значень показників на основі стратегічних цілей підприємства.

Узагальнюючи вищенаведене, можна запропонувати поетапну методичку оцінки економічної ефективності технічного переозброєння промислових підприємств, яка наведена на рис. 5.

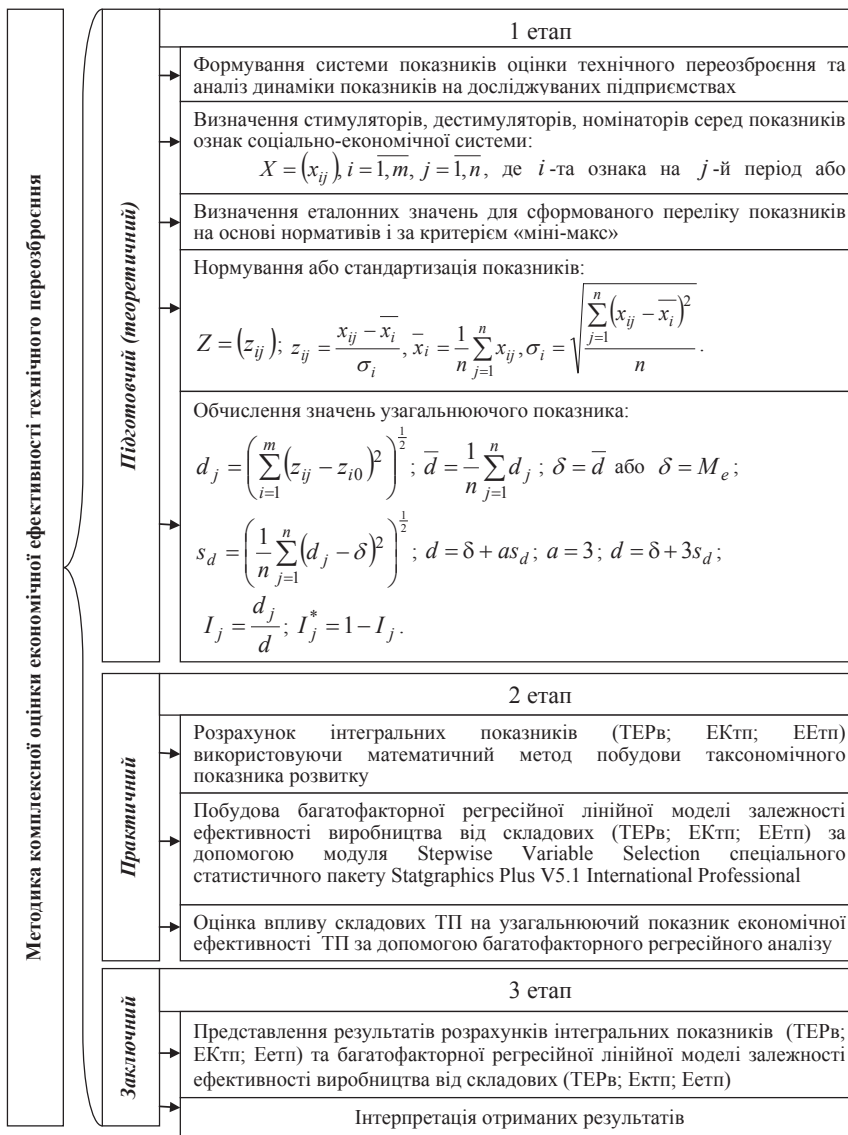
Подана схема зображує основні моменти реалізації математичного методу побудови таксономічного показника в розв’язуванні різних задач.

Перш за все слід відмітити відмінності методів формування еталона. При використанні у формуванні еталона критерію «міні-макс» рівні узагальнюючих показників порівняльні локально в даній вибірці, зрівнювати її з іншими не об’єктивно.

Де  $z_{ij}$  – стандартизовані значення показників;  $x_i$  – середні значення показників;  $\sigma_i$  – середньоквадратичні відхилення показників;  $d_j$  – відстань стандартизованих значень показників до стандартизованого еталону;  $d_j^*$  – середнє відстаней;  $s_d$  – середнє квадратичне відстаней. Проблеми обчислення величин при розрахунку таксономічного показника складаються з обчислення величин  $a$  та  $\delta$ . Величина  $a$  – кількість середньоквадратичних відхилень у частках  $\sigma$ , яке може дорівнювати 2, якщо розподіл ознаки симетричний, або 3 – у загальному випадку. Частіше всього  $a$  приймають рівним 3. Безсумнівно, якщо в задачі потрібно досягти визначеної точності, то всі показники слід діагностувати на симетричність.

Коли ж формуємо еталон, встановлюючи значення показників і спираючись на нормативні значення чи директивно-управлінські, заплановані, експертні, маємо оцінку в глобальному порівнянні, та можна порівнювати об’єкти з різних груп.

У розв’язанні економічних задач це може інтерпретуватись



**Рис. 5. Методика проведення комплексної оцінки технічного переозброєння**

так: порівняльний аналіз відносно еталона за критерієм «міні-макс» дозволяє ставити та досягати вирішення локальних задач оперативного управління підприємством, а відносно еталона, що установлюється, – глобальні задачі стратегічного управління підприємством.

Характерною властивістю інтегрального показника  $I_j$  є те, що його значення знаходиться в інтервалі від 0 до 1. Відповідно до обчислень, інтерпретація таксономічного показника не узгоджується з інтуїтивними представленнями (таксономічний показник зростає з віддаленням значень показників від еталонного й спадає з наближенням їх до нього). Тому таксономічний показник привели до виду  $I_j^* = 1 - I_j$ . Інтерпретація даного показника наступна: він приймає високі значення при близьких значеннях показників у системі до еталона й низькі значення при далеких [11].

**Висновок.** Фінансове забезпечення реалізується за допомогою запропонованої моделі оцінки вибору раціонального джерела фінансування процесу технічного переозброєння, яка дає можливість підприємству як із існуючих, так і нетрадиційних джерел фінансування використати найприйнятніший варіант фінансування програми технічного розвитку.

В свою чергу, економічне забезпечення технічного переозброєння реалізується за допомогою поданої методики оцінки загальної економічної ефективності на базі певної системи показників.

Таким чином, фінансово-економічне забезпечення представляє собою набір заходів, які дозволяють підприємству ефективно та своєчасно здійснювати процес технічного переозброєння.

#### БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Кравцова Л.В. Моделирование процесса управления техническим переоборудованием предприятий жилищно-коммунального хозяйства / Л.В. Кравцова Л.В. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: eprints.kname.edu.ua/30955/1/116pdf.
2. Касьянова Н.В. Моделирование системы развития машиностроительного предприятия : монография / Н.В. Касьянова, Н.В. Вещура, Д.В. Солоха, К.В. Сотникова, О.В. Слетенко. – Донецьк: ДонУЕП, 2010. – 260с.
3. Ларіна К.В. Маркетинговий підхід до управління технічним переозброєнням виробництва / К.В. Ларіна // Управління розвитком : зб. наук. статей. – Х.: Вид. ХНЕУ, 2006. – № 7. – С. 185–188.
4. Ларіна К.В. Структурне моделювання стратегії технічного переозброєння підприємства / К.В. Ларіна // Економіка розвитку. – 2006. – № 4(40). – С. 101–105.
5. Ларіна К.В. Сучасний підхід до стратегії технічного розвитку підприємств / К.В. Ларіна // Управління розвитком : зб. наук. статей. – Х.: ХНЕУ, 2005. – № 3. – С. 56–57.
6. Чумаченко М.Г. Техническое перевооружение и реконструкция производства / М.Г. Чумаченко. – К.: Наукова думка, 1991. – 348 с.
7. Селиванов С.Г. Теоретические основы реконструкции машиностроительного производства / С.Г. Селиванов, М. В. Иванова. – Уфа: Гилем, 2000. – 312 с.
8. Луцкий С.Я. Корпоративное управление техническим перевооружением фирм : учебное пособие / С.Я. Луцкий, А.Я. Ландсман; под ред. А.Г. Поршнева. – М.: Высшая школа, 2003. – 319 с.
9. Курдюков С.А. Совершенствование организационно-экономического механизма управления техническим перевооружением предприятий электроэнергетики. – автор. дис. на соис. к. э. н. – Москва, 2012. – 24 с.
10. Бірбраєр Р.А., Альтшулер І.Г. Основы инженерного консалтинга: технология, экономика, организация. – 2-е изд., перераб., доп. – М.: Дело, 2007. – 232 с.
11. Малярєць Л.М. Вимірювання ознак об'єктів в економіці: методологія та практика : наукове видання / Л. М. Малярєць. – Х.: Вид. ХНЕУ, 2006. – 384 с.
12. Тімонін О.М. Технічне переозброєння підприємства на основі концепції маркетингу : монографія / О.М. Тімонін, К.В. Ларіна. – Х.: ВД «ІНЖЕК», 2008. – 256 с.
13. Матвеев А.В. Система показателей эффективности инвестирования программ технического перевооружения: автореф. дис. ... к. эк. н. – Владимир, 2010. – 22 с.

УДК 330.1.351.78

Хуторської П.О.

кандидат економічних наук,

доцент кафедри економіки та управління підприємством  
Дніпропетровського національного університету імені Олеся Гончара

## ЕКОНОМІЧНА БЕЗПЕКА ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ НЕСТАБІЛЬНОЇ ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНОЇ СИТУАЦІЇ В УКРАЇНІ

У статті розглянуто сутність поняття «економічна безпека підприємства» та окремих її складових. Зроблено наголос на формуванні фінансової безпеки підприємства в умовах нестабільної фінансово-економічної ситуації. Визначені основні тенденції формування безпеки підприємств. Запропоновані основні напрямки покращення організації системи економічної безпеки на підприємствах України.

**Ключові слова:** економічна безпека підприємства, фінансова безпека підприємства, оцінка рівня економічної безпеки, механізм економічної безпеки.

### Хуторской П.А. ЭКОНОМИЧЕСКАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ ОТЕЧЕСТВЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ В УСЛОВИЯХ НЕСТАБИЛЬНОЙ ФИНАНСОВО-ЭКОНОМИЧЕСКОЙ СИТУАЦИИ В УКРАИНЕ

В статье рассмотрена сущность понятия «экономическая безопасность» предприятия и отдельных её составляющих. Сделан упор на формировании финансовой безопасности предприятия в условиях нестабильной финансово-экономической ситуации. Определены основные тенденции формирования безопасности предприятий. Предложены основные направления улучшения организации системы экономической безопасности на предприятиях Украины.

**Ключевые слова:** экономическая безопасность предприятия, финансовая безопасность предприятия, оценка уровня экономической безопасности, механизм экономической безопасности.

### Khutorskoi P.O. ECONOMIC SECURITY OF DOMESTIC ENTERPRISES IN THE CONDITIONS OF UNSTABLE FINANCIAL AND ECONOMIC SITUATION IN UKRAINE

In the article, the essence of the concept of economic security of enterprise and its separate constituents are considered. The author focuses on formation of financial security of enterprise in the conditions of unstable financial and economic situation. The basic tendencies of formation of safety of enterprises are determined. Basic directions of improvement of organization of the system of economic security in the enterprises of Ukraine are offered.

**Keywords:** economic security of enterprise, financial security of enterprise, estimation of economic security level, mechanism of economic security.

**Постановка проблеми.** Поточна ситуація, що склалася у вітчизняній економіці за останній рік, не може характеризуватися як стабільна та сприятлива для здійснення будь-якої діяльності в усіх галузях національної економіки. Ті зміни, які відбулись або відбуваються, аж ніяк не можна віднести до позитивних чинників впливу на діяльність підприємств. В державі за минулий рік відбулись Революція гідності, втрата Криму; почалась і досі відбувається антитерористична операція на сході України. Всі ці події супроводжувались значними потрясіннями фінансового сектору, банківської системи. Відбулась значна девальвація національної грошової одиниці (майже у чотири рази), як наслідок – подорожчання всіх імпортованих товарів. Це спричинило значні темпи інфляції в економіці. Так, у 2014 р. індекс споживчих цін до попереднього року склав 124,9%, що є найбільшим показником з 2001 р. і навіть більше, ніж у кризовому 2008 р., в якому він складав 122,3%. Причому і у 2015 р. прогнозуються не менші темпи інфляції, а навіть більші. Отже, в таких умовах підвищується важливість здійснення політики підприємств щодо формування та підтримки належного рівня економічної безпеки.

Велика кількість вітчизняних підприємств практично всіх галузей економіки знаходиться у скрутному фінансовому становищі. Так, за січень-вересень 2014 р. порівняно з аналогічним періодом 2013 р. кількість збиткових підприємств підвищилась на 4,0% – до 44,2%, а прибуткових, відповідно, зменшилась на той самий відсоток – до 55,8%. Однак при цьому фінансовий результат підприємств, які отримали прибуток, за ці періоди збільшився з 130269,6 млн. грн. до 215506,5 млн. грн., тобто зріс

на 65,43%. А фінансовий результат підприємств, які отримали збиток, збільшився з 107425,2 млн. грн. до 383532 млн. грн., тобто збиток зріс у 3,57 рази. В результаті загальний прибуток в розмірі 22844,4 млн. грн. у січні – вересні 2013 р. перетворився на збиток у розмірі 168026,1 млн. грн. за аналогічний період 2014 р. Таке значне підвищення збитковості пов'язане з низьким рівнем економічної безпеки більшості українських підприємств. Таким чином, в сучасних умовах актуалізуються питання формування на підприємствах механізму забезпечення економічної безпеки з метою запобігання або зменшення негативного впливу макросередовища на діяльність підприємств.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Актуальним економічним проблемам формування та вдосконалення системи економічної безпеки підприємств присвячені наукові розробки багатьох вітчизняних та зарубіжних вчених. Ця проблема не перестає бути актуальною, і значна кількість науковців спрямовують свої дослідження в бік економічної безпеки підприємств. Тільки останнім часом цією проблематикою займалися такі вчені, як О.В. Ареф'єва, Т.Б. Кузекно, І.М. Бойчик, М.В. Дишкант, Н.О. Іванченко, Е.В. Камишнікова, О.А. Кириченко, О.М. Івченко, С.Ф. Покропівний, С.В. Приходько, І.В. Сорокіна, А.О. Спіфанова, І. Шульга та ін. Тим не менш, рівень економічної безпеки вітчизняних підприємств знаходиться на достатньо низькому рівні, та кризові явища останнього року потребують від підприємств розробки нових підходів до формування механізму економічної безпеки на підприємствах.

**Мета статті.** Вивчення сутності поняття «економічна безпека підприємства» та окремих її скла-



дових та виявлення основних тенденцій організації системи економічної безпеки на підприємствах України.

**Виклад основного матеріалу.** Економічна безпека підприємства різними вченими розглядається з різних точок зору. Кожен виділяє певні аспекти діяльності підприємства, котрі є найважливішими і найвпливовішими щодо формування економічної безпеки підприємства. Однак слід зазначити, що кожен з них наголошує на стабільності функціонування підприємства, відсутності збитків, отриманні максимально можливих прибутків, забезпеченні високого рівня конкурентоспроможності продукції підприємства не зважаючи на будь-які зміни у макро- та мезосередовищах.

Так, І.В. Сорокіна під економічною безпекою підприємства розуміє стійке, яке протидіє впливу руйнівних чинників внутрішнього та зовнішнього середовищ, поточне функціонування підприємства за умови максимально безризикового використання ресурсів і можливостей, орієнтації на базові цілі та стратегію, наслідком чого є нарощування високого потенціалу розвитку [9].

Таке трактування в повній мірі розкриває всі особливості категорії економічної безпеки та враховує цільові завдання, які має вирішувати система економічної безпеки:

- необхідність протидії та локалізації негативних чинників і загроз як внутрішнього, так і зовнішнього середовищ підприємства;

- постійна підтримка стійкого ефективного функціонування в умовах нестабільності та невизначеності;

- гостра необхідність оптимального розподілу та використання доступних ресурсів;

- розширення існуючих можливостей на ринку, об'єктивна оцінка сильних і слабких сторін підприємства, цільове використання конкурентних переваг;

- орієнтація базових функцій системи економічної безпеки підприємства згідно з обраною стратегією розвитку, місією та базовими основоположними цілями;

- динамічне нарощування високого потенціалу розвитку для реалізації в майбутніх періодах [9].

І.П. Шульга пропонує під економічною безпекою розуміти сукупність економічних відносин, пов'язаних з управлінням діяльністю суб'єкта господарювання шляхом мінімізації та досягнення поставлених стратегічних цілей [11].

При визначенні поняття «економічна безпека» стала переважати думка, що його зміст відображає такий стан підприємства, який забезпечує здатність протистояти несприятливим зовнішнім впливам. У зв'язку з цим економічна безпека підприємства стала розглядатися набагато ширше – як можливість забезпечення його стабільності в різноманітних, у тому числі й у несприятливих, умовах, які виникають у зовнішньому середовищі, незалежно від характеру його впливу на діяльність підприємства, масштабу і характеру внутрішніх змін [11].

Є і таке визначення економічної безпеки підприємства – стан захищеності підприємства від негативного впливу як внутрішніх, так і зовнішніх загроз, дестабілізуючих факторів, при якому гарантується досягнення мети статутної діяльності при дотриманні основних комерційних інтересів [3].

Деякі вчені розглядають поняття «економічна безпека підприємства» з точки зору навмисної шкоди підприємству. Так, О.А. Кириченко визначив класифікацію загроз економічній безпеці підприємства за

різними критеріями, а саме: джерело виникнення, рівень небезпечності наслідків, імовірність загрози, вплив на підприємницьку діяльність, об'єкт зазіхань, суб'єкти загроз, види збитків, характер відповідальності. Тобто економічна безпека підприємства, розглядається з точки зору заподіяння підприємству кримінальної та господарської шкоди [6].

Економічна безпека підприємства є складовою економічної безпеки національної економіки, тобто економічна безпека держави формується з сукупності економічних безпеки підприємств.

С.В. Приходько під економічною безпекою національної промисловості розуміє рівень захищеності її економічних інтересів від внутрішніх ризиків і зовнішніх загроз, а під системою забезпечення економічної безпеки – сукупність цільових компонентів, що дозволяють забезпечити достатній її рівень в умовах ресурсних обмежень. Основними завданнями економічної безпеки є: забезпечення пропорційного та безперервного економічного зростання, приборкання інфляції та безробіття, формування ефективної структури економіки та розвинутого ринку цінних паперів, скорочення дефіциту бюджету та державного боргу, забезпечення соціального захисту та підвищення якості життя населення, підтримка стійкості національної валюти тощо [8].

С.Ф. Покропивний пропонує визначити сукупний критерій економічної безпеки за таким переліком функціональних складових: фінансова, інтелектуальна й кадрова, техніко-технологічна, політико-правова, інформаційна, екологічна та силова шляхом зважування й підсумовування окремих функціональних критеріїв, зумовлених за допомогою порівняння можливої величини збитку, що може бути заподіяний підприємству (організації), і ефективності заходів щодо запобігання такого збитку. Сукупний критерій економічної безпеки будь-якого суб'єкта господарювання (ксіб) можна розрахувати, користуючись формулою

$$k_{\text{сєб}} = \sum_{i=1}^n k_i d_i,$$

де  $k_i$  – величина окремого (поодинокого) критерію за  $i$ -ю функціональною складовою;  $d_i$  – питома вага значущості  $i$ -ї функціональної складової;  $n$  – кількість функціональних складових економічної безпеки підприємства.

Окремі функціональні складові економічної безпеки підприємства мають різну питому вагу значимості в окремих галузях економіки країни. Значимість коливається від 0,05 до 0,3. Найбільше значення 0,3 має техніко-технологічна складова у сільському господарстві та фінансова складова у торгівлі [7].

Е.В. Камишнікова пропонує включати в состав економічної безпеки підприємства сім складових (фінансова, виробнича, інвестиційно-технологічна, інтелектуально-кадрова, матеріально-технічна, збутова, екологічна), кожна з яких формується на основі певної системи показників [5].

З метою розрахунку інтегральних показників для визначення рівнів складових економічної безпеки підприємства використовуються три методи: метод сум, рівня розвитку та середньої геометричної. Відносно різниці щодо використання існуючих методів формування інтегральних показників для визначення рівнів складових економічної безпеки підприємства, Е.В. Камишнікова наголошує на відсутності суттєвих відмінностей та пропонує використовувати будь який з методів в залежності від мети та умов аналізу [5].

Але слід зазначити, що в період загострення фінансово-економічної кризи, коли держава фактично знаходиться в стані військової агресії, та значного підвищення темпів інфляції, зокрема, більш ніж чотириразове знецінення національної грошової одиниці за один рік, значно підвищується значимість таких функціональних складових, як фінансова, матеріально-технічного забезпечення та збутова, ваговий коефіцієнт котрих може зростати в декілька разів.

Отже, в умовах фінансово-економічної кризи особливої значимості набуває саме фінансова складова економічної безпеки підприємства, від якої в значній мірі залежить фінансування всіх інших напрямів економічної безпеки підприємства.

І.А. Бланк під фінансовою безпекою підприємства розуміє кількісно і якісно детермінований рівень фінансового стану підприємства, що забезпечує стабільну захищеність його пріоритетних збалансованих фінансових інтересів від ідентифікованих реальних і потенційних загроз зовнішнього й внутрішнього характерів, параметри якого визначаються на основі його фінансової філософії й створюють необхідні передумови фінансової підтримки його стійкого зростання в поточному й перспективних періодах [10].

Необхідною умовою фінансової безпеки підприємства є його рентабельність, тобто позитивний результат фінансово-господарської діяльності. Основною групою показників, які використовуються при оцінюванні, є коефіцієнти рентабельності, що визначаються як показники ефективності використання різних ресурсів. Саме наявність прибутку насамперед характеризує успішність і ефективність роботи підприємства. Прибуток повинен бути основним джерелом його розвитку, а також забезпечувати повернення засобів, запозичених для цілей розвитку. Таким чином, рентабельна робота є базою для досягнення фінансової стійкості суб'єкта господарювання в режимі розширеного відтворення [4].

Окрім показників прибутковості, Н.О. Іванченко пропонує для визначення рівня фінансової складової економічної безпеки підприємства використовувати показники ділової активності, фінансової стійкості та платоспроможності. На основі розрахунку запропонованих показників автор пропонує будувати фреймово-онтологічну модель фінансової складової економічної безпеки [4].

Фінансова безпека може бути визначена як стан найбільш ефективного використання корпоративних ресурсів, виражений у найкращих значеннях фінансових показників прибутковості і рентабельності бізнесу, якості управління та використання основних і оборотних коштів, структури його капіталу, норми виплат за цінними паперами, а також курсової вартості його цінних паперів як синтетичного індикатора поточного фінансово-господарського становища і перспектив її технологічного та фінансового розвитку.

Функціонуючи в умовах невизначеності, підприємства стикаються із різними небезпеками, з яких найбільшу загрозу несуть саме фінансові небезпеки, які можна поділити на дві групи: об'єктивні та суб'єктивні. Об'єктивні можуть бути зумовлені змінами механізмів економічних і насамперед фінансових відносин міжнародними і міждержавними угодами, діями окремих держав, змінами економічних і фінансових механізмів у державі, природними явищами тощо.

Суб'єктивні чинники фінансової небезпеки мають внутрішнє та зовнішнє походження. Зовнішні суб'єктивні чинники фінансової небезпеки можуть

бути пов'язані зі спекуляціями цінними паперами, агресивним надбанням акцій фірми конкурентами, ціновою конкуренцією суперників, шахрайствами з боку окремих підставних фірм і фізичних осіб тощо. Внутрішні суб'єктивні чинники виникають унаслідок недостатньої діяльності менеджерів фінансово-економічних служб, маркетингу й адміністративного менеджменту підприємства [1].

Особливе значення в системі управління економічною безпекою підприємства, а саме її фінансової складової, мають грошові кошти. Підприємству важливо визначити оптимальні залишки грошових коштів для підтримання належної платоспроможності та отримання додаткового прибутку від тимчасово вільних коштів.

Мінімізація втрат використовуваних грошових активів від інфляції здійснюється за коштами у національній та іноземній валютах. У національній валюті антиінфляційний захист грошових активів забезпечується в тому випадку, якщо норма рентабельності з використанням тимчасово вільного залишку не нижча за темпи інфляції. В іноземній валюті антиінфляційний захист грошових активів забезпечується вибором відповідної валюти [2].

**Висновки.** Підсумовуючи проведене дослідження, можна зробити наступні висновки:

- економічна безпека підприємства сприяє стабільному функціонуванню підприємства, відсутності збитків, отриманні максимально можливих прибутків, забезпеченні високого рівня конкурентоспроможності продукції підприємства не зважаючи на будь-які зміни у макро- та мезосередовищах;
- особливого значення в умовах фінансово-економічної кризи набувають такі складові економічної безпеки, як фінансова, матеріально-технічного забезпечення та збутова;
- інфляційні процеси потребують від підприємств звернути увагу на ефективне використання вільних грошових коштів. В умовах знецінення національної грошової одиниці більш ніж на 400% на рік саме вкладання у вільноконвертовану валюту є для підприємства чи не єдиним шляхом їх збереження.

#### БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Ареф'єва О.В., Кузєкно Т.Б. Економічні основи формування фінансової складової економічної безпеки / О.В. Ареф'єва, Т.Б. Кузєкно // Актуальні проблеми економіки. – 2009. – № 1. – С. 98–103.
2. Бойчик І.М. Економіка підприємства: [Навч. посібник]. – К.: Атіка, 2004. – 320 с.
3. Дишкант М.В. Сутність та роль економічної безпеки в господарській діяльності підприємств / М.В. Дишкант // Сталий розвиток економіки. – 2014 – №1. – С. 32–36.
4. Іванченко Н.О. Фреймово-онтологічне моделювання фінансової складової економічної безпеки підприємства / Н.О. Іванченко // Актуальні проблеми економіки. – 2012. – № 4. – С. 300–304.
5. Камышинова Э.В. Методы формирования комплексной оценки уровня экономической безопасности предприятий / Э.В. Камышинова // Актуальні проблеми економіки. – 2009. – № 12. – С. 114–122.
6. Кириченко О.А., Івченко О.М. Деякі критерії оцінки економічної безпеки підприємства / О.А. Кириченко, О.М. Івченко // Інвестиції: Практика та досвід. – 2008. – № 23. – С. 22–24.
7. Покропівний С.Ф. Економіка підприємства. Вид. 2-е, перероб. та доп. – К.: КНЕУ, 2001. – 528 с.
8. Приходько С.В. Формування адекватного реального виробничим процесам комплексу заходів реагування на загрози економічній безпеці / С.В. Приходько // Інвестиції: Практика та досвід. – 2011. – № 1. – С. 52–55.
9. Сорокіна І.В. Теоретико-методологічні аспекти формування системи економічної безпеки підприємства / І.В. Сорокіна //

Актуальні проблеми економіки. – 2009 – № 12. – С. 114–122.  
10. Фінансова безпека підприємств і банківських установ: [монографія] / за заг. редакцією д. е. н., проф. А.О. Єпіфанова // [А.О. Єпіфанов, О.Л. Пластун, В.С. Домб-

ровський та ін.] – Суми: ДВНЗ «УАБС НБУ», 2009. – 295 с.  
11. Шульга І. Економічна безпека підприємства як економічна категорія / І. Шульга // Академічний огляд: економіка та підприємство. – Дніпропетровськ, 2010. – № 2. – С. 37–44.

УДК 338.1(477)

**Цыбульская Э.И.**  
*кандидат экономических наук,  
доцент кафедры экономики предприятия  
Харьковского гуманитарного университета  
«Народная украинская академия»*

**Новожилова А.В.**  
*магистр  
Харьковского гуманитарного университета  
«Народная украинская академия»*

## К ВОПРОСУ ОЦЕНКИ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

В статье исследуется сущность категории «инвестиционная привлекательность предприятия». Дана систематизация методических подходов к оценке инвестиционной привлекательности предприятия. Обосновывается, как наиболее адекватный для Украины, комплексный подход к оценке инвестиционной привлекательности предприятия с учетом его положения в равновесной структуре инвестиционной привлекательности (страна – регион – отрасль – предприятие), внутренних и внешних рисков, специфики корпоративного управления, рыночных позиций, имущественного и финансового состояния. Предложенный подход позволяет инвестору принять обоснованное решение по поводу вложения свободных финансовых ресурсов.

**Ключевые слова:** инвестиционная привлекательность, оценка, комплексная методика, интегральный показатель, риски, корректирующий коэффициент.

### **Цибульська Е.І., Новожилова А.В. ДО ПИТАННЯ ОЦІНКИ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ ПІДПРИЄМСТВА**

У статті досліджується сутність категорії «інвестиційна привабливість підприємства». Дано систематизацію методичних підходів до оцінки інвестиційної привабливості підприємства. Обґрунтовується комплексний підхід до оцінки інвестиційної привабливості підприємства з урахуванням його положення в рівневій структурі інвестиційної привабливості (країна – регіон – галузь – підприємство), внутрішніх і зовнішніх ризиків, специфіки корпоративного управління, ринкових позицій, майнового й фінансового стану. Запропонований підхід дозволяє інвесторові прийняти обґрунтоване рішення щодо вкладення вільних фінансових ресурсів.

**Ключові слова:** інвестиційна привабливість, оцінка, комплексна методика, інтегральний показник, ризики, коригувальний коефіцієнт

### **Tsybulskaya E.I., Novozhylova A.V. ON ASSESSMENT OF INVESTMENT ATTRACTIVENESS OF ENTERPRISES**

The article deals with the essence of category “investment attractiveness of the enterprise”. It provides the systematization of methodological approaches to assessing the investment attractiveness of the enterprise. The author justifies the most adequate for Ukraine complex approach to assessing the investment attractiveness of the company based on its position in the layered structure of investment attractiveness (country – region – industry – company), internal and external risks, specifics of corporate governance, market position, property and financial condition. The proposed approach allows the investor to make an informed decision regarding the investment of available financial resources.

**Keywords:** investment attractiveness, assessment, complex approach, integral index, risks, adjusting factor.

**Постановка проблеми.** Практически любое направление бизнеса в наше время характеризуется высоким уровнем конкуренции. Для сохранения своих позиций и достижения лидерства компании вынуждены постоянно развиваться, осваивать новые технологии, расширять сферы деятельности. В подобных условиях периодически наступает момент, когда руководство организации понимает, что дальнейшее развитие невозможно без притока инвестиций. Одним из самых важных и ответственных этапов инвестиционного процесса является выбор предприятия, в которое будут вложены инвестиционные ресурсы. На выбор же объекта инвестирования в основном влияет такая категория, как инвестиционная привлекательность предприятия. Между тем в настоящее время методические вопросы оценки и анализа инвестиционной привлекательности недостаточно разработаны и требуют дальнейшего развития. Инвестиционная привлекательность важна для инвесторов, так как анализ

предприятия и его инвестиционной привлекательности позволяет свести риск неправильного вложения средств к минимуму. Для предприятия, которому требуется вливание капитала из внешних источников, наиважнейшей задачей является повышение инвестиционной привлекательности. Только при ее высоком значении предприятие получит достаточные средства для функционирования, расширения производства, выпуска новой продукции или смены сферы деятельности (при продаже предприятия). Исходя из этого, следует отметить, что эффективное инвестирование представляется возможным только лишь при определении и сравнении инвестиционной привлекательности различных предприятий. Таким образом, при отсутствии данной экономической категории инвестиционный процесс объективно теряет смысл. В связи с этим тема исследования, посвященная оценке инвестиционной привлекательности предприятия, является весьма актуальной для Украины.



**Анализ публикаций по теме исследования.** Необходимо отметить, что вопросы оценки инвестиционной привлекательности предприятия всегда были объектом пристального внимания экономистов всего мира. Многие отечественные и зарубежные ученые посвящали свои работы исследованию данного явления. Среди них следует выделить В.М. Аньшина, И.А. Бланка, В.В. Бочарова, А.Г. Гиляровскую, М.Н. Крейнину, Э.И. Крылова, В.А. Москвина, И.И. Ройзмана, Ф. Бергера, Ю. Бриггема, Л. Гитмана, Т. Коупленда, Д. Морриса, М. Скотта, У. Шарпа, Л. С. Валинурова, Д. А.Ендовицкого, М. Н. Крейнина, Э.И. Крылова, В.М. Власова, Е.А. Бадюкина, Г.К. Джерабаева, Т.Н. Матвеева, Р.А. Хуснуллина, Е.А. Акименко.

Вместе с тем следует отметить, что в экономической литературе до настоящего момента не выработан единый понятийный аппарат, определяющий содержание инвестиционной привлекательности. Несмотря на глубокую проработку вопросов оценки инвестиционной привлекательности регионов, отраслей промышленности и отдельных инвестиционных проектов, недостаточно системно рассмотрены вопросы оценки инвестиционной привлекательности предприятий, в частности, до сих пор не существует единой теоретической и методологической базы оценки, что выражается в отсутствии единой трактовки самого понятия «инвестиционная привлекательность предприятия», методологии и методики его оценки.

В связи с этим возникает объективная необходимость критического анализа и систематизации существующих подходов к изучению инвестиционной привлекательности предприятий, выборе и обосновании подходов, адекватных реалиям украинской экономики.

**Цель статьи.** Критический анализ и систематизация существующих подходов к изучению сущности инвестиционной привлекательности предприятий, методических подходов к ее оценке, выбор и обоснование наиболее адекватного для Украины методического подхода. Исследование сущности категории «инвестиционная привлекательность предприятия». Сравнительный анализ методических подходов к оценке инвестиционной привлекательности. Выбор и обоснование наиболее адекватного для Украины методического подхода к оценке инвестиционной привлекательности предприятия.

**Изложение основного материала.** Как было отмечено выше, не существует унифицированного подхода к толкованию категории «инвестиционная привлекательность». Каждый интерпретирует понятие ИП на основе факторов, положенных в его оценку. Это подтверждает хронология изменения толкования сути понятия «инвестиционная привлекательность предприятия». Трансформация взглядов на термин «инвестиционная привлекательность» шла по принципу «от частного к общему», а конкретно – от узкопрофильных экономических (финансовых) представлений к системным, претендующим на все более полный охват факторов, влияющих на данное качество оцениваемой системы.

Большинство ученых предлагает определять инвестиционную привлекательность на основе анализа факторов внутренней и внешней среды. К внутренней среде подавляющее большинство относит финансовую составляющую, а к внешней – действие макро- и мезоэкономических факторов.

В.В. Бочаров, исходя из основного фактора – риска, трактует инвестиционную привлекательность как наличие экономического эффекта (дохода) от

вложения денег при минимальном уровне риска [1]. В портфельной теории В. Шарпа и Х. Марковица инвестиционная привлекательность предприятия – это получение максимальной прибыли при заданном уровне риска [2].

И.А. Бланк рассматривает инвестиционную привлекательность как один из факторов инвестиционного решения. Он считает, что оценка инвестиционной привлекательности необходима при выработке инвестиционной политики предприятия или инвестора, представляющей стратегию использования капитала, которая заключается в выборе и реализации наиболее эффективных форм реальных и финансовых инвестиций с целью обеспечения высоких темпов развития предприятия [3]. Л. Валинурова и О. Казакова рассматривают инвестиционную привлекательность предприятия как «совокупность объективных признаков, свойств, средств и возможностей, обуславливающих потенциальный платежеспособный спрос на инвестиции» [4]. Похожее мнение выражает и Т.Н. Матвеев. Инвестиционная привлекательность, с его точки зрения, «комплексный показатель, характеризующий целесообразность инвестирования средств в данное предприятие» [5]. Нельзя не отметить большую широту таких трактовок, однако их негативной стороной является размытость и отсутствие конкретики. Более точное определение дают Л. Гиляровская, В. Власова, Э. Крылов. Они связывают инвестиционную привлекательность предприятия со «структурой собственного и заемного капитала и его размещением между различными видами имущества, а также эффективностью их использования» [6]. Представленная формулировка является более конкретной, указывает на зависимость исследуемой категории от показателей финансовой и инвестиционной деятельности предприятия. Однако, с нашей точки зрения, она, подобно формулировке М.Н. Крейниной, отражает не все многочисленные стороны понятия инвестиционной привлекательности предприятия и также представляет традиционный подход к его исследованию. Полное и обоснованное определение дают Э.И. Крылов, В.М. Власова, М.Г. Егоров, И.В. Журавкова [7]. Они говорят об инвестиционной привлекательности предприятия как о «самостоятельной экономической категории, характеризующейся не только устойчивостью финансового состояния предприятия, доходностью капитала, курсом акций или уровнем выплаченных дивидендов» и отмечают её зависимость от конкурентоспособности продукции, клиентоориентированности предприятия, выражающейся в наиболее полном удовлетворении запросов потребителей, а также от уровня инновационной деятельности хозяйствующего субъекта. Достоинством такого подхода является комплексность, разносторонность, включение в область анализа финансовых и нефинансовых аспектов инвестиционной привлекательности предприятия. Однако при этом многие стороны инвестиционной привлекательности предприятия в приведенных выше определениях остаются незатронутыми.

В частности, фактор инвестиционной привлекательности страны, региона и отрасли, в которой работает хозяйствующий субъект, а также фактор корпоративного управления и структуры предприятия, оказывают существенное влияние на его инвестиционный потенциал.

Проанализировав вышеприведенные суждения специалистов, можно дать следующее определение. По мнению авторов, инвестиционная привлекатель-

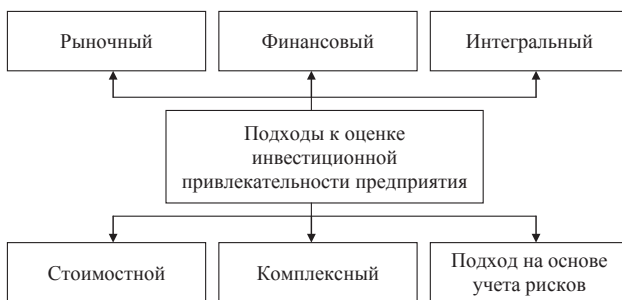


ность предприятия – это комплексная экономическая характеристика, которая характеризуется финансовым и имущественным состоянием хозяйствующего субъекта, его имиджем, деловой активностью, структурой капитала, формой корпоративного управления, уровнем спроса на продукцию и ее конкурентоспособностью при имеющихся определенных инвестиционных рисках, обусловленных инвестиционной привлекательностью страны, региона и отрасли.

В научной литературе выделяют несколько методических подходов к оценке инвестиционной привлекательности предприятия (рис.1.1):

- рыночный (осуществляется на основе оценок предприятия фондовым рынком);
- финансовый (основывается на анализе финансового состояния по пяти формам бухгалтерской отчетности);
- интегральный (основывается на оценке финансово-имущественного состояния);
- стоимостной (основывается на основе оценки показателей стоимости предприятия);
- подход, основанный на использовании показателей рисков приобретения;
- комплексный подход (основывается на всесторонней оценке деловой репутации и имиджа предприятия, уровня его конкурентоспособности, стратегического положения на рынке, финансово-имущественного потенциала).

В украинской практике оценки инвестиционной привлекательности предприятия для различных целей используются стоимостной, финансовый и интегральный подходы. Рыночный подход вследствие малой степени акционирования украинской экономики используется при оценке пока слабо, так как доля акционерного капитала в Украине незначительна. Подход, основанный на основе оценки рисков, начинает приобретать весомое значение из-за высокой степени нестабильности среды, в которой функционируют украинские предприятия.



**Рис. 1.1. Подходы к оценке инвестиционной привлекательности предприятия**

Наиболее часто используемым в Украине подходом к оценке инвестиционной привлекательности субъекта хозяйствования является интегральный метод, предложенный в методике, официально утвержденный и рекомендованный к применению в процессе приватизации [8]. Он позволяет объединить в единую систему все признаки, которые раньше рассматривались отдельно. В рамках методики интегральной оценки инвестиционной привлекательности предприятий и организаций выделяют шесть групп показателей: имущественного состояния, финансовой стойкости, ликвидности активов, прибыльности, деловой и рыночной активности объекта инвестирования.

Финансовый подход является традиционным и основывается на анализе финансового состояния предприятия при помощи совокупности определенных групп коэффициентов [9, с. 56–71; 10; 11]. Основу оценки инвестиционной привлекательности составляет внешний финансовый анализ, который базируется на ретроспективных методах анализа. В состав финансового анализа внешним пользователем входят следующие разделы [12, с. 57]:

- показатели, характеризующие структуру имущества и источников его формирования;
- степень ликвидности и платежеспособности компании;
- финансовая устойчивость компании;
- уровень деловой активности;
- структура доходов и расходов, финансовый результат деятельности;
- рентабельность обычных видов деятельности и т. д.

Учитывая тот факт, что основу информационной базы анализа инвестиционной привлекательности компании по финансовому подходу составляют данные бухгалтерской финансовой отчетности, следует выделить группу методов анализа финансовой отчетности: горизонтальный анализ; вертикальный анализ; трендовый анализ; коэффициентный анализ; сравнительный анализ; факторный анализ.

Указанные методы имеют характер ретроспективного анализа. Также существуют методы перспективного анализа, о которых не приходится говорить ввиду того, что данный анализ проводится при наличии необходимой финансовой и нефинансовой информации в зависимости от целей и задач анализа инвестиционной привлекательности. Отсутствие необходимой внутренней информации о компании не позволит в полной мере осуществить перспективный анализ деятельности хозяйствующего субъекта, а также провести анализ показателей в системе финансового менеджмента.

В.И. Поддубный [13] рассматривает несколько методик оценки (рейтингов) инвестиционной привлекательности предприятия на основе его финансового состояния. В.Н. Гринева и другие [14, с. 114–118] также придерживаются такой позиции, которая предполагает целесообразность осуществления оценки инвестиционной привлекательности субъекта хозяйствования по совокупности коэффициентов его финансового состояния. Несмотря на многие достоинства финансового подхода, он делает невозможным принятие стратегических инвестиционных решений в долгосрочном периоде и может иметь место в процессе решения вопроса о целесообразности инвестирования только в краткосрочном периоде.

Наиболее перспективным методом оценки инвестиционной привлекательности является комплексный подход. Анализ инвестиционной привлекательности базируется прежде всего на общенаучных методах исследования. Соблюдая системный подход, можно сформулировать метод анализа – «системный комплексный подход к изучению результатов деятельности хозяйствующего субъекта, выявлению и измерению противоречивого влияния на них отдельных факторов, обобщению материалов анализа в виде выводов и рекомендаций на основе обработки специальными приемами всей имеющейся информации о результатах этой деятельности» [15, с. 359]. Данный подход пребывает в стадии формирования и становления, не противореча необходимости проведения анализа финансовой деятельности предприятия, предполагает внесение дополнительных направле-

ний и составляющих в формирование комплексной системы показателей для оценки его инвестиционной привлекательности: деловой репутации, имиджа предприятия, стратегического положения на рынке, качества менеджмента.

В рамках исследования И.П. Мойсенко [16] инвестиционная привлекательность предприятия формируется на основе показателей его финансового состояния и кадрового потенциала. Недостатком такого предложения является отсутствие комплексного подхода, которое приводит к игнорированию имущественного состояния предприятия, которое представляет собой базу принятия решений о реальном инвестировании. О. Кузьмин и его соавторы [17, с. 36] предлагают рассматривать инвестиционный климат на предприятии, который они отождествляют с инвестиционной привлекательностью, зависящей от его финансового состояния, организационной структуры управления, системы внутреннего контроля, кадрового потенциала, использования оборудования, уровня диверсификации продукции и видов деятельности. Такой подход представляет собой одну из методик комплексного рассмотрения инвестиционной привлекательности, но необходимо отметить, что организационные аспекты деятельности субъекта хозяйствования целесообразно отнести к такой его характеристике, как восприимчивость к инвестиционным предложениям, которая говорит о возможности предприятия гибко реагировать на изменения внешней среды, посредством использования соответствующих ему и стратегическому набору альтернатив организационной структуры и внутренней организации бизнес-процессов: производства, его подготовки, работы персонала, процесса управления, а также экономического воздействия инновациям и мотивации работников.

По мнению В.К. Фальцмана [18], в процессе оценки инвестиционной привлекательности предприятия необходимо производить анализ внешней среды и конкурентоспособности предприятия в такой последовательности: общее (макроэкономическое) состояние страны и (мезоэкономическое) региона – подъемы и спады экономики, учитывая наличие сырьевой базы, влияние внутривластных и демографических факторов, социально-экономическую среду, состояние мировой экономики и международные отношения; экологическое состояние, поведение конкурентов; финансовое состояние, технологическое состояние предприятия на основе жизненных циклов продукции (технологий) жизнеспособности научно-исследовательских работ; оценка и переоценка недвижимости автора являющихся уместными, но отсутствие конкретных рекомендаций понижает их значимость и возможность практического применения.

Таким образом, анализ существующих подходов к оценке инвестиционной привлекательности показал перспективность комплексного подхода. Система показателей, которую необходимо использовать в процессе определения инвестиционной привлекательности субъектов хозяйствования, должна характеризовать все виды экономических ресурсов предприятия, таких как:

- финансовые – по направлениям анализа ликвидности (коэффициентов абсолютной, срочной, общей ликвидности), рентабельности (совокупного, собственного капитала, операционной и чистой рентабельности продаж), деловой активности (удельного веса собственных оборотных средств в активах, коэффициентов оборачиваемости собственного, основного, оборотного капитала, производственных запасов,

готовой продукции, дебиторской и кредиторской задолженности), финансовой устойчивости предприятия (коэффициентов финансовой устойчивости, автономии, маневренности капитала, рабочего капитала, обеспечения запасов и затрат собственными источниками формирования, показателей финансового левериджа, финансового риска);

- материальные, которые должны включать показатели эффективности использования основных производственных фондов (коэффициент годности, обновления основных фондов, фондоотдача, фондовооруженность, затраты оборотных средств на единицу реализованной продукции, материалоотдача, удельный вес материальных затрат в их общем объеме и в стоимости продукции);

- трудовые – удельный вес работников, которые окончили высшие учебные заведения, получили новую профессию, повысили квалификацию в отчетном периоде в общей численности работающих; производительность труда одного работника, удельный вес затрат на труд в общих затратах на производство;
- нематериальные – деловая репутация, имидж предприятия, уровень менеджмента на предприятии, наработанные связи с контрагентами.

По первым трем группам показателей идет количественная оценка в соответствии с существующими в финансово-экономической литературе методиками расчета показателей. По четвертой группе показателей идет качественная оценка в балльном виде. Оценка в баллах проставляется экспертами по пятибалльной шкале.

Расчет интегрального показателя инвестиционной привлекательности предприятия осуществляется в следующей последовательности:

- расчет показателей по группам;
- расчет интегрального показателя инвестиционной привлекательности

Рассчитанные показатели по группам используются для определения интегрального показателя инвестиционной привлекательности с учетом их значимости по формуле:

$$I = \sum_{i=1}^n \prod_{j=1}^n d_{ij} \cdot \frac{|x_j - x_{i \max(\min)}|}{x_{i \max} - x_{i \min}}, \quad (1)$$

где  $x_{ij}$  – значение  $i$ -го показателя;  
 $d_{ij}$  – уровень значимости  $i$ -го показателя;  
 $n$  – количество показателей;  
 $x_{i \min}$  – минимальное значение  $i$ -го показателя (при минимизации);  
 $x_{i \max}$  – максимальное значение  $i$ -го показателя (при максимизации)

Уровень значимости рассчитывается по формуле:

$$d_{ij} = R_{ij}/n, \quad (2)$$

где  $R_i$  – ранг  $i$ -го показателя по итогам ранжирования.

Для определения значимости отдельных показателей и их групп используется один из методов экспертных оценок – метод ранговой корреляции. Эксперты на основании анкеты распределяют показатели по рангам (от 1 до  $n$ ) по степени уменьшения приоритетности и важности.

Значимость каждой из четырех групп определяется путем накопления рангов из отдельных показателей в этой группе, что позволяет, по мнению авторов, дать объективную оценку.

Для учета результатов оценки привлекательности отрасли и региона по приведенным показателям используется матрица привлекательности на мезоэкономическом уровне (табл. 2)

Таблица 2  
Матрица инвестиционной привлекательности  
на мезоэкономическом уровне

Привлекательность страны (региона)	Привлекательность отрасли	
	высокая	низкая
Привлекательный	1	0,5
Непривлекательный	0,5	0

В случае, если привлекательность страны (региона) очень низкая, то не может быть и речи об инвестировании в любое предприятие, работающее в этой отрасли и находящееся в соответствующем регионе (стране). Когда отрасль или страна (регион) является привлекательной для инвестора, тогда влияние отрицательных и положительных сторон привлекательности на мезоэкономическом уровне компенсируют друг друга. В этом случае принять решение об инвестировании в определенное предприятие можно только на основании оценки его инвестиционной привлекательности.

Интегральный показатель инвестиционной привлекательности предприятия необходимо скорректировать на величину внутренних и внешних инвестиционных рисков среды предприятия по следующей формуле:

$$I' = I \cdot K_1 \cdot K_2, \quad (3)$$

где  $I'$  – интегральный показатель инвестиционной привлекательности;

$K_1$  – влияние внешних рисков;

$K_2$  – влияние внутренних рисков

Степень влияния каждого отдельного риска можно оценить, только имея достаточную информацию о деятельности конкретного предприятия, его отношениях с внешней средой, имея полную характеристику внутренней среды.

Влияние рисков внутреннего и внешнего характеров на деятельность и инвестиционную привлекательность предприятий определяется с помощью степени влияния соответствующих рисков ( $R_1$ ,  $R_2$ ), которые были определены путем ранговой корреляции на основании анкетирования экспертов-практиков отечественных промышленных предприятий. По результатам расчетов влияние внешних рисков составило  $R_1 = 0,75$ , внутренних –  $R_2 = 0,25$ .

Зависимость между воздействием рисков и привлекательностью предприятия обратная, т. е. чем выше влияние риска на деятельность предприятия, тем ниже его привлекательность. Поэтому при выполнении оценки инвестиционной привлекательности предприятия воздействие рисков необходимо учитывать по следующим формулам:

$$\begin{aligned} K_1 &= 1 - R_1; \\ K_2 &= 1 - R_2. \end{aligned} \quad (4-5)$$

Расчеты оценки инвестиционной привлекательности можно использовать на предприятии по заказу инвестора или коммерческой структуры для принятия инвестиционного решения о вложении средств.

**Выводы.** Анализ существующих подходов к оценке инвестиционной привлекательности предприятия показал перспективность комплексного подхода, основывающегося на анализе факторов внутреннего и внешнего воздействия. Система показателей, которую необходимо использовать в процессе определения инвестиционной привлекательности субъектов хозяйствования, должна характеризовать все виды экономических ресурсов предприятия – финан-

совые, материальные, трудовые и нематериальные. Предложенный подход делает акцент на рыночные факторы и факторы корпоративного управления, а также учитывает зависимость инвестиционной привлекательности предприятия от привлекательности страны, региона и отрасли путем корректировки ее на величину внутренних и внешних инвестиционных рисков среды.

В качестве дальнейших исследований отмечается перспективность разработки методики оценки инвестиционной привлекательности предприятия на основе комплексного подхода.

#### БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК:

1. Бочаров В.В. Инвестиционный менеджмент / В.В. Бочаров. – СПб.: ПИТЕР, 2000. – 71 с.
2. Первозванский А.А. Финансовый рынок: и расчет и риск / А.А. Первозванский. – Москва: ИНФРА-М, 1996. – 192 с.
3. Бланк И.А. Инвестиционный менеджмент: учеб. курс, 2-е изд. / И.А. Бланк. – К.: Эльга, Ника-Центр, 2004. – 552 с.
4. Валинурова Л.С. Управление инвестиционной деятельностью: учеб. / Л.С. Валинурова, О.Б. Казакова. – М.: Кнорус, 2005. – 384 с.
5. Матвеев Т.Н. Оценка инвестиционной привлекательности предприятия // Труды МГТА: электронный журнал. 26.09.11. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://emagazine.meli.ru/vipusk\\_19/262\\_v19\\_Matveev.doc](http://emagazine.meli.ru/vipusk_19/262_v19_Matveev.doc).
6. Крылов Э.И. Анализ финансового состояния и инвестиционной привлекательности предприятия: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям: «Финансы и кредит», «Бухгалтерский учет, анализ и аудит», «Мировая экономика», «Налоги и налогообложение». / Э.И. Крылов, В.М. Власова, М.Г. Егорова, И.В. Журакова. – М.: Финансы и статистика, 2003. – 191 с.
7. Крейнина М.Н. Финансовый менеджмент: учеб. пособие. / М.Н. Крейнина. – М.: Дело и Сервис, 1998. – 304 с.
8. Методика інтегральної оцінки інвестиційної привабливості підприємств та організацій: затв. наказом Агентства з питань запобігання банкрутству № 22 від 23.11.1998 р. // Державний інформаційний бюлетень про приватизацію. – 1998. – № 7. – С. 18–28.
9. Ковалев В.В. Управление финансами / В.В. Ковалев. – М.: ФБК-ПРЕСС, 1998. – 412 с.
10. Яковлев Ю.В. Аналіз інвестиційної привабливості підприємства, що приватизується / Ю.В. Яковлев // Державний інформаційний бюлетень про приватизацію. 1999. – № 8. – С. 40–56.
11. Яновский А. Инвестиционная привлекательность предприятия / А. Яновский // Человек и труд. – 1997. – № 10. – С. 88–89.
12. Басаганов Ю.М. Методические основы оценки инвестиционной привлекательности / Ю.М. Басаганов // Экономический анализ: теория и практика. 2009. – №35(164). – С. 56–60.
13. Поддубный В.И. К анализу инвестиционной привлекательности предприятий / В.И. Поддубный // Фондовый рынок. 1998. – № 9. – С. 26–29.
14. Проблеми розвитку інвестиційної діяльності: Гриньова В.М., Коюда В.О., Лепейко Т.И., Коюда О.П. Моногр.; заг. ред. Гриньової В.М. – Х.: Вид-во ХДЕУ, 2002. – 464 с.
15. Анализ инвестиционной привлекательности: научное издание / Ендовицкий Д.А., Бабушкин В.А., Батурина Н.А. и др.; под ред. Д.А. Ендовицкого. – М.: КНОРУС, 2010. – 376 с.
16. Мойсеєнко І.П. Прийняття інвестиційних рішень в умовах розвитку підприємства / І.П. Мойсеєнко // Вісник НУ «Львівська політехніка», сер. «Проблеми економіки та управління». – 2002. – № 448. – С. 223–226.
17. Крылов Э.И. Анализ финансовых результатов, рентабельности и себестоимости продукции: учеб. пособ. для вузов по специальностям: «Финансы и кредит», «Бухгалтерский учет, анализ и аудит» / Э.И. Крылов, В.М. Власова, И.В. Журакова. М.: Финансы и статистика, 2005. – 716 с.
18. Фальцман В. К. Оценка инвестиционных проектов и предприятий / В. К. Фальцман. – М.: ТЕИС, 1999. – 56 с.



УДК 368.1

Чорна І.О.

аспірант кафедри страхування  
Київського національного економічного університету  
імені Вадима Гетьмана

## ПІДВИЩЕННЯ ПРОФЕСІЙНОЇ КУЛЬТУРИ СТРАХОВИХ ПОСЕРЕДНИКІВ ЯК НАПРЯМ АКТИВІЗАЦІЇ РОЗВИТКУ СТРАХУВАННЯ МАЙНА ГРОМАДЯН

У статті акцентується увага на діяльності страхових посередників, що провадять свою діяльність у сфері страхування майна громадян. Проаналізовано кваліфікаційні вимоги, що діють в Україні щодо вказаних учасників страхового ринку. Визначено проблеми, що спричиняють низьку професійну культуру страхових посередників. Розглянуто норми та стандарти діяльності страхових агентів та брокерів, що діють в країнах Європейського Союзу. Розроблено рекомендації щодо підвищення рівня кваліфікації та професійної культури страхових посередників, що діють у сфері страхування майна громадян з урахуванням зарубіжного досвіду.

**Ключові слова:** прямі страхові посередники, страховий агент, страховий брокер, непрямі страхові посередники, страхування майна громадян, кваліфікаційні вимоги, посадова інструкція.

### Черная И.А. ПОВЫШЕНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ КУЛЬТУРЫ СТРАХОВЫХ ПОСРЕДНИКОВ КАК ПУТЬ К АКТИВИЗАЦИИ РАЗВИТИЯ СТРАХОВАНИЯ ИМУЩЕСТВА ГРАЖДАН

В статье акцентируется внимание на деятельности страховых посредников, которые работают в сфере страхования имущества граждан. Проанализированы квалификационные требования, которые действуют в Украине к деятельности указанным участникам страхового рынка. Определены проблемы, которые являются причиной низкой профессиональной культуры страховых посредников. Рассмотрены нормы и стандарты деятельности страховых агентов и брокеров, которые действуют в странах Европейского Союза. Разработаны рекомендации по повышению уровня квалификации и профессиональной культуры страховых посредников, которые работают в сфере страхования имущества граждан с учетом иностранного опыта.

**Ключевые слова:** прямые страховые посредники, страховой агент, страховой брокер, непрямые страховые посредники, страхование имущества граждан, квалификационные требования, должностная инструкция.

### Chorna I.O. IMPROVING THE PROFESSIONAL CULTURE OF INSURANCE INTERMEDIARIES AS A WAY TO ENHANCE THE DEVELOPMENT OF CITIZENS' PROPERTY INSURANCE

The article focuses on the activities of insurance intermediaries, who work in the field of property insurance of citizens. The author analyzes the qualification requirements applied to the activities of the said participants of the insurance market in Ukraine. The problems that are the cause of low professional culture of insurance intermediaries are found. The norms and standards of activity of insurance agents and brokers that operate in the European Union are considered. Recommendations to improve the skills and professional culture of insurance brokers, who work in the field of insurance of citizens' property, taking into account the foreign experience, are provided.

**Keywords:** direct insurance intermediaries, insurance agent, insurance broker, indirect insurance intermediaries, insurance of citizens' property, qualifications, job description.

**Постановка проблеми.** У сучасних економічних умовах на ринку страхування майна громадян існують проблеми в діяльності страхових посередників. Вони відіграють важливу роль у розвитку страхового ринку, надаючи посередницькі послуги. Проте існує ряд проблем щодо професійної підготовки та взагалі рівня кваліфікації вказаних учасників процесу страхування в Україні, що значно гальмує розвиток ринку страхування майна громадян. В країнах Європейського Союзу робота страхових посередників є престижною та високооплачуваною, проте стандарти щодо обслуговування ними громадян та вимоги до професійного рівня досить високі. Необхідністю є розроблення рекомендацій щодо підвищення професійної культури страхових посередників, що діють у сфері страхування майна громадян, враховуючи європейський досвід.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Питанням дослідження діяльності посередників на страховому ринку на сьогодні приділяється пильна увага науковців і фахівців. Дослідження В.Д. Базилевича, О.Д. Заруби, М.С. Жилкиної, І.А. Габідуліна, Ю.О. Махортова, Н.О. Телічка торкаються проблем діяльності страхових посередників.

Проте деякі особливості діяльності страхових посередників, що провадять свою діяльність у сфері страхування майна громадян, залишаються невідомими та потребують подальших досліджень. Так, професійна культура таких учасників процесу стра-

хування майнових інтересів фізичних осіб є низькою і потребує ініціатив щодо її підвищення, враховуючи досвід країн Європейського Союзу.

**Мета статті.** Вивчення аспектів діяльності страхових посередників у сфері страхування майна громадян та розробка рекомендацій щодо підвищення їхньої професійної культури.

**Виклад основного матеріалу.** Для здійснення процесу страхування майна громадян традиційно залучаються як прямі, так і непрямі страхові посередники. Відомо, що прямими виступають страхові агенти та брокери. Якщо розглядати страхування майна громадян, то для ефективного здійснення цього процесу необхідно залучати непрямі страхових посередників, а саме: автосалони, поштові відділення, магазини роздрібною торгівлі, банки, підприємства, що працюють у сфері нерухомості. Проте існує ряд проблем щодо професійної підготовки та взагалі рівня кваліфікації вказаних учасників страхового ринку України, що значно гальмує розвиток ринку страхування майна громадян.

Що стосується страхових агентів, то в Україні не існує кваліфікаційних вимог до агентів, що займаються посередницькою діяльністю у сфері страхування майна громадян. Такі вимоги є лише для страхових агентів, що займаються посередницькою діяльністю у сфері обов'язкового страхування цивільно-правової діяльності, що бути затверджені у 2013 р. У зв'язку з цим необхідністю є розроблення



таким вимог для агентів, що займаються посередницькою діяльністю у сфері страхування майна громадян.

Таким чином, страховий агент, який мав би право займатися посередницькою діяльністю у сфері страхування майна громадян, повинен:

- мати повну загальну середню чи професійно-технічну освіту та досвід роботи не менше двох років або базову чи повну вищу освіту;
- знати основні засади страхування та посередницької діяльності у сфері страхування майна громадян;
- знати положення інших актів у сфері страхування майна громадян;
- мати навички користувача персонального комп'ютера, рівень яких встановлюється страховиком.

З метою забезпечення належного рівня підготовки страхових агентів з питань проведення посередницької діяльності з страхування майна громадян страховик мав би здійснювати підготовку страхових агентів шляхом проведення навчальних заходів, а страхові агенти, у свою чергу, повинні б були брати участь у навчальних заходах. Необхідністю є і здійснення перевірок у страхових агентів знань основних засад страхування та посередницької діяльності у сфері страхування майна громадян у спосіб, погоджений з Нацкомфінпослуг. Наявність обов'язку щодо навчання страхових агентів зможе суттєво вплинути на рівень їхнього професіоналізму. Необхідністю є і розроблення та затвердження порядку реєстрації страхових агентів, які мали б право здійснювати посередницьку діяльність зі страхування майна громадян. Відповідність чи невідповідність кваліфікаційним вимогам була б підставою для внесення чи невнесення страхових агентів до реєстру. Даний документ передбачав би, що реєстрація страхових агентів, які мали б право здійснювати посередницьку діяльність зі страхування майна громадян, здійснюватиметься шляхом внесення до електронної автоматизованої системи збору, накопичення та обробки даних про страхових агентів (реєстру) інформації, необхідної для реєстрації та ідентифікації страхового агента, а також відомостей щодо його діяльності у сфері страхування майна громадян. До реєстру вноситься інформація про осіб, які відповідають кваліфікаційним вимогам до страхових агентів, необхідним для здійснення посередницької діяльності з страхування майна громадян. Внесення зазначеної інформації здійснюватиметься страховиком, від імені та за дорученням якого діє такий страховий агент, через мережу Інтернет до відповідного інформаційного ресурсу. Після внесення інформації страховик зобов'язаний видати страховому агенту посвідчення. Варто відзначити, що відповідно до порядку, інформація, яка міститься в реєстрі, поділятиметься на відкриту інформацію та інформацію з обмеженим доступом.

До відкритої інформації належатимуть відомості про наявність чи відсутність у реєстрі страхового агента, який має право здійснювати посередницьку діяльність з страхування майна громадян, а також повне найменування та код за ЄДРПОУ страховика(ів), від імені та за дорученням якого (яких) такий страховий агент укладає договори. Відкрита інформація надаватиметься страховикам, органам державної влади, підприємствам, установам, організаціям, громадянам шляхом доступу через мережу Інтернет до відповідного інформаційного ресурсу. До інформації з обмеженим доступом належатимуть відомості

про страхового агента та/або працівників страхового агента, отримані страховиком при внесенні інформації до реєстру. Інформація, що міститься в реєстрі, надається користувачам безоплатно.

Щодо діяльності страхових брокерів, то хоча в Україні фізичні особи мало користуються їхніми послугами порівняно з юридичними особами, розглянемо питання підвищення професійної культури цих посередників, так як їх залучення до процесу обслуговування громадян може стати одним із напрямів активізації розвитку страхування майна фізичних осіб. Згідно з чинним законодавством, страхові брокери – це юридичні особи або громадяни, які зареєстровані як у встановленому порядку як суб'єкти підприємницької діяльності та здійснюють за винагороду посередницьку діяльність у страхування від свого імені на підставі брокерської угоди з особою, яка має потребу у страхуванні як страхувальник. Або страхові брокери – громадяни, які зареєстровані в установленому порядку як суб'єкти підприємницької діяльності, які не мають права отримувати та перераховувати страхові платежі, страхові виплати та виплати страхового відшкодування [1, с. 122–128]. Основними видами діяльності страхового брокера в Україні, згідно чинного законодавства, це консультування, експертно-інформаційні послуги; укладання та виконання (супровід) договорів страхування (перестрахування), у тому числі врегулювання збитків у частині одержання та перерахування страхових платежів, страхових виплат та страхових відшкодувань за угодою відповідно із страхувальником або перестрахувальником. Враховуючи види діяльності страхового брокера, можна виділити їх основну роль у посередництві на страховому ринку, яка складається з таких основних частин:

- головного обов'язку брокера – представляти свого клієнта;
- діяти як консультант клієнта, інформувати його щодо кількості та якості страхових послуг, що ним пропонуються;
- вести переговори від імені свого клієнта на користь свого клієнта;
- забезпечувати повний цикл – від розміщення ризиків до регулювання збитків при їх виникненні;
- розподіляти ризик та надавати гарантії щодо страхового захисту, який він повинен забезпечувати та відповідати найвищим стандартам;
- створювати стійку схему заохочування клієнтів.

У зв'язку з такою великою кількістю покладених на страхового брокера обов'язків, безумовно, він повинен володіти високими професійними навичками. Згідно чинного законодавства України, страхові брокери можуть вести свою діяльність тільки після того, як вони зареєструвались у Державному реєстрі страхових брокерів, що ведеться Нацкомфінпослуг. У більшості країн законодавство, що регулює діяльність страхових посередників, передбачає порядок їх реєстрації, вимоги до рівня професійної підготовки. Сам факт реєстрації посередника визначає наявність попереднього етапу отримання дозволу й попередню перевірку кваліфікації. Усе залежить від критеріїв, яким має відповідати страховий посередник, та від того, наскільки важко пройти реєстрацію. У цьому розумінні реєстрація, що здійснюється без висунення вимог до страхового посередника, дуже небезпечна річ, адже вона хоча й дозволяє вести статистичний облік, проте не в змозі сформулювати у клієнта почуття захищеності, тому що таке становище дає підстави вважати, чи дійсно посередник володіє кваліфікацією, якої в нього фактично

немає. Тобто проблема полягає в тому, що на сьогодні в Україні реєстрація страхових брокерів – це, по суті, формальний акт. Професійна компетентність страхових брокерів є суттєвим елементом захисту страхувальників, і тому необхідні заходи, спрямовані на отримання страховим посередником загальних, комерційних та професійних навичок і знань. Зміст кваліфікаційних вимог у різних країнах неоднаковий. Так, Міжнародне бюро страховиків та перестраховиків (об'єднання національних професійних асоціацій страхових посередників Європейського Союзу) у своїй резолюції від 7 жовтня 1992 р. пропонує встановити програму навчання з мінімальним обсягом у 300 годин за період, що становить 18 місяців, з обов'язковим складанням іспитів після курсу навчання. В Україні ж сьогодні такої нагоди не існує. Із-за низької професійної культури посередники незадовільно виконують свої обов'язки, і, відповідно, їх клієнти зазнають фінансових втрат. Для того щоб брокер мав можливість зареєструватися в Державному реєстрі, він повинен мати спеціальний сертифікат. Для отримання сертифікату потрібно скласти тест з пройденої програми.

Звертаючись до зарубіжного досвіду, то у багатьох країнах (зокрема, у всіх країнах ЄС) законодавчо закріплені вимоги до проходження страховими посередниками мінімальної необхідної спеціальної підготовки. Проте зміст цих вимог різний; наприклад, мінімальні терміни професійного навчання в різних країнах складають від двох тижнів до декількох місяців. На органи страхового нагляду (спільно з громадськими і саморегульованими організаціями страховиків і посередників) покладаються функції контролю за професійною підготовкою і підвищенням кваліфікації посередників. Затверджуються програми учбових курсів, кваліфікаційні вимоги, порядок проведення іспитів тощо. Найсуворіше контролюється професійний рівень брокерів – фізичних осіб і керівників брокерських організацій. Найменші вимоги до агентів, що працюють за сумісництвом. Крім того, іноді від проходження спеціальної підготовки можуть бути звільнені особи, що мають тривалий стаж роботи у сфері страхового посередництва [2, с. 20–23].

В Україні відсутній такий важливий елемент, як професійні вимоги до кваліфікації страхових посередників і стандарти їх навчання. В той же час фахівці відзначають, що потреби страхового ринку диктують необхідність введення таких вимог і стандартів. Це дозволило б істотно підвищити професійний рівень українських посередників і поліпшити якість обслуговування клієнтів. У міру розширення діяльності професійних страхових посередників розвиватиметься і система її регулювання. Причому цей процес може бути реалізований не тільки через органи державного страхового нагляду, але й через інститути саморегулювання (об'єднання страхових посередників).

Для оптимізації каналів продажу послуг страхування майна громадян необхідним є використання нетрадиційних каналів реалізації, тобто залучаючи непрямих посередників, таких як автосалони, банки, пошта та логістичні центри, магазини роздрібної торгівлі, Інтернет-магазини, підприємства, що працюють в області купівлі-продажу сфери нерухомості та будівництва. Проведення страхової діяльності із залученням вказаних посередників є новим для ринку страхування майна громадян, і виникає проблема відсутності необхідного рівня знань працівників. Необхідним є професійне навчання робітників,

що планується залучати до бізнес-процесів. Згідно з вимогами законодавства України, у тому числі відповідно до професійних вимог, роботодавцем розробляються та затверджуються посадові інструкції для працівників, враховуючи завдання та обов'язки, функції, права, відповідальність осіб, які обіймають зазначені посади. Тому, враховуючи відсутність посадових інструкцій для нових працівників, що мають виконувати функції страхових посередників, та ураховуючи вимоги вітчизняного законодавства, необхідністю є їх розроблення для вказаних робітників.

Якщо звернутися до зарубіжного досвіду, то в країнах Європейського Союзу, наприклад, діяльність страхових посередників є престижною і високооплачуваною. Проте і вимоги до таких учасників ринку страхування є високими. Так, Директивою 2002/92/ЄС встановлюється і регламентується принцип наявності доброї репутації у страхового посередника. З огляду на те, що посередники займають становище довіреної особи і можуть приймати на себе страхові/перестрахові платежі, вони повинні мати добру репутацію. Вони мають довести відсутність судимостей, які пов'язані з кримінальними злочинами або злочинами у сфері фінансової діяльності, крім того, страховий або перестраховий посередник, за результатами попередньої діяльності не повинен бути оголошений банкрутом. Відповідно до вимог Директиви 2002/92/ЄС, страхові і перестрахові посередники повинні мати фінансові кошти для оплати компенсацій (збитків) особам, що постраждали в результаті діяльності посередника. Директива дозволяє державам – членам ЄС вводити один або декілька способів забезпечення професійної відповідальності: наявність у посередника страхового покриття професійної відповідальності на всій території ЄС або будь-якої іншої гарантії відповідальності, що виникає в результаті помилок або упущень при проведенні професійної діяльності. А положення Директиви 2002/83/ЄС встановлюють та регламентують порядок реєстрації страхових посередників і, відповідно, вимоги щодо рівня кваліфікації [3; 4].

На сьогодні в Україні не існує норми, яка б регулювала питання обліку, реєстрації та сертифікації страхових агентів – юридичних осіб та страхових агентів – фізичних осіб, зареєстрованих як суб'єкти підприємництва, тому вважаємо за необхідне прийняти відповідний нормативний акт, який повинен чітко регламентувати зазначені положення.

Так, положення Директиви 2002/83/ЄС лише частково враховані в законодавстві України. Повністю враховані такі положення: реєстрація брокерів у компетентному органі, професійні вимоги до посередників, повноваження уповноваженого органу, санкції. Частково в законодавстві України враховані положення щодо інформації, яку страховий посередник повинен надавати клієнтам перед укладанням контракту або під час внесення змін до нього. У ст. 12 Директиви містяться деталізовані вимоги щодо розкриття інформації страховим посередником. Так, наприклад, посередник зобов'язаний до моменту укладання договору надати клієнту наступну інформацію: чи він є власником (безпосереднім чи опосередкованим) пакету акцій чи капіталу (більш ніж 10%) страховика; чи страховик є власником пакету акцій або капіталу (більш ніж 10%) посередника; чи посередник зобов'язаний здійснювати страхове посередництво лише для одного чи кількох страховиків. У законодавстві України не враховані положення стосовно страхування відповідальності страхових посередників (так як це передбачено в ЄС); способів забезпечення безпечної для споживачів діяльності посередників (у тому випадку, коли

Таблиця 1

## Рекомендації щодо переходу діяльності страхових посередників до європейських стандартів

Положення ЄС	Рекомендації щодо вдосконалення та приведення до європейських стандартів	Коментарі
Інформація, що надається страховими посередниками Положення ст. 12, 13 Директиви 2002/92/ЄС	Страховий посередник надає клієнту, згодом, наступні відомості: відомості про свою особу, а також свою адресу; реєстр, до якого його було внесено, а також способи перевірки факту його реєстрації; про будь-яку частку, пряму чи непряму, що перевищує 10% права голосів або капіталу страхової установи, якою він володіє; про будь-яку частку, пряму чи опосередковану, що перевищує 10% права голосів або капіталу страхового посередника, якою володіє певна страхова організація або материнська компанія визначеної страхової компанії. Крім того, страховий посередник зазначає клієнту відомості щодо наданого договору	Імплементация зазначеної норми дозволить забезпечити високу прозорість страхових посередницьких операцій зі страхування майна громадян; підвищить довіру як до послуг посередників, так і загалом до страхових компаній; підвищить якість надання послуг страхування майна громадян; вплине на підвищення іміджу страхових посередників.
Професійні вимоги Положення ст. 4 Директиви 2002/92/ЄС	На будь-якого страхового посередника розповсюджується дія страхування професійної цивільної відповідальності	Імплементация даної норми дозволить забезпечити професійну відповідальність страхових посередників у сфері страхування майна громадян перед третіми особами

посередники не можуть забезпечити передачу виплат клієнтами страховику або передачу виплати позовної суми страховику клієнту). Посередники повинні забезпечити перманентну наявність гарантійного фонду в розмірі 4 % від суми отриманих від клієнтів внесків (передбачено Директивою); створення позасудових органів вирішення спорів між посередниками та їх клієнтами (ст. 11 Директиви).

Закон України «Про страхування» частково відповідає вимогам Директиви 2002/92/ЄС, зокрема: положення щодо визначення поняття посередницької діяльності; положення щодо визначення двох видів страхових посередників – страхових брокерів та страхових агентів.

Положення розпорядженням Нацкомфінпослуг України від 28 травня 2008 р. №736 «Про затвердження Положення про реєстрацію страхових та перестрахових брокерів і ведення державного реєстру страхових та перестрахових брокерів» в цілому відповідає вимогам Директиви, зокрема:

– розд. 2 Положення щодо реєстрації страхових та перестрахових брокерів відповідає вимогам ст. 3 Директиви;

– розд. 3 Положення щодо кваліфікаційних вимог до страхових та перестрахових брокерів відповідає вимогам ст. 4 Директиви;

Закон України «Про фінансові послуги та державне регулювання ринків фінансових послуг» також відповідає деяким вимогам Директиви, а саме:

– ст. 28 Закону щодо визначення уповноваженого органу відповідає вимогам ст. 7 Директиви;

– ст. 41 Закону щодо визначення штрафних санкцій, які застосовуються до суб'єктів підприємницької діяльності – юридичних осіб за правопорушення, вчинені на ринках фінансових послуг, відповідає вимогам ст. 8 Директиви;

– ст. 12 Закону щодо права доступу споживача до інформації про діяльність фінансової установи відповідає вимогам ст. 12 Директиви.

Аналіз сучасного стану законодавства України дозволяє зробити висновок, що вона вже частково відповідає європейським вимогам. Проте деякі важливі моменти ще залишаються нерегульованими. Найсуттєвішою прогалиною є відсутність зобов'язань посередників перед своїми клієнтами щодо: надання відповідної інформації; грошового забезпечення власної посередницької діяльності шляхом страхування професійної відповідальності; створення позасудового органу розгляду спорів згідно з вимогами ст. 11

Директиви 2002/92ЄС. В таблиці 1 вказані рекомендації щодо імплементації норм діяльності страхових посередників у країнах Європейського Союзу, які можуть вплинути на підвищення професійної культури страхових посередників, що діють у сфері страхування майна громадян в Україні та, як наслідок, активізувати розвиток даного виду страхування.

**Висновки.** Розвиток страхування майна громадян в Україні неможливий без забезпечення підвищення професійної культури учасників страхового процесу, підвищення якості обслуговування громадян та переходу до європейських стандартів здійснення такого страхування. Ініціативами, що покликані забезпечити високий професійний рівень страхових посередників у сфері страхування майна, є встановлення вимог щодо рівня освіти, кваліфікації, досвіду, спеціалізації, які будуть достатніми для повного та якісного виконання робіт за посадою. Так, для страхових агентів, що працюють в сфері надання послуг страхування майна громадян, необхідно встановити кваліфікаційні вимоги. З метою належного рівня підготовки страхових агентів страховик мав би здійснювати проведення навчальних заходів. Необхідно і здійснення перевірок знань основних засад страхування майна громадян. Щодо діяльності брокерів, то важливим є проведення їхньої реєстрації і обов'язковою перевіркою рівня кваліфікації, щоб сам факт реєстрації не був лише формальним актом. В період глобалізації світу та інтеграції України до Європейського Союзу неможливо розвивати ринок страхування майна громадян без переходу до стандартів, які діють в європейських країнах. Важливим є врахувати європейський досвід щодо професійного рівня діяльності страхових посередників.

**БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:**

- Махортов Ю.О., Телічко Н.О. Роль страхових брокерів у розвитку страхового ринку України / Ю.О. Махортов, Н.О. Телічко // Економічний вісник Донбасу. – 2009. – № 4(18). – С. 122–129.
- Пікус Р., Терещенко О. Міжнародний досвід діяльності страхових посередників / Р. Пікус, О. Терещенко // Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. – 2009. – №№ 107–108. – С. 20–23.
- Офіційний журнал Європейських спільнот [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.znai.ru/law/eec/eec2002-92.shtml>.
- Страхово право Європейського Союзу та України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://kbs-izdat.com/strahovoe-pravo-evropejskogo-soyuza-i-ukrainy/>.



УДК 338.262

**Шпанковська Н.Г.***кандидат економічних наук,  
професор кафедри обліку і аудиту  
Національної металургійної академії України***Труш Ю.Т.***кандидат економічних наук,  
доцент кафедри обліку і аудиту  
Національної металургійної академії України*

## ОБҐРУНТУВАННЯ КРИТЕРІЇВ ОПТИМІЗАЦІЇ ТА ОБМЕЖЕНЬ ІННОВАЦІЙНО-ОРІЄНТОВАНОЇ ВИРОБНИЧОЇ ПРОГРАМИ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА

Дослідження присвячене визначенню критеріїв оптимізації та обмежень інноваційно-орієнтованої виробничої програми підприємства, яка задовольняє сучасним умовам господарювання. Обґрунтовано в якості критерія оптимальності виробничої програми підприємства у довгостроковому періоді використовувати максимізацію його вартості, а у короткостроковому – загальноприйнятний критерій – максимум прибутку. Запропоновано обмежувати виробничу програму підприємства через виробничі потужності, трудовий потенціал, обсяги викидів забруднюючих речовин, оновлення сортаменту продукції, ємність складів та розміри витрат на збереження ресурсів і готової продукції.

**Ключові слова:** інноваційний розвиток, виробничі програма, екологія, критерій оптимальності, прибуток, вартість підприємства, обмеження.

### Шпанковская Н.Г., Труш Ю.Т. ОБОСНОВАНИЕ КРИТЕРИЕВ ОПТИМИЗАЦИИ И ОГРАНИЧЕНИЙ ИННОВАЦИОННО-ОРИЕНТИРОВАННОЙ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРОГРАММЫ ПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Исследование посвящено определению критериев оптимизации и ограничений инновационно-ориентированной производственной программы предприятия, которая удовлетворяет современным условиям хозяйствования. Обосновано в качестве критерия оптимальности производственной программы предприятия в долгосрочном периоде использовать максимизацию его стоимости, а в краткосрочном – общепризнанный критерий – максимум прибыли. Предложено ограничивать производственную программу предприятия через производственные мощности, трудовой потенциал, объемы выбросов загрязняющих веществ, обновление сортамента продукции, емкость рынка и размеры расходов, на хранение ресурсов и готовой продукции.

**Ключевые слова:** инновационное развитие, производственная программа, экология, критерий оптимальности, прибыль, стоимость предприятия, ограничения.

### Shpankovs'ka N.H., Trush Y.T. GROUNDING THE CRITERIA OF OPTIMIZATION AND LIMITATIONS OF THE INNOVATIVE-ORIENTED PRODUCTION PROGRAM OF INDUSTRIAL ENTERPRISE

Research is devoted to determination of criteria of optimization and limitations of the innovative-oriented production program of enterprise. It is expedient to use maximization of costs as a criterion of optimality of the production program of enterprise in a long-term period. In a short-term period, generally accepted criterion is maximization of profits. It is suggested to limit the production program of enterprise through production capacities, labour potential, volumes of excess of contaminants, update of assortment of products, market capacity and sizes of charges, storage of resources and prepared products.

**Keywords:** innovative development, production program, ecology, optimality criterion, income, cost of enterprise, limitations.

**Постановка проблеми.** Менеджери підприємства у теперішній час, нарікаючи на нестабільність економічної ситуації та її наслідки (девальвацію національної валюти, нестабільність економічних зв'язків з партнерами на мікро- і макrorівнях, втрату важливих ринків збуту та ін.) діють за обставинами, приймаючи по ним оперативні рішення, а плани, які ними розробляються, частіше за все мають короткострокові горизонти і містять значно укрупнені й неточні за формою, змістом і оцінкою показники діяльності.

Дійсно, при плануванні досить складно відобразити різноманіття умов функціонування підприємства, визначити сучасні суспільні вимоги до нього і вплив усіх факторів на діяльність підприємства особливо в довгостроковому періоді, але урахування хоча б найважливіших з них дозволяє підготувати підприємство до використання майбутніх переваг або визначити і уникнути непередбачених збитків та втрат.

Основою майже усіх планів підприємства є його виробничі програма, оскільки вона надає необхідну інформацію: для обґрунтування ступеня використання виробничих потужностей; визначення потреб в матеріальних, паливно-енергетичних, трудових та

фінансових ресурсах, як для окремих центрів витрат (виробничих підрозділів) і відповідальності, так і для підприємства в цілому; для обґрунтування обсягів викидів забруднюючих речовин та ін.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Проведений порівняльний аналіз і узагальнення існуючих авторських підходів до розробки виробничої програми промислового підприємства дозволив визначити їхні особливості, переваги, недоліки, протиріччя та дискусійні питання.

В умовах державного централізованого управління, підприємство одержувало від органів влади завдання стосовно основних показників діяльності й способів їх досягнення. Програма усієї виробничої і соціальної діяльності викладалася у відповідних розділах перспективних планів та у поточному техпромфінплану підприємства. Головним і провідним розділом техпромфінплану підприємства був «Виробництво і реалізація продукції», в якому встановлювались номенклатура й сортамент найважливіших видів продукції і її якість в натуральному (в тому числі продукція на експорт) і грошовому вимірюванні, зростання обсягів виробництва продукції вищої категорії якості [1, с. 83]. В тих умовах господарювання, коли обсяг реалізованої продук-



ції і найважливіша номенклатура затверджувалися централізовано, ціни на ресурси і готову продукцію, середньогалузева заробітна плата, премії, надбавки, доплати та інші витрати встановлювалися і контролювалися державою, виробнича програма підприємства та його прибуток були з боку підприємства слабо регульованими.

Зміна ж умов господарювання в процесі становлення в Україні ринкових умов (роздержавлення підприємств, низький рівень або навіть відсутність держзамовлень, ринкове регулювання цін, інфляція, вільний вибір постачальників ресурсів, пошук споживачів продукції та ін.) суттєво впливає на цілі підприємства, критерії обґрунтування виробничої програми, а також на систему обмежень функціонального простору підприємства. В зв'язку з цим, а також враховуючи мінливість попиту на продукцію і наявність конкурентів, які виробляють і пропонують на ринку подібну за споживчими характеристиками продукцію, набутий в минулий період досвід планування виробничої програми підприємства може використовуватись лише як база для розробки методичного підходу до обґрунтування технічної політики і виробничої програми підприємства в ринкових умовах господарювання.

Наступний підхід до планування виробничої програми підприємства реалізується через визначення мінімально допустимого, або беззбиткового, обсягу виробництва за допомогою методу аналізу беззбитковості (CVP-аналізу). При цьому діють правила: чим більше підприємство випускає продукції, тим в більшому розмірі воно отримує прибуток; для збільшення розміру прибутку доцільно підвищувати обсяги виробництва продукції з найбільшим операційним важелем [2, с. 164; 3, с. 245]. Даний метод дозволяє визначати доцільність включення у виробничу програму певного виду продукції, але його використання на сьогоdnішньому початковому етапі розвитку інформаційно-аналітичних систем підприємства пов'язано з рядом труднощів, які виникають, частіше за все внаслідок притаманних CVP-аналізу недоліків [2, с. 162; 3, с. 190; 4, с. 23]:

- по-перше, залежність доходу (виручки) від реалізації продукції від обсягу її виробництва (який дорівнює обсягу реалізації) вважається прямолінійною, в зв'язку з чим врахування знижок на продукцію при збільшенні обсягів закупівель або встановлення різних цін на продукцію для різних покупців є проблематичним;

- по-друге, передбачається повна реалізація усієї виробленої продукції впродовж планового періоду, що є неможливим для більшості підприємств;

- по-третє, умовно-постійні витрати і питомі змінні витрати приймаються незмінними незалежно від обсягу виробництва, за виключенням нерелевантних періодів, які, до речі, розглядаються науковцями лише при довгостроковому плануванні і оптимальний обсяг виробництва встановлюється без деталізації на види продукції.

Разом з тим, на підприємствах нерідким є преміювання працівників за виробництво кожної додаткової одиниці продукції понад встановлений обсяг. В цьому випадку питомі змінні витрати для одиниць продукції, які виробляються понад встановлений обсяг, збільшуються на розмір такої премії. Крім того, орендна плата за обладнання при випуску продукції до встановленого обсягу виробництва сплачується як фіксована величина, а понад нього – розраховується на одиницю продукції, то в цьому випадку постійні витрати для обсягу виробництва понад вста-

новлену величину зменшуються на розмір фіксованої орендної плати, а питомі змінні витрати розраховуються з урахуванням тарифу орендної плати. Підвищення накладних умовно-постійних витрат для збільшення обсягів виробництва також відбувається ще й через неефективність виробництва. До того ж метод CVP-аналізу враховує тільки витрати підприємства (яке виготовляє продукцію) і його бажаний розмір прибутку, а попит на продукцію ігнорується. Наслідком цього є необґрунтоване заниження або завищення ціни на продукцію. Вказані недоліки свідчать про необхідність і доцільність комплексного підходу до вибору і використання методів обґрунтування виробничої програми підприємства.

Планування виробничої програми підприємства рядом науковців пропонується здійснювати через визначення ефективних (з точки зору витрат) видів продукції та на їх основі нарощувати обсяги виробництва, зменшуючи обсяги виробництва неефективних видів продукції. При цьому неефективними видами продукції визнаються ті, коефіцієнт еластичності витрат яких перевищує 1 [5, с. 63]. В даному підході не враховуються попит на продукцію і співвідношення доход-витрати, що робить необґрунтованим вилучення деяких видів продукції з виробничої програми або збільшення їх частки. Разом з тим, використання коефіцієнта еластичності витрат для планування (при різних структурах виробничої програми) витрат, які не нормуються, може підвищити якість розрахунків.

Планування обсягів випуску продукції і прибутку також пропонується здійснювати шляхом виявлення теоретичних залежностей окремих елементів виробничих витрат від обсягів виробництва, завдяки яким виділяється постійна частина витрат за кожним видом ресурсів і встановлюється темп зміни витрат цих ресурсів на одиницю зміни обсягів виробництва [6, с. 9]. Кореляційно-регресійний аналіз дає більш точні результати при сталому розвитку економіки і низькому рівні інфляції на ресурси і продукцію, а також коли залежність виручки від реалізації і змінних витрат є близькою до прямолінійної. В іншому випадку, що відповідає реальним умовам функціонування, аналіз можна виконувати тільки в рамках короткострокового періоду, впродовж якого проблематично сформулювати репрезентативну вибірку.

Планування виробничої програми підприємства науковцями-маркетологами пропонується здійснювати за результатами ринкових досліджень попиту на продукцію, її конкурентних переваг, з урахуванням стадії життєвого циклу продукції і перспектив розвитку виробництва вже освоєних і нових видів продукції [7, с. 12]. Маркетинговий аналіз є по відношенню до підприємства зовнішнім, оскільки він не враховує виробничий потенціал підприємства, і проводиться, як правило, для визначення стратегічних напрямків розвитку. Таким чином, оскільки методи маркетингових досліджень дозволяють виявити потрібні суспільству види, кількість і якість продукції, але не враховують виробничий потенціал підприємства, то для планування виробничої програми підприємства вони можуть надавати інформацію стосовно обмеження обсягів виробництва, а також стосовно доцільності розширення або згорання виробництва певних видів продукції (в т.ч. соціально-орієнтованих і еколого-захисних).

Ряд вчених пропонує планування виробничої програми підприємства здійснювати з використанням оптимізаційних економіко-математичних моделей [1, с. 387; 8, с. 11–12; 9, с. 130–131; 10, с. 25–26;

11, с. 66; 12, с. 50; 13, с. 14; 14, с. 145–153, 151–159], в яких за критерій оптимізації, як правило, приймається максимум прибутку, а система обмежень включає нерівності, які визначають гранично допустимі обсяги ресурсів, що використовуються при виробництві продукції. Загальним недоліком наведених в літературі оптимізаційних економіко-математичних моделей формування виробничої програми підприємства і розроблених на їх базі методик є спрощений підхід до визначення складу і розміру витрат підприємства, оскільки обмеження описані загальною, що не дає змогу чітко встановити склад доходів і витрат та механізм їх розрахунку; деякі ресурси не обмежені; не всі моделі враховують попит на продукцію, що приводить до необґрунтованого збільшення кількості залишків готової продукції на складах підприємства.

Наведені аналіз та оцінка методичних підходів, методик і моделей планування і аналізу виробничої програми підприємства показали, що вони мають ряд недоліків, тому можуть бути використані тільки як база для розробки сучасного методичного підходу до формування виробничої програми промислового підприємства.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Для планування необхідно затрачувати час персоналу високої компетентності, що вимагає відповідних витрат на оплату і організацію засобів їх колективної праці. При цьому створюється надійна команда висококваліфікованих фахівців по розробці та досягненню цілей діяльності. Уникнути складності при плануванні та урівноважити вигоди від нього з витратами на розробку планів можливо завдяки використанню ефективних інструментів планування. Як показує досвід і науковий інтерес [1, с. 387; 8, с. 11–12; 9, с. 130–131; 10, с. 25–26; 11, с. 66; 12, с. 50; 13, с. 14; 14, с. 145–153, 151–159], таким інструментом планування є оптимізаційні економіко-математичні методи і моделі.

Критерієм оптимізації більшості з розглянутих економіко-математичних моделей є максимум прибутку. Даний показник є важливим, але оцінює тільки результати поточної діяльності підприємства. Тому практики [15, с. 8] і науковці [16, с. 294; 17, с. 55] пропонують поряд з прибутком (особливо в період фінансово-економічних криз) використовувати показник вартості підприємства (enterprise value), який є «універсальним інструментом оцінки довгострокової ефективності роботи» підприємства [15, с. 8] (тут переклад наш. – *Н.Г., Ю.Т.*); «вартість підприємства стає одним з найважливіших індикаторів, який є орієнтиром для прийняття широкого кола управлінських, інвестиційних, фінансових, маркетингових та інших рішень» [17, с. 55].

В оптимізаційних ЕММ і моделях виробничої програми підприємства науковцями обґрунтовано обмежена такими ресурсами: виробничі потужності або устаткування [1, с. 387; 10, с. 25–26; 11, с. 66; 12, с. 50; 13, с. 14; 14, с. 145–153, 151–159] і робоча сила [12, с. 50; 14, с. 145, 152], оскільки саме ці ресурси дійсно обмежують діяльність підприємства в короткостроковому періоді. Деякі сучасні науковці [1, с. 387; 8, с. 11–12; 9, с. 130–131; 10, с. 25–26; 11, с. 66; 13, с. 14], зважаючи на високий рівень безробіття (за даними Державної служби статистики України, у 2014 р. він становив 8,6%) або високу ємність ринку праці, не розглядають робочу силу як обмеження при плануванні виробничої програми. З цим неможливо погодитися, оскільки робітники, які задіяні у виробництві, повинні мати певний рівень кваліфікації, навички роботи, здатність

працювати в колективі тощо, а їх чисельність є обмеженою.

Значна група науковців виробничу програму також обмежує обсягами реалізації [1, с. 387; 8, с. 11–12; 9, с. 130–131; 10, с. 25–26; 11, с. 66; 12, с. 50; 13, с. 14; 14, с. 145–153, 151–159], що максимально наближує план виробництва до плану реалізації, а також введенням інших умов планування виробничої програми: альтернативні витрати та еластичність зміни попиту на конкретний вид продукту за ціною, перемінними і постійними витратами у залежності від обсягу його реалізації [8, с. 11–12]; максимально допустимі обсяги викидів забруднюючих речовин [10, с. 26]; нормативні залишки на складі [12, с. 50]; заданий рівень прибутку [13, с. 14].

Наведені основні і додаткові обмеження є корисними для формування виробничої програми, однак їх склад та форма надання потребують обґрунтування та доповнення з огляду на соціальну та еколого-захисну цілеспрямованість економічної діяльності сучасних підприємств, трудові колективи і власники яких поряд з бажанням отримувати прибуток розуміють, що беруть на себе високу соціальну відповідальність за результати своєї праці перед партнерами (безпосередніми споживачами готової продукції, постачальниками, кредиторами, покупцями, а також перед суспільством, частиною якого є робітники підприємства та члени їх сімей, мешканці району, в якому розташоване підприємство, споживачі його реклами тощо).

**Меті статті.** Обґрунтування критеріїв оптимізації та обмежень інноваційно-орієнтованої виробничої програми промислового підприємства в короткостроковому і довгостроковому періодах. Для її досягнення необхідно виявити існуючі критерії оптимізації, оцінити можливість і умови їх заснування при розробці виробничої програми промислового підприємства, а також визначити обмеження, які виникають в ході реалізації виробничої програми.

**Виклад основного матеріалу.** Для формалізації цільової функції задачі обґрунтування виробничої програми підприємства необхідно визначити і чітко сформулювати критерій оптимальності, оскільки в іншому випадку буде неможливо його формалізація у вигляді цільової функції. При цьому критерій оптимальності необхідно виражати через конкретний показник, який має залежність певного виду від показників плану, які визначаються. В науковій літературі при оптимізації планів підприємств пропонуються такі критерії: максимум прибутку, максимум товарної продукції в вартісному вираженні, мінімум сумарних витрат, максимум обсягів продаж, максимум доданої вартості тощо.

Слід відзначити, що ряд перелічених критеріїв оптимальності є частковими по відношенню до критерію максимуму прибутку. Вони можуть використовуватись для оптимізації деяких локальних планів підприємства або враховувати необхідність досягнення підприємством встановленого розміру прибутку [18, с. 313]. Критерії оптимальності максимуму обсягів продаж або максимуму росту не завжди забезпечують підприємству отримання прибутку, тому їх можливо встановлювати тільки при розробці виробничих програм на короткостроковий термін, впродовж якого підприємство бажає освоїти додатковий сегмент ринку або збільшити свою частку на вже існуючих сегментах ринку. Критерій оптимальності максимуму доданої вартості встановлюється підприємством, коли пріоритетним є розширення його діяльності по вертикалі, оскільки

збільшення розміру доданої вартості досягається шляхом розширення кількості технологічних операцій [19, с. 57].

Задача обґрунтування виробничої програми є комплексною, оскільки охоплює не тільки виробничий процес, а і збут готової продукції. При рішенні даної задачі узгоджуються емерджентні та іманентні інтереси майже усіх елементів системи, якою є підприємство, тому і критерій оптимізації необхідно обирати глобальний [20, с. 102]. Таким критерієм може бути максимум прибутку, оскільки прибуток поряд із вартістю підприємства є сучасним критерієм оцінки ефективності його діяльності в ринкових умовах. Разом з тим, максимізацію прибутку доцільно використовувати як критерій короткострокової оптимальності виробничої програми, а вартість підприємства – як довгострокової. Превалювання вартості капіталу (EV) над прибутком (Pr) в довгостроковому плануванні забезпечує не тільки отримання прибутку, а і розвиток підприємства. Роль цих критеріїв особливо підсилюється в умовах глобалізації економіки та зростання конкуренції.

Досягнення цільовою функцією оптимального значення (в довгостроковому періоді – максимум вартості підприємства, а короткостроковому – максимум прибутку) відбувається в умовах обмеженої ресурсів, потрібних для реалізації виробничої програми та попиту на продукцію. Причому рівень обмеженості у різних ресурсів є неоднаковим. Так, з точки зору рівня обмеженості ресурси поділяють на групи [21, с. 178]:

- дефіцитні ресурси – їх кількість є недостатньою, і тому виникає потреба в їх обмеженні;

- недефіцитні ресурси – їх кількість є достатньою, і є можливість спрощення ЕММ.

Класифікацію ресурсів за обмеженістю можливо доповнити такими групами:

- гранично-дефіцитні ресурси, до яких пропонується відносити ті недефіцитні ресурси, кількість яких може виявитися недостатньою через невірно прийняті управлінські рішення, наприклад, невірно складений план відпусток може утворити дефіцит робочої сили, хоча, виходячи з норми обслуговування виробничого обладнання, наявна кількість даного ресурсу була достатньою;

- гранично-недефіцитні ресурси – це ті дефіцитні ресурси, кількість яких може бути змінена в результаті капітальних інвестицій або укладання додаткових угод, такі ресурси в довгостроковому плануванні можуть бути вилучені із системи обмежень.

До системи обмеження виробничої програми на підставі систематизації та узагальнення поглядів з урахуванням пропозицій науковців внесені наступні обмеження цільової функції.

1. Виробничі потужності підприємства, які стримують зростання обсягів виробництва окремих видів продукції. Зрозуміло, що виробнича програма не може перевищувати обсяг виробництва продукції при повному завантаженні виробничих потужностей підприємства. Визначення виробничих потужностей підприємства доцільно здійснювати за потенціалом «вузького місця», або так названої в джерелі [6, с. 10] «самої слабкої ланки», якщо в періоді планування його пропускну здатність неможливо збільшити. Повне завантаження виробничих потужностей підприємства визначається з урахуванням: продуктивності «вузького місця»; часу, що витрачається на проведення планових технічних оглядів і ремонтів; кількості змін; тривалості переналадження обладнання та ін.

2. Трудовий потенціал виробничого персоналу визначається на підставі галузевої норми обслуговування виробничого обладнання. При встановленні обмеження слід враховувати якість управлінських рішень, що приймаються, оскільки даний ресурс є гранично-дефіцитним за кількістю.

3. Обсяг реалізації продукції, який відповідає уже укладеним угодам і зменшений на залишки готової продукції на складі підприємства на початок періоду планування і збільшений на залишки готової продукції на складі підприємства на кінець планового періоду, встановлюють рівень мінімально допустимого обсягу виробництва. При цьому доречно здійснювати перевірку виконання укладених угод шляхом порівняння обсягів виробництва і залишків продукції на складі підприємства з обсягом продукції згідно з укладеними угодами. Таку перевірку слід здійснювати по кожному виду продукції виробничої програми. При визначенні обсягів реалізації за окремими видами продукції необхідно врахувати соціально-орієнтовані позиції, виготовлення яких є потрібним суспільству, навіть якщо їх рентабельність є невисокою.

Обсяг реалізації продукції, визначений за видами продукції, є саме тією невідомою, для виявлення якої утворена ЕММ. Він знаходиться у прямій залежності з доходами від реалізації продукції і позитивно впливає на прибуток підприємства. При нарощенні обсягів виробництва імовірність реалізації продукції тяжить від 0 до 1, і для обсягу готової продукції, що відповідає вимогам укладених угод ( $Q_u$ ), виконання яких припадає на плановий період, імовірність реалізації продукції дорівнює 1, а для обсягу продукції понад  $Q_u$  – менше 1 і прагне до 0. При цьому імовірність реалізації кожної наступної виготовленої одиниці продукції чи партії понад  $Q_u$  є меншою за попередню, оскільки відбувається насичення ринку і пошук покупця стає складнішим. До того ж для спонукання попиту на продукцію в збільшених обсягах підприємства, як правило, надають знижки. В зв'язку зі зменшенням імовірності реалізації кожної наступної одиниці продукції чи партії продукції, а також з наданням знижок доход від реалізації наступної одиниці продукції чи партії продукції понад  $Q_u$  буде постійно знижуватись. Доход від реалізації продукції в обсягах більших за  $Q_u$  доцільно розглядати з використанням кривих попиту, оскільки пропозиція однієї і тієї ж продукції за різними цінами може викликати різний за обсягами попит на неї. Не виключено те, що реалізація продукції за найменшою ціною, але в більших обсягах дозволить отримати, з одного боку, повне завантаження виробничих потужностей підприємства, а з другого – максимальний за розміром прибуток. Доходи підприємства від реалізації продукції слід визначати за видами продукції і споживачами, а також з урахуванням знижок, які надаються підприємством для стимулювання збуту. Якщо по конкретній угоді продукція одного виду реалізується за різними цінами або з наданням знижки через збільшення обсягу закупівель, то кожен різновид умов реалізації необхідно розглядати як окрему угоду.

4. Обсяги наявних в розпорядженні підприємства ресурсів, витрачання яких на виробництво нормуються підприємством, обмежують збільшення обсягу виробництва і контролюються за кожним видом ресурсу. Суму витрат на нормовані ресурси слід визначати множенням норми їх витрачання на фактичну собівартість заготовлення.



5. Обсяги наявних в розпорядженні підприємства ресурсів, витрачання яких на виробництво не нормуються підприємством, слід обмежувати у вартісному вимірюванні в складі непрямих або накладних витрат. Ці витрати контролюються по всій продукції в цілому, а визначаються по кожному її виду окремо. Розрахунок планового розміру накладних витрат за сортаментом продукції і за їх видами можливо здійснювати з використанням коефіцієнту еластичності, який враховує поведінку витрат при зміні обсягів виробництва, як це пропонується в [5, с. 60].

В зв'язку з тим, що змінення структури і обсягів виробничої програми впливає на перерозподіл постійних накладних витрат і відповідно змінює коефіцієнти еластичності витрат, то вважаємо за доцільне доповнити апарат планування витрат, запропонований в [5, с. 62–63], інформаційною базою коефіцієнтів еластичності, яку для підвищення точності розрахунків потрібно постійно поповнювати. Базовий період для визначення витрат виробничої програми планового періоду доцільно обирати за мінімальним відхиленням обсягів виробництва продукції кожного виду (за планом і можливою базою). Оскільки витрати підприємства знаходяться в постійній динаміці, то при формуванні бази коефіцієнтів еластичності слід також накопичувати дані про витрати, за якими вони розраховані, а перед обґрунтуванням виробничої програми постійно здійснювати їх коригування:

– за однорідними статтями витрат слід проводити коригування шляхом перерахунку з урахуванням змін, що відбулися (наприклад, за статтею «енергетичні витрати» розмір спожитої електроенергії слід оцінювати за новими тарифами, за статтею «заробітна плата» – здійснити її розрахунок з урахуванням вимог нового колективного договору і штатного розкладу, за статтею «соціальне страхування» – здійснити розрахунки за новими ставками відрахувань);

– за змішаними або комплексними статтями, такими як витрати на підготовку й освоєння виробництва, витрати на утримання і експлуатацію устаткування, корегування доцільно проводити з використанням індексу інфляції.

6. Ємність складів, які використовуються для збереження сировини і матеріалів та готової продукції, обмежують обсяги постачань і виробництва продукції у безперервних і напівбезперервних процесах. Оскільки в межах даної економічної задачі обсяги постачань є нерегульованими, то можлива ситуація, коли плановий обсяг виробництва буде збільшений через меншу ускладненість збереження готової продукції у порівнянні з усередненнями сировини та збереженням сировини і матеріалів, які, як правило, займають більшу площу.

Витрати на збереження ресурсів до моменту їх надходження у виробництво і готової продукції до моменту її реалізації пропонується включати до виробничих витрат. Це обґрунтовано принципом госпрозрахунку, який теперішній час зводиться до ауторсінгу. Згідно з ним зберігання сировини і матеріалів, а також готової продукції утворюють витрати, на які слід зменшувати прибутки від реалізації продукції. До того ж сировина і матеріали, придбані в обсягах, більших за необхідні для виконання виробничої програми, також потребують збереження, тому їх теж необхідно враховувати при розробці виробничої програми. Додатково до вказаних витрат у витрати на виконання виробничої програми пропонується включати витрати на збереження готової продукції, яка надходить на склади через неможливість її відвантаження.

Доцільність врахування даних витрат обґрунтована наступним: з одного боку, виготовлення додаткової одиниці або партії продукції зменшує витрати на збереження сировини і матеріалів, а з іншого – навпаки, збільшує витрати, пов'язані зі збереженням готової продукції. При цьому вивільнення складу запасів можливе за наявності вільного місця на складі готової продукції.

7. Максимально допустимі обсяги викидів забруднюючих речовин згідно дозволам, виданим підприємству. Їх розмір, з одного боку, обмежує обсяги виробництва, а з іншого – стимулює підприємство проводити організаційно-господарські, технічні та інші заходи щодо зменшення обсягів викидів забруднюючих речовин і зменшення впливу фізичних факторів на навколишнє середовище.

8. Коефіцієнт оновлення асортименту продукції встановлюється для забезпечення планомірного оновлення основної частки продукції, що є обов'язковою умовою утримання конкурентоспроможності підприємства в ринкових умовах господарювання в довгостроковому періоді.

**Висновки.** Обґрунтовані критерії оптимізації та обмеження, необхідні для побудови оптимізаційної економіко-математичної моделі, яка буде враховувати ряд важливих виробничих, ринкових та еколого-захисних факторів інноваційно-орієнтованої виробничої програми промислового підприємства. Обґрунтована доцільність застосування двох критеріїв оптимальності: максимум прибутку для побудови виробничої програми на короткостроковий період і максимум вартості підприємства – на довгостроковий. В якості обмежень значень цільової функції запропоновано використовувати виробничі потужності і трудовий потенціал підприємства, обсяги викидів забруднюючих речовин та оновлення сортаменту продукції, ємність складів та розміри витрат на збереження ресурсів і готової продукції.

У подальших дослідженнях необхідно поглибити деталізацію показників системи обмежень і орієнтувати систему обліку підприємства на збір даних, необхідних для моделювання їх значень.

#### БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Медведев И.А. Организация, планирование и управление производством на металлургических предприятиях / И.А. Медведев, Б.П. Бельгольский, Е.П. Зайцев. – 2-е изд., перераб. и доп. – К.; Донецк: Вища шк. Головное изд-во, 1984. – 400 с.
2. Гордієнко М.І. СVP-аналіз в аграрному виробництві: проблеми впровадження та переваги застосування / М.І. Гордієнко, А.В. Дегтяренко // Наукові праці Кіровоградського національного технічного університету. Економічні науки. – 2009. – № 16(1). – С. 161–165.
3. Бланк И.А. Управление прибылью / И.А. Бланк. – 3-е изд., перераб. и доп. 2007. – 768 с.
4. Зелікман В.Д. Оптимізаційна модель планування обсягів виробництва продукції на підставі СVP-аналізу в нерелевантних діапазонах обсягів виробництва / В.Д. Зелікман // Економіка: проблеми теорії та практики : збірник наукових праць. Випуск 202 : у 4 т. Том 1. – Дніпропетровськ: ДНУ, 2005. – С. 22–28.
5. Ковальчук К.Ф. Модель аналізу еластичності затрат на промисловому підприємстві / К.Ф. Ковальчук, О.А. Яковенко // Моделювання та інформаційні системи в економіці : міжвід. наук. збірник ; відп. ред. М.Г. Твердохліб. – К. : КНЕУ, 2002. – С. 58–64.
6. Геналюк В.І. Економічний механізм визначення та прогнозування витрат підприємств гірничорудної промисловості : автореф. дис. ... канд. екон. наук : 08.06.01 / В.І. Геналюк; Криворізь. техн. ун-т. – Кривий Ріг, 2006. – 20 с.
7. Полічник-Ярова Т.В. Управління товарним портфелем підприємства



- емств хлібопекарної промисловості: автореф. дис. ... канд. екон. наук : 08.00.04 / Т.В. Полінчик-Ярова; Нац. ун-т харч. технологій. – К., 2010. – 20 с.
8. Дроб О.М. Формування раціональної товарної стратегії промислового підприємства : автореф. дис. ... канд. екон. наук : 08.06.02 / О.М. Дроб; Нац. металург. акад. України. – Дніпропетровськ, 2001. – 16 с.
  9. Жак С.В. Математические модели менеджмента и маркетинга / С.В. Жак. – Ростов-на-Дону: ЛаПО, 1997. – 320 с.
  10. Череп А.В. Управління витратами підприємств харчової промисловості в ринкових умовах господарювання: автореф. дис. ... д-ра екон. наук: 08.00.04 / А.В. Череп; Нац. ун-т харч. технологій. – К., 2008. – 38 с.
  11. Спасов А.А. Математические модели текущего и стратегического планирования в промышленных структурах типа концерн / А.А. Спасов, С.В. Ковалева // Сборник материалов научной методической конференции «Экономика, управление, информатика», посвященная 60-летию инженерно-экономического факультета. – Днепропетровск: ГМетАУ, 1995. – С.66–67.
  12. Завгородняя Е.А. Повышение эффективности краткосрочного внутризаводского планирования в новых условиях хозяйствования / Е.А. Завгородняя // Сборник материалов научной методической конференции «Экономика, управление, информатика», посвященная 60-летию инженерно-экономического факультета. – Днепропетровск: ГМетАУ, 1995. – С.50–52.
  13. Лотиш О.Я. Формування витрат на виробництво продукції молокопереробних підприємств: автореф. дис. ... канд. екон. наук: 08.06.01 / О.Я. Лотиш; Терноп. акад. нар. госп-ва. – Тернопіль, 2004. – 20 с.
  14. Марюта А.Н., Ковальчук К.Ф. Экономический и управленческий анализ (контроллинг) / А.Н. Марюта, К.Ф. Ковальчук : монография. // Днепропетровск: Системные технологи, 2005. – 342 с.
  15. Семенов Д. Стоимость: игра на повышение / Д. Семенов // Трубная вертикаль. Корпоративный журнал компании «ИНТЕРПАЙП». – 2007. – № 2(18). – С. 8–12.
  16. Шпанковська Н.Г. Управління соціально спрямованістю діяльності комерційних банків / Н.Г. Шпанковська, Ю.Т. Труш, А.В. Труш // Вісник Дніпропетровського національного університету залізничного транспорту ім. акад. В. Лазаряна, 2010. – С. 293–299.
  17. Стрельцов О.С. Вартість підприємства: сутність та концепція управління / О.С. Стрельцов, В.А. Черкасов // Часопис економічних реформ. – 2014. – № 1. – С. 55–60. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/j-pdf/Cher\\_2014\\_1\\_12.pdf](http://nbuv.gov.ua/j-pdf/Cher_2014_1_12.pdf).
  18. Економіка підприємства : підручник / за заг. ред. д. ек. н., проф. Л.Г. Мельника. – Суми: Університетська книга, 2012. – 864 с.
  19. Белоцерковец В.В. Налог на добавленную стоимость: фактор монополизации по вертикали / В.В. Белоцерковец // Сборник материалов научной методической конференции «Экономика, управление, информатика», посвященная 60-летию инженерно-экономического факультета. – Днепропетровск: ГМетАУ, 1995. – С.56–57.
  20. Сідун В.А. Критерії оптимізації управлінських рішень в процесі управління соціально-економічним розвитком підприємства / В.А. Сідун // Вісник Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут». Збірник наукових праць. Тематичний випуск: розвиток обліку та аудиту як основи інформаційно-аналітичної системи підприємства. – Харків: НТУ«ХПІ», 2005. – С. 100–103.
  21. Наконечний С.І. Математичне програмування / С.І. Наконечний, С.С. Савіна : навч. посібник. – К.: КНЕУ, 2003. – 452 с.

## СЕКЦІЯ 4

# РОЗВИТОК ПРОДУКТИВНИХ СИЛ І РЕГІОНАЛЬНА ЕКОНОМІКА

УДК 336.763.34:332.834.1

**Соколовський Є.А.**  
здобувач кафедри банківської справи  
Одеського національного економічного університету

### ФОРМУВАННЯ ІПОТЕЧНОГО ЖИТЛОВОГО КРЕДИТУВАННЯ І ЙОГО ВПЛИВ НА РЕФОРМУВАННЯ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОЇ СИСТЕМИ

Стаття присвячена дослідженню сутності іпотечного житлового кредитування в умовах запровадження системних економічних реформ. Окреслено пріоритети організаційно-інституціонального механізму реалізації житлової політики, визначено фінансово-кредитні ресурси для фінансування програм і проектів будівництва житла, зокрема, застосування публічно-приватного партнерства в системі іпотечного житлового кредитування. Розглянуто ризики житлової іпотеки та уточнена їхня класифікація з урахуванням особливостей розвитку ринку житлової нерухомості, фінансового ринку, страхового ринку.

**Ключові слова:** житлова політика, ринок нерухомості, іпотечне житлове кредитування, фінансово-кредитні ресурси, ризик, житлова програма, житловий проект.

#### Соколовский Е.А. ФОРМИРОВАНИЕ ИПОТЕЧНОГО ЖИЛИЩНОГО КРЕДИТОВАНИЯ И ЕГО ВЛИЯНИЕ НА РЕФОРМИРОВАНИЕ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОЙ СИСТЕМЫ

Статья посвящена исследованию сущности ипотечного жилищного кредитования в условиях внедрения системных экономических реформ. Определены приоритеты организационно-институционального механизма реализации жилищной политики, рассмотрены финансово-кредитные ресурсы для финансирования программ и проектов строительства жилья, в частности, применение публично-частного партнерства в системе ипотечного жилого кредитования. Рассмотрены риски жилищной ипотеки и их классификация с учетом особенностей развития рынка жилищной недвижимости, финансового рынка, страхового рынка.

**Ключевые слова:** жилищная политика, рынок недвижимости, ипотечное жилищное кредитование, финансово-кредитные ресурсы, риск, жилищная программа, жилищный проект.

#### Sokolovskyi Ye.A. FORMATION OF MORTGAGE CREDITING AND ITS INFLUENCE ON REFORMATION OF SOCIO-ECONOMIC SYSTEM

The article is devoted to research of essence of the mortgage crediting in the conditions of introduction of system economic reforms. Priorities of organizational and institutional mechanism of realization of housing policy are determined. Finance and credit resources are considered to serve for financing the programs and projects of accommodation construction, in particular application of in public-private partnership in the system of the mortgage crediting. Risks of mortgage and their classification is considered taking into account the features of the real estate market, financial market, insurance market development.

**Keywords:** housing policy, property market, mortgage crediting, financial and credit resources, risk, housing program, housing project.

**Постановка проблеми.** Соціально-економічні процеси прискорюють розвиток взаємозалежностей у світовій економіці. Глобальна економіка формує системні орієнтири розвитку суспільства, які супроводжується інституціонально підготовленим усучільненням виробництва та інтернаціоналізацією капіталів на якісно новій платформі. В Україні у нових умовах макроекономічної нестабільності кризовий стан відтворювальної системи потребує якісного відновлення існуючих форм організації виробництва і продуктивних сил. Сучасні реформи соціально-економічного розвитку базуються на принципах забезпечення національних інтересів на довготермінову перспективу та розробки нових підходів і методів фінансування житлового будівництва.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Теоретичне обґрунтування сутності і особливостей іпотечного житлового кредитування ґрунтовно розглянуто в працях учених у галузі банківської справи. Серед українських економістів вагомий внесок у розробку цієї тематики зробили О. Другов (формування довіри населення до банків) [1, с. 33–35]; Р. Набок (управління ризиками у банках) [11, с. 63–65]; О. Василенко, В. Ляшенко, В. Подчесова (ефективність кредитування фізичних та юридичних осіб) [3, с. 8–10]; С. Циганов, К. Олексенко (теоретико-методологічна

концептуалізація державної підтримки банківських систем під час фінансової кризи) [4, с. 13–17]; А. Гриценко (вплив системної кризи на базову деструкцію економіки) [5, с. 9–11].

Сучасні підходи та проблемні аспекти оцінки іпотечного житлового кредитування здійснили такі відомі зарубіжні вчені-економісти, як А.Н. Савруков (концептуальні засади формування й реалізації державно-приватного партнерства в системі іпотечного житлового кредитування) [6, с. 41–44]; А.Г. Куликов (іпотека й житлові перспективи) [7, с. 5–12]; Н.Б. Косарева (пріоритети іпотечного кредитування) [8, с. 38–40].

**Мета статті.** Наукове обґрунтування пріоритетів удосконалення організаційно-інституціональних механізмів, які доцільно використовувати для розвитку іпотечного житлового кредитування щодо вироблення єдиних концептуальних підходів до формування й реалізації житлової політики в умовах запровадження системних економічних реформ.

**Виклад основного матеріалу.** Глобалізація – це загальне усучільнення відтворювальних процесів, зумовлених розвитком економічних систем. Виклики глобалізації зумовлюють потребу в розробці методів і способів їхнього подолання, по-перше, реалізації координаційного механізму визначення пріоритетів

національної економічної політики щодо світової економіки.

По-друге, формування інститутів розвитку для реалізації стратегічних соціально-економічних процесів, зокрема, розвитку ринку житлової нерухомості для підвищення доступності житла та зниження соціальної напруженості. А. Гриценко пропонує створювати державно-публічні безприбуткові інститути розвитку, які могли б, використовуючи бюджетні кошти і рефінансування центрального банку, забезпечувати скоординоване фінансування мобілізації матеріальних ресурсів та монетизації базових потреб [5, с. 12]. Надання державно-публічними безприбутковими інститутами розвитку кредитів громадянам, котрі потребують поліпшення житлових умов, має бути прив'язане до будівельних організацій і забезпечувати відкритість процедур та публічний контроль над усім процесом.

Логічна структура реформування соціально-економічної системи складається із взаємозалежних і взаємопов'язаних елементів, зумовлених різними рівнями суспільного відтворення та принципами їхнього організаційно-функціонального призначення. Поділяємо точку зору, що базова структурна деформація є наслідком дії ринкових законів, які раціоналізують структуру в глобальному вимірі [5, с. 11]. На практиці у цій раціоналізації не знаходиться місця певним структурам соціально-економічного простору, які сформувались на іншій структурній основі і не можуть просто миттєво зникнути.

Нова макроекономічна нестабільність внесла значні зміни в розвиток національної економіки. Зміни, пов'язані з анексією територій і військовим протистоянням, на нашу думку, починають формувати нову траєкторію соціально-економічного розвитку. Відповідно, нова макроекономічна нестабільність визначає інші способи устрою економічного порядку.

По-перше, перехід від закритого типу економічної системи до відкритого сприяє розвитку бізнес-систем, партнерських відносин між суб'єктами господарювання. Зауважимо, що в Україні ринкова економіка має специфічний соціально-економічний характер, який супроводжується опортуністичною поведінкою та ігноруванням національних інтересів, яка перешкоджає структурним трансформаціям економіки.

По-друге, головною особливістю сучасних процесів економічної інтеграції є монополізація ринків, що перешкоджає модернізації й технологічному відновленню економіки, створює загрозу втрати економічної безпеки країни. Монополізація ринків, зокрема ринку нерухомості, викликає розбалансування конкурентних механізмів економічної системи, деформує систему економічних відносин підприємницького середовища.

Методи, форми й інструменти житлової політики є найбільш спірними та обговорюваними в економічній літературі з точки зору принципів соціальної справедливості і відповідальності держави [4, с. 13–18; 9, с. 83–98]. Житлова політика в радянський період визначала пріоритети поліпшення житлових умов громадянами і систему житлового фінансування, яка полягала в централізованому перерозподілі бюджетних ресурсів для будівництва державного житла і розподілі між громадянам на безоплатній основі. В 1987 році частка державних капітальних вкладень у житлове будівництво перевищувала 80%, а кошти населення становили 14,6%. Кошти населення включали кошти індивідуальних забудовників і членів житлово-будівельних кооперативів [7, с. 3].

По-третє, соціалізація суспільства пов'язана з взаємопроникненням політичних, економічних і соціальних процесів різних країн і народів, формуванням єдиного простору. Національні інтереси переплітаються та визначають якісні зміни в соціалізації суспільства і зростанні житлової забезпеченості громадян. Розвиток ринку житлової нерухомості потребує нових мотивів та стимулів діяльності його учасників, що сприятиме координації взаємодії. Основними гравцями на ринку є економічні суб'єкти, які об'єднуються для досягнення індивідуальних і колективних цілей.

Фінансове забезпечення житлового будівництва на мікроекономічному рівні потребує активізації господарської діяльності будівельних організацій і їхньої сприйнятливості до ефективного залучення фінансово-кредитних, матеріальних і трудових ресурсів, а також застосування інноваційних ресурсозаощадливих технологій. Підвищення доступності житла і оцінка ефективності іпотечного житлового кредитування має враховувати такі підходи: бюджетний – при реалізації іпотечних житлових програм за рахунок бюджетних ресурсів (повністю або частково); комерційний – при реалізації іпотечних житлових програм за рахунок іпотечних кредитів; соціальний – при реалізації іпотечних житлових програм за рахунок бюджетних ресурсів та іпотечних кредитів відбувається збільшення житлової забезпеченості і, відповідно, зниження соціальної напруженості.

При дослідженні іпотечного житлового кредитування варто керуватися математичною моделлю динаміки активів банківської системи України, побудованої з використанням мінімальної кількості як макроекономічних показників, так і показників банківської системи [10, с. 56]. Застосування такої моделі має забезпечити достатньо чутливе реагування на періодичні зміни значень досліджуваної змінної (активи) та прогнозування різних варіантів розвитку подій.

Варто акцентувати увагу на дослідженні тенденцій і осмисленні організаційно-інституціональних механізмів, які доцільно використовувати для вироблення єдиних концептуальних підходів до формування й реалізації житлової політики в умовах запровадження економічних реформ.

По-перше, економічна політика щодо житлового будівництва має полягати в скороченні державного втручання. Житлова політика потребує досягнення технологічної збалансованості на макроекономічному рівні і розвитку міжгалузевого ринку будівельно-інвестиційних технологій. Доступність житла – це можливість придбавати громадянами житло відповідно зі своїми потребами та доходами, що характеризує рівень розвитку суспільства [8, с. 38].

Парадигма розвитку житлової сфери визначається нерозвиненістю інституту власності, неефективною технологічною багатокладністю, недостатньою активністю суб'єктів господарювання.

По-друге, при дослідженні ринку нерухомості останнім часом відбулося певне зрушення від ортодоксального неокласичного напрямку до неінституціонального підходу, що визнає вплив соціальних інститутів на ринок нерухомості і відповідну поведінку приватних власників. Економічний потенціал житлової сфери та її стан характеризується перебуванням в системно-відтворювальній кризі в конкретних історичних умовах.

По-третє, варто акцентувати увагу на необхідності визнання соціально-економічного характеру ринку та доцільності адекватного відношення до практич-

них дій суспільства у розробці нових підходів щодо реалізації житлової політики:

- розвиток іпотечного житлового кредитування передбачає придбання житла на ринкових принципах за рахунок власних коштів громадян і довгострокових іпотечних кредитів;

- системна реалізація стратегії розвитку іпотечного житлового кредитування спрямована на реалізацію житлової політики, заснованої на консолідації економічного потенціалу будівельної індустрії, широкомасштабній модернізації житлово-комунального господарства і відновлення основних фондів підприємств суміжних галузей. Отже, житлове будівництво є сектором, який сприяє розвитку інших секторів економіки.

По-четверте, на ринку житлової іпотеки відбуваються складні фінансово-економічні процеси, пов'язані з придбанням житлової нерухомості у власність. Іпотечне кредитування під заставу житлової нерухомості потребує укладання договорів між кредитором та позичальниками (заставниками). Ціль кредитора полягає в одержанні за певний період сумарного доходу на рівні, не нижчому заданому, а в довготерміновій перспективі – постійний відносний приріст доходів.

По-п'яте, дослідження існуючих методик оцінки рівня розвитку іпотечного житлового кредитування виявило відсутність єдиного й універсального алгоритму її побудови. Для оцінки співвідношення доходів населення й цін на ринку житла використовують коефіцієнт доступності житла – середня ціна стандартної одиниці ділиться на середньорічний сімейний дохід. Цей коефіцієнт дозволяє визначити, скільки років потрібно громадянину для придбання стандартної квартири за отриманим ним доходом.

Відповідно до особливостей і специфіки ринку іпотечного житлового кредитування доцільно здійснювати планування й реалізацію даного виду кредитування на принципово новій методичній основі, що містить математичну багатовимірну поліноміальну модель ціноутворення на житлову нерухомість. Також варто визначити й обґрунтувати вибір критеріїв оцінки процесів ціноутворення на ринку житла України.

По-шосте, іпотечне житлове кредитування є видом кредитування, тому для нього характерні всі види ризиків, які властиві кредитуванню [11, р. 66]. Цей вид кредитування тісно пов'язаний з функціонуванням і розвитком ринку житлової нерухомості, фінансового ринку, страхового ринку. Класифікація ризиків житлової іпотеки: за критерієм приналежності суб'єктові (кредитор, позичальник, інвестор); виходячи з параметрів, зумовлених особливостями ціноутворення на ринку житлової нерухомості та фінансовому ринку; за ступенем впливу наслідків прояву ризиків на суб'єкт господарської діяльності; за джерелами виникнення майнових ризиків; з урахуванням зміни умов зовнішнього і внутрішнього середовища; за критеріями, характерними для ринків (ринку нерухомості, фінансового ринку, ринку страхування).

При управлінні ризиками житлової іпотеки банку особливу увагу слід приділяти таким питанням: взаємозв'язку фінансово-економічної, іпотечної кризи та ризиків; визначенню принципів і процедури управління ризиками; оцінці впливу ризиків на капітал банку; доцільності використання аутсорсингу для управління ризиками; розробці підходів до побудови дієвої системи ризик-менеджменту.

Процес ризик-менеджменту [2, с. 63–65] потребує

відповідного узгодження щодо: ідентифікації ризику комплексно за всіма видами діяльності банку; контролю за менеджментом; ефективності управління ресурсами та ліквідністю; послідовності практик оцінок; надійності процедур оцінки та звітності щодо ризиків; дієвості політики, процедур і лімітів; послідовності ідентифікації, оцінки, моніторингу ризиків та звітності за ними; задіяння внутрішнього контролю.

У сучасній економіці довіра до банків допомагає підтримувати фінансову стабільність [1, с. 33]. В умовах макроекономічної нестабільності особливої уваги заслуговує довіра позичальників до банків і центрального банку, що відповідає за реалізацію монетарної політики, управління інфляційними очікуваннями економічних агентів. На практиці, якщо інфляційні очікування високі, то антиінфляційна політика центрального банку є менш ефективною.

В умовах поглиблення ринкових відносин варто акцентувати увагу на розвитку публічно-приватного партнерства у вирішенні соціальних проблем. А.Н. Савруков акцентує увагу на концептуальних засадах формування та реалізації державно-приватного партнерства в системі іпотечного житлового кредитування [6, с. 41–43]. У даному контексті доцільно визначити науково-методичні засади формування інституціональних основ державно-приватного партнерства; обґрунтування форм, методів і інструментів реалізації державно-приватного партнерства; визначення функцій суб'єктів партнерства; встановлення процедур відбору і моніторингу за реалізацією іпотечних житлових програм; розробки алгоритму взаємодії учасників державно-приватного партнерства в системі іпотечного житлового кредитування; обґрунтування критеріїв і методології оцінки ефективності житлових проектів; розробки моделі вибору варіантів державної підтримки житлових проектів; формування методичного підходу оцінки рівня розвитку іпотечних житлових програм у регіональному аспекті.

**Висновки.** З наведеного вище можна зробити наступні висновки щодо розробки концептуальних засад формування й реалізації житлової політики в національній економіці.

Система іпотечного житлового кредитування виконує не тільки економічні, а й соціальні функції. Соціальне незадоволення громадян неякісними житловими умовами відноситься до комплексу проблем, які становлять загрозу національній безпеці країни і вимагають вживання державою негайних попереджувальних заходів. Формування та функціонування механізму залучення та використання фінансово-кредитних ресурсів для фінансування програм і проектів будівництва житла потребує нормативно-правового регулювання з урахуванням постулатів, що іпотечне житлове кредитування розвивається стабільно тільки при активній підтримці та участі держави. Використання інструментів державної фінансової підтримки іпотечних житлових проектів має сприяти упорядкуванню гарантій кредиторам, інвесторам і будівельним компаніям.

Концепція формування фінансово-кредитного інструментарію забезпечення іпотечного житлового кредитування базується на реалізації житлової політики, яку варто розробляти з урахуванням особливостей прямих і зворотних зв'язків між учасниками процесів іпотечного житлового кредитування. На основі діагностики і виявлення чинників, що стримують розвиток іпотечного житлового кредитування,



обґрунтовано комплекс практичних рекомендацій, спрямованих на формування інституціональних основ фінансово-кредитного забезпечення реалізації житлових програм і проектів в умовах реформування економічної системи України.

Науково-методичні підходи до розробки адекватних методів та форм взаємодії учасників житлових програм і проектів дозволяють ефективно залучати та використовувати державні, колективні і приватні інвестиції.

#### БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Другов О. Сучасні аспекти формування довіри населення до Національного банку України / О. Другов // Вісник Національного банку України. – 2013. – №1. – С. 32–35.
2. Набок Р. Окремі питання управління операційним ризиком у банках / Р. Набок // Вісник Національного банку України. – 2013. – №1. – С. 61–65.
3. Васюренко О. Ефективність кредитування фізичних та юридичних осіб банками України: методологія аналізу стохастичних границь / О. Васюренко, В. Ляшенко, В. Подчесова // Вісник Національного банку України. – 2014. – № 1. – С. 5–11.
4. Циганов С. Заходи державної підтримки банківських систем в економічно розвинутих країнах під час фінансової кризи / С. Циганов, К. Олексенко // Вісник Національного банку України. – 2014. – № 1. – С. 12–19.
5. Гриценко А. Системна криза як наслідок базової деструкції економіки України і шляхи її подолання / А. Гриценко // Вісник Національного банку України. – 2014. – № 5. – С. 8–12.
6. Савруков А.Н. Концептуальные основы формирования и реализации государственно-частного партнерства в системе ипотечного жилищного кредитования / А.Н. Савруков // Финансы и кредит. – 2012. – № 29(509). – С. 40–45.
7. Куликов А.Г. Ипотека и жилищный вопрос в России / А.Г. Куликов // Деньги и кредит. – 2010. – № 11. – С. 3–12.
8. Основы ипотечного кредитования / под ред. Н.Б. Косаревой. – М.: Фонд «Институт экономики города»; ИНФРА-М., 2007.
9. Краснов В.Н. Социальная природа рынка: значение факторов разделения труда, власти и морали. Государственный университет управления. – М., 2010. – 259 с.
10. Сухотеплий В. Модель кризової та прогноз післякризової динаміки активів банківської системи України / В. Сухотеплий // Вісник Національного банку України. – 2014. – № 5. – С. 56–62.
11. Claessens S. Financial Crises: Explanations, Types, and Implications / S. Claessens, M. Ayhan Kose // International Monetary Fund Working Paper. – January 2013. – № 13/28. – P. 66.

УДК 332.142.2

**Тищенко В.Ф.**

*кандидат економічних наук,  
доцент кафедри банківської справи, докторант  
Харківського національного економічного університету  
імені Семена Кузнеця*

**Омельченко О.І.**

*кандидат економічних наук,  
доцент кафедри банківської справи  
Харківського національного економічного університету  
імені Семена Кузнеця*

## ОЦІНКА НЕРІВНОМІРНОСТІ РОЗВИТКУ РЕГІОНІВ УКРАЇНИ ЗА РІВНЕМ ПОТЕНЦІАЛУ ПУБЛІЧНО-ПРИВАТНОГО ПАРТНЕРСТВА

У статті викладені результати оцінювання нерівномірності розвитку регіонів України за рівнем потенціалу публічно-приватного партнерства. Запропонований методичний підхід складається із трьох взаємопов'язаних етапів і базується на розрахунках інтегральних показників методом ентропії. В результаті практичної апробації були отримані групи регіонів в залежності від рівнів потенціалу публічно-приватного партнерства.

**Ключові слова:** комплексна оцінка, нерівномірність, потенціал, публічно-приватне партнерство, розвиток регіонів.

### Тищенко В.Ф., Омельченко О.І. ОЦЕНКА НЕРАВНОМЕРНОСТИ РАЗВИТИЯ РЕГИОНОВ УКРАИНЫ ПО УРОВНЮ ПОТЕНЦИАЛА ПУБЛИЧНО-ЧАСТНОГО ПАРТНЕРСТВА

В статье изложены результаты оценки неравномерности развития регионов Украины по уровню потенциала публично-частного партнерства. Предложенный методический подход состоит из трех взаимосвязанных этапов и базируется на расчетах интегральных показателей методом энтропии. В результате практической апробации получены группы регионов в зависимости от уровней потенциала публично-частного партнерства.

**Ключевые слова:** комплексная оценка, неравномерность, потенциал, публично-частное партнерство, развитие регионов.

### Tyshchenko V.F., Omelchenko O.I. ASSESSMENT OF THE UNEVEN DEVELOPMENT OF THE UKRAINIAN REGIONS IN TERMS OF POTENTIAL OF PUBLIC PRIVATE PARTNERSHIP

The article presents the results of the evaluation of uneven development of the Ukrainian regions in terms of potential of public private partnership. The methodical approach consists of three interrelated stages. It is based on the calculation of integrated indicators by entropy method. As a result, the groups of regions were obtained depending on the potential of public-private partnership.

**Keywords:** comprehensive assessment, potential, public-private partnerships, regional development, uneven.

**Постановка проблеми.** Розвиток України як незалежної держави, що розпочався в минулому столітті з проголошення незалежності, до сьогоднішнього дня супроводжується низкою невирішених проблем. Однією з таких проблем є існування нерівномірності

розвитку регіонів держави за основними соціально-економічними показниками. Підтримка та стимулювання функціонування регіонів сьогодні набуває особливої актуальності, адже в Україні розпочалися широкомасштабні реформи. Вирішення поставленого

завдання можливе на основі поєднання як принципів державного регулювання економіки з метою забезпечення цілей, завдань та пріоритетів розвитку суспільства, так і мотиваційних інтересів бізнесу. Потенціал публічно-приватного партнерства, його міць і можливості зумовлюють послідовність, глибину та логіку модернізації суспільства в напрямку формування конкурентоспроможної держави та її регіонів.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** В умовах якісних перетворень економіки в Україні і всій системі суспільних відносин проблема оцінки потенціалу публічно-приватного партнерства набуває особливої актуальності. Особливо зважаючи на її недостатню теоретичну визначеність, оскільки повноцінного дослідження, що має на меті впорядкувати отриманий раніше досвід, в економічній літературі й досі не проводилося.

У науковій літературі можна зустріти розрізнені теоретичні дослідження окремих проблем, які стосуються різних сфер застосування публічно-приватного партнерства в Україні: є розробки питань власності (І. Запатріна [1], П. Шилепницький [2]), регулювання державою приватних економічних відносин (І. Запатріна [1]), контролю державою приватного сектора (А. Павлюк [3], О. Пільтай [4]) тощо.

**Мета статті.** У зв'язку із зазначеним важливим є оцінювання рівня потенціалу публічно-приватного партнерства та визначення диференціації регіонів України за ним.

**Виклад основного матеріалу.** Потенціал публічно-приватного партнерства (ППП) – це динамічна характеристика, яка виявляється тільки в процесі його використання, і цей процес повинен супроводжуватися постійним зростанням. Здатності потенціалу та перелік його структурних елементів передусім визначатимуться специфікою об'єкта потенціалу. Чим він

простіший, тим меншою кількістю елементів (засобів чи ресурсів) визначатиметься його потенціал, і, навпаки, чим складнішим є об'єкт, тим більша кількість чинників впливатиме на формування та реалізацію потенціалу.

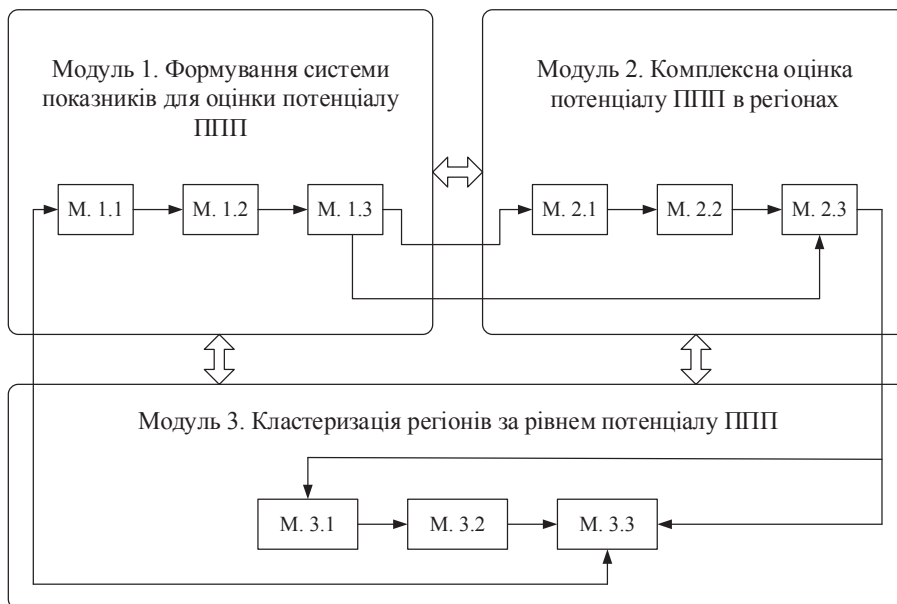
Як вже було зазначено, розвитку регіонів України властивий нерівномірний характер, тому вважаємо за доцільне дослідити розвиток регіонів за рівнем потенціалу PPP відповідно до запропонованого методичного підходу (рис. 1).

Розглянемо детальніше сутність кожного етапу запропонованого методичного підходу.

Досягнення належного рівня розвитку PPP в Україні неможливе без його обґрунтованого планування, ефективної організації, структурного аналізу, оцінювання результативності, динамічного контролю, що, в свою чергу, потребує наявності адекватного вимірювання, уособлення якого є система показників.

Аналіз науково-методичних матеріалів з питань PPP показав, що цілісної системи показників оцінки потенціалу PPP не існує. Тож першочерговим завданням є формування цілісної системи показників щодо оцінки потенціалу PPP на мезорівні, яка б давала можливість отримати інформацію щодо структури, динаміки, спрямованості, достатності та результативності вивчаемого явища.

З огляду на це першим етапом «Модуля 1. Формування системи показників для оцінки потенціалу PPP» є систематизація і групування вхідних статистичних даних, формування можливих показників оцінки потенціалу PPP, в результаті якої сформовано перелік показників, що здійснюють безпосередній вплив на формування потенціалу PPP [5–17]: фінансування регіонів за рахунок коштів державного бюджету ( $X_1$ ); фінансування регіонів за рахунок коштів місцевого бюджету ( $X_2$ ); фінансування регіонів за рахунок власних коштів підприємств та організацій ( $X_3$ ); фінансування регіонів за рахунок коштів іноземних інвесторів ( $X_4$ ); ступінь залучення коштів населення на розширення будівництва ( $X_5$ ); фінансування регіонів за рахунок банківського сектору ( $X_6$ ); фінансування регіонів за рахунок інших джерел фінансування ( $X_7$ ); підприємницька активність регіону ( $X_8$ ); ефективність операційної діяльності підприємств ( $X_9$ ); коефіцієнт покриття експортом імпорту ( $X_{10}$ ); ступінь зносу основних засобів ( $X_{11}$ ); індекс споживчих цін ( $X_{12}$ ); Частка регіону в загальному обсязі валової доданої вартості ( $X_{13}$ ); рівень зареєстрованого безробіття ( $X_{14}$ ); обсяг реалізованої продукції, (робіт, послуг) ( $X_{15}$ ); рівень економічної активності населення ( $X_{16}$ ); попит на робочу силу ( $X_{17}$ ); навантаження на одне вільне робоче місце, вакансію ( $X_{18}$ ); наявний доход населення у розрахунку на одну особу ( $X_{19}$ ); кількість зайнятих економічною діяль-



М. 1.1 – Систематизація і групування вхідних статистичних даних, формування можливих показників оцінки потенціалу PPP; М. 1.2 – Відбір показників за критерієм відсутності між ними тісного лінійного зв'язку; М. 1.3 – Формування комплексної системи показників оцінки потенціалу PPP на основі факторного аналізу. М. 2.1 – Виключення квазіпостійних ознак, сформованих по результатах першого модуля, з огляду на їх варіативність; М. 2.2 – Нормування системи показників; М. 2.3 – Розрахунок комплексного показника методом ентропії. М. 3.1 – Визначення кількості кластерів, використовуючи бінарну класифікацію регіонів за кожною парою показників за принципом: високі значення – низькі значення показника; М. 3.2 – Визначення меж груп та приналежності окремих регіонів до груп; М. 3.3 – Характеристика особливостей кластерів, ідентифікація проблемних аспектів, інтерпретація отриманих результатів.

**Рис. 1. Методичний підхід до оцінки нерівномірності розвитку регіонів за рівнем потенціалу PPP**

нось зайнятих економічною діяль-

ністю ( $X_{20}$ ); обсяг реалізованих (вироблених) послуг ( $X_{21}$ ); фінансовий результат до оподаткування (прибуток) ( $X_{22}$ ); валовий регіональний продукт у розрахунку на одну особу ( $X_{23}$ ); темпи зростання обсягів прямих іноземних інвестицій ( $X_{24}$ ); кількість банків ( $X_{25}$ ); кредити, надані не фінансовим корпораціям ( $X_{26}$ ); кредити, надані домашнім господарствам ( $X_{27}$ ); інвестиції в основний капітал ( $X_{28}$ ); питома вага доходів бюджетів ( $X_{29}$ ).

Відповідно до етапу М. 1.2, при формуванні системи показників оцінки потенціалу ППП реалізується вимога несуперечності показників, тобто відсутності лінійного кореляційного зв'язку.

В результаті розрахунків з початкової сукупності 29 показників [5-17] за значеннями коефіцієнтів парних кореляцій було відібрано 25 показників (значущість коефіцієнтів кореляції перевірялася за критерієм Ст'юдента) [18, с. 328]. За результатами кореляційного аналізу показники з номерами 13 (частка регіону в загальному обсязі валової доданої вартості), 17 (попит на роботу силу), 20 (кількість зайнятих економічною діяльністю) та 29 (питома вага доходів бюджетів) виключено з подальших розрахунків, як такі, що тісно корельовані з іншими.

Третій етап М. 1.3 першого модуля полягає у виокремленні меншої кількості ключових індикаторів, які зберігають цінність інформації, представлену показниками, і одночасно спрощували б аналітичний процес. Це можна зробити за допомогою сучасних методів багатовимірного статистичного аналізу. У випадку аналізу складних соціально-економічних процесів та явищ дослідник стикається з багатовимірністю їх описання, тобто необхідністю врахування під час аналізу великої кількості показників. Деякі ознаки взаємопов'язані і значною мірою дублюють один одного. В таких ситуаціях природною є спроба сконцентрувати інформацію шляхом виразу великої кількості вихідних ознак через меншу кількість більш інформативних внутрішніх характеристик явищ. При цьому припускається, що найбільш місткі характеристики є найбільш суттєвими, визначними.

Для реалізації цього завдання і пропонується використання методу головних компонентів, який відноситься до методів факторного аналізу та передбачає зниження розмірності поля ознак (зменшення кількості показників). Такий аналіз не вимагає апріорного поділу змінних на залежні і незалежні, так як всі змінні розглядаються як рівнозначні [12].

Проведене дослідження дозволило у межах запропонованої процедури з дотриман-

ням критеріїв відсутності тісного лінійного зв'язку та значущості обґрунтувати склад показників, що можуть бути використані у подальшому для оцінки потенціалу ППП. Зважаючи на мету дослідження та з урахуванням логічного аналізу, відібрані показники було поєднано у дві групи: в першу групу увійшли показники, які характеризують фінансові аспекти діяльності регіону, в другу – які характеризують суто виробничі аспекти діяльності регіону (рис. 2).

Таким чином, реалізація першого модуля запропонованого методичного підходу дозволила сформулювати систему показників оцінки потенціалу ППП, яка буде цілком адаптована до вітчизняної статистичної бази, враховувати доступність інформації, частоту проведення аналізу, можливість вживання математичного апарату, що забезпечить комплексність та об'єктивність оцінки й може слугувати підґрунтям для визначення пріоритетних напрямків діяльності у вигляді чітко сформованої стратегії розвитку регіону у майбутньому.

Слід зазначити, що запропонована послідовність дозволила не тільки дотриматись умов уникнення тісних функціональних зв'язків між показниками, але і знизити розмірність багатовимірного дослі-

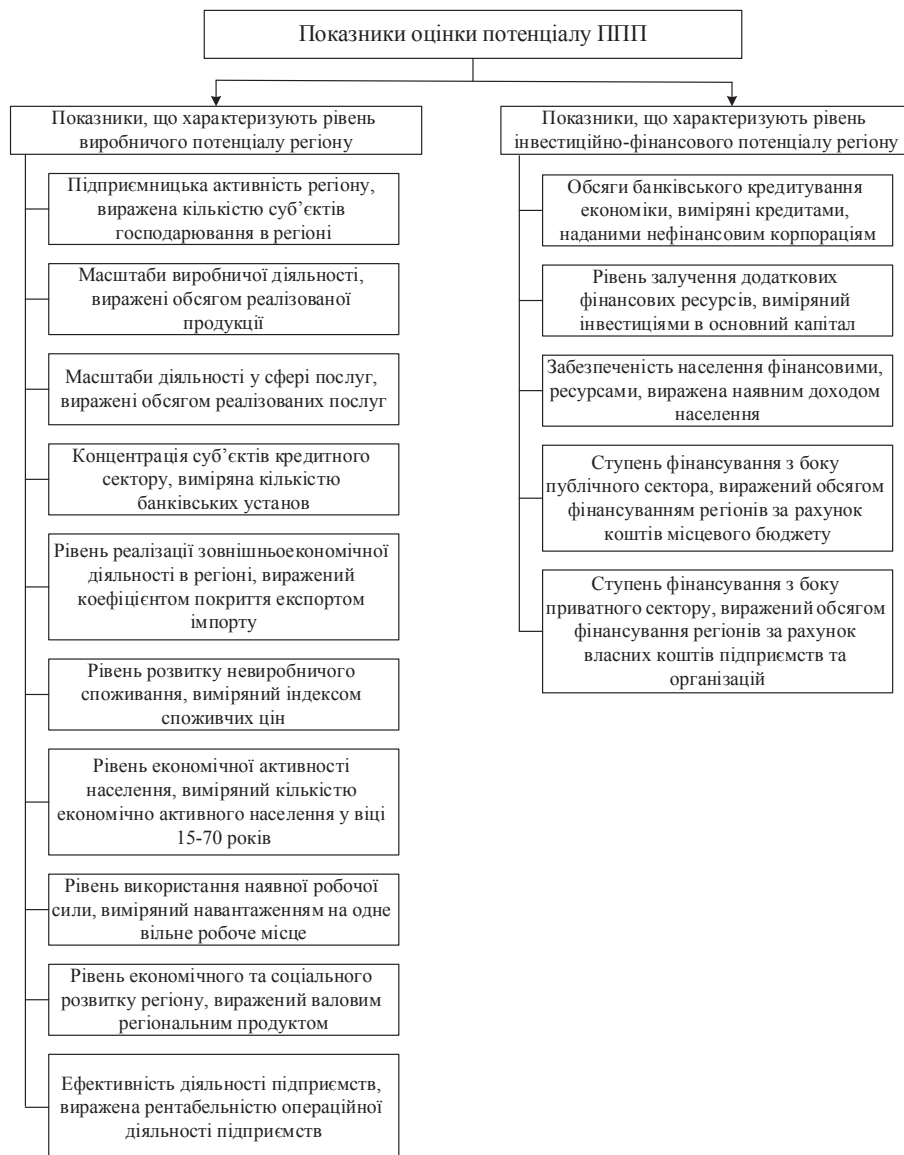


Рис. 2. Сформована структура показників оцінки потенціалу ППП



джуваного явища, а саме відібрати найбільш інформативні показники, що характеризують потенціал ППП.

Другий модуль має на меті формування комплексного показника потенціалу ППП та проведення узагальнюючої оцінки з огляду на невизначеність та нестабільність зовнішніх умов.

На етапі М. 2.1 із попереднього переліку показників доцільно виключити ті, які не впливають на досліджуваний процес, шляхом розрахунку по кожному показнику коефіцієнта варіації. Якщо його значення буде досить малою величиною (наприклад,  $V_j \leq 0,1$ ), то показник вважається квазіпостійним і виключається із подальшого дослідження [13].

Етап М. 2.2 другого модуля полягає в нормуванні системи показників, отриманих на попередньому етапі. Оскільки показники мають різну розмірність, різний масштаб вимірювання, доцільно трансформувати (перевести до безрозмірного вигляду) вихідну систему шляхом стандартизації ознак.

Складність визначення інтегрального показника обумовлюється наступними факторами: вибір способу розрахунку інтегрального показника, вибір оптимальної кількості оцінних показників, що характеризують об'єкт дослідження (в нашому випадку регіон), наявність диспропорцій у регіональному розвитку. Тому на етапі М. 2.3 було запропоновано провести комплексну оцінку методом ентропії, оскільки саме такий метод розрахунку дозволяє врахувати значущість та коливальність кожного часткового показника.

Відповідно до алгоритму етапу М. 2.3, було розраховано комплексні показники, які характеризують рівень виробничого ( $I_{\text{вир}}$ ) та інвестиційно-фінансового ( $I_{\text{іфін}}$ ) потенціалів регіонів України протягом 2001–2012 рр.

Отримані значення комплексних показників дозволили проранжувати регіони України в залежності від рівнів розвитку двох складових потенціалу ППП: виробничої та інвестиційно-фінансової.

За рівнем розвитку виробничої складової потенціалу ППП, які протягом 12 років займають перші позиції (1–4 ранги) за рейтинговими значеннями – це Дніпропетровський, Донецький, Одеський та Харківський регіони (рис. 3).

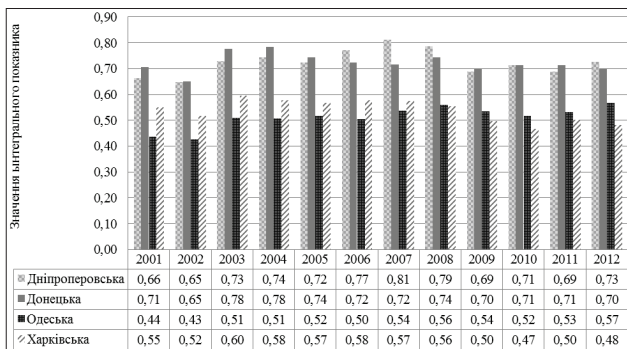


Рис. 3. Динаміка зміни рівня комплексних показників за виробничою складовою потенціалу ППП в розрізі регіонів-лідерів

Отримані значення комплексних показників свідчать про конструктивні тенденції у розвитку аналізованої складової в Дніпропетровському та Одеському регіонах, оскільки має місце висхідна тенденція протягом 12 років дослідження. Ці позитивні зміни пов'язані в першу чергу з ростом масштабів виробничої діяльності та діяльності у сфері послуг, за раху-

нок чого зріс рівень ВВП. Знаходження Одеського регіону серед лідерів за рівнем виробничого потенціалу є цілком виправданим, оскільки він характеризується розвиненим науково-технічним та інформаційним потенціалом. Формування та активізація конкурентних переваг регіону сьогодні є однією із необхідних передумов забезпечення сталого економічного зростання. На регіональному рівні одним із найперспективніших ресурсів формування конкурентоспроможності розглядається той потенціал, який неможливо перемістити в інше місце і який, відповідно, може стати однією із конкурентних переваг регіону. На території Одеського регіону знаходяться унікальні промислові підприємства загальнодержавного значення (Одеський припортовий завод, Південний державний науково-виробничий центр «Прогрес»), морегосподарський комплекс з потужними портами, працюють спеціальні економічні зони. Крім цього, великий потенціал має сфера послуг.

Для зміцнення позицій Одеського регіону й підвищення потенціалу ППП необхідне формування «прозорого» регіонального інвестиційного ринку; поєднання інвестицій з інноваціями завдяки вибору найбільш прогресивних проектів; раціональне розміщення інвестиційних проектів з урахуванням економічних інтересів усіх учасників; посилення інвестиційної активності населення та забезпечення гарантованого захисту їхніх заощаджень.

Також для Одеського регіону важливим є розвиток приватного сектору як ключового фактору розвитку економіки. Одним з найголовніших завдань органів виконавчої влади у сфері розвитку підприємництва є встановлення і реалізація прозорих, чітких, зрозумілих, єдиних для всіх «правил гри», забезпечення їх загального дотримання, створення умов для вільного доступу до всіх сегментів ринку, гарантування всім суб'єктам підприємницької діяльності захисту їх законних прав та інтересів у відносинах з іншими суб'єктами та органами влади.

В Харківському та Донецькому регіонах спостерігається зниження значень комплексних показників, що свідчить про деструктивні тенденції у розвитку виробничого потенціалу регіону та може бути пов'язано зі зниженням підприємницької активності в регіонах і, як слідство, зменшенням обсягів реалізованої продукції і зниженням активності у зовнішньоекономічній діяльності.

Що ж стосується безпосередньо складової, яка характеризують рівень інвестиційно-фінансового потенціалу регіонів, – дуже важко прослідкувати стійку тенденцію та виділити регіони-лідери, оскільки за досліджуваній період за цим індикатором регіони мають різні рангові значення та постійно змінюють свої позиції. Цікавим є той факт, що у 2002–2004 рр. АРК займав перше місце за рейтингом, що пов'язано із значними обсягами фінансування за рахунок коштів місцевих бюджетів (так у 2004 р. обсяг фінансування за рахунок коштів місцевих бюджетів склав 8,5% – це найвище значення серед усіх регіонів України). А вже починаючи з 2008 р. лідируючі позиції за цією складовою займають Дніпропетровський та Донецький регіони, які розподілили між собою перше та друге місця за рейтингом. Це об'єктивні обставини, які пов'язані зі збільшенням обсягів інвестування у виробничу сферу цих регіонів.

Динаміка зміни значень узагальнюючих показників виробничого та інвестиційно-фінансового потенціалів в розрізі регіонів України протягом досліджуваного періоду дозволяє зробити такі загальні висновки:



– комплексний показник, що характеризує рівень виробничого потенціалу, протягом 12 років практично по всіх регіонах має нижчі значення ніж показник, який характеризує рівень інвестиційно-фінансового потенціалу. Виключення спостерігається лише по таких регіонах, як: Дніпропетровський, Донецький, Одеський та Харківський, в яких цей показник або перевищує значення показника інвестиційно-фінансового потенціалу, або знаходиться на рівні з ним;

– якщо розглядати динаміку зміни рівня комплексного показника виробничого потенціалу загалом, по більшості регіонів спостерігаємо деструктивні зміни в його розвитку, його значення по більшості регіонів на кінець 2012 р. зменшується. Така тенденція лише не стосується Дніпропетровського, Донецького, Одеського, Харківського та Київського регіонів. Це може свідчити про негативні зміни у розвитку виробничої сфери регіонів України;

– негативні тенденції простежуються й у рівнях розвитку комплексного показника, який характеризує інвестиційно-фінансовий потенціал регіонів, його значення на кінець 2012 р. в порівнянні з 2001 р. знизилось майже по всіх регіонах України. Виключення склали лише Донецький, Київський та Дніпропетровський регіони, в яких його значення несуттєво зросло на кінець періоду.

Третій модуль методичного підходу полягає в кластеризації регіонів за рівнем потенціалу ППП і реалізується в такій послідовності.

Етап М. 3.1 – визначення кількості кластерів регіонів. З огляду на мету нашого дослідження та аналізовану сукупність об'єктів приймаємо бінарну класифікацію регіонів за кожною парою показників за принципом: високі значення показника – низькі значення показника. За принципом обчислення числа перестановок було визначено загальну кількість можливих груп при класифікації, а саме: регіони будуть розділені на чотири квадранти за рівнями значень комплексних показників, які характеризують потенціал публічно-приватного партнерства –  $I_{рвп}$  та  $I_{рфп}$ :

I квадрант – регіони, що мають високі значення комплексного показника, що характеризує рівень виробничого потенціалу регіону та комплексного показника, що характеризує рівень інвестиційно-фінансового потенціалу регіону.

II квадрант – регіони, що мають високі значення комплексного показника, що характеризує рівень

виробничого потенціалу регіону та низькі значення комплексного показника, що характеризує рівень інвестиційно-фінансового потенціалу регіону.

III квадрант – регіони, що мають низькі значення комплексного показника, що характеризує рівень виробничого потенціалу регіону та високі значення комплексного показника, що характеризує рівень інвестиційно-фінансового потенціалу регіону.

IV квадрант – регіони, що мають низькі значення обох комплексних показників.

Етап М. 3.2 полягає у визначенні меж груп та приналежності окремих регіонів до груп. Очевидно, що «ідеальним» представником кожної з груп буде умовний регіон, що має найвищі (найнижчі) з усіх значень за обома показниками (точки 1-4 на рис. 4). Ці точки сформулюють матрицю вершин прямокутника, всередині якого будуть розміщені всі регіони.

Координати точки сформулюють вектор  $V$  ( $4 \times 2$ ) (формула 1):

$$V = \begin{Bmatrix} \max_1, \max_2 \\ \max_1, \min_2 \\ \min_1, \max_2 \\ \min_1, \min_2 \end{Bmatrix}, \quad (1)$$

Межі груп будемо визначати так, щоб в одну групу попали регіони з близькими значеннями за обома показниками. Граничним значенням приймемо середнє між максимальними і мінімальним значеннями за кожним з показників (тонкі лінії на рисунку). Такий підхід буде, очевидно, більш інформативним, ніж розділення за однаковою кількістю регіонів в кожній групі.

Визначити приналежність окремого регіону до групи можна визначивши мінімальну декартову відстань від точки положення окремого регіону до кожної з точок вектора  $V$ .

Останній етап М. 3.3 полягає в аналізі отриманих кластерів та виявленні особливостей.

В перший кластер потрапили регіони, які мають максимальні значення обох інтегральних показників – це «регіони-локомотиви», багаті природними ресурсами, з розвинутою добувкою промисловості й порівняно малою роллю сільськогосподарського сектора, з високою концентрацією промислових підприємств, у першу чергу машинобудівних (включаючи ВПК), з розвинутою транспортною інфраструктурою, які більш адаптовані до нових економічних умов, не належать до проблемних регіонів та забезпечують істотний внесок у приріст ВВП країни.

Головними представниками цього кластеру стали Дніпропетровський, Донецький та Харківський регіони. Вони характеризуються високим виробничим та інвестиційно-фінансовим потенціалом, що дозволяє їм стати центом розвитку для сусідніх територій. Для регіонів даної групи характерно: найбільша підприємницька активність (близько 30% серед усієї сукупності регіонів), значні обсяги реалізованої продукції (близько 47% серед усієї сукупності досліджуваних об'єктів) та реалізованих послуг (близько 30%), високий рівень рентабельності підприємств, значна питома вага інвестицій з різних джерел, насиченість суб'єктами кредитного сектору та високий рівень економічної активності населення (понад 60% по кожному з регіонів). Все це сприяє підвищенню їх потенціалу для реалізації у цих регіонах проєктів на засадах ППП.

Динаміка зміни комплексних показників (рис. 3) свідчить про незначні коливання у їх значеннях протягом 12 років й дає можливість виявити наступні тенденції по цих регіонах:

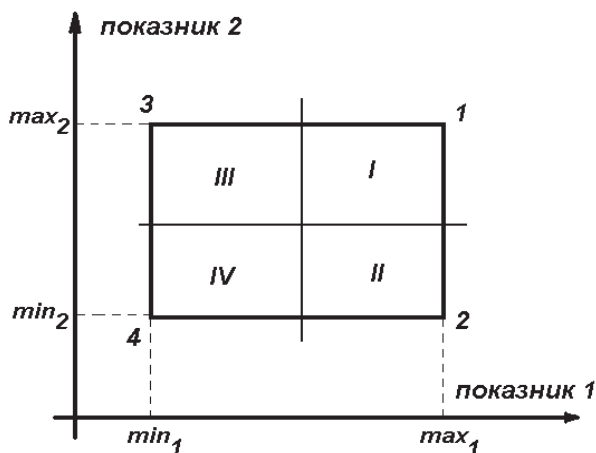


Рис. 4. Площина квадрантів матриці потенціалу ППП

– Дніпропетровський регіон за значеннями комплексних показників за двома складовими потенціалу ППП є безсумнівним лідером – протягом всього періоду дослідження спостерігаємо зростання значень обох показників. Область має потужний промисловий потенціал: понад 700 промислових підприємств двадцяти основних видів економічної діяльності, на яких працюють 354,3 тис. осіб; виробляється майже 19% усієї реалізованої промислової продукції України. У рейтингу конкурентоспроможності Дніпропетровський регіон серед регіонів України займає третє місце, а за індексом інвестиційної привабливості – п'яте. Досвід Дніпропетровської області щодо розроблення та реалізації програм регіонального рівня свідчить про можливість об'єднання всіх фінансових джерел, використання внутрішніх ресурсів регіону та зовнішніх джерел, спрямування в значних обсягах коштів обласного бюджету на вирішення завдань соціально-економічного розвитку регіону відповідно до стратегічних пріоритетів соціально-економічної, зокрема, фінансової, політики;

– Харківський регіон дещо поступається Дніпропетровському та Донецькому регіонам у рівнях виробничого та інвестиційно-фінансового потенціалів, значення цих комплексних показників нижчі та мають деструктивні тенденції до їх зниження на кінець 2012 р. Отже, не дивлячись на те що рівень потенціалу ППП у Харківському регіоні вище ніж середнє по Україні, вважаємо, що цьому регіону вкрай необхідна першочергова державна підтримка виробничої та інвестиційно-фінансової сфер діяльності.

Другий кластер характеризується високим рівнем виробничого потенціалу в регіоні та низькими значеннями комплексного показника, що характеризує рівень інвестиційно-фінансового потенціалу. Головним і єдиним представником цього кластеру є Одеський регіон. З огляду на отримані значення комплексних показників можна вважати, що це традиційно розвинений, відносно стабільний регіон, який ще не адаптувався до нових умов. За рахунок нестачі фінансових ресурсів (особливо це простежується у динаміці фінансування за рахунок коштів місцевих бюджетів), обмеженого фінансування програм з державного бюджету у цьому регіоні відбувається слабке освоєння територій, хоча й є великі потенційні можливості, особливо у рекреаційній сфері діяльності (наявність Чорного і Азовського морів, рік Дніпро, Дунай, Південний Буг, сприятливий для життя та господарювання клімат, біосферні заповідники світового значення тощо).

Сектор туризму – одна з найбільш прибуткових галузей світової економіки, яка швидко розвивається. Одеський регіон, це регіон з унікальним географічним розташуванням, значними природними ресурсами та кліматом, багатою історією та культурою. З огляду на те, що приватний бізнес (виходячи з динаміки фінансування за рахунок коштів підприємств та організацій) має досить суттєву частку у загальному обсязі фінансування (близько 55% від загального обсягу), вважаємо, що публічному партнеру вкрай необхідно підтримувати подальший розвиток цієї території. Аварійний стан комунальної інфраструктури потенційних центрів туризму потребує негайного залучення додаткових інвестицій на засадах ППП в Одеському регіоні, що дозволить підвищити рівень його потенціалу й вивести в перший кластер. Тим паче що Одеса вже має позитивні приклади застосування публічно-приватного партнер-

ства. Для того щоб уможливити реконструкцію міського аеропорту, міськрада Одеси прийняла рішення створити у 2011 р. цільову організацію «Міжнародний аеропорт Одеса» разом з місцевим приватним партнером «Одеса Аеропорт Девелопмент», який фінансує будівництво нового терміналу аеропорту та інфраструктури вартістю 45 млн. дол. США, і володіє контрольним пакетом акцій. Після цього комунальний оператор аеропорту створив договірне спільне підприємство з цією цільовою компанією і передав ключові активи ППП до цього спільного підприємства. Відтак громадськість зберегла контроль над більшістю важливих активів аеропорту, а приватний партнер, що діяв через цільову компанію, отримав контроль над активами для реконструкції. У липні 2012 р. цільова компанія почала процес реконструкції у тісній співпраці з комунальним оператором аеропорту та Одеською міською радою.

В третій кластер потрапили регіони, яким характерні найнижчі значення складової виробничого потенціалу та найвищі значення складової інвестиційно-фінансового потенціалу. Це проблемні регіони, що володіють середньорозвинутою промисловістю й розвиненим сільським господарством та потребують негайної державної підтримки виробничої сфери. А, зважаючи на те, що в цих регіонах на достатньому рівні знаходяться інвестиційно-фінансова сфера, то реалізація проектів ППП дозволить підвищити рівень виробничої складової. Проведений аналіз виявив досить цікаву тенденцію: так, якщо на початку 2001 р. цей кластер був самим багаточисельним, тобто більшість регіонів України мала стабільну фінансову підтримку, яка б дозволила в подальшому забезпечити підйом виробничої сфери, то вже на кінець 2012 р. до нього потрапив лише Луганський регіон. Це може свідчити про неефективність дій уряду стосовно політики у виробничій сфері цих регіонів.

Останній, четвертий, кластер є самим багаточисельним за кількістю регіонів в ньому (64% від загальної кількості) й характеризується низькими значеннями всіх складових потенціалу ППП. Регіони, які потрапили до нього, можна віднести до депресивних територій. Основна ознака депресивних регіонів – значне падіння виробництва в основних галузях економіки протягом останніх 10 років. Відмінністю депресивних регіонів є те, що в минулому вони були розвиненими, а по багатьом позиціям посідали провідні місця в економіці країни. У сучасних умовах розвитку економіки знань такі регіони переживають структурну кризу наслідком:

- старіння техніко-технологічної бази (як наслідок – низький рівень розвитку науково-технічного потенціалу);
- недостатнього ринкового позиціонування виробництва (як наслідок – незначний внесок у приріст ВВП країни);
- падіння інвестиційної привабливості (як наслідок – тотальний дефіцит капіталу й реальних проектів);
- відсутності високоорганізованого урбаністичного середовища проживання (як наслідок – дефіцит кваліфікованих кадрів та робочих місць, високий рівень злочинності й безробіття).

Задля відновлення структури виробничих зв'язків та усунення просторової диференціації за рівнем якості функціонування регіональних економічних підсистем ці регіони особливо потребують застосування такого інструменту соціально-економічного розвитку, як ППП, передусім на регіональному та

місцевому рівнях. Наприклад, доцільність активізації ППП на периферійних територіях західних областей України обумовлена низкою чинників:

– недостатнє фінансування та неефективна політика регіонального розвитку;

– неспроможність територіальних громад фінансувати проекти розвитку територій через їх дотаційність, нестачу фінансових ресурсів, недостатньо фаховий рівень кадрового потенціалу;

– зношеність інфраструктури і, як наслідок, незадовільна інвестиційна привабливість територій тощо.

Партнерства здатні забезпечити гармонійний розвиток економіки і гарантувати захист інтересів найширших верств суспільства.

**Висновки.** З наведеного вище можна зробити наступні висновки про наявність відмінностей у регіональному розвитку України, які зумовлені рядом факторів. Спостерігається значна неоднорідність у структурі економічної діяльності, а також суттєві розбіжності у темпах розвитку окремих галузей у областях і, як наслідок, нерівномірне відновлення економічного потенціалу регіонів. Відсутність державного регулювання зазначених процесів призводить до збільшення територіальної диспропорції.

Таким чином, можна констатувати: регіони України мають різний рівень і неоднакові темпи розвитку потенціалу публічно-приватного партнерства.

#### БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Запатрина І.В. Перспективи использования механизмов публично-частного партнерства для развития инфраструктуры в Украине / И.В. Запатрина // Науковий журнал «Демографія та соціальна економіка» – К.: НАН України, Ін-т демографії та соціальних досліджень імені М.В. Птухи НАН України. – 2012. – № 1(17). – С. 94–102.
2. Шилепницький П.І. Особливості впровадження проектів державно-приватного партнерства. Уроки для України / П.І. Шилепницький // Проблеми розвитку внешнеэкономических связей и привлечения иностранных инвестиций: региональный аспект, 2010. – С. 1014–1017.
3. Павлюк А.П. Державно-приватне партнерство як механізм активізації інвестиційної активності в Україні / А.П. Павлюк, Ляпин Д.В. // Стратегічні пріоритети. – 2012. – №3 (24). – С. 38–45.
4. Пильтяй О.В. Рівень економічного розвитку та пріоритети публічно-приватного партнерства / О.В. Пильтяй // Науковий журнал «Демографія та соціальна економіка» – К.: НАН України, Ін-т демографії та соціальних досліджень імені М.В. Птухи НАН України. – 2012. – № 1(17). – С. 165–176.
5. Лобацкий В.В. Управление знаниями / В.В. Лобацкий – Мн.: Современная школа, 2006. – 392 с.
6. Лукашина М. Тенденції розвитку науково-технологічної та інноваційної діяльності мегаполіса (на прикладі м. Києв) / М. Лукашина // Економіст. – 2010. – № 2. – С. 42–46.
7. Макаров В.Л. Экономика знаний: уроки для России / В.Л. Макарова // Россия и современный мир. – 2004. – № 1. – С. 5–24.
8. Максимов В.И. Когнитивные технологии для поддержки принятия управленческих решений [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.iis.ru/events/19981130/maxi.mov.ru>
9. Максимов В.И. Когнитивный анализ и управление развитием ситуации // Мат. 1-й международной конференции // Когнитивный анализ и управление развитием ситуации (CASC'2001) ИПУ РАН. – М., 2001. – Т.2. – С. 10–21.
10. Малай В.А. Государственно-частное партнерство как форма повышения эффективности инновационных процессов / В.А. Малай // Инновации. – 2008. – № 10. – С. 9–11.
11. Малиш Л.О. Українська освіта на порозі третього тисячоліття: загальний стан, проблеми та перспективи / Л.О. Малиш // Наукові записки. Т. 83: Соціологічні науки / Нац. Ун-т «Києво-Могилянська академія»; [ред. кол.: В.С. Броховецький, В.П. Моренець, В.Є. Панченко та ін.]; упоряд. В. С. Бондар]. – К.: Києво-Могилянська академія, 2008. – С. 26–36.
12. Малярець Л.М. Економіко-статистичні інструменти діагностики ефективності виробничо-господарської діяльності підприємства / Л.М. Малярець, А.В. Жуков // Економіка розвитку. – 2013. – № 3(67). – С. 121–127.
13. Малярець Л.М. Вимірювання ознак об'єктів в економіці: методологія і практика. Наукове видання / Л.М. Малярець. – Х.: Вид. ХНЕУ, 2006. – 384 с.
14. Мамонов К.А. Угоднікова О.І. Економічний потенціал: теоретичні аспекти та лінія трансформації // Вісник економіки транспорту і промисловості. – 2009. – № 26. – С. 198–202.
15. Мамченко О.М. Экономическая сущность и роль государственно-частного партнерства в реализации региональной экономической политики / О.П. Мамченко, И.А. Долженко // Известия Алтайского государственного университета. – 2010. – № 2–2(66). – С. 245–249.
16. Мандель И.Д. Кластерный анализ / И.Д. Мандель. – М.: Финансы и статистика, 1988. – 176 с.
17. Манжура О.В. Інтелектуальна власність як чинник формування економіки знань: автореф. дис. ... канд. екон. наук: 08.00.01 / О.В. Манжура; Держ. вищ. навч. закл. «Київ. нац. екон. Ун-т ім. В. Гетьмана». – К.: Редакція «Бюлетеня Вищої атестаційної комісії України». – 2009. – 20 с.
18. Глухов В.В. Экономика знаний: [Учебное пособие] // [В.В. Глухов, С.Б. Коробко, Т.В. Маринина]. – СПб.: Питер, 2003. – 528 с.

УДК 658.8

**Фера-Клемонца О.Ю.**  
здобувач кафедри економіки підприємства  
Ужгородського національного університету

## МАРКЕТИНГОВЕ УПРАВЛІННЯ У ВИРОБНИЧО-ЗБУТОВІЙ ДІЯЛЬНОСТІ

В умовах соціально орієнтованої ринкової економіки важлива роль відводиться маркетинговому менеджменту. Управління маркетингом на регіональному рівні спрямовується на вирішення завдань для досягнення поставленої мети. По суті, маркетинговий менеджмент є управлінням попитом.

**Ключові слова:** ринкова економіка, маркетинговий менеджмент, управління попитом, мета, виробничо-збутова діяльність.

### Фера-Клемонца О.Ю. МАРКЕТИНГОВОЕ УПРАВЛЕНИЕ В ПРОИЗВОДСТВЕННО-СБЫТОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

В условиях социально ориентированной рыночной экономики важная роль отводится маркетинговому менеджменту. Управление маркетингом на региональном уровне направлено на решение задач для достижения поставленной цели. По сути, маркетинговый менеджмент является управлением спросом.

**Ключевые слова:** рыночная экономика, маркетинговый менеджмент, управление спросом, цель, производственно-сбытовая деятельность.

### Fera-Klemontsa O.Y. MARKETING MANAGEMENT IN PRODUCTION AND SALES ACTIVITIES

In terms of the social market economy an important role belongs to marketing management. Marketing management at the regional level is aimed at solution of problem to achieve the goal. In fact, marketing management is demand management.

**Keywords:** market economics, marketing management, demand management, purpose, production and sales activities.

**Постановка проблеми.** Недостатність розроблення, складні завдання, пов'язані з впровадженням та удосконаленням маркетингового менеджменту у збутовій діяльності як через систему оптової, так і роздрібною торгівлі, негативна тенденція щодо зменшення кількості дочірніх та іноземних підприємств, корпорацій і концернів, спільних підприємств та інших організаційно-правових форм господарювання на територіях багатьох регіонів України, в т. ч. Закарпатській області, є вкрай важливою проблемою.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Комплексному теоретично-практичному дослідженню проблем маркетингового менеджменту підприємств, передусім великих, на регіональному рівні дозволяє більш ефективно задовольняти нужди та потреби населення продукцією короткотермінового призначення присвятили свої праці зарубіжні та українські вчені Ф. Котлер, К. Келлер, Т. Албред, Н. Калмикова, Р. Русинов, С. Робинс, Р. Drucker, С. Мочерний, Л. Балабанова, О. Біловодська, В. Воробйов, В. Пелішенко, С. Ілляшенко, В. Щербань.

**Мета статті.** На основі вище наведених положень можна сформулювати дослідження, яке полягає у виникненні маркетингового управління з появою перших підприємств, що обумовило розширення функцій управління і спеціалізацію управлінців за функціями і підфункціями управління; удосконалення маркетингового управління на сучасному етапі у виробничо-збутовій діяльності, яка базується на трьох концепціях: виробничій, товарній, збутовій та на поширенні нововведень у різних формах, а також на прогнозуванні товарного ринку.

**Виклад основного матеріалу.** Виникнення управління як особливого виду людської діяльності у виробництві пов'язано з появою перших підприємств. Управління було зумовлено поділом праці у процесі виробництва, що потребував координування, регулювання праці робітників. У процесі координації виробництва і капіталу створюються великі підприємства, трести, концерни, внаслідок чого функція управління розширювалася і диференціювалася на окремі різновиди управлінської праці. Відбулася спеціалізація управлінців за функціями і підфункціями управління.

За командно-адміністративної системи в колишньому Радянському Союзі підприємства були власністю держави і здійснювали виробничу діяльність на основі державних директив. У державному плані було конкретизовано [1, с. 732]: склад і кількість ресурсів, що виділяються підприємством; очікувані результати його діяльності; регламентовано випуск продукції за державними цінами певному споживачу; обмежувалося переміщення робочої сили в межах країни і між підприємствами; до початку 60-х років, наприклад, сільське походження було підставою для закріплення селян за відповідним колгоспом; при призначенні на керівні посади нерідко визначальними були не управлінські здібності претендентів, а ідеологічний фактор, а тому така система управління довела свою цілковиту неефективність, що було однією із важливих причин краху СРСР і розпаду світової соціалістичної системи внаслідок неспроможності створити ефективну економіку та неефективне управління нею.

В окремих наукових виданнях відсутнє визначення поняття «маркетинг менеджмент» і трактується, що маркетинг є соціально-економічним і управлінським (менеджментським) процесом, який спрямований на задоволення потреб різних соціальних груп населення шляхом створення пропозиції товарів і послуг, які мають матеріальну і споживчу цінність [2, с. 293]. У цьому ж науковому виданні («Енциклопедія інвестицій») відмічається, що вибір засобів маркетингу визначається: специфікою профілю діяльності; властивостями і призначенням кожного товару у галузі виробництва і збуту; вибору стратегії й тактики; методів та інструментарію маркетингових досліджень; реалізації програм і планів фірми. Тому кожна фірма визначає власні систему і функції, послідовність їх втілення. Однак є загальні принципи, напрями і елементи маркетингової діяльності, зокрема [3, с. 294]: організація науково-дослідної та проектно-конструкторської діяльності щодо вдосконалення якості товарів, створення нових зразків і моделей товарів для задоволення потреб населення і формування нових потреб; вироблення стратегії; координації і планування виробництва, асортименту товарів та визначення



політики цін; виявлення й оцінка реалізованого (задоволеного), нереалізованого попиту населення на товари і послуги шляхом комплексного вивчення ринку, досліджень його кон'юнктури, визначення і оцінки перспектив (прогнозу) його розвитку; організація і вдосконалення систем і методів збуту продукції, конкурентної боротьби та утвердження позиції на товарному і регіональному ринках збуту, розподілу продукції і методів продажу товарів, надання сервісних послуг; регулювання і спрямування всієї діяльності фірми, включаючи керівництво виробництвом, фінансами, обліком, кредитами, збутом, транспортуванням, рекламою, технічним обслуговуванням, впровадженням досягнень науково-технічного прогресу, вдосконаленням структури і методів управління, виявленням нових сфер діяльності, резервів зростання соціальної та економічної ефективності. Залежно від ситуації на ринку, яка характеризується в основному співвідношенням (збалансованістю) попиту і пропозиції, рівнем цін, стабільності грошової одиниці і валютного курсу, рівнем доходів населення та ін., визначаються масштабність, напрями, засоби та види маркетингової діяльності.

Наведене визначення поняття маркетинг охоплює також складові, які характерні для маркетингу менеджменту. Зокрема, в «Економічній енциклопедії» відмічається, що концепція маркетингового менеджменту передбачає [4, с. 250]: орієнтацію на потреби ринку, стратегічний підхід і спрямованість на довготерміновий комерційний успіх, ситуаційне управління, своєчасну адаптацію до зовнішнього середовища, завоювання провідних позицій на ринку й забезпечення конкурентних переваг, стратегію активного впливу на покупців, цільовий комплексний, системний підхід до здійснення управлінської діяльності.

Стратегічний маркетинговий менеджмент у соціально-орієнтованій ринковій економіці використовується для управління відносинами зі споживачами, постачальниками, дистриб'юторами, які є стратегічними ключовими факторами. З огляду на безперервну зміну умов життя суспільства, підприємство повинно аналізувати фактори, що можуть негативно вплинути на його діяльність і вживати відповідних заходів. З цією метою воно [4, с. 253]: розробляє програму отримання й обробки інформації про зовнішнє середовище, виокремлення тих його елементів, які являють певний інтерес для підприємства, і створення спеціальних груп спостереження за цими елементами; встановлення керівництвом підприємства порядку надходження відповідної інформації на вищій рівень управління... використання маркетингового менеджменту забезпечує не лише виживання підприємств, а й отримання тривалих конкурентних переваг з урахуванням їх маркетингових можливостей.

На сучасному етапі господарської діяльності в контексті маркетингового менеджменту популярним є погляд – орієнтація на продажі, а також на концепцію маркетингу. При орієнтуванні на продажі у центрі уваги – нужди продавця; концепції маркетингу – нужди покупців. Перша робить акцент на нужди продавця, на перетворення товару у гроші; в центрі другого – ідея товару, який задовольняє нужди споживача, що вимагає певних методів його створення, постачання і споживання [5, с. 6–7].

Концепції маркетингу тримаються на чотирьох китах: цільовому ринку, споживчих потребах, інтегрованому маркетингу і рентабельності. Орієнтація на продажі – це внутрішньо-зовнішня перспектива.

Вихідний пункт – виробництво, увага якого концентрується на продукті; ефективні продажі вимагають широкомасштабних торгових компаній і використання різних методів просування (рис. 1.1).

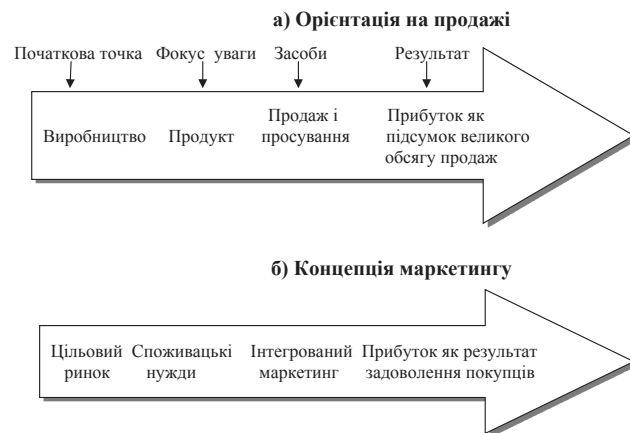


Рис. 1.1. Відмінності концепцій орієнтації на продажі і маркетингу

Джерело: [5, с. 53]

Аналізуючи наведений рис. 1.1, відмітимо, що один із провідних теоретиків маркетингу П. Друкер вважає [6, с. 64–65]: «Правомірно представити, що потреби на продажі вічні. Проте завдання маркетингу в тому і полягає, щоб мінімізувати її. Ціль маркетингу, такий рівень знання і розуміння потреб споживачів, при яких ваші товари і послуги будуть життєво їм необхідні, щоб товар продав себе сам. В ідеалі, результат маркетингу – готовий до покупки споживач. Все, що необхідно для цього, – зробити товар і послуги доступними».

Водночас, ми вважаємо, що вихідною точкою є виробництво, фокус уваги якого зосереджується на продукті для досягнення засобу – продажі і просування, результатом чого є прибуток як підсумок великого обсягу продаж. Орієнтація на продажі взаємопов'язана з концепцією маркетингу, оскільки вони орієнтуються на цільовий ринок, який дуже ретельно визначають компанії (підприємства), фокусуючи свою увагу на споживачьких потребах, на інтегрований маркетинг (тобто систему маркетингу, при якій робота всіх відділів компанії спрямована на службу інтересів клієнта), в результаті чого отримується прибуток як результат задоволення потреб покупців. З цього приводу маркетингологи звернули увагу на швидкий ріст покупної здатності окремих етнічних груп населення США, у зв'язку з чим були розроблені нові серії косметики. «Восени 1992 р. Prescriptives, дочірня компанія Estee Lauder, яка представляла нову колекцію All skin («Для всіх кольорів шкіри»), пропонувала 115 різних відтінків основи під макіяж. Один з керівників Prescriptives заявив, що поява нової косметичної колекції дозволила збільшити обсяг продаж компанії на 45%, а обсяг продаж за перші дев'ять місяців виробництва склав \$15 млн.» [7, р. 50].

Отже, щоб товар, який виробляється, або послуга, яка надається, були конкурентоспроможними і завжди користувались попитом, необхідно здійснювати ряд підприємницьких і, звичайно, управлінських маркетингових рішень, які стосуються чотирьох напрямів: товарної політики, контролю за ціноутворенням, управлінням збутом та комунікаційної політики [знайти].

Маркетингове управління у виробничо-збутовій діяльності базується на трьох концепціях: виробничій, товарній та збутовій. Виробнича концепція передбачає, що споживачі повинні отримувати «дешеві» доступні товари. Для цього потрібна економічна технологія виробництва, масштабність виробництва, низькі витрати на одиницю продукції і, як результат, можливість продавати продукцію за низькими цінами. Усе це, на думку прихильників концепції, сприяє розширенню ринку, зміцненню позицій компаній на ньому. Критика концепції будується на тому, що ціна виробу – це зовсім не все, що цікавить покупця, особливо в сучасних умовах, коли споживач стає все більш вимогливим до властивостей товарів, їхнього оформлення, умов післяпродажного обслуговування тощо.

Ключовий момент товарної концепції – орієнтація на виробництво і пропозицію високоякісної продукції. Постійно поліпшувати її властивості, постійно працювати над модернізацією товарів – це головне, на думку прихильників даної концепції. Критики даного підходу до маркетингового управління звертають увагу на те, що нерідко уявлення менеджерів про те, яким має бути товар, як його удосконалити, не відповідають бажанню споживачів. А тому, на нашу думку, менеджери повинні постійно вивчати попит на цільовому ринку.

Ключовий момент збутової концепції – організація продажу, побудова комунікацій зі споживачами, стимулювання покупок, яка виходить із того, що споживачів необхідно «збуджувати», на них потрібно активно впливати. Такий підхід характеризується як агресивний маркетинг. Його критики зазначають, що збутова агресивність як явний пріоритет є дуже ризикованою політикою стосовно споживачів. Перша покупка, дійсно, має велику залежність від комунікаційної системи (наприклад, як результат впливу реклами), друга і наступні – головним чином від споживачьких вражень, пов'язаних із користування товаром. Власний споживачький досвід стає найбільш важливим фактором. Якщо він негативний, агресивним збутом важко щось замінити.

Традиційна маркетингова концепція, як уже відмічалось, певним чином є синтезом трьох попередніх концепцій. Технології, витрати, властивості товару, збутові зусилля – дуже важливі моменти, але в центрі повинен бути споживач. Основна ідея: на ринку перемагає той, хто задовольняє потреби споживача краще, ніж це роблять інші. У зв'язку з цим слід проводити сегментування ринку, вивчати споживачькі переваги, швидко реагувати на їхні зміни, використовувати комплекс маркетингових інструментів для роботи з ринком, і при цьому маркетинговою ідеологією повинна бути охоплена діяльність усіх структурних підрозділів фірми. Звичайно, об'єктивно, більш – менш повна реалізація даної концепції є непростю справою і вимагає великих організаційних, фінансових та інших зусиль.

У наукових джерелах виділяється також концепція соціально-етичного маркетингу, яка будується на тому, що ринковий шлях підприємства до прибутку не повинен суперечити моральним нормам і довгостроковим інтересам суспільства. Прибуток, рівень задоволення потреб споживачів, урахування інтересів суспільства – це ті узагальнені постулати, що повинні визначати організацію бізнесу – діяльності. В «Економічній енциклопедії» відмічається, що соціально-етичний маркетинг – це сприйняття підприємством, компанією маркетингових рішень з урахуванням поточних і довготермінових потреб та інтересів

суспільства, широких верств населення в органічному поєднанні з власними потребами [8, с. 247].

Промислові революції періодично змінюють існуючу систему виробництва, викликаючи постійний потяг до нововведень. Економічна динаміка ґрунтується на поширенні нововведень у різних формах. Результатом подібних інновацій є вплив на економічні процеси або безпосередньо на продукцію. Й. Шумпетер розрізняє п'ять типів нововведень [9, с. 53; 10, с. 952–953]: створення принципово нових товарів та послуг; застосування нової техніки і технології, що передбачає впровадження нових методів виробництва і транспортування; завоювання нових ринків збуту продукції; поліпшення ресурсної бази шляхом відкриття нових джерел сировини; формування нової промислової (галузевої) організації – впровадження раціональних форм організації виробництва й управління, що відображені на рис. 1.2.



Рис. 1.2. Типи нововведень за Й. Шумпетером

Джерело: [10, с. 953]

Аналогічні аспекти типів нововведень характерні і для досліджень Ф. Котлера, який відмічав, що ключова роль в процесі розробки нових продуктів належить маркетинговому управлінню. Він же констатує, що розробка нових товарів не є виключеною прерогативою відділу дослідження і розробок, на всіх його етапах повинні активно брати участь всі підрозділи компанії, і передовсім відділ маркетингу. Цитований науковець також стверджує, що розробка нових товарів зазвичай здійснюється двома шляхами [5, с. 380]: по-перше, компанія розробляє нові товари у власних лабораторіях; по-друге, вона укладає контракт на розробку яких-небудь конкретних товарів із дослідницькою організацією або фірмою, які спеціалізуються на розробці нововведень.

Характеризуючи діяльність консультаційної компанії Booz, Allen & Hamilton підрозділяє нові товари по ступеню їх новизни для компанії-виробника і для ринку на шість категорій [11; 5, с. 380–381]:

- світові новинки: нові товари, поява котрих веде до формування особливого ринку;
- нові товарні лінії: нові продукти, котрі дозволяють компанії вперше вийти на визначений ринок;
- розширення існуючих товарних ліній: нові товари, котрі є доповненням до наявних у компанії товарних ліній (нова розфасовка, наповнювачі і т. д.);
- удосконалення і модифікація існуючих товарів: нові товари з поліпшеними характеристиками, а з більш високою з точки зору споживача цінністю, котра витісняє існуючі продукти;

– репозиціонування: уже існуючі товари, котрі призначені для нових ринків або сегментів ринку;

– зниження цін: нові товари, котрі володіють такими ж властивостями, як і їх попередники проте коштують дешевше.

Розробка нових продуктів – життєво важливий фактор, який визначає майбутнє компанії, а тому для неї характерні всі типи нововведень, за Й. Шумпетером. Для того щоб забезпечити успіх нового товару, компанія повинна ефективно організувати управління процесом його розробки. Ефективна організація розпочинається з вищого керівництва, яке несе повну відповідальність за успіх нових продуктів. Вищий менеджмент повинен визначити області ділових інтересів компанії і категорії товарів, котрим відводиться головна роль. Таким чином, керівництво (особливо крупної диверсифікованої компанії) повинно встановити спеціальні критерії відбору ідей нових товарів. Зокрема, у корпорації Gould, наприклад, встановлені наступні критерії відбору ідей [5, с. 384]:

– товар виводиться на ринок на протязі п'яти років;

– товар має ринковий потенціал не менше \$ 50 млн., темпи росту не менше 15%;

– норма рентабельності продукту не менше 30% до продаж, норма повернення інвестицій не менше 40%;

– по своїм технічним характеристикам продукт займе провідне становище на ринку.

Маркетингове управління у виробничо-збутовій діяльності базується на прогнозуванні товарного ринку, тобто розробці уявлення про ймовірнісний стан товарного ринку в майбутньому, про альтернативні способи його визначення. Залежно від сфери функціонування розрізняють прогнозування внутрішнього і зовнішнього товарних ринків, залежно від рівня управління відповідно [12, с. 101]: народногосподарське, галузеве, регіональне; окремо розглядають пошукове, дослідницьке і нормативне прогнозування товарного ринку. Пошукове прогнозування – оцінка перспективних тенденцій розвитку товарного ринку, зокрема ринку окремих товарів. Нормативне прогнозування – визначення способів і термінів досягнення бажаних результатів насичення ринку в майбутньому. Дослідницьке прогнозування – забезпечує розширення горизонтів планових рішень, оцінку їх довготермінових наслідків, сприяє підвищенню обґрунтованості прогнозів.

**Висновки.** Виникнення управління як особливого виду людської діяльності у виробництві пов'язано з появою перших підприємств. Управління було зумовлено поділом праці у процесі виробництва, що потребував координування, регулювання праці робіт-

ників. У процесі координації виробництва і капіталу створюються великі підприємства, трести, концерни, внаслідок чого функція управління розширювалася і диференціювалася на окремі різновиди управлінської праці. Відбулася спеціалізація управлінців за функціями і підфункціями управління.

На сучасному етапі господарської діяльності в контексті маркетингового менеджменту популярним є погляд – орієнтація на продажі, а також на концепцію маркетингу. При орієнтуванні на продажі у центрі уваги – нужди продавця; концепції маркетингу – нужди покупців. Концепції маркетингу тримаються на чотирьох китах: цільовому ринку, споживчих потребах, інтегрованому маркетингу і рентабельності.

Маркетингове управління у виробничо-збутовій діяльності базується на трьох концепціях: виробничій, товарній та збутовій. Виробнича концепція передбачає, що споживачі повинні отримувати «дешеві» доступні товари. Ключовий момент товарної концепції – орієнтація на виробництво і пропозицію високоякісної продукції, а збутової концепції – орієнтація продажу, побудова комунікації зі споживачами, стимулювання покупок.

#### БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Хміль Ф. Управління. Економічна енциклопедія: у 3 т. Т. 3; редкол.: ... С.В. Мочерний. – К.: Видавничий центр «Академія», 2002. – 952 с.
2. Енциклопедія інвестицій: Наукове видання; за ред. Р. Дяківа. – К.: МЕФ, 2008 – 512 с.
3. Балабанова Л. Маркетинговий менеджмент. Економічна енциклопедія: у 3 т. Т. 2; редкол.: ... С.В. Мочерний. – К.: Видавничий центр «Академія», 2001. – 848 с.
4. Karl Albrecht, Ron Zemre, Service America! (Homewood, IL: Dow Jones-Irwin, 1985), p. 6–7.
5. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент / Ф. Котлер – СПб.: Питер Ком, 1999. – 896 с.
6. Peter Druker, Management Tasks, responsibilities, Practices (New York: Harper & Row, 1973), p. 64–65.
7. Theodore Levitt, «Marketing Myopia», Harvard Business Review, July-August 1960, p. 45–56.
8. Маркетинг соціально-етичний. Економічна енциклопедія: у 3 т. Т. 2; редкол.: ... С.В. Мочерний. – К.: Видавничий центр «Академія», 2001. – 848 с.
9. Шумпетер Й. Теория экономического развития / Й. Шумпетер – М.: Прогресс, 1982. – С. 53.
10. Історія економічних учень: підручник; за ред. В.Д. Базилевич. – К.: Знання, 2004. – 1300 с.
11. New Products Management for the 1980s (New York: Booz, Allen & Hamilton, 1982)
12. Марцин В. Прогнозування товарного ринку. Економічна енциклопедія: у 3 томах. Т. 3; редкол.: ... С. В. Мочерний. – К.: Видавничий центр «Академія», 2002. – 952 с.
13. Мочерний С.В. Спільне підприємство. Економічна енциклопедія: у 3 т. Т. 3; редкол.: ... С.В. Мочерний. – К.: Видавничий центр «Академія», 2002. – 952 с.



УДК 338.115.31

**Філатов В.М.**

*кандидат економічних наук,  
доцент кафедри політичної економії  
Харківського національного економічного університету  
імені Семена Кузнеця*

**Пивавар І.В.**

*старший викладач кафедри політичної економії  
Харківського національного економічного університету  
імені Семена Кузнеця*

## **ОСОБЛИВОСТІ МЕХАНІЗМУ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ СФЕРИ ЖИТЛОВО-КОМУНАЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА НА РЕГІОНАЛЬНОМУ РІВНІ**

Стаття присвячена особливостям державного регулювання сфери житлово-комунального господарства в Україні. Проведено аналіз проблем розвитку житлово-комунального комплексу. Запропоновано методи державного регулювання для підвищення ефективності житлово-комунального обслуговування населення на регіональному рівні.

**Ключові слова:** державне регулювання, житлово-комунальне господарство, якість життя, комунальне підприємство, тарифна політика, державне управління.

### **Філатов В.М., Пивавар І.В. ОСОБЕННОСТИ МЕХАНИЗМА ГОСУДАРСТВЕННОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ СФЕРЫ ЖИЛИЩНО-КОММУНАЛЬНОГО ХОЗЯЙСТВА НА РЕГИОНАЛЬНОМ УРОВНЕ**

Статья посвящена особенностям государственного регулирования сферы жилищно-коммунального хозяйства в Украине. Проведен анализ проблем развития жилищно-коммунального комплекса. Предложены методы государственного регулирования для повышения эффективности жилищно-коммунального обслуживания населения на региональном уровне.

**Ключевые слова:** государственное регулирование, жилищно-коммунальное хозяйство, качество жизни, коммунальное предприятие, тарифная политика, государственное управление.

### **Filatov V.M., Pyvavar I.V. peculiarities of the MECHANISM OF THE STATE REGULATION OF HOUSING AND COMMUNAL SECTOR AT THE REGIONAL LEVEL**

The article is devoted to state regulation's specialties in housing and communal services in Ukraine. The problems of development of housing and communal complex are analyzed. The state regulation methods which can improve the efficiency in housing and communal services at the regional level are proposed.

**Keywords:** state regulation, housing and utilities, quality of life, utility, tariff policy, and public administration.

**Постановка проблеми.** В умовах трансформації економіки в Україні загострилися проблеми, що вимагають нових наукових підходів для прийняття принципових рішень і їх реалізації. Однією з таких проблем є зростання кількості збиткових підприємств сфери ЖКГ, падіння якості надання послуг, неефективна тарифна політика та відсутність обґрунтованої диференційної політики в економічному просторі нашої країни. Відсутність досвіду ефективного управління процесами сфери ЖКГ стала додатковим джерелом розвитку кризових явищ в економіці й обумовила необхідність застосування нових способів, підходів і методів для їхнього оздоровлення. В цих умовах одним з пріоритетних напрямків в управлінні сферою ЖКГ стає удосконалення системи державного управління та регулювання сфери ЖКГ на регіональному рівні.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Аналіз літературних джерел, присвячених проблемі управління та регулювання сфери ЖКГ, дозволив виділити існуючі задачі управління даними процесами. Наприклад такі вчені, як А.М. Белянський, О.В. Димченко, І.О. Драган та ін. розглядали державне управління житлово-комунального господарства та запропонували його модернізацію [2; 3; 4; 5; 6; 7; 9]. Однак у сучасних наукових дослідженнях мало уваги приділяється управлінню та регулюванню сфери житлово-комунального господарства на регіональному рівні.

**Мета статті.** На основі викладеного можна сформулювати дослідження, яке полягає у визначенні основних методів державного регулювання житлово-комунального господарства в Україні.

**Виклад основного матеріалу.** Необхідність реформування сучасної політики ціноутворення у сфері житлово-комунальних послуг обумовлено тим, що вона на сьогодні не лише не забезпечує покриття економічного обґрунтованих витрат суб'єктів господарювання, що здійснюють діяльність у відповідній сфері, а й дозволяє включати до складової тарифів неефективні витрати та не стимулює підприємства, які надають означені види послуг, до зниження витрат.

Одним з напрямів забезпечення соціальної орієнтації економіки є система житлових субсидій, яка орієнтована на найуразливіші верстви населення – в більшості сім'ї пенсіонерів, а також сім'ї, що мають в своєму складі дітей, які навчаються. Таким чином, система житлових субсидій не сприяє покращенню демографічної ситуації в країні, а отже потребує перегляду й доробки [1; 8]. Для вирішення цих завдань виникає необхідність вдосконалення нормативно-правової бази, яка б гарантувала захист інтересів і прав органів місцевого самоврядування, приватного бізнесу та споживачів.

В сучасних умовах розвитку України наряду зі створенням конкурентного середовища слід упорядкувати механізм регуляторного процесу, який би включав всі необхідні ланки, а саме: цінове регулювання, встановлення певних техніко-економічних критеріїв діяльності на споживчому ринку і ряд інших, дозволити проводити і реалізовувати потрібні важелі впливу в досягненні стратегічних цілей при вільній повсякденній діяльності для їх досягнення, забезпечив, де це необхідно, розділення функцій управління і регулювання.



Зміна системи фінансування житлово-комунального господарства пов'язана з переходом від дотування підприємств, що надають житлово-комунальні послуги, до повної оплати їх споживачами, що обумовлює необхідність забезпечення соціального захисту громадян, які не можуть виконати ці вимоги. Одночасно із здійсненням зваженої тарифної політики за житлово-комунальні послуги необхідно на державному рівні вдосконалювати механізм надання пільг, встановлених для населення України [8]. Перехід на нову систему оплати житла і комунальних послуг, що передбачає поетапне наближення оплати послуг населенням до економічно обґрунтованого рівня та забезпечує повне відшкодування витрат, вимагає встановлення диференційованих ставок оплати житла залежно від споживчих якостей житлового будинку. Проте даний показник не знайшов віддзеркалення у величині субсидій отримуваних населенням, хоча з точки зору соціальної справедливості сім'ї, що проживають в старому і менш упорядкованому житловому фонді, повинні платити менше або взагалі не платити за отримувані житлово-комунальні послуги.

Формування й реалізація державної регіональної політики, спрямованої на забезпечення комплексного збалансованого розвитку економіки регіонів, досягнення відповідних соціальних параметрів рівня і якості життя населення на основі ефективного використання соціально-економічного й комунального потенціалу регіонів, їхніх конкурентних переваг, об'єктивно передбачає використання сучасного інструментарію управління регіональним розвитком [3, с. 43]. Першочерговими в цьому контексті стають проблеми підвищення конкурентоздатності регіонів в умовах відкритої економіки, здатності центральних і місцевих органів влади до здійснення регіональної політики європейського типу. Відповідно зростає роль комплексу спеціальних організаційно-функціональних механізмів управління соціально-економічним розвитком регіонів, особливе місце в якому займає забезпечення та підвищення якості життя населення.

Як зазначалося раніше, необхідність вибору соціально-орієнтованої моделі розвитку економіки нашої країни обґрунтована багатьма авторами [9], але невизначеним залишається питання про роль кожного рівня управління в розвитку держави. Кожен суб'єкт управління зобов'язаний внести свій внесок, виконати свої повноваження й відповідати за виконану роботу. Однак повноваження повинні базуватися на органічно пов'язаних, властивих даному рівню управління функціях – завданнях органа управління [7, с. 156]

Кожен рівень управління виникає об'єктивно. В основі об'єктивізації виділення рівнів управління лежать два протилежно спрямованих процеси: делегування повноважень центру нижчим рівням та об'єднання, кооперація людей, первинних виробничих і соціальних осередків і навіть держав з метою виділення загальних функцій, централізоване виконання яких в даних історичних умовах стає більш доцільним й ефективним. Перший процес відноситься до децентралізації, другий – до централізації управління. Висунута концепція існування двох основних ланок суспільного виробництва, суть якої зводиться до обґрунтування існування поряд з основною ланкою переважно виробничого типу – підприємства, основної ланки переважно соціального типу – регіон, місто, поселення. При цьому найважливішою функцією

місцевих органів влади є створення сприятливого інноваційного середовища.

З метою підвищення конкурентоздатності продукції на внутрішньому й зовнішньому ринках, переходу на нові форми розв'язання економічних, екологічних і соціальних проблем регіону необхідна розробка відповідальної регіональної політики стосовно управління і розвитку житлово-комунального господарства, активізації взаємодії регіональних і державних органів управління.

Система державного управління та регулювання сфери ЖКГ регіону, опираючись на визначення, наведене у [10, с. 155], має реалізовувати функції управління та складатися з двох підсистем (рис. 1): управління підсистема – система управління (що здійснює функції управління); керована підсистема – об'єкт управління. Функціонування системи здійснюється під впливом багатьох факторів зовнішнього середовища, серед яких можна виділити найбільш впливові: розвиток наукової та інноваційної діяльності інших країн, зміни споживчих потреб населення, зміни зовнішньоекономічних стратегічних зв'язків, а також фактори форс-мажорного характеру. Виходячи з виділених підсистем визначимо функції управління в системі державного управління та регулювання сфери ЖКГ, до якої відносяться: аналіз, планування й прогнозування, організація діяльності ЖКГ, облік і контроль, координація й регулювання [6, с. 173].

Стрімкий розвиток інноваційних процесів у розвинених країнах, зростаючі потреби населення й одночасно поступове вичерпання природних ресурсів приводять до необхідності активізації науково-інноваційної діяльності, генерації нових ідей, розробки нової продукції, нових ресурсозберігаючих технологій, застосування нових, більш ефективних методів управління і т.п.

Тому перед органами регіонального управління в цей час стоять зовсім нові завдання управління та регулювання сфери ЖКГ, що враховують швидкість розвитку інноваційних процесів у світі, потреб населення, розвиток власного кадрового, інноваційного й економічного потенціалу, невизначеність зовнішнього й внутрішнього середовища й інші фактори. У зв'язку із цим список задач управління інноваційною діяльністю на рівні регіону істотно розширюється, їхнє розв'язання вимагає застосування як традиційних, існуючих, так і нових, ефективніших, методів. Управління та регулювання сфери ЖКГ регіону являє собою складний багатокроковий процес, що поєднує масу дрібних підзадач, які необхідно вирішити органу управління в процесі організації, управління й розвитку регіону.

Отже, для удосконалення системи державного регулювання житлово-комунального обслуговування населення України, яка б вирішувала весь спектр поставлених задач в роботі пропонується удосконалення механізму організаційно-методичного забезпечення державного регулювання житлово-комунального обслуговування населення, в основу якого покладено методичний підхід до визначення обґрунтованості комунальних тарифів на тепло- та водопостачання.

Для ефективного регулювання галузі реформи повинні бути обґрунтованими, дієвими й послідовними. Для досягнення найбільш ефективних результатів необхідно застосовувати наукові розробки щодо зниження можливих соціальних ризиків. Організація державного регулювання має здійснюватися відповідно до принципів обов'язкової, максимально

повної і ефективної реалізації дійсно необхідних функцій держави з паралельним скороченням втручання в підгалузі, де недосконалість ринкового механізму є мінімальною або не виявляється зовсім (скасування надлишкових функцій), що врешті решт служитиме основній меті – скороченню адміністративних, економічних і організаційних бар'єрів для розвитку галузі.

Велике значення має підвищення якості схвалюваних рішень у сфері державного регулювання діяльності ЖКГ. Змістовною основою, на якій повинна будуватися процедура доказу необхідності втручання в діяльність підприємств ЖКГ держави, є оцінка регулюючої дії, механізмом якої виступає багатоаспектний аналіз з погляду важливості вирішуваних завдань, результатів, витрат (співвідношення «витрати – результат») і відмінностей з обов'язковим вивченням можливих альтернатив і урахуванням дії регулюючого рішення на всі зацікавлені сторони (у найзагальнішому вигляді – господарюючих суб'єктів, споживачів і держави) з метою встановлення балансу інтересів. У основу має бути покладена критеріальна база, тобто набір критеріїв доцільності, адекватності, здійсненності і ефективності державного регулювання діяльності підприємств ЖКГ у рамках заде-

кларованих цілей регулюючої дії (їх перелік має бути вичерпним і закритим).

В процесі дослідження виокремлено заходи державного регулювання галузі ЖКГ в Україні: нормативно-правові; інвестиційні; технологічні; організаційні; інформаційно-роз'яснювальні; заходи демонополізації галузі; заходи по якості послуг.

Ефективне державне регулювання, узагальнивши різні підходи і методики попереджуючих, регулюючих та контролюючих впливів, поступово трансформувалося в окремий вид управління, що містить методи й інструменти оздоровлення сфери ЖКГ, а також заходи щодо прогнозування, попередження і локалізації розвитку кризових явищ. Одним з основних інструментів досягнення цієї мети є механізм державного управління та регулювання сфери ЖКГ.

Під механізмом державного управління та регулювання сфери ЖКГ в роботі розуміється сукупність функцій обґрунтування інформаційного простору, оцінки та аналізу рівня розвитку сфери ЖКГ та рівня соціально-економічного розвитку регіонів, а також формування і вибор відповідних пріоритетних напрямів регулювання ЖКГ, що спрямовані на локалізацію кризових явищ, оздоровлення сфери обслуговування, підвищення рівня розвитку ЖКГ та

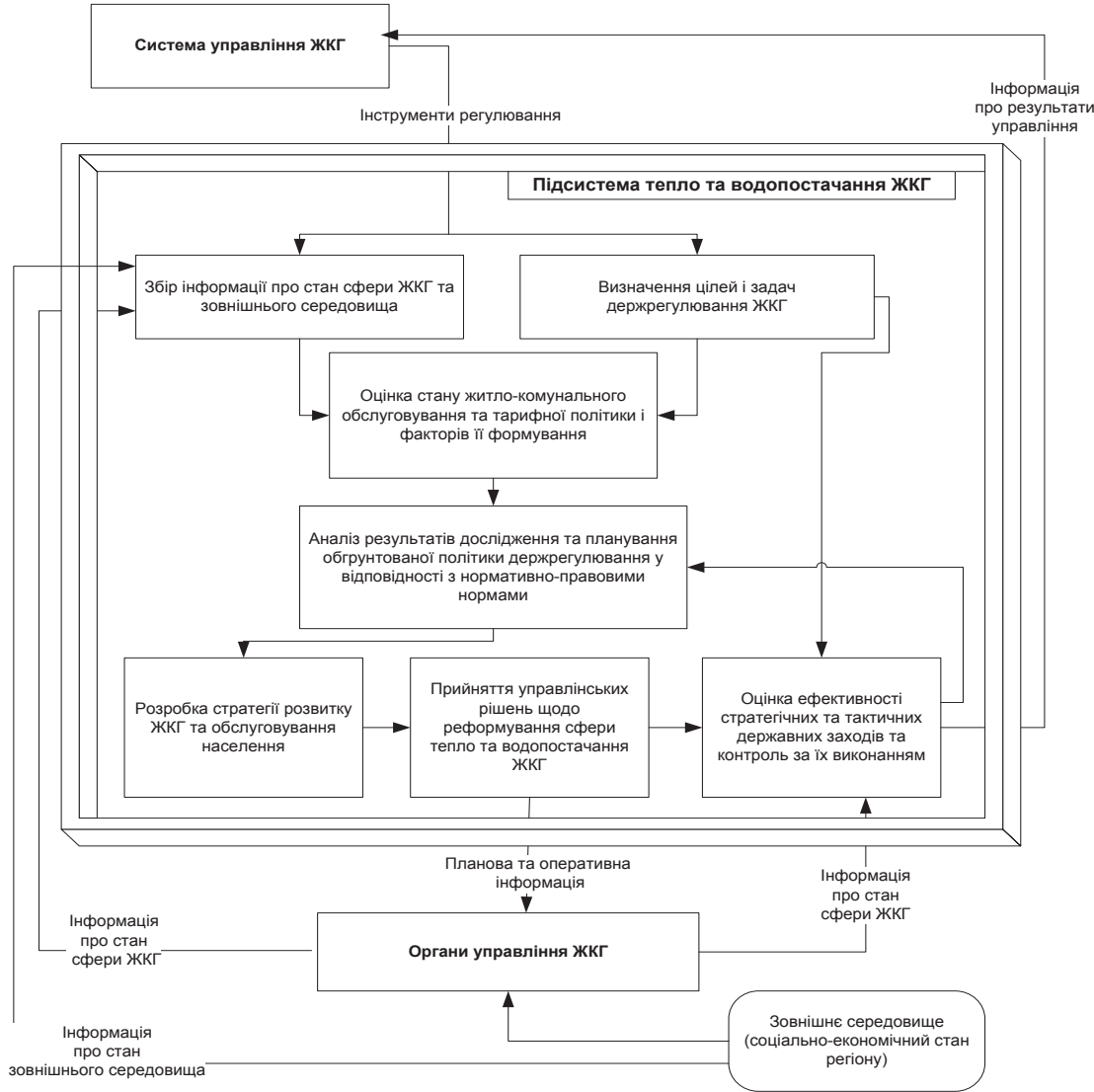


Рис. 1. Система державного управління та регулювання сфери ЖКГ

Складено автором

соціально-економічного розвитку та наближення до світових стандартів. Основою розробки даного механізму є сукупність визначених принципів, що складають його методологічну основу й обумовлюють його функції і задачі. Таким чином, у роботі механізм державного управління та регулювання сфери ЖКГ пропонується формувати, базуючись на наступних принципах [7, с. 95], адаптованих до даної сфери:

1. Принцип нових задач. Механізм державного управління та регулювання сфери ЖКГ має забезпечувати можливість пристосування до появи нових задач, джерелами виникнення яких є зміни в зовнішньому та внутрішньому середовищі, формування нових парадигм його розвитку, заснованих на світових процесах інтеграції і глобалізації. Дана можливість підтримується впровадженням в практику господарювання нових методів, способів і математичного інструментарію діагностики, зокрема, методів багатовимірної статистичного аналізу.

2. Принцип ефективності. Механізм державного управління та регулювання сфери ЖКГ повинен підвищувати якість і оперативність управлінських рішень, пов'язаних із виведенням з кризи підприємств та всієї сфери ЖКГ на підставі урахування його реальних і потенційних ресурсних можливостей. Реалізація цього принципу забезпечується співставленням ефекту від проведених регулюючих заходів і зв'язаних з їхньою реалізацією фінансових ресурсів.

3. Принцип комплексності прийнятих регулюючих рішень. За умов того, що практично кожна криза соціально-економічних процесів носить системний характер, тобто впливає на всі сфери життєдіяльності регіону, механізм державного управління та регулювання сфери ЖКГ повинний продукувати таку систему управлінських заходів, що сприятиме поліпшенню загальної ситуації на ринку ЖК послуг та якості життя населення. По суті, управлінські впливи щодо регулювання сфери ЖКГ повинні мати ефект синергетичного впливу на всі сфери життєдіяльності регіону та держави в цілому.

4. Принцип використання єдиної інтегрованої бази даних. Даний принцип забезпечує необхідність формування єдиної бази даних, яка містить показники, що відбивають його діяльність у ретроспективі, а також передбачає можливість її поповнення і коректування. Ця база є інформаційним підґрунтям управлінських рішень щодо відповідних пріоритетних напрямів регулювання ЖКГ, вибір яких забезпечується механізмом державного управління та регулювання сфери ЖКГ.

5. Принцип обов'язкового зворотного зв'язку дозволяє за допомогою контуру регулювання механізму державного управління та регулювання сфери ЖКГ формувати адекватні та несуперечливі управлінські впливи, що дозволяють оперативно реагувати на зміни зовнішнього та внутрішнього середовища.

6. Принцип необхідного різноманіття полягає у виборі необхідного та достатнього переліку соціально-економічних індикаторів, на підставі яких здійснюється діагностика рівня соціально-економічного розвитку та розвитку сфери ЖКГ та ідентифікація відповідних класів. Треба відмітити той факт, що подібний перелік повинний відповідати існуючій в практиці системі державної та регіональної звітності суб'єктів господарювання.

7. Принцип адаптації свідчить про те, що механізм державного управління та регулювання сфери ЖКГ повинний виробляти такі управлінські рішення, які б були орієнтовані або на пристосування до стохастич-

них змін зовнішнього середовища (рівня соціально-економічного розвитку), або на обмежене управління цими змінами. Але за обох умов такі рішення мають бути спрямовані на гармонічну дифузії сфери ЖКГ у ринкове оточення.

8. Принцип багатоваріантності розробки можливих регулюючих заходів з урахуванням факторів невизначеності і ризику реалізації окремих заходів. Необхідність розробки альтернативних напрямків дій обумовлена, по-перше, їхньою можливою неефективністю, по-друге, імовірністю змін зовнішнього середовища, внутрішнього потенціалу, цільових пріоритетів на регіональному рівні, унаслідок чого розроблений варіант регулюючого рішення буде визнаний як недоцільний чи неможливий для реалізації. Цей принцип передбачає, що механізм державного управління та регулювання сфери ЖКГ повинний включати правила та алгоритми вибору найбільш доцільного регулюючого рішення з урахуванням аналізу максимально можливого числа його альтернативних варіантів на підставі співставлення їх результативності й витрат.

9. Принцип своєчасності прийняття управлінських рішень. Реалізація цього принципу вимагає безупинного моніторингу стану регіональної диференціації, раннього виявлення ознак кризового стану, швидкого реагування на них проведенням відповідних регулюючих заходів. Кожний з негативних проявів кризи в сфері ЖКГ не тільки має тенденцію до збільшення з новим циклом соціально-економічного стану регіону, але і породжує супутні негативні соціально-економічні наслідки. Тому чим раніше будуть проведені необхідні регулюючі заходи, тим більшими можливостями до відновлення порушеної рівноваги буде володіти держава.

10. Принцип адекватності реагування. Використовувана система прийняття регулюючих рішень пов'язана з витратами фінансових ресурсів або втратами, зв'язаними з нереалізованими можливостями (викликаними скороченням обсягів інноваційної діяльності, призупиненням реалізації інвестиційних проектів). При цьому рівень цих витрат і втрат знаходиться в прямій залежності від цілеспрямованості фінансових механізмів проведення регулюючих впливів і масштабів їх використання. Тому застосування певних видів регулюючих впливів повинне виходити з реального рівня відповідності рівня соціально-економічного розвитку та сфери ЖКГ і бути адекватним цьому рівню. У протилежному випадку або не буде досягнутий очікуваний ефект від відповідних пріоритетних напрямів регулювання ЖКГ (якщо дія механізмів або масштаби її застосування недостатні), або регіон, як підсистема управління, в процесі впровадження регулюючих дій буде нести невиправдано високі витрати і втрати (якщо дія регулюючих заходів або масштаби їхнього застосування надлишкові для даного рівня розвитку регіону та сфери ЖКГ).

11. Принцип регулярності діагностики характеризує необхідність оперативного і своєчасного аналізу регіонального розвитку за всіма складовими, заснованого на моніторингу його внутрішнього і зовнішнього середовища, необхідного для формування управлінських рішень, які дозволяють здійснювати цілеспрямований характер функціонування сфери ЖКГ.

Запропонований механізм державного управління та регулювання сфери ЖКГ включає три комплексні етапи: формування інформаційного простору дослідження; комплексна діагностика рівня регіонального розвитку; формування і вибір відповідних пріоритетних напрямів регулювання ЖКГ.

Таблиця 1

## Організаційно-економічні заходи підтримки впровадження реформ ЖКГ на різних рівнях

Державний	Територіальний	Підприємства ЖКГ
<p>Розширення фінансування на довгостроковій основі фундаментальних розробок та досліджень у галузі створення нових технологій ЖКГ;</p> <p>Застосування всього набору регулюючих інструментів (податкові пільги, пільгове кредитування, законодавчі акти, спрощення розробки стандартів, регулювання нормативів і т. ін.) для залучення приватних інвестицій у НДДКР, впровадження інновацій та ін.</p> <p>Розвиток партнерства держави, промисловості та академічних кіл;</p> <p>Підвищення рівня науково-технічних знань населення;</p> <p>Залучення нетрадиційних джерел фінансування, широке використання непрямих методів стимулювання, прийняття спеціальних програм стимулювання інноваційної діяльності</p>	<p>Здійснення спеціальних цільових програм;</p> <p>Прямі державні субсидії та цільові асигнування регіональних органів влади;</p> <p>Податкові пільги, спрямовані на стимулювання регіональних програм інноваційного розвитку ЖКГ;</p> <p>Створення різних центрів з кооперації підприємств ЖКГ та промисловості;</p> <p>Розширення елементів інфраструктури стимулювання інноваційних процесів ЖКГ;</p> <p>Підтримка діючих кластерів та створення нової мережі компаній;</p> <p>Організація управлінського консультування структур ЖКГ та інше</p>	<p>Можливість реалізації державних замовлень;</p> <p>Залучення венчурного капіталу;</p> <p>Розширення прав та пільгового механізму освоєння нововведень;</p> <p>Створення стратегічних альянсів</p>

Складено та агреговано автором

Мета першого етапу полягає у виборі й обґрунтуванні інформаційного простору дослідження, тобто у визначенні того, які показники-індикатори є доцільними для оцінки комплексного рівня регіонального соціально-економічного розвитку та сфери ЖКГ.

Цільовою спрямованістю другого етапу є розробка методичного забезпечення з комплексної діагностики регіонального розвитку.

Метою третього етапу є розробка методики вибору й обґрунтування пріоритетних напрямів регулювання сфери ЖКГ відповідно до класу соціально-економічного розвитку та розвитку сфери ЖКГ, яка складається з трьох послідовних кроків:

1. Розробка моделі формування комплексу управлінських рішень методом багатокритеріального вибору альтернатив;

2. Вибір та реалізація відповідних пріоритетних напрямів регулювання ЖКГ;

3. Оцінка ефективності від впровадження реформ ЖКГ. Основний зміст складається в отриманні кількісних оцінок ефективності можливих наслідків, які є результатами реалізації визначених регулюючих дій.

Для впровадження реформ ЖКГ на різних рівнях управління використовують різні заходи, наведені у таблиці 1. [9]

Стратегічною лінією реформування державного регулювання є перехід від переважно базового фінансування установ та організацій до фінансування конкретних інновацій та проектів. Таке фінансування проводиться головним чином на конкурсній основі для забезпечення реалізації пріоритетних напрямів розвитку держави.

Отже, з проведеного аналізу можна зробити висновок, що серед інструментів управління сферою ЖКГ регіону найбільш дієвими є фінансові інструменти, які можуть приймати різні форми, наприклад, податкові пільги, безвідсоткові кредити, дотації, субсидії та інші. Тому серед множини управлінських впливів щодо впровадження реформ ЖКГ регіону пропонується розглядати саме фінансові впливи, що знаходять своє вираження у формуванні ефективної системи стимулювання інноваційної діяльності регіону з коштів регіонального (державного) фонду.

**Висновки.** Таким чином, запропонований механізм державного управління та регулювання сфери ЖКГ, що базується на використанні методів багатовимірної статистичного аналізу, дозволить значно підвищити рівень обґрунтованості управлінських рішень щодо формування адекватних цілей разви-

тку сфери ЖКГ на рівні підприємства, регіону та держави в конкурентному ринковому середовищі, підвищити якість управління комунальною діяльністю регіону на підставі отримання комплексної, об'єктивної інформації про наявний стан розвитку ЖКГ та відповідність йому рівня соціально-економічного розвитку. Таким чином, результати можуть використовуватися на рівні держави для визначення потенціалу регіонів та рівня його використання, розробки відповідних стратегій розвитку сфери ЖКГ, що забезпечить досягнення цілей розвитку держави та покращення якості життя; на рівні регіональних органів влади для визначення пріоритетних напрямків фінансування інноваційних проектів з енергозбереження та економії ресурсів та оцінки необхідних ресурсів для поліпшення діяльності ЖКГ регіону; на рівні окремих підприємств ЖКГ – для глибшої оцінки та ґрунтового вибору інноваційних проектів, які можуть бути реалізовані.

## БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Постанова КМУ «Про затвердження Стратегії заміни системи пільг на адресну грошову допомогу населенню» від 2.03.2002 р. № 253 – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=253-2002-%EF
2. Амосов О.Ю. Місце житлово-комунального господарства на ринку сфери послуг України / О.Ю. Амосов // Бизнес-информ. – 2010. – № 11. – С. 32–38.
3. Бакіров В.С. Регіональний розвиток як фактор суспільної консолідації: програма «Харківщина – 2010» / В.С. Бакіров // На шляху до суспільної злагоди / упоряд. Ю.Ж. Шайгородський. – К.: Укр. центр політ. менеджменту, 2001. – С. 42–45.
4. Белянский А.М. Приоритеты и стратегии в модели реформирования жилищно-коммунального сектора / А.М.Белянский // Коммунальное хозяйство городов. Научно-технический сборник. ХНАГХ. Выпуск 57. – К.: Техніка, 2004. – С. 28–35.
5. Державне регулювання діяльності природних монополій: [монографія] / [Ю.І. Стадницький, А.Г. Загородний, В.В. Кривуцький, Н.О. Шпак]; Нац. ун-т «Львів. Політехніка». Л., 2008. – 224 с.
6. Димченко О.В. Житлово-комунальне господарство в реформічному процесі: аналіз, проектування, управління: [монографія] / О.В. Димченко; Харк. нац. акад. міськ. госп-ва. – Х., 2009. – 356 с.
7. Драган І.О. Модернізація житлово-комунального господарства в Україні: теорія, методологія, практика державного управління: [монографія] / І.О. Драган; Нац. акад. держ. упр. при Президенті України. – Донець: Юго-Восток, 2010. – 400 с.
8. Офіційний сайт Міністерства з питань житлово-комунального господарства України – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://minjkg.gov.ua
9. Реформування житлово-комунального господарства: тео-



рія, практика, перспективи: [монографія] / [О.М. Тищенко, М.О. Кизим, Т.П. Юр'єва, Т.Ю. Юр'єва, І.В. Покуца]; НАН України. Н.-д. центр індустр. промб. розв. – Х.: ІНЖЕК, 2008. – 368 с.

10. Качала Т.М. Житлово-комунальне господарство в системі міського комплексу: [монографія] / Т.М. Качала; Черкас. держ. тех. нол. ун-т. – К.: Наук. думка, 2008. – 416 с.

УДК 338.24

**Шамота Г.М.**  
*кандидат економічних наук,  
доцент кафедри теоретичної і прикладної економіки  
Української академії банківської справи  
Національного банку України*

**Малиш Д.О.**  
*бухгалтер  
ТОВ «Карней-Опт»*

## ПОНЯТТЯ ТА ОСОБЛИВОСТІ ТОРГОВЕЛЬНОГО ПОТЕНЦІАЛУ РЕГІОНУ

У статті розглянута еволюція понятійного апарату стосовно потенціалу економічної системи. З цієї метою використано ресурсний підхід, а також підхід з позиції спроможностей останньої. Також запропоноване визначення та з'ясовано особливості торговельного потенціалу регіону. Вказано на взаємозв'язок торговельного потенціалу і інвестиційної привабливості регіону.

**Ключові слова:** регіон, потенціал, торговельний потенціал регіону, ресурсний підхід, спроможності, можливості економічної системи, економічні вигоди.

### **Шамота Г.М., Малиш Д.А. ПОНЯТИЕ И ОСОБЕННОСТИ ТОРГОВОГО ПОТЕНЦИАЛА РЕГИОНА**

В статье рассмотрена эволюция понятийного аппарата относительно потенциала экономической системы. С этой целью использованы ресурсный подход, а также подход с позиции возможностей последней. Также предложено определение и выяснены особенности торгового потенциала региона. Указано на взаимосвязь торгового потенциала и инвестиционной привлекательности региона.

**Ключевые слова:** регион, потенциал, торговый потенциал региона, ресурсный подход, способности, возможности экономической системы, экономические выгоды.

### **Shamota H.M., Malysch D.O. THE CONCEPT AND FEATURES OF THE TRADING REGION'S POTENTIAL**

The article considers the evolution of the conceptual framework of the potential economic system. For this end, the author employed resource approach, and the approach from the position of the latter. The article also suggests definition and clarification of the peculiarities of the trading potential of the region. The author points to the relationship between trading potential and investment attractiveness of the region.

**Keywords:** region, potential, trading potential of the region, resource approach, capacity of the economic system, economic benefits.

**Постановка проблеми.** Однією з найважливіших галузей економіки України на сучасному етапі є торгівля. Роль торгівлі в господарстві визначається не тільки її великим історичним шляхом, але й вирішальним впливом на розвиток ринкових відносин. Торгівля відіграє надзвичайно важливу роль у системі соціальної інфраструктури регіону, оскільки вона спрямована на задоволення потреб населення. Торгівля – галузь господарства, що реалізує товари шляхом купівлі-продажу. У її функціонуванні чітко простежуються територіальні аспекти, насамперед в пропорційному характері розміщення торговельної мережі відповідно до розселення населення. Значні відмінності в рівнях економічного розвитку й умовах життя населення в Україні зумовлюють диференціацію розвитку торгівлі в розрізі адміністративно-територіальних одиниць. Ефективність торговельного обслуговування й підвищення рівня життя населення багато в чому залежить від раціонального розміщення й територіальної організації торгівлі і громадського харчування. З огляду на це, стає зрозумілою актуальність дослідження торговельного потенціалу регіону, що характеризує стан, тенденції розвитку та територіальну організацію торгівлі в регіоні.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Дослідженню питань потенціалу економічних систем приділяють значну увагу вітчизняні та зарубіжні нау-

ковці: О.В. Ареф'єва, Т.В. Харчук, А.С. Гловкова, О.К. Добикіна, В.С. Рижиков, Р.М. Grant, J. Pfeffer та ін. В їхніх працях запропоновані різні підходи до визначення сутності потенціалу економічних систем.

Разом з тим, теоретичні і методичні аспекти формування та забезпечення ефективного господарського використання саме торговельного потенціалу регіону, його вплив на інвестиційну привабливість території в умовах зміни ринкової кон'юнктури та посилення конкурентної боротьби залишаються донині малодослідженими. У наявних наукових працях недостатньо висвітлені питання оцінки окремих елементів торговельного потенціалу регіону, відсутні методики щодо комплексного підходу до оцінювання накопиченого потенціалу регіону в торговельній сфері, не знайшли переконливої аргументації підходи до подальшого його розвитку та забезпечення ефективного використання з урахуванням зміни кон'юнктури ринку та ділової активності торговельних підприємств регіону.

**Мета статті.** Дослідження поняття «торговельний потенціал регіону», виявлення його функціональних характеристик та специфічних особливостей.

**Виклад основного матеріалу.** Стосовно визначення сутності та структури економічної категорії «потенціал» як такої, що знайшло своє відображення у сучасній літературі, існують різні погляди.

Так, перша група поєднує авторів, які використовують ресурсний підхід щодо трактування категорії «потенціал». Серед них Л.І. Абалкін, який вважає, що ця категорія являє собою узагальнену, сформовану характеристику ресурсів, прив'язану до місця і часу [1]. Схожий погляд на цю проблему має А.Є. Воронкова, яка визначає потенціал як об'єднання різних ресурсів, що є у розпорядженні суб'єкта [4]. Зауважимо, що ці автори не розглядають ні спроможності, ні можливості економічної системи щодо формування та використання ресурсів.

Ресурсна концепція отримала подальший розвиток у процесі еволюції теоретичних основ стратегічного управління. Запропонована вченими Гарвардської школи бізнесу, зокрема, К. Ендрюсом, методологія SWOT-аналізу, ґрунтується на тому, що одним з його центральних напрямів є саме дослідження потенціалу суб'єкта, яким може бути і регіон. У цьому випадку потенціал регіону отожднюється з його сильними сторонами, які можуть обумовлюватися як ресурсним забезпеченням регіону, так і його організаційними здібностями. Про подібний зв'язок свідчить і теорія Е. Пенроуза.

У 1978 р. Дж. Пфедфер і Дж. Салансік запропонували «теорію залежності від ресурсів», згідно з якою суб'єкти господарювання, зокрема, регіони, спроможні виживати настільки, наскільки вони залучають і підтримують власні ресурси [18]. Значний вплив на використання ресурсів, відповідно до цієї теорії, мають господарські відносини, якість і стабільність яких обумовлюється організаційними здібностями суб'єктів ринку.

Найбільш чітку позицію щодо співвідношення ресурсів і здібностей має Р. Грант, який відзначає, що у той час, як ресурси є джерелом здібностей регіонів, здібності є основним джерелом їх конкурентних переваг [16]. Він розглядає здібності як потенціал групи ресурсів у здійсненні певного завдання чи діяльності. Аналогічний підхід використовується у працях М. Хітта, Д. Айленда і Р. Хоскіссона, за визначенням яких здібність – властивість набору ресурсів цілісно виконувати завдання чи дію [17]. У такому разі, здібності не можуть бути відокремлені від ресурсів, а формуються у ході їх трансформації, обумовлюють певний рівень їхнього використання, отже, є підґрунтям диференціації щодо функціонування різних регіонів.

Подальшим розвитком ресурсної теорії слід вважати опубліковану у 1990 р. статтю К. Прахалада і Г. Хамела, де для ідентифікації визначальних для результатів господарської діяльності суб'єкта та реалізації його стратегії вводиться поняття «ключових компетенцій» [19, с. 79]. Існують різні точки зору щодо співвідношення введених понять «здібності» та «ключові компетенції», доцільність розгляду яких у процесі формування бачення потенціалу регіону пов'язана з його етимологічним походженням від можливостей, які, у свою чергу, мають ідентифікуватися відносно певних об'єктів. Компетенції являють собою сукупність навичок, досвіду, накопичених знань у певній галузі діяльності, або, за Томпсоном і Стріклендом, високий професіоналізм у тому чи іншому виді діяльності суб'єктів господарювання, що досягається шляхом тривалого навчання та накопичення досвіду [14].

Необхідно зазначити, що економічні ресурси, які використовують суб'єкти господарювання у власній діяльності, формують у сучасних умовах потенціал регіону, зокрема, торговельний, але сама по собі наявність не є гарантією досягнення стратегічних

цілей. Іншою, не менш важливою складовою потенціалу, виступають здібності регіону акумулювати ресурси у ході здійснення комплексу господарських заходів. З урахуванням того, що сукупність таких здібностей в економічній літературі прийнято називати компетенціями, то потенціал регіону, і торговельний в тому числі, ми визначаємо як можливості системи ресурсів і компетенцій створювати результат через реалізацію комплексу результативних господарських заходів [14].

Подальший розвиток теорії потенціалу на базі ресурсного підходу у сучасному науковому просторі обумовив формування концепції «інтелектуального потенціалу», або «динамічних здібностей» в складі торговельної складової, які є здібностями суб'єктів господарювання до інтегрування, створення внутрішніх і зовнішніх компетенцій з метою адаптації до мінливого середовища [20, с. 510].

Саме такі здібності є результатом безперервного навчання, вони ґрунтуються на усвідомленні необхідності постійного оновлення ресурсів і компетенцій, що сприятиме створенню конкурентоспроможного продукту на виході економічної системи.

Залишаючи поза увагою змістовні аспекти самої концепції, слід зазначити, що саме в її межах знайшла відбиття логіка створення конкурентних переваг, яка найбільшою мірою спирається на потенціал як сукупність ресурсів, здібностей та компетенцій. Причинно-наслідковий ланцюг має вигляд: чинники виробництва – компетенції – динамічні здібності – продукти.

Отже, в основу створення цінностей у вигляді кінцевої продукції покладено доступні на ринку ресурси, які шляхом певних господарських операцій трансформуються у готові до споживання продукти. Оскільки динамічні здібності є лише певним проявом організаційних здібностей, виділення їх як атрибутивної ознаки потенціалу регіону є некоректним, їх ідентифікація потребує дослідження його структури.

До другої групи належать автори, що трактують потенціал з позиції спроможностей. Так, Н.С. Довгаль розширює згаданий ресурсний підхід і пропонує розглядати потенціал системи як «її спроможність досягти поставлених цілей за наявних ресурсах і умовах їх використання, тобто це рівень ефективності використання обмежених ресурсів» [8, с. 43], що, на нашу думку, є більш прийнятним, разом з тим, ми вважаємо, що ресурси – це лише частина можливостей, які необхідні для ефективного функціонування економічної системи.

Автори «Великого тлумачного словника української мови» [3] трактують потенціал як сукупність засобів, запасів, сил, практично проводячи паралелі зі спроможністю, але знову поза увагою залишаються можливості економічної системи щодо здійснення господарської діяльності. Враховуючи це, було зроблено спробу включити до складу потенціалу, крім спроможностей, можливості, звідси трактування набуває наступної сутності: сукупність усіх наявних засобів, можливостей, продуктивних сил, що можуть бути використані у певній галузі, ділянці, сфері [5; 9; 12].

О.В. Ареф'єва [2] розширила попереднє трактування, включивши до складу цієї категорії запаси, а О.К. Добикіна додала ще й джерела, отже, визначення набуло наступного вигляду: «засоби, запаси, джерела, що можуть бути використані, а також можливості окремої особи, групи осіб, суспільства у конкретних обставинах» [7, с. 110]. Однак варто наголосити, що викладені визначення навряд чи можна

визнати доволі повними, оскільки вони не враховують усі ресурси системи, і їх, на нашу думку, доцільно застосовувати лише для характеристики національної економіки країни.

Більш узагальнену позицію стосовно складу потенціалу мають Т.В. Калінеску, Ю.А. Романовська, трактуючи його як «приховані здатності, сили для певної діяльності, що можуть виявитися за конкретних умов або запас чого-небудь, резерв» [10, с. 212]. Слід зауважити, що для характеристики торговельних процесів регіону такі визначення потребують конкретизації.

Дискусійною залишається і третя точка зору, прихильники якої вважають, що потенціал – це можливість економічної системи. Серед них І.П. Отенко, Л.М. Малярець, які взагалі абстрагувалися від економічної сутності категорії «потенціал» і визначають її як «систему взаємопов'язаних елементів (можливостей), змінюючи та удосконалюючи пропорції яких, можна досягти більшого різноманіття станів і побудови системи (потенціалу) для досягнення певної мети» [13, с. 66], що, на наш погляд, є недоцільно, оскільки для досягнення мети має бути у наявності, крім можливостей (певних умов для здійснення), спроможність (здатність до здійснення) тобто, можливість без спроможностей не можуть взагалі характеризувати потенціал.

У дослідженнях І. Отенко простежується теза системно-інтеграційної теорії Г. Клейнера як синтезу динамічного напрямку ресурсної теорії та нової інституціональної теорії. Якщо Г. Клейнер розглядає потенціал як сукупність тих властивостей і якостей суб'єкта, які, з одного боку, визначають перспективні можливості та межі його функціонування за тих чи інших зовнішніх умов, а з іншого – є відносно стабільними, тобто не можуть бути змінені у короткий період, то І. Отенко подає поняття «потенціал суб'єкта» на основі визначення його триєдиної природи, що полягає у цілісності його суб'єктної, об'єктної та процесної складових та інтеграції методологічних підходів (ресурсного, функціонального та інституціонального) до вивчення потенціалу.

Розуміння потенціалу регіону як взаємозалежної сукупності можливостей ресурсів і процесів їх трансформації, організаційної структури, системи управління ним і здатностей персоналу до пізнання та управління відповідає сформульованому Г. Клейнером уявленню щодо цілісності, ідентичності та мінливості потенціалу як об'єкту управління, проте обмежує сферу прояву потенціалу лише пізнанням та управлінням.

О.С. Федонін, І.М. Рєпіна, О.І. Олексюк, які характеризують потенціал як «максимально можливу сукупність активних і пасивних, явних і прихованих альтернатив (можливостей якісного розвитку соціально-економічної системи у певному середовищі господарювання (ситуаційно-ринкова складова з урахуванням ресурсних, структурно-функціональних, часових, соціокультурних та інших обмежень)» [15, с. 79], додають тезу про спроможності як базу потенціалу.

А.С. Головка визначає потенціал суб'єкта як «максимальні можливості не лише ресурсів, які взаємодіють, а й усіх його складових, що беруть участь у діяльності, їх органічної структурно-функціональної взаємодії та формують оптимальний потенціал розвитку у стратегічній перспективі» [6, с. 37].

Зміни у розумінні сутності потенціалу обумовлені суспільним розвитком і переходом від індустріального суспільства до інформаційного. Зростає

значення інтелектуальної складової та компетенцій регіону потребують подальшого розвитку теорії його потенціалу на основі наукового синтезу, діалектичного методу пізнання, системного аналізу з метою збагачення новітніми результатами економічної теорії та практики господарювання. Така наукова позиція вимагає не лише ретроспективного дослідження еволюції поняття потенціалу регіону, але й його розвитку за умов конкурентного середовища.

Визнаним пріоритетом розвитку будь-якого суб'єкта, і регіону в тому числі, є створення ним цінності, яка у найзагальнішому розумінні є інтегральною характеристикою того, що очікують отримати індивідуальні споживачі чи їх групи від регіону. У такому розумінні створення цінності як цільової функції регіону, по-перше, не виключає орієнтації на низку інших функцій; по-друге, враховує інтереси усіх учасників господарських відносин, кожен з яких переслідує мету отримання власних економічних вигод.

Цінність для інвесторів, здебільшого, визначатиметься зростанням вартості інвестованого капіталу; цінність для менеджерів – розширенням обсягу продажів, зростанням прибутку; цінність для споживачів – комплексом вигод, які вони отримують у результаті придбання продукції цього регіону (задоволеність асортиментною пропозицією, якістю, ціною, наявністю сервісної підтримки тощо); цінність для постачальників – комплексом вигод, які вони отримують від співпраці з регіоном (надійність розрахунків, безперервність замовлень, вигідні цінові умови та умови транспортування тощо).

Таким чином, поняття цінності, що було центральним елементом наукових дискусій ще за часів розвитку австрійської школи маржиналізму (К. Менгер, О. Бем-Бевеке), є настільки об'ємним і багатограничним, що саме у ньому можуть концентровано відбиватися можливості будь-якого регіону.

Враховуючи сучасні наукові погляди щодо природи виникнення та існування підприємств, що здійснюють власну діяльність на території регіону, зростає значення організаційного розвитку як пріоритетного чинника у досягненні успіху й забезпеченні життєздатності, під потенціалом регіону ми розуміємо можливість сукупності ресурсів, здібностей і компетенцій зазначених підприємств створювати цінності для зацікавлених учасників господарських відносин.

Саме таке визначення відповідає завданню комплексного дослідження торговельного потенціалу регіону, сформованому науково-теоретичному простору мікро- та макроекономічних теорій і вимогам однозначності та чіткості формулювання базових понять, що, на думку В. Катякало, є стимулюючим чинником успішного розвитку будь-якої теорії [11].

Щодо торгівлі та торговельної діяльності, зазначимо наступне. Господарсько-торговельною є діяльність, що здійснюється суб'єктами господарювання у сфері товарного обігу, спрямована на реалізацію продукції виробничо-технічного призначення і виробів народного споживання, а також допоміжна діяльність, яка забезпечує їх реалізацію шляхом надання відповідних послуг.

Залежно від ринку (внутрішнього чи зовнішнього), в межах якого здійснюється товарний обіг, господарсько-торговельна діяльність виступає як внутрішня торгівля або зовнішня торгівля.

Господарсько-торговельна діяльність може здійснюватися суб'єктами господарювання в таких формах: матеріально-технічне постачання і збут;



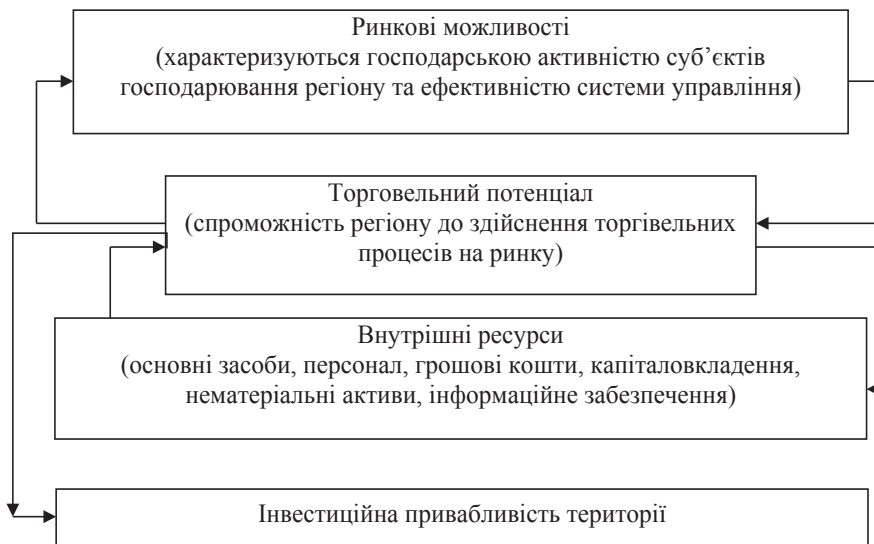


Рис. 1. Формалізована схема торговельного потенціалу регіону

енергопостачання; заготівля; оптова торгівля; роздрібна торгівля і громадське харчування; продаж і передача в оренду засобів виробництва; комерційне посередництво у здійсненні торговельної діяльності та інша допоміжна діяльність по забезпеченню реалізації товарів (послуг) у сфері обігу.

Господарсько-торговельна діяльність опосередковується господарськими договорами поставки, контрактації сільськогосподарської продукції, енергопостачання, купівлі-продажу, оренди, міни (бартеру), лізингу та іншими договорами.

В умовах розвитку ринкових відносин суттєво підвищується роль торгової (комерційної) діяльності як основного фактора ефективного господарювання підприємств різних форм власності.

Торгова діяльність є сукупністю фінансово-економічних, правових та організаційних знань, навичок та дій, які направлені на організацію, проведення та удосконалення процесів обігу (купівлі, продажу) товарів та послуг з метою задоволення попиту споживачів та отримання прибутку.

З огляду на зазначене вище, ми пропонуємо наступне визначення торговельного потенціалу регіону, а саме: торговельний потенціал регіону – це інтегральне поняття, що характеризує спроможність регіону до здійснення торговельних процесів на ринку та відображає наявність відповідних можливостей для забезпечення її ефективності. На наш погляд, виходячи з викладеного, торговельний потенціал регіону характеризує спроможність регіону сформувати певні види економічних ресурсів, володіти ними, за необхідності залучати ззовні та ефективно використовувати у господарській діяльності з метою задоволення потреб споживачів та отримання власних економічних вигід. Одночасно, запропоноване визначення торговельного потенціалу регіону надає можливість врахувати економічні аспекти господарювання в умовах конкурентного середовища, тобто певним чином, характеризує інвестиційну привабливість території.

З огляду на зміст запропонованого визначення, нами представлена схема торговельного потенціалу регіону (рис. 1).

Отже, як свідчать дані рис. 1, для здійснення торговельної діяльності регіону необхідні різні види ресурсів (основні засоби, персонал, грошові кошти,

капіталовкладення, нематеріальні активи, інформаційне забезпечення). Враховуючи ринкові можливості (характеризуються господарською активністю суб'єктів господарювання регіону та ефективністю системи управління), зазначені ресурси трансформуються у торговельний потенціал (спроможність регіону до здійснення торговельних процесів на ринку). Одночасно, зазначена спроможність обумовлює той чи інший рівень інвестиційної привабливості території як сукупності суб'єктивних і об'єктивних умов, які сприяють або перешкоджають процесу інвестування.

**Висновки.** Таким чином, нами здійснено аналіз різних підходів щодо визначення сутності та структури економічної категорії «торговельний потенціал регіону» як такої: ресурсного підходу, а також підходу з позиції спроможностей економічної системи. Нами з'ясовано, що торговельний потенціал регіону може бути визначений як інтегральне поняття, що характеризує спроможність регіону до здійснення торговельних процесів на ринку та відображає наявність відповідних можливостей для забезпечення її ефективності. Перспективами подальших розвідок у даному напрямку є формалізація співвідношень торговельного потенціалу регіону і інвестиційної привабливості останнього.

#### БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

- Абалкин Л.И. Проблемы экономики переходного общества : Сборник научных трудов ученых России и Украины / Л.И. Абалкин, В.Д. Базилевич, В.В. Белоцерковец, В.Г. Бодров, В.М. Геец. – Запорожье: ГУ «ЗИГМУ», 2004. – 386 с.
- Ареф'єва О.В. Економічні засади формування потенціалу підприємства / О.В. Ареф'єва, Т.В. Харчук // Актуальні проблеми економіки. – 2008. – № 7. – С.71–76.
- Великий тлумачний словник сучасної української мови : 250 000 слів / уклад. В.Т. Бусел. – К.: Перун, 2007. – 1736 с.
- Воронкова А.Е. Потенціал підприємства як основа його довгострокового розвитку / А.Е. Воронкова // Актуальні проблеми економіки. – 2009. – № 4. – С. 77–84.
- Гавва В.Н. Потенціал підприємства: формування та оцінка : навч. посібник / В.Н. Гавва, І.А. Божко. – К.: Центр навчальної літератури, 2004. – 224 с.
- Головкова А.С. Методологічні проблеми вимірювання потенціалу підприємства / А.С. Головкова // Економіка та держава. – 2007. – № 4. – С. 37–39.
- Добикіна О.К. Потенціал підприємства: формування та оцінка : навч. посібник / О.К. Добикіна, В.С. Рижиков, С.В. Касьянок та ін. – К.: ЦУЛ, 2007. – 208 с.
- Довгаль Н.С. Ресурсний потенціал підприємства : теоретичні основи / Н.С. Довгаль // Науково-технічна інформація. – 2009. – № 1. – С. 42–45.
- Должанський І.З. Управління потенціалом підприємства : навч. посібник / І.З. Должанський, Т.О. Загорна, О.О. Удалих та ін. – К.: Центр навчальної літератури, 2006. – 362 с.
- Калінеску Т.В. Формування та оцінювання потенціалу підприємства : навч. посібник / Т.В. Калінеску, Ю.А. Романовська, С.Ф. Большенко, Н.В. Швець, О.В. Маслош. – Луганськ: СНУ ім. В. Дала, 2007. – 352 с.
- Катькало В.С. Место и роль ресурсной концепции в развитии теории стратегического управления / В.С. Катькало // Вестник Санкт-



- Петербурзького університету. Сер. 8. – 2003. – № 3(24). – С. 7.
12. Онищенко В.П. Методика визначення ринкового потенціалу підприємства / В.П. Онищенко // Зовнішня торгівля: право та економіка. – 2007. – № 5. – С. 88–93.
  13. Отенко І.П. Аналіз та оцінка стратегічного потенціалу підприємства : наук. вид. / І.П. Отенко, Л.М. Малярець, Г.А. Іващенко. – Харків: ХНЕУ, 2007. – 347 с.
  14. Томпсон А.А. Стратегический менеджмент: концепции и ситуации для анализа; пер. с англ. / А.А. Томпсон, А.Дж. Стрикленд – М.: Издательский дом «Вильямс», 2002. – 928 с.
  15. Федонін О.С. Потенціал підприємства: формування та оцінка : навч. посібник / О.С. Федонін, І.М. Репіна, О.І. Олексюк. – К.: КНЕУ, 2003. – 316 с.
  16. Grant R.M. The resource-based theory of competitive advantage: Implications for strategy formulation / R.M. Grant // California management review. – 1991. – Vol. 33. – P. 114–135.
  17. Hitt M.A. Strategic management: competitiveness and globalization / M.A. Hitt. – New York: West Publishing Company, 1995. – 1085 p.
  18. Pfeffer J. The external control of organizations: A resource dependence perspective / J. Pfeffer. – New York: Harper and Row, 1978. – 300 p.
  19. Prahalad C. The Core Competence of the Corporation / C. Prahalad // Harvard Business Review. – 1990. – Vol. 68. – P. 79–91.
  20. Teece D.J. Dynamic capabilities and strategic management / D.J. Teece // Strategic management journal. – 1997. – Vol. 18. – P. 509 – 534.

## СЕКЦІЯ 5 ЕКОНОМІКА ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ ТА ОХОРОНИ НАВКОЛИШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА

УДК 622.271.3

**Прокопенко В.І.***доктор технічних наук,  
професор кафедри прикладної економіки  
Національного гірничого університету***Вагонова О.Г.***доктор економічних наук,  
завідувач кафедри прикладної економіки  
Національного гірничого університету*

### ВЗАЄМОЗВ'ЯЗОК ЕКОНОМІЧНИХ І ЕКОЛОГІЧНИХ ПРОБЛЕМ ГІРНИЧО-ЗБАГАЧУВАЛЬНИХ КОМБІНАТІВ В ОБЛАСТІ ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ

Розглянуто наукові підходи до нарощування обсягів виробництва металургійної сировини, на підставі економічних важелів управління прибутком комбінатів, та пов'язаних з виробництвом обсягів порушень природного середовища, які утворюють проблеми екологізації процесів видобування і збагачення залізної руди. Наведено економічні чинники, які обумовлюють ефективність технологічних і організаційних заходів з охорони природного середовища.

**Ключові слова:** гірничо-збагачувальний комбінат, залізородна сировина, собівартість видобування, природокористування, економічні важелі, екологізація виробництва.

#### Прокопенко В.І., Вагонова О.Г. ВЗАИМОСВЯЗЬ ЭКОНОМИЧЕСКИХ И ЭКОЛОГИЧЕСКИХ ПРОБЛЕМ ГОРНО-ОБОГАТИТЕЛЬНОГО КОМБИНАТА В ОБЛАСТИ ПРИРОДОПОЛЬЗОВАНИЯ

Рассмотрены научные подходы к наращиванию объемов производства металлургического сырья, на основе экономических рычагов управления прибылью комбинатов, и связанных с производством объемов нарушений природной среды, которые обуславливают проблемы экологизации процессов добычи и обогащения железной руды. Приведены экономические факторы, определяющие эффективность технологических и организационных мероприятий по охране природной среды.

**Ключевые слова:** горно-обогащительный комбинат, железородное сырье, себестоимость добычи, природопользование, экономические рычаги, экологизация производства.

#### Prokopenko V.I., Vahonova O.H. INTERCONNECTION OF ECONOMIC AND ECOLOGICAL PROBLEMS OF MINING AND PROCESSING WORKS IN THE FIELD OF ENVIRONMENTAL MANAGEMENT

Scientific approaches to increase the volumes of metallurgical production are considered based on the economic instruments of managing works' profits and the extent of natural environment disturbance due to production processes stipulating the ecologization problems of iron ore mining and dressing. Economic factors determining the efficiency of technological and organizational arrangements aimed to protect natural environment are given.

**Keywords:** mining and processing works, iron ore raw materials, production cost, environmental management, economic instruments, production ecologization.

**Постановка проблеми.** В Україні найяскравіше виявився індустріальний, тобто, руйнівний тип управління природокористуванням, який зберігся досі. Розвиток гірничопромислового комплексу за відсутності адекватних природоохоронних заходів став суперечити умовам його сталого розвитку. За результатами досліджень Інституту проблем природокористування та екології НАН України [1], у структурі ВВП країни за останні 10 років частка сировинно- і енергоємних (найбільш забруднюючих докільця) галузей промисловості – гірничо-металургійної та паливо-енергетичної, а також хімічної та нафтохімічної зростає з 15-17% до майже 62%. Сьогодні більше однієї третини земельних ресурсів Дніпропетровської області мають бонітет менше 20 балів і знаходяться у загрозовому стані, дві третини території характеризуються коефіцієнтом зміни стану біосистеми більше 0,6, що оцінюється як критичне або небезпечне. Навколо гірничопромислових міст забруднення повітря перевищує допустиму як максимально разову, так і середньодобову концентра-

цію. Рівень розораності земельного фонду становить 58% (у Великобританії, Франції, ФРН – 28–32%, у США – 16%).

З огляду на екологічний і соціальний збиток, що наносять природному середовищу гірничі розробки в Криворізькому, Донецькому, Дніпровському й в інших екологічно навантажених регіонах України, діяльність гірничодобувних підприємств повинна контролюватися за показниками екологічної безпеки гірничих робіт у межах технологічних процесів видобування та збагачення рудної сировини. Дотримання цих показників повинне забезпечувати видобуток потрібних обсягів корисної копалини без деградації навколишнього середовища та, навпаки, зі створенням комфортних умов безпечної життєдіяльності населення в прилеглих житлових районах [2].

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Нині економічний механізм природокористування має здебільшого фіскальну спрямованість і виступає засобом нагромадження фінансових ресурсів у владних структурах (витрати бюджету за розділом «Охо-

рона довкілля» складають 2,5–3% всіх надходжень до зведеного бюджету за використання природних ресурсів). Платники економічних і ресурсних платежів не зацікавлені як у відрахуванні коштів до бюджетів і природоохоронних фондів, так і в здійсненні природоохоронних заходів. Вони розглядають ці платежі як додатковий податок. Кошти державного та місцевого фондів охорони навколишнього середовища використовуються не за цільовим призначенням [3].

Розроблена економістами-екологами Е. Зейделем і Г. Менном концепція теорії економіки виробництва з орієнтацією на екологію має програмне значення. У публікації [4, с. 65] зазначається: «Не можна і далі погоджуватися з тим, щоб наслідки впливу виробництва на довкілля обговорювалися лише на периферії теорії економіки підприємства чи взагалі не обговорювалися». З погляду на зміст системи «природа-економіка» йдеться про проблему менеджменту екологічної безпеки. За твердженням Е. Зейделя і Г. Менна: «Відносно навколишнього середовища необхідно зосередити зору господарювання, яке заподіює шкоду, в перспективі загрожує й існуванню самого підприємства. Уведення відповідальності виробника за збиток, заподіюваний навколишньому середовищу, – тільки справа часу» [4, с. 66]. З цього твердження витікають напрями розвитку теорії економіки підприємства у зв'язку із її зверненням до екологічних проблем.

Існуючий сталий розвиток продуктивних сил у країні неповно відображає природоохоронний напрям виробництва. Виникла потреба у формуванні цілісної системи взаємодії економічної, екологічної та ресурсної складових розвитку природи і суспільства. Економічні рішення треба розглядати з урахуванням критеріїв екологічної ефективності. Надавши пріоритет вимогам довкілля над матеріальними та соціальними потребами життєдіяльності людини, цілком можливо досягнути принципово важливого компромісу [5].

Нині в економічних системах вичерпані можливості нарощування матеріально-енергетичних потоків, людство змушене свої надії пов'язувати з виробництвом і використанням принципово нових технологій, соціального ладу, економічних відносин. В економічній літературі наукові підходи з вдосконалення економічних відносин між підприємствами шляхом створення сприятливих умов їх взаємодії розглядаються у дуже обмеженому обсязі [6]. Вказані передумови базуються на суттєвому перетворенні механізму управління інноваційними процесами в напрямку їх екологізації. З одного боку, швидка зміна продукції, що випускається, дозволяє здійснювати її поетапну екологізацію, з іншого, – ці ж процеси змушують конструювати системи утилізації товарів після їх використання.

**Мета статті.** Ураховуючи нинішній стан економіки країни, важко говорити про можливість її значних інвестицій до екологічних проектів. Водночас доречно говорити, що країна вичерпала ресурс екстенсивних методів експлуатації природних систем і підійшла до розуміння необхідності переходу до нових форм взаємин з природою. Тому метою дослідження, результати якого викладені в статті, є висвітлення питань щодо особливостей природного середовища, як незамінного джерела ресурсів для матеріального виробництва, та недосконалості сучасних виробничих технологій, що створюють об'єктивні суперечності екологічних та економічних інтересів суспільства, оскільки природні багат-

ства використовуються та контролюються, виходячи передусім з відомчих інтересів товаровиробника. Одночасно з обґрунтуванням цих питань визначені напрями їх вирішення на засадах пріоритету вимог довкілля над матеріальними та соціальними потребами життєдіяльності людини.

**Виклад основного матеріалу.** Значний обсяг порушень навколишнього природного середовища (НПС) в Криворізькому регіоні пов'язаний із розробкою залізородних родовищ, а в цьому обсязі порушень значна частина спричинена підриванням та подрібненням скельних гірських порід, що здійснює промислово-виробниче підприємство «Кривбасвибухпром» (КВП). Матеріальні витрати в собівартості металургійної сировини, яку виробляють гірничо-збагачувальні комбінати (ГЗК), в середньому становлять 60%. Це обумовлене значною мірою з якістю вибухової підготовки рудної сировини. Хоча витрати на бурові й вибухові роботи у собівартості залізної руди створюють невелику частку (на рівні 15%), якість висадження гірської маси у кар'єрах істотно впливає на обсяг витрат для наступних виробничих процесів відвантаження, транспортування та переробки гірських порід.

Гірничо-збагачувальні комбінати планують показники доходу від операційної діяльності та витрат самостійної, залежно від ринкових цін на сировину, матеріали та їх продукцію, у той же час Кривбасвибухпром визначає ці показники окремо для кожного ГЗК: на всі промислові послуги ГЗК Кривого Рогу, що надає Кривбасвибухпром, діють договірні ціни. Тому норма рентабельності виробництва вибухових робіт узгоджується з ГЗК. Визначаючи прибутковість у безпосередній залежності від фактичних витрат на виробництво масових вибухів, комбінати дуже обмежують оновлення основних фондів КВП, знос яких складає більше 60% [7]. Це положення ускладнює стимулюючу функцію підвищення рівня якості, продуктивності й екологічності буро-вибухових робіт, яка фактично залежить від економічної ефективності виробництва продукції на тому чи іншому комбінаті.

Низький рівень прибутку впливає негативно на можливості КВП щодо розвитку технічних засобів і технологій вибухових робіт і, тим самим, виключає заходи з поліпшення економічних результатів операційної діяльності сировини, а, насамкінець, підвищення прибутку взаємодіючих з ним підприємств гірничо-збагачувального комплексу.

Як впливає з практики роботи криворізьких ГЗК, можна прийняти технологію вибухового дроблення скельних порід, яка забезпечить його невисоку собівартість (табл. 1). Дешевшими є технологія з використанням грамоніту та звичайна технологія. Обидві технології дозволяють знизити вартість дроблення порід порівняно з технологією, яка базується на використанні україніту, майже удвічі. Однак у зв'язку з особливими вимогами до міцності гірських порід та структурної будови породного масиву вони мають дуже обмежені можливості впровадження. Інші технології, що наведені у таблиці, призводять практично до однієї і тієї ж вартості дроблення руди й скельних розкривних порід.

У результаті впровадження екологічно чистої вибухової речовини – україніту-ПМ на комбінатах суттєво змінився розподіл вибухових засобів як за видами, так і за обсягом [6]. Наприклад, суттєві зміни асортименту засобів вибухового висадження скельних порід відбулись на Інгулецькому ГЗК (табл. 2). Споживання засобів, що здійснюють значне

забруднення повітря, знизилось на 48–72%, в той же час збільшилось споживання україніту – в 7,76 рази.

Витрати на охорону НПС стандартом бухгалтерського обліку [8] віднесені до загальних виробничих витрат, що віддаляє їхній облік від розрахунку прямих витрат на виготовлення продукції. Прямі витрати включають вартість сировини й основних матеріалів, що складають основу виробленої продукції, допоміжних та інших матеріалів, що можуть бути віднесені до конкретного об'єкта витрат. До прямих витрат також належать заробітна плата й інші виплати працівникам, зайнятим виробництвом продукції, і всі інші виробничі витрати, пов'язані з об'єктом, що розглядається, зокрема відрахування на соціальні заходи, плата за оренду земельних і майнових паїв тощо.

У той же час при видобутку та переробці залізрудної сировини витрати на природоохоронні заходи взаємопов'язані з виробництвом продукції, за величиною вони прямо пропорційні її обсягу і так само можуть бути віднесені без посередньо до конкретного об'єкта витрат.

Крім того, земельні, водні, мінеральні ресурси витрачаються в такий же спосіб як інша сировина, основні та допоміжні матеріали, і тому їхню вартість слід включати в інші прямі витрати, а оплату спожитих природних ресурсів розглядати як один з напрямків природоохоронної діяльності підприємства. Тим більше, що відповідно до вказаного стандарту бухгалтерського обліку перелік і склад статей калькулювання виробничої собівартості продукції встановлюється підприємством. Отже, на думку авторів, витрати на охорону природного середовища варто включати до складу прямих витрат. Це підвищить відповідальність підприємств за виділення коштів на рішення екологічних проблем у регіоні розробки родовища мінеральної сировини.

Основною умовою (генеральною метою) діяльності приватних підприємств, як правило, є економічна цільова настанова, у той час як соціальні, технічні й екологічні цілі розглядаються як додаткові. Це пояснюється прийнятою сьогодні політикою в області охорони довкілля. Політика проводиться за зрівняльним принципом і не передбачає твердих регулюючих положень щодо дотримання екологічних вимог і виплат за природокористування. Тому можна констатувати, що негативні зовнішні ефекти закладені в самій системі господарювання підприємств.

З огляду на сучасні умови господарювання нанесення збитку природному середовищу практично неминуче, оскільки з погляду окремо взятого підприємства, що заподіює цей збиток, така дія є раціональною, виправданою і тому може вважатися припустимою, а в деяких випадках навіть доцільною. Законодавством України передбачено збір за спеціальне використання надр при видобуванні корисних копалин. Цей збір регулюється Інструкцією [9], що визначає єдині для всієї території країни правила сплати платежів за користування надрами. Нормативи сплати встановлюються для кожного виду мінеральної сировини як базові з подальшою їх диференціацією залежно від геологічних особливостей і умов експлуатації родовища.

Величина збору розраховується виходячи з обсягу видобутої корисної копалини. Законом [10] України передбачена обов'язковість сплати зборів за забруднення НПС, причому збір за викиди, забруднення і розміщення відходів у межах лімітів відноситься до витрат на виробництво продукції. У випадку надпланових порушень природи або відсутності затверджених лімітів збір обчислюється в п'ятикратному розмірі, а сума зборів сплачується за рахунок прибутку підприємства. Гірничо-металургійні підприємства, що брали участь в економічному експери-

Таблиця 1

Структура витрат на дроблення залізної руди при різних технологіях вибухових робіт, %

Статті витрат	ПівдГЗК			ІнГЗК		
	технологія з грамонітом	грамоніт 79/21 і ППР	україніт	звичайна технологія	грамоніт 79/21 і ППР	україніт і ППР
Прямі матеріальні витрати	66,6	68,8	66,4	65,6	69,0	67,2
Прямі витрати на оплату праці	0,9	0,6	1,1	1,4	0,7	1,0
Інші прямі витрати	1,6	1,0	1,9	1,8	0,8	1,7
Загальновиробничі витрати	2,0	1,2	2,3	2,0	1,0	1,3
Виробнича собівартість	71,1	71,6	71,7	70,8	71,5	71,2
Адміністративні витрати	1,4	0,9	0,8	1,9	0,9	1,2
<b>Собівартість виконаних робіт</b>	<b>72,5</b>	<b>72,5</b>	<b>72,5</b>	<b>72,7</b>	<b>72,4</b>	<b>72,4</b>
<b>Прибуток</b>	<b>10,9</b>	<b>10,9</b>	<b>10,9</b>	<b>10,8</b>	<b>11,0</b>	<b>10,9</b>
<b>Оптова ціна</b>	<b>83,4</b>	<b>83,4</b>	<b>83,4</b>	<b>83,5</b>	<b>83,4</b>	<b>83,3</b>
ПДВ	16,6	16,7	16,7	16,7	16,6	16,7
<b>Відпускна ціна порівняно з українітом</b>	<b>100,0</b> 58,4	<b>100,0</b> 95,1	<b>100,0</b> 100,0	<b>100,0</b> 49,5	<b>100,0</b> 99,0	<b>100,0</b> 100,0

Таблиця 2

Обсяги вибухових робіт на гірничо-збагачувальних комбінатах Кривбасу (% від загального обсягу)

Тип вибухових речовин	ІнГЗК	ПівдГЗК	НКГЗК	ПівнГЗК	ЦГЗК	КВП
Гранулолол	7,5 – 3,9	10,9 – 10,4	29,9 – 2,4	0,6 – 0,6	4,5 – 18,3	9,1 – 4,3
Грамоніт 79/21	49,8 – 51,4	59,3 – 78,5	0 – 58,5	73,4 – 60,0	39,5 – 79,3	48,8 – 62,5
Акватол Т-20Г	24 – 6,6	0 – 0	33 – 39,1	21 – 37,3	0 – 0	19 – 17,3
Україніт ПМ-1	8,1 – 38,1	0 – 10,5	0 – 0	0 – 0	0 – 0,1	2,6 – 15,0
Інші ВР	0 – 0	0 – 0,6	0 – 0	0,4 – 2,1	8,2 – 2,3	1,2 – 1,0



менті у 1999–2002 рр., мали право на віднесення до витрат виробництва суми збору в розмірі, який не перевищував 0,15% валових витрат. Але цей експеримент на охорону НПС не мав значного впливу. Загальна сума платежу криворізьких ГЗК нині становить 6–8 млн. грн. на рік. В більшості випадків фактичні обсяги викидів і розміщення відходів знаходяться у межах діючих лімітів. Тому сума збору за понадлімітні викиди не перевищує 2–3% від загальної суми платежу. За використання водяних і земельних ресурсів, викиди шкідливих речовин (пилу і газів) та розміщення відходів платежі становлять 0,7–1,0% собівартості концентрату. На цьому ж рівні знаходяться платежі за видобування залістистих кварцитів. Такий розмір платежів слабо стимулює комбінати до охорони навколишнього середовища і дбайливого використання рудних запасів. Комбінати дуже повільно розробляють і впроваджують заходи, які б знижували негативний вплив виробничих процесів на екологічний стан промислового регіону.

Підприємство «Кривбасвибухпром» оплачує викиди забруднюючих речовин, пов'язані в основному з експлуатацією стаціонарних і пересувних установок. На підставі практики, що склалася, забруднення і порушення довкілля внаслідок масових вибухів оплачують гірничо-збагачувальні комбінати. Тому Кривбасвибухпром не має безпосередньої зацікавленості в удосконаленні технології вибухових робіт і застосуванні засобів висадження зарядів ВР, які б знижували рівень забруднення природного середовища навколо кар'єрів викидами шкідливих речовин. З огляду на це положення підприємство при здійсненні бурових робіт і масових вибухів буде зацікавлене перед усім у зниженні рівня виробничих витрат. Оптимальним був би випадок, коли заходи зі зниження обсягу витрат на вибухові речовини і засоби висадження у той же час забезпечували б зниження обсягу шкідливих викидів. Природно, треба прийняти таке рішення про обов'язкову сплату збору за забруднення НПС, згідно з яким викиди забруднюючих речовин має сплачувати підприємство, яке їх робить. У такому разі Кривбасвибухпром буде змушений удосконалювати технологію та засоби висадження гірських порід і шукати шляхи зниження негативного впливу ВР на довкілля, оскільки значні платежі за забруднення навколишнього середовища викликать таке підвищення відпускної ціни висадженої скельної маси, за якою комбінат її не буде купувати.

З екологічного погляду варто також зазначити таке. Найчастіше основні процеси на підприємстві досліджуються на підставі «чорного ящика», коли виробники не намагаються зрозуміти процеси, які відбуваються усередині системи, а задовольняються тим, що можуть спостерігати ззовні: вхід і вихід. Такий підхід до природокористування слід розглядати як неприпустимий. Підприємства мають спостерігати за «чорним ящиком» не тільки на вході й виході, але й маніпулювати виробничими процесами усередині «ящика» з тим, щоб на виході з системи реєструвати задовільні результати стосовно охорони НПС.

На практиці господарювання означає вибір альтернативи в умовах різного рівня інформаційної забезпеченості, причому повна інформація є виключенням, тоді як неповна інформація – правилом, і в розпорядженні підприємства звичайно знаходиться обмежений набір даних (ризик чи невизначеність). Сьогодні на підприємство, яке негативно впливає на довкілля, не покладається відповідальність за

наслідки, і через це воно не враховує вказаний фактор при з'ясуванні господарських рішень. Використання неправильної інформації, зневага до причин і неврахування попередніх дій можуть призвести підприємство замість прибутку до значних збитків. Тут автори мають на увазі, що деякі підприємства нехтують проведенням екологічних заходів, коли вони не є зрозумілими або очевидними, і це обертається потім значними витратами їхніх коштів.

Зараз сформувалися передумови для принципово нових технологічних трансформацій, що можуть стати основою створення майбутньої виробничої системи. Збільшення варіантності товарів і послуг обумовлює значне підвищення ролі управління процесами екологізації сфери споживання. Саме через вплив на попит і екологізацію мотиваційного механізму можна корегувати процеси виробництва і споживання продукції, додавати їм спрямованості та ефективності до охорони природного середовища. Відтак істотно розширюється сфера екологічного впливу і різноманіття мотиваційних інструментів.

Слід зазначити також, що в останні роки усе відчутнішим стає еколого-економічний збиток, який завдає гірниче виробництво природному середовищу. Відсутність досі показників екологічної безпеки підричних робіт і бажання дістати максимального прибутку від вибухової технології видобування руди, призвело до повсюдного використання вибухів із зарядом вибухової речовини масою 1200 т й більше. Така технологія подрібнення гірських порід, що ігнорує вимоги охорони навколишнього середовища й насамперед чистоти атмосферного повітря в зоні діяльності гірничо-збагачувальних комбінатів, призводить до надзвичайно високого рівня забруднення рослинності та живих істот на земній поверхні, наслідки якого найчастіше не передбачувані.

**Висновки.** Для підприємств, виробнича діяльність яких пов'язана із забрудненням навколишнього середовища, досягнення найбільшого прибутку, як найважливішого критерію управлінських рішень, не може бути прийняте в якості єдиної цільової постанови. Такі підприємства, прагнучи тільки до прибутку, зневажають соціальні й екологічні принципи, що не мотивує удосконалення їх економічних відносин як з іншими підприємствами, так і суспільством.

Основну частину собівартості висадженої гірської маси обумовлюють гірничо-збагачувальні комбінати, які вибирають технологію та засоби дроблення скельних порід, а не підприємство ПВП «Кривбасвибухпром», яке виконує цей процес. Такий підхід слабо стимулює підвищення рівня якості, продуктивності й екологічності буро-вибухових робіт.

При видобутку і переробці залізорудної сировини витрати на природоохоронні заходи пов'язані з виробництвом продукції, за величиною вони прямо пропорційні її обсягу і можуть бути віднесені безпосередньо до конкретного об'єкта витрат. Тому ці витрати варто включати до складу прямих витрат, що підвищить відповідальність комбінатів за виділення коштів на вирішення екологічних проблем у регіоні розробки родовища.

Прийнята сьогодні політика в області охорони довкілля проводиться за зрівняльним принципом і не передбачає твердих регулюючих положень щодо дотримання екологічних вимог і платежів за природокористування. Значить, негативні зовнішні ефекти закладені в самій системі господарювання гірничих підприємств. Платежі за використання природних ресурсів, порушення природного середовища, збори на охорону довкілля є дуже низькими щоб спону-

кати комбінати до дбайливого використання рудних запасів та знижували негативний вплив виробничих процесів на екологічний стан промислового регіону.

На підставі природоохоронного напрямку виробництва сьогодні існує потреба у створенні в Україні цілісної системи взаємодії економічної, екологічної та ресурсної складових розвитку природи та суспільства.

#### БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Шапар А.Г. Основні підходи до розробки та впровадження регіональної стратегії сталого розвитку / А.Г. Шапар // Екологія і природокористування: зб. наук. праць ІПРЕ НАН України. – 2003. – Вип. 5. – С. 6–14.
2. Ищенко Н.И. 35 лет Кривбассвзрывпрому: опыт работы и перспективы / Н.И. Ищенко // Горный журнал. – 2004. – № 8. – С. 17–20.
3. Тимошенко Л.В. Економічна ефективність екологізації виробничих процесів на відкритих і підземних розробках залізрудних родовищ : дис. ... канд. екон. наук : 08. 00. 06. / Л.В. Тимошенко ; Державний ВНЗ «Національний гірничий університет». – Дніпропетровськ, 1999. – 168 с.
4. Беа Ф.К. Экономика предприятия : учебник для вузов. / под ред. Ф.К. Беа, Э. Дихтла, М. Швайтцера. – М. : ИНФРА-М, 2001. – № XVI. – 928 с.
5. Мельник Л.Г. Екологічна економіка : підручник / Л.Г. Мельник. – 2-е вид., випр. і доп. – Суми : ВТД «Університетська книга», 2003. – 384 с.
6. Ищенко М.И. Економічна взаємодія підприємств гірничо-збагачувального комплексу : монографія / М.И. Ищенко ; за наук. ред. проф. В.І. Прокопенка. – Д. : «Видавничий дім» Андрій», 2007. – 288 с.
7. Прокопенко В.І. Концептуальний підхід до визначення оптової ціни на висаджену гірську масу у криворізьких кар'єрах / В.І. Прокопенко, М.І. Ищенко // Економіка: проблеми теорії та практики : зб. наук. праць. – Дніпропетровськ : ДНУ, 2004. – Вип. 194: В 5 т. – Том III. – С. 899–908.
8. Національні положення (стандарти) бухгалтерського обліку: нормативна база. Нова редакція. – Х. : Курсор, 2003. – 214 с.
9. Інструкція про порядок числення і стягування плати за користування надрами для видобутку корисних копалин, затвердж. Міністерством екології і природних ресурсів України 30 грудня 1997 р. № 207/472/51/157.
10. Про охорону навколишнього середовища : Закон України № 1264-ХП від 25.06.91 р. у ред. Закону України «Про систему оподаткування» № 77/97 від 18.02.97 р. і Закону України 3186/98-ВР від 05.03.98 р.

## СЕКЦІЯ 6 ДЕМОГРАФІЯ, ЕКОНОМІКА ПРАЦІ, СОЦІАЛЬНА ЕКОНОМІКА І ПОЛІТИКА

УДК 331.103

**Урсакий Ю.А.**

*кандидат економічних наук,  
старший викладач кафедри соціально-гуманітарних наук,  
економічної теорії та права  
Чернівецького торговельно-економічного інституту  
Київського національного торговельно-економічного університету*

### **КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПЕРСОНАЛУ ЯК КЛЮЧОВИЙ ЧИННИК ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА**

У статті досліджено взаємозв'язок конкурентоспроможності персоналу та підприємства. Розглянуто складові оцінки ефективної роботи працівників підприємства, що допоможе якісно організувати роботу персоналу. Виділено основні фактори підвищення конкурентоспроможності персоналу. Запропоновано для управління конкурентоспроможністю персоналу основну увагу приділяти компетенціям та мотивації як ключових чинників ефективної діяльності працівників усіх рівнів.

**Ключові слова:** конкурентоспроможність підприємства, конкурентоспроможність персоналу, компетенції, мотивація, людський розвиток.

#### **Урсакий Ю.А. КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ПЕРСОНАЛА КАК КЛЮЧЕВОЙ ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ**

В статье исследована взаимосвязь конкурентоспособности персонала и предприятия. Рассмотрены составляющие оценки эффективной работы сотрудников предприятия, поможет качественно организовать работу. Выделены основные факторы повышения конкурентоспособности персонала. Предложено для управления конкурентоспособностью персонала основное внимание уделять компетенциям и мотивации как ключевых факторов эффективной деятельности работников всех уровней.

**Ключевые слова:** конкурентоспособность предприятия, конкурентоспособность персонала, компетенции, мотивация, развитие общества.

#### **Ursakii Y.A. PERSONNEL COMPETITIVENESS AS A KEY FACTOR ENHANCING COMPETITIVENESS OF ENTERPRISE**

This article explores the relationship of competitiveness of personnel and enterprise. The components of an effective evaluation of employees' performance that help efficiently organize staff are examined. The main factors increasing the competitiveness of staff are singled out. It is suggested to focus attention on the competences and motivation as key factors of effective performance of staff of all levels for personnel competitiveness management.

**Keywords:** enterprise competitiveness, personnel competitiveness, competence, motivation, social development.

**Постановка проблеми.** Конкурентне середовище вітчизняних підприємств в сучасних умовах набуває нового значення та мети. На перший погляд, правильно вибрана стратегія діяльності підприємства – це гарантований успіх фірми та доступ до нових відкритих європейських ринків. Але статистика свідчить про зворотній процес. Доступ до західних ринків збільшив експорт продукції тільки на 14%, а його основними статтями є металургійна промисловість та сільське господарство. Тобто це ті види сировинної продукції, які на європейському ринку зарекомендували себе давно, а хороша врожайність зернових збільшила частку експортованих товарів сільськогосподарської продукції. Як бачимо, мова не йде про вихід нових підприємств на світові ринки. Тому впливає логічні питання: чому? якими саме перевагами повинно володіти підприємство, щоб зайняти лідируючі позиції на вітчизняному ринку та завойовувати нові? яку роль у підвищенні конкурентоспроможності підприємства займає персонал? Відповідь на дані питання є простою і складною одночасно.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Вагомий внесок у дослідження конкурентоспроможності підприємств та персоналу зробив Р.А. Фатхудінов. Окремі праці вченого присвячені конкурентоспро-

можності підприємств саме в період кризи. М. Семикіна, О. Смірнов розглядають теорію та практику управління персоналу на різних рівнях. Методиці визначення оцінки ефективності персоналу приділяють увагу О. Грішнова, О. Шпирко. Г.В. Іванченко аналізує роль мотивації у підвищенні конкурентоспроможності персоналу.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Варто зауважити, що конкурентоспроможність підприємства залежить від багатьох факторів та критеріїв. Завданням науковців є обґрунтуване доведення кожного з факторів. Формула успіху для кожного підприємства, на перший погляд, є простою – оптимальне застосування та поєднання всіх внутрішніх і зовнішніх конкурентних переваг. Автор бере до уваги один з факторів впливу на успішну діяльність підприємства, виділяє його основні складові та доводить практичну значимість.

Тому метою дослідження є виділення одного з ключових факторів конкурентоспроможності підприємства – конкурентоспроможність персоналу як однієї з рушійних сил ефективної діяльності підприємства.

#### **Меті статті:**

– дослідити вплив діяльності персоналу на ефективність діяльності підприємства;

– проаналізувати внутрішні та зовнішні фактори конкурентоспроможності персоналу;

– довести, що мотивація є основним стимулом підвищення конкурентоспроможності персоналу, а, відповідно, й підприємства.

**Виклад основного матеріалу.** Для забезпечення високого рівня товарів і послуг, технологічної складової потрібні кваліфіковані менеджери та персонал фірми на всіх ланках управління. Саме тому конкурентоспроможність персоналу в умовах зростаючої конкуренції має вирішальне значення для ефективної діяльності підприємства. Ключові компетенції працівників є тією внутрішньою конкурентною перевагою кожного підприємства, яка допоможе вивести його на якісно новий рівень.

Конкурентоспроможність працівника – це його реальна і потенційна здатність, ділова та професійна компетентність, ініціативність, винахідливість у роботі, почуття відповідальності, які вигідно відрізняють його від інших працівників аналогічної спеціальності і дозволяють витримувати конкуренцію на ринку праці.

Розроблені науковцями автоматизовані системи оцінки персоналу в організації дозволяють проводити повну атестацію та оцінку ефективності роботи персоналу за всіма параметрами. Повноцінна оцінка ефективності роботи персоналу, включає: створення бібліотеки компетенцій для кожної посади; формування профілів співробітників, на підставі яких буде проводитися оцінка ефективності персоналу; створення тестів для оцінки компетенцій персоналу, безпосередньо проводити ці тести і зберігати їх результати для порівняння з аналогічними показниками; оцінка задоволеності керівництва, колег і клієнтів; одночасно проводити різні оціночні процедури; поєднувати при оцінці ефективності персоналу результати різних оціночних методик; створювати і зберігати резервні бази резюме, підсумки проведених співбесід тощо.

Перевірити ефективність діяльності персоналу можна за різними методиками Р. Фатхудинова, М. Семикіної, О. Грішнєвої, О. Шпірко, О. Смірновим [1, с. 257; 2, с. 631; 3, с. 184; 4, с. 7]. Аналіз результатів оцінки персоналу дасть змогу керівництву виправити недоліки та підтримати досягнення задля подальшого підвищення конкурентоспроможності персоналу.

Оскільки промислові підприємства в Україні мають різний рівень технологічного й технічного розвитку, неоднаковий фінансовий стан, рівень менеджменту, корпоративної культури, є неоднаковими і вимоги роботодавців до набору конкурентних якостей працівників та прийнятної вартісної оцінки трудових послуг робочої сили. На кожному підприємстві набір індикаторів конкурентоспроможності персоналу може мати свою специфіку. Для прогнозування своїх потреб у персоналі з метою забезпечення цілеспрямованого розвитку працівників підприємство повинно: мати у своєму розпорядженні чіткий опис усіх робочих місць та посад (обов'язки, функції, права і відповідальність персоналу); визначити кваліфікаційні вимоги для персоналу, потрібні професійні знання, уміння та навички, санітарно-гігієнічні характеристики робочих місць і посад, їхні вимоги до індивідуальних психофізіологічних та соціально-психологічних особливостей персоналу; зіставити потім зазначені вимоги до персоналу з фактичним рівнем професійної придатності працівників, ступенем розвитку їх компетенцій.

Але в сучасних умовах при високій пропозиції праці замало мати вищу освіту та бути фахівцем

своєї справи. Ринок праці вимагає нестандартних, амбітних, всебічно розвинених професіоналів, чій можливості є ширшими за посадові інструкції.

До набору критеріїв, що характеризують конкурентні переваги персоналу ряд вчених відносять внутрішні та зовнішні [1, с. 119; 2, с. 364; с. 95]. Внутрішні чинники – це особисті характеристики працівника, застосувавши які, він отримує якісний результат. Р.А. Фатхудинов їх класифікує на спадкові (обдарованість, талант, темперамент, фізичні дані) та набуті (ділові якості, інтелігентність і культура, комунікабельність, організованість тощо).

На думку автора, дослідник не виділяє такий ключовий набутий фактор, як компетенції (професіоналізм, якість роботи, стресостійкість, орієнтація на результат, командний гравець). Адже наявність високоякісних людських ресурсів є ключовою передумовою високого рівня їх компетентності. Проте якість свідчить лише про володіння певним рівнем трудового потенціалу, а компетентність відображає здатність працівників застосувати потенціал у практичній діяльності з метою досягнення як особистих, так і корпоративних цілей. У зв'язку з цим компетентність персоналу детермінується не тільки складовими трудового потенціалу, але й здатністю реалізувати наявний потенціал відповідно до виробничих та управлінських потреб.

Але не завжди володіючи потужним набором індикаторів власної конкурентоспроможності на робочому місці, отримуємо позитивний результат. Велике значення в даному процесі займають зовнішні чинники – умови для реалізації особистих характеристик працівника. В першу чергу це стосується умов роботи та засобів мотивації. Зрозуміло без будь-яких доведень, що низька заробітна плата, погано облаштоване робоче місце, відсутність соціального пакету зменшує продуктивність праці персоналу. У таких умовах, навіть володіючи суттєвим набором внутрішніх факторів, робітник не зможе тривалий час віддаватися на сто відсотків роботі. Для ефективної роботи персоналу завжди потрібна мотивація. Керуючись особистими потребами кожного індивідуума, можна ствердно сказати, що передумовою є створення умов для задоволення першочергових потреб. Ці потреби виражаються у матеріальній (фінансовій) мотивації: рівень зарплати, премії, бонуси, соціальні гарантії, участь у розподіленні прибутку підприємства, участь в управлінні підприємством. І тільки задовольнивши першочергові потреби, працівника буде цікавити нематеріальна мотивація: просування по «кар'єрних східцях», його участь та значимість у командній грі, завоювання авторитету, підвищення його професійних здібностей. Незаперечно, що кваліфікований персонал з високою мотивацією до праці є головним, постійним джерелом конкурентних переваг, оскільки працівники стають кращими з часом і досвідом на відміну від існуючої техніки та технології. Особливістю людського ресурсу є те, що з часом вартість інших ресурсів зменшується внаслідок їх фізичного і морального старіння, а вартість людського ресурсу, навпаки, підвищується внаслідок зростання кваліфікації та набуття практичного досвіду. Система нематеріальної мотивації повинна бути різною не тільки для працівників різних рівнів, а й враховувати соціальний статус, вік, стать працівника, а також його психологічні особливості.

Яскравим прикладом розроблення та впровадження системи мотивації є компанія «Київстар». Співробітник приймається на посаду, обов'язки



якої чітко визначені посадовими інструкціями і для якої встановлено певний рівень зарплати (грейд). Кожна посада і кожен грейд мають певну «вилку» розміру заробітної плати, яка може змінюватися в залежності від успіхів співробітника на цій посаді. У процесі роботи співробітник має можливість переходу на іншу посаду, беручи участь у внутрішньому конкурсі, причому конкурс на заміщення вакансії в першу чергу оголошується серед співробітників «Київстар». Система оплати праці в «Київстар» забезпечує кожному співробітнику компанії конкурентоспроможний і справедливий дохід. Усі виплати в компанії відбуваються абсолютно легально, зі сплатою відповідних податків, і, таким чином, співробітник «Київстар» легко може використовувати ще й такі додаткові можливості, як банківське кредитування, пенсійне забезпечення і т. п. Крім заробітної плати, кожен штатний співробітник «Київстар», в залежності від індивідуальних результатів праці та результатів роботи його підрозділу і компанії в цілому, може розраховувати на премії. Зазвичай виплачуються щоквартальні та щорічні премії, що складає істотну добавку до зарплати. Крім зарплати і премій, кожен штатний співробітник отримує соціальний пакет, який включає в себе медичну страховку, доплату до відпустки, пенсійне накопичувальне страхування, страхування від нещасного випадку, мобільні послуги для членів сім'ї.

Співробітник компанії має можливість отримати цільову матеріальну допомогу в особливих випадках, наприклад, ювілей, народження дитини, весілля, а також підтримку в разі серйозної хвороби. Крім того, компанія «Київстар», активно сприяючи підвищенню кваліфікації своїх співробітників, оплачує відповідні семінари, тренінги, а також спеціальні програми розвитку; проводить конкурси бізнес-ідей з заохочувальними преміями та можливістю впровадження цих ідей.

Така ефективна робота з персоналом є виправданою та перспективною. Компанія «Київстар» багато років займає лідируючі позиції по ефективності ведення бізнесу на ринку України, а у своїй сфері (телекомунікації) є беззаперечним лідером. Так, за підсумком 2012 р. експерти оцінили чистий прибуток «Київстару» у 13,159 млрд. грн., ріст за 2012 р. склав 5,78%. Чистий прибуток компанії експерти оцінили у 4,097 млрд. грн. (4,072 млрд. грн. у 2011 р.). Відповідно, за найвищого рівня прибутковості серед компаній галузі телекомунікацій «Київстар» несе найбільше податкове навантаження: за

2012 р. він сплатив державі близько 3,5 млрд. грн. податків. Оператор забезпечує зв'язком найбільшу кількість українців – понад 25 млн. абонентів і є лідером з підключень домогосподарств України до широкопasmового фіксованого Інтернету.

**Висновки.** Таким чином, розвиток персоналу забезпечує підвищення загального інтелектуального рівня особистості, розширює її ерудицію та коло спілкування, оскільки освічена людина вільно орієнтується в сучасному складному світі, у стосунках із людьми. У результаті поліпшується морально-психологічний клімат у структурних підрозділах установи, підвищується мотивація працівників до праці, їх відданість меті і стратегічним завданням підприємства.

Аналіз зовнішніх та внутрішніх факторів, які безпосередньо впливають на ефективність роботи персоналу, довів, що їх максимальне врахування до стратегії конкурентоспроможності забезпечить високі позиції підприємства на ринку.

Конкурентоспроможний персонал дозволяє значно підвищити рівень продуктивності праці, що забезпечує зростання обсягів випуску продукції, зниження витрат тощо. Не варто повторювати помилку 2008 р., коли під час фінансової кризи компанії звільняли персонал із-за фінансової нестабільності. В подальшому було доведено, що найбільше виграли ті підприємства та компанії, які зберегли цінних співробітників та пережили складну ситуацію.

#### БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Фатхутдинов Р.А. Управление конкурентоспособностью организации / Р.А. Фатхутдинов – М.: Высшая школа, 2007. – 624 с.
2. Фатхутдинов Р.А. Конкурентоспособность организации в условиях кризиса: экономика, маркетинг, менеджмент / Р.А. Фатхутдинов – М.: «Маркетинг», 2002. – 892 с.
3. Семикіна М., Смірнов О. Конкурентоспроможність персоналу підприємства: теорія і практика регулювання: [монографія] // М. Семикіна, О. Смірнов; за ред. М.В. Семикіної – Кіровоград: «КОД», 2008. – 208 с.
4. Грішнова О., Шпирко О. Конкурентоспроможність персоналу підприємства: критерії визначення та показники вимірювання / О. Грішнова, О. Смірнов // Україна: Аспекти праці, 2004. – № 3. – С. 3–9.
5. Іванченко Г.В. Особливості використання нематеріальних стимулів на вітчизняних підприємствах / Г.В. Іванченко // Економіст. – 2010. – № 3. – С. 28–33.
6. «Київстар» у рейтингу найкращих компаній України. – 2013. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.kyivstar.ua/cr/press\\_center\\_new/reporters/releases/?id=36444](http://www.kyivstar.ua/cr/press_center_new/reporters/releases/?id=36444).

УДК 614.2

**Філатов В.М.**

*кандидат економічних наук  
доцент кафедри політичної економії  
Харківського національного економічного університету  
імені Семена Кузнеця*

## ЕКОНОМІЧНІ АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНОГО СЕРЕДОВИЩА У СФЕРІ ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я

Стаття присвячена розгляду особливості місця та ролі охорони здоров'я в економічній системі суспільства. Аналізуються існуючі в галузі економічні відносини. Обґрунтовується необхідність введення конкурентних відносин. Пропонуються методи реформування системи охорони здоров'я.

**Ключові слова:** охорона здоров'я, страхова медицина, лікарняна система, ефективність, економічні інтереси, конкуренція.

### **Філатов В.М. ЭКОНОМИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОНКУРЕНТНОЙ СРЕДЫ В СФЕРЕ ЗДРАВООХРАНЕНИЯ**

Статья посвящена рассмотрению особенности места и роли здравоохранения в экономической системе общества. Анализируются существующие в отрасли экономические отношения. Обосновывается необходимость введения конкурентных отношений. Предлагаются методы реформирования системы здравоохранения.

**Ключевые слова:** здравоохранение, страховая медицина, больничная система, эффективность, экономические интересы, конкуренция.

### **Filatov V.M. ECONOMIC ASPECTS OF COMPETITIVE ENVIRONMENT FORMATION IN THE SPHERE OF HEALTHCARE**

The article deals with the peculiarities of the place and the role of the public health in the economic system of society. The economic relations existing in the branch have been analysed. Necessity of introduction of competitive relations is proved. The methods for reforming of the public health system have been proposed.

**Keywords:** public health services, insurance medicine, hospital system, efficiency, economic interests, competition.

**Постановка проблеми.** Сучасний стан економіки України можна охарактеризувати як транзитивну економіку, у якій відбуваються інституціональні зміни у всій системі суспільних відносин (економічних, соціальних, політичних та ін.). Самі по собі інституціональні перетворення носять дискретний характер. Дж. Ходжсон відзначає спонтанний характер формування інститутів [1, с. 209–211]. У теж час Дж. Бьюкенен допускає двояку можливість інституціональних перетворень, виділяючи конституційну й неконституційну революції. Революційна трансформація (конституційна революція) розуміється у вигляді значних змін усього набору інституціональних норм. В якості обов'язкової умови революційних змін учений виділяє наявність концептуальної згоди з перетвореннями всіх членів суспільства. У цей час в Україні інституціональні перетворення сфери охорони здоров'я, як це буде показано надалі, не можуть здійснюватися шляхом конституційної революції. Неконституційна революція припускає такий шлях зміни інституціональних норм, при якому частини суспільства нав'язують бажані для іншої частини суспільства правила поведінки [2, с. 423]. Дж. Найт також виділяє два можливих напрямки інституціональних реформ у суспільстві. Один напрямок базується на конкуренції або конфлікті інтересів окремих соціальних груп, викликаних розходженням в отриманих результатах від інституціональних змін. Другий напрямок базується на наявності колективних вигід від трансформації існуючих інститутів [3]. Сучасний стан інституціональної системи охорони здоров'я такий, що її науково обґрунтована трансформація потенційно може дати вигоди для всіх суб'єктів системи охорони здоров'я. У той же час реальна ситуація характеризується тим, що окремі суб'єкти й окремі соціальні групи, у чинність різних причин, не розуміють своїх вигід і не хочуть змін.

На нашу думку, варто розділяти й розрізняти процес і механізми реалізації безпосередньо інститу-

ціональних перетворень та процес і механізми формування передумов для такого роду перетворень. Процес дозрівання передумов відбувається як еволюційним шляхом, так і шляхом досить швидких перетворень. Еволюційний шлях описується класичною схемою: зміни в динаміці, часткові зміни структури економічної системи, еволюція інтересів впливових груп і, нарешті, зміни інститутів [4, с. 239]. В. Ойкен весь комплекс економічних інститутів розумів як господарський порядок. Формування господарського порядку відбувається під впливом різних факторів, основними з яких є держава, наука й релігія. При цьому вчений відзначав, що й при встановленні господарського порядку, і при його трансформації велике значення має сполучення індивідуального й спільного інтересів [5, с. 417–463]. Опираючись на ці ідеї, ми вважаємо, що тривалість періоду еволюційних перетворень багато в чому визначається тривалістю третього етапу – еволюцією інтересів впливових груп. У випадку змін у соціальній сфері етап еволюції інтересів впливових груп може трансформуватися в етап еволюції менталітету населення, що пов'язано зі значним періодом часу. Вихідною точкою революційних перетворень є еволюція інтересів впливових груп. І оскільки в деяких випадках ця еволюція відбувається практично миттєво, дозрівання передумов до зміни інститутів відбувається досить швидко. Прикладом може служити зміна інституту власності. Така різномірність у строках підготовки до трансформації окремих інститутів приводить до подовження перехідного періоду. Критичний шлях, що визначає тривалість перехідного періоду в Україні, визначається часом трансформації тих інститутів, де дозрівання передумов відбувається шляхом еволюційних змін. У наш час до числа таких інститутів ми відносимо й сферу охорони здоров'я.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Проблема підвищення ефективності функціонування сфери охорони здоров'я знаходить своє відобра-

ження в роботах А.С. Акопяна, Б.І. Бояринцева, Д.Д. Венедиктова, О.І. Вялкова, Г.Н. Голухова та ін. [6, 7]. Діапазон думок учених коливається від вдосконалення діючої системи до кардинальних перетворень економічних відносин у сфері охорони здоров'я. В той же час питання поєднання високого рівня економічної ефективності роботи медичних закладів з високим рівнем соціального захисту населення розроблені недостатньо. В даний час в системі охорони здоров'я України мають місце яскраво виражені елементи кризового стану. Функціонування системи піддається критиці з боку всіх учасників процесу відновлення здоров'я населення. Медичних працівників не влаштовує рівень оплати праці, пацієнтів – об'єм і якість безкоштовно надаваних послуг. Фахівці відзначають низьку ефективність роботи системи в цілому, що знаходить свій вираз в погіршенні показників суспільного здоров'я. Сучасний низький рівень суспільного здоров'я в Україні і незадовільний стан роботи сфери охорони здоров'я вимагають прийняття дійових мір по виправленню існуючої ситуації. Реформування системи охорони здоров'я може відбуватися різними шляхами. Для прийняття науково обґрунтованих рішень щодо необхідності трансформації економічних відносин у сфері охорони здоров'я і методологічних принципів таких перетворень потрібно проаналізувати світові тенденції у розвитку сфери охорони здоров'я. Оскільки у даний час охорона здоров'я в Україні знаходиться в умовах дефіциту фінансів, потрібно провести роботу з пошуку як нових каналів фінансування, так і можливих варіантів розширення існуючих. Завданням нашого дослідження є вивчення існуючих у цей час економічних відносин у сфері охорони здоров'я і вироблення рекомендацій щодо шляхів і методів їхньої трансформації.

**Постановка завдання.** Метою суспільного виробництва в умовах постіндустріального суспільства є розвиток людини. Одним з основних показників, що характеризують розвиток людини, є здоров'я. Саме тому здоров'я (і індивідуальне, і суспільне, як інтегральний показник) повинне виступати як мета суспільного виробництва. В існуючій системі суспільних відносин є певні протиріччя. Однієї зі сфер діяльності, у якій ці протиріччя проявляються найбільше гостро, є сфера охорони здоров'я. У наш час у цій сфері має місце протиріччя між кінцевою метою суспільного виробництва й завданнями, що стоять перед системою охорони здоров'я. Крім того, навіть існуюча мета розвитку галузі не забезпечується необхідними коштами для її досягнення. Вирішення зазначених протиріччя можливо за допомогою формування нових, насамперед економічних відносин як усередині галузі, так і за допомогою створення нових відносин між сферою охорони здоров'я й споживачами її послуг.

**Виклад основного матеріалу.** Трансформаційні процеси в системі відносин власності, перехід економіки України на рейки ринкового господарства є об'єктивними передумовами інституціональних змін у сфері охорони здоров'я. У цей час ці зміни вже мають місце й відбуваються еволюційним шляхом. По-перше, спостерігаються негативні зміни в динаміці показників рівня суспільного здоров'я. По-друге, існуюча система охорони здоров'я виявилася нездатною адекватним образом відреагувати на ці зміни. І хоча вплив сфери охорони здоров'я на рівень показників суспільного здоров'я є не єдиним фактором, у самій системі відбуваються певні зміни. Недостатнє фінансування галузі викликало об'єктивну необхід-

ність появи частково платних послуг (так, наприклад, рентген обстеження проводиться безкоштовно, а півка для знімка оплачується пацієнтом), потім окремих видів платних послуг (деякі види аналізів) і, нарешті, приватних клінік. Однак частка такого роду платних послуг не є достатньо вагомою в загальному обсязі послуг, надаваних сферою охорони здоров'я, що не дозволяє вирішити проблему фінансування галузі. При цьому слід зазначити, що платежі готівкою носять яскраво виражений регресивний характер. Як показали дослідження платежів готівкою в Хорватії, четверта частина населення з найнижчими доходами витрачає на медичні послуги 5% своїх доходів, тоді як для такої ж частки населення з найвищими доходами аналогічний показник становить 0,6%. Якщо враховувати всі платежі готівкою, включаючи й неофіційні платежі, то представники групи з найнижчими доходами платять 17,3% своїх доходів, а представники групи з найвищими доходами – 2,9% [8]. У Росії має місце аналогічна ситуація. Частка видатків на медичну допомогу в загальному обсязі видатків домогосподарств становить для групи населення з найнижчими доходами 11,6%, а для групи з найвищими доходами – всього лише 2,7% [9, с. 39]. Такого роду явища мають місце й в Україні, де також висока частка малозабезпеченої частини населення. Ще більш важливим є той факт, що населення не готове прийняти платну охорону здоров'я в такому виді, та й світовий досвід не показує високий ступінь ефективності такої системи. Явно виражена недостатність фінансування охорони здоров'я привела до виникнення й широкого поширення практики неформальних платежів, що, однак, практично не змінило ні економічні відносини усередині галузі, ні саму структуру сфери охорони здоров'я. Неформальні платежі дозволяють лише підвищити рівень доходів медичного персоналу й утримати його в сфері охорони здоров'я. Саме тому І. Клямкін і Л. Тимофеев вважають неформальні платежі специфічною формою кооперації між бідною медициною й бідним населенням у спробах зберегти хоч якісь можливості лікуватися й лікувати хворих [10]. Виникнення неформальних платежів обумовлено наявністю певних дисбалансів у системі охорони здоров'я. І хоча неформальні платежі не є причинами цих дисбалансів і навіть зм'якшують деякі, проте вони сприяють їхньому відтворенню й поглибленню. Наявність тіньових фінансових потоків перешкоджає ефективному розподілу коштів, які виділяються суспільством на потреби охорони здоров'я. Розподіл ресурсних потоків між окремими видами медичної діяльності й виробниками не є оптимальним. У результаті суспільні ресурси нерідко направляються не туди, де гранична ефективність їхнього використання максимальна. Крім того, із системи оподаткування випадають значні кошти. У цьому зв'язку слід зазначити, що простий шлях формалізації платежів може усунути деякі із зазначених недоліків. Легальні платежі за медичні послуги дозволять не тільки підвищити доходи медичних працівників, але й будуть сприяти розвитку матеріальної бази сфери охорони здоров'я. Однак регресивна природа платежів готівкою ляже важким тягарем на незаможні верстви населення. Система неформальних платежів дозволяє хворому вибрати лікаря, тоді як оплата через касу може позбавити пацієнта такої можливості. Бажання одержати послуги більше високої якості, ціна на які не відбита в офіційних тарифах, однаково приведе до неформальних платежів.



Негативні зміни в динаміці рівня суспільного здоров'я, що виступають у ролі необхідного фактору, не є достатнім чинником для інституціональних змін. В якості достатнього аргументу можуть виступати інтереси впливових груп, здатних змінити систему існуючих економічних відносин. Серед суб'єктів, що діють у сфері охорони здоров'я, можна виділити дві групи медичних працівників, пацієнтів, тобто людей, які користуються послугами, і бізнесменів, готових вкладати гроші в охорону здоров'я, за умови, що рівень рентабельності вкладень буде їх задовольняти.

У першу групу медичних працівників ми виділяємо тих, чий рівень доходів вище одержуваної заробітної плати й практично її розміром не визначається. До другої групи ми відносимо медичних працівників, чий рівень доходів, можливо, вище заробітної плати, але практично визначається її розміром. Як показують опитування і пацієнтів, і самих медичних працівників, лікарі різних спеціальностей у різній мері одержують доходи безпосередньо від пацієнтів. Гінекологам, головним хірургам, ларингологам, невропатологам і ортопедом платять частіше, ніж педіатрам і лікарям загальної практики. У середньому, розміри неформальних платежів у тих лікарів, які їх одержують, становить 100% збільшення до зарплати лікарів у Польщі [11]; 160% збільшення в Угорщині [12]; 500% – в Албанії [13]. За оцінками Фонду ИНДЕМ, розрахованим за результатами дослідження побутової корупції, розмір тінювих виплат у медицині Росії становить близько 600 млн. дол. Частка хабарів, виплачуваних за лікування, займає друге і третє місце в загальній структурі всіх хабарів [14].

Більша частина обох груп медпрацівників не зацікавлена в змінах і введенні страхової медицини. Працівники з першої групи – через страх зниження реального рівня життя (підвищення заробітної плати може бути недостатнім і не компенсувати зниження рівня тінювих доходів). Працівники із другої групи, рівень життя яких в умовах страхової медицини виросте через ріст заробітної плати, – через страх втратити робоче місце, тому що впровадження нових економічних відносин приведе до скорочення потреби в медпрацівниках. Участь бізнесу в реформуванні охорони здоров'я може відбуватися тільки в тому випадку, коли рентабельність капіталовкладень буде не нижче, ніж у базових галузях його застосування. У наш час цього не спостерігається, але в міру росту приватного капіталу й посилення конкуренції як у середині галузі, так й міжгалузевої, бажання бізнесу проникнути в сферу охорони здоров'я буде рости. Серед споживачів медичних послуг певна частина населення, особливо старше покоління, не розуміє значимості і не розбирається в суті реформи охорони здоров'я. Ще більша частина населення не має коштів, необхідних для одержання медичних послуг у сучасних умовах, і побоюється, що впровадження страхової медицини взагалі позбавить їх можливості одержувати необхідну медичну допомогу.

У сучасних умовах охорона здоров'я сполучає в одній особі, будь то поліклініка або лікарня, і виробника послуг, і покупця тих же послуг. Держава з бюджету виділяє кошти на їх розвиток, а керівними органами системи охорони здоров'я вони розподіляються по окремих видах діяльності, регіонам і т. д. Медичні установи, діставши кошти за допомогою багаторазового розподілу, надають послуги населенню в обсязі виділених для роботи фінансів. У результаті ні пацієнт, ні лікар, що його лікує, не можуть впливати на фінансове становище медич-

ної установи. Наслідком цього є практична відсутність зацікавленості лікаря в кінцевому результаті його діяльності – здоров'я пацієнта. Крім того, існуюча система охорони здоров'я позбавлена механізму саморозвитку – конкуренції, тому необхідно відокремити покупку медичних послуг від їх виробництва, тобто фінансування послуг від їх надання. Необхідно підкреслити й специфіку надання послуг сферою охорони здоров'я. Саме завдяки цій специфіці неможливі звичайні відносини «покупець – продавець», що є ключовими в нормальній ринковій економіці. І хоча послуги сфери охорони здоров'я мають загальні риси з послугами сфери матеріального виробництва, їх специфіка вимагає трансформації традиційних відносин «покупець – продавець». Так, цілий ряд послуг є такими, що їх неможливо продемонструвати пацієнтові аж до моменту безпосереднього одержання послуги [6, с. 48]. Пацієнт не може заздалегідь знати все про споживчі властивості надаваних йому послуг у вигляді лікувально-діагностичних, реабілітаційних, профілактичних і інших заходів. Відмітною рисою медичних послуг є неоднорідність їхньої якості. Якість медичних послуг багато в чому залежить від того, хто і у яких умовах їх надає. Однак пацієнт, який не має необхідного рівня специфічних знань, не зможе самостійно зробити оптимальний вибір. Особливо слід зазначити специфіку економічного аспекту медичних послуг. У наш час нерідко зустрічається ситуація, коли лікар, починаючи від дільничного терапевта й закінчуючи вузькопрофільним фахівцем, є представником, як правило, негласно, того або іншого виробника вітчизняних, а частіше закордонних лікарських препаратів. За кожний виписаний рецепт на препарат, що просуваються лікарем на ринок, він одержує винагороду. У результаті в ланцюжку «виробник – лікар», а частіше «виробник – дилер – лікар» всі діючі особи отримують прибуток. Слід особливо зазначити, що таким способом реалізуються, як правило, дорогі лікарські препарати, а останнім часом і велика кількість недешевих харчових добавок. Пацієнтові залишається тільки одне – платити. Проконтролювати призначення одного препарату (дорогого) замість іншого (більш дешевого) він взагалі не може. Це може зробити тільки фахівець. Саме тому в традиційній для ринкової економіки відносини «продавець – покупець» в сфері охорони здоров'я повинна вклинитися третя сторона – страхова компанія, що буде відстоювати економічні інтереси хворого. І зробить вона це не в силу того, що в ній працюють більш порядні люди, а в силу власних економічних інтересів. Тому введення страхової медицини дозволить вирішити головне завдання суспільства – підвищити рівень здоров'я населення за допомогою економічних методів через реалізацію економічних інтересів всіх суб'єктів.

Інституціональні перетворення не безкоштовні. Об'єктивна необхідність підвищення рівня суспільного здоров'я вимагає додаткових витрат. Ці витрати підуть як на створення нової інституціональної структури, так і на безпосередню діяльність сфери охорони здоров'я. Нова інституціональна структура змінить рух витратних потоків і потоків доходів. Витратні потоки формуються за рахунок коштів, призначених для підтримки й зміцнення здоров'я членів суспільства. Ці кошти виділяються не тільки централізовано з держбюджету, як це було раніше, але й окремими юридичними й фізичними особами. При цьому можливі різні комбінації, складовими яких є державне страхування і страхування при-



ватне (останнє має на увазі страхування фізичних осіб і страхування юридичними особами своїх співробітників). Співвідношення між окремими складовими такої системи буде визначатися життєвим рівнем населення, тобто його платоспроможністю. По мірі росту платоспроможності населення частка добровільного приватного страхування буде зростати. Нова система взаємозв'язків у процесі відтворення здоров'я людини змінить і рух потоків доходів: будуть легалізовані тіньові доходи й створені нові спонукальні стимули для медичного персоналу. Його економічне благополуччя буде забезпечено тільки в тому випадку, коли якість медичного обслуговування буде задовольняти хворого. У результаті трансформації економічних відносин у сфері охорони здоров'я суспільство одержить здоров'я для своїх громадян, а охорона здоров'я, в особі своїх установ і конкретних фахівців цих установ, – економічний еквівалент наданих послуг у грошовому виді. При цьому кошти, які виділяє суспільство, зовсім не гарантовані окремій медичній установі й конкретному фахівцеві. З'явиться відсутня в наш час конкуренція. На рівні медичної установи запрацюють економічні стимули. Лікувати якісно, домагатися позитивного результату лікування стане економічно вигідно.

В існуючій системі суспільство змушене контролювати використання коштів, які воно виділяє на потреби охорони здоров'я. Традиційним є підхід, що визначає взаємозв'язок роботи сфери охорони здоров'я через рівень суспільного здоров'я з величиною створеного національного доходу. Основою такого роду розрахунків є сумарна кількість днів непрацездатності, що визначає величину втрат національного доходу. При цьому в якості зворотного зв'язку виступають видавані Міністерством охорони здоров'я вказівки, спрямовані на вдосконалювання медичного обслуговування з метою зменшення негативних показників рівня суспільного здоров'я. Але як показує досвід, і не тільки в сфері охорони здоров'я, жорстке централізоване регулювання не є оптимальним методом підвищення ефективності функціонування окремих господарюючих суб'єктів. У трансформованій системі обсяги такого централізованого прямого регулювання значно скорочуються. Регулюючі функції виконує сам ринок – за допомогою конкуренції й через механізм дії закону вартості. Ефективність своїх дій окремі медичні установи будуть контролювати самостійно, оскільки, виконуючи своє основне завдання по наданню населенню медичної допомоги, вони будуть прагнути до максимального залучення коштів. Реалізація ж цієї мети неможлива без постійного вдосконалення способів і методів лікування пацієнтів. У результаті підвищиться рівень суспільного здоров'я, що, у свою чергу, є додатковим потенційним фундаментом для росту національного доходу. Реформована система охорони здоров'я буде мати й новий механізм взаємодії в системі «медична установа – пацієнт». Протистояти окремим господарюючим суб'єктам на ринку медичних послуг будуть не пацієнти, як це має місце зараз, які не можуть оцінити правильність ні медичних дій, ні їхньої грошової оцінки, а такі ж професіонали, що працюють у страхових компаніях.

Слід зазначити, що суспільне здоров'я, будучи потенційно необхідною умовою для створення національного доходу, у той же час само по собі є кінцевою метою розвитку суспільства, виступаючи одним з елементів національного багатства. Тому у трансформованій системі основним завданням охорони здоров'я буде не участь у створенні національного

доходу з метою його максимізації, а досягнення максимально можливих показників суспільного здоров'я за допомогою найбільш раціонального споживання виділених суспільством коштів. У результаті суспільство одержить систему, що динамічно розвивається, на вході якої будуть виділені суспільством кошти, а на виході – показники суспільного здоров'я. Оптимальність споживання виділених коштів буде забезпечуватися внутрішнім механізмом саморозвитку, притаманним системі соціального медичного страхування. Обсяг же коштів, які виділяє суспільство на потреби охорони здоров'я, буде визначатися значимістю показників суспільного здоров'я в системі суспільних цінностей.

При реформуванні системи охорони здоров'я необхідно створити нову модель, побудовану на принципах конкуренції за кращі результати. Конкуренція в охороні здоров'я повинна бути націлена на кінцевий результат і заснована на цінності медичних послуг для пацієнтів [15, с. 8]. Цінність необхідно визначати співвідношенням отриманого результату (якості лікування) із грошовими витратами на його досягнення. Вимір цінності повинен вестися на рівні окремого медичного стану. Під медичним станом розуміється певний набір медичних обставин, на які виявляється призначена для конкретного пацієнта скоординована медична допомога. Конкуренція на рівні медичних станів повинна вестися протягом усього циклу медичної допомоги, а не при окремих лікарських втручаннях, видах лікування або послугах. Наприклад, відносно недорогого оперативного втручання може привести до серйозних ускладнень, що значно збільшить сумарні витрати на лікування. І навпаки, дорогі ліки можуть бути економічно вигідними, якщо вони замінюють ще більш дорогі хірургічну операцію або запобігають тривалій реабілітації. При комплексному підході, спрямованому на підвищення цінності лікування для пацієнта, необхідно оптимізувати взаємозв'язок окремих етапів надання медичної допомоги. Такими етапами є профілактика, діагностика, лікування, реабілітація. Конкуренція на основі цінності протягом усього циклу надання медичної допомоги приведе до того, що профілактиці, виявленню й діагностиці хвороби на ранніх стадіях і спостереженню за її плином буде приділятися не менше уваги, ніж безпосередньому лікарському втручання. Необхідно створити систему спільної відповідальності всіх фахівців, що беруть участь у процесі лікування, за кінцевий результат.

**Висновки.** На нашу думку, в Україні лікарняна система потребує перебудови, але це реформування не може бути явищем одномоментним. Воно повинне пройти певні етапи, для того щоб з найменшими для суспільства втратами вписатися в систему страхової медицини. Головною метою першого етапу є створення економічних стимулів в роботі окремих лікарень і впровадження принципів конкуренції в лікарняну систему. Фінансування за принципом глобального бюджету з можливістю певної самостійності у розпорядженні виділених коштів створить у лікарень економічні стимули. Первинне виділення коштів повинно бути засновано на подушево нормативі і надалі регулярно корегуватися з урахуванням реальної кількості хворих за звітний період (квартал). Споживачі медичних послуг повинні мати свободу вибору, що буде основою для певної конкурентної боротьби лікарень за пацієнта. На першому етапі джерело фінансування залишається колишнім – бюджет. Точкою відліку другого етапу є впровадження системи страхової медицини. Голо-

вним завданням цього етапу реформування лікарняної системи є відділення постачальників фінансових ресурсів від постачальників медичних послуг. Для здійснення своєї професійної діяльності лікарні одержуватимуть фінансові кошти від страхових компаній. Таким чином, буде введено жорсткий фінансовий контроль за послугами лікарень з основних параметрів: якості і об'єму. На другому етапі фінансування лікарняної системи повинно стати двоканалним. До колишнього джерела – коштам з бюджету – додаються гроші страхових організацій.

Другий етап реформування, у свою чергу, можна розділити на два часові відрізки. Спочатку перебудови лікарняної системи з тієї частини державного бюджету, яка призначена для розвитку сфери охорони здоров'я, шляхом централізованого перерозподілу виділятимуться кошти для придбання устаткування і капітального будівництва лікарень. Поточні потреби лікарень покриватимуться за рахунок коштів страхових компаній. Ми пропонуємо створити систему обов'язкового соціального медичного страхування з єдиним центром. В лікарняному бюджеті кошти з центру обов'язкового соціального медичного страхування можуть бути доповнені фінансами компаній добровільного медичного страхування. Надалі, для підвищення ефективності роботи всієї системи охорони здоров'я слід перетворити єдиний центр в декілька регіональних страхових компаній. При цьому регіональні страхові компанії акумулюватимуть як власні кошти, так і бюджетні гроші, виділені їм на принципах подушевого нормування. Таке реформування дозволить лікарняній системі більш гнучко реагувати на потреби регіонів, що постійно змінюються, і підвищить ефективність її роботи.

У рамках нової стратегії розвитку галузі охорони здоров'я в Україні необхідно створити такі умови, в яких окремі суб'єкти специфічних відносин по збереженню й відновленню здоров'я, керуючись власними, насамперед економічними інтересами, будуть працювати на благо всього суспільства, підвищуючи рівень суспільного здоров'я. У всіх суб'єктів цих відносин повинна бути єдина ціннісна орієнтація – здоров'я пацієнтів. Необхідно створити нову систему охорони здоров'я, побудовану на принципах страхової медицини. Страхування має носити обов'язковий і загальний характер. Побудова системи соціального страхування повинна бути такою, щоб змусити конкурувати за кінцевий результат (здоров'я пацієнтів) всіх учасників відносин по відновленню здоров'я.

Виділимо окремі сегменти конкурентних відносин. Перший сегмент – це конкуренція серед постачальників медичних послуг. Вона повинна починатися з первинної ланки – дільничного або сімейного лікаря. На нашу думку, більше прийнятна назва «лікар першої інстанції». Таке формулювання адекватно відображає суть явища (перший лікар, до якого звертається пацієнт) і не пов'язана з регіональними або іншими ознаками. Пацієнт має право звертатися до будь-якого лікаря, що має право займатися такого роду діяльністю. Як показує досвід інших країн, звертання до лікарів первинної інстанції відбувається в масштабах округу проживання, однак можливі й звертання до лікарів інших регіонів. Слід зазначити, що для впровадження принципів конкуренції серед постачальників не обов'язково необхідна наявність споживчого вибору. Іноді буває досить публічного оприлюднення результатів діяльності окремих суб'єктів (лікаря, поліклініки, лікарні). Лікарі первинної інстанції при необхідності будуть направляти пацієнтів для подальшого лікування в

лікарні. Лікарі повинні мати право вибору, а це означає, що лікарні вступають у конкурентну боротьбу за пацієнтів. Це другий сегмент конкурентних відносин у сфері охорони здоров'я. Впровадження конкуренції змінить модель поведінки лікарень. Вони почнуть оприлюднювати дані про результати лікування, що дасть можливість лікарям первинної інстанції робити оптимальний вибір постачальника й видів лікування. Такий підхід, що вимагає від лікарень досягнення найвищих результатів, змусить їх спеціалізуватися на одному або декількох медичних станах. Лікарні наростять потужності в лікуванні тих видів захворювань, де вони мають пріоритети стосовно конкурентів. У результаті досить імовірно закриття деяких лікарень. У такий спосіб суспільство зможе більш ефективно використовувати кошти, виділені на функціонування сфери охорони здоров'я, уникаючи дублювання витрат і нарощування надлишкових потужностей. Особливо слід відзначити, що фундамент такої системи вже існує у діючій системі охорони здоров'я, в якій функціонують великі спеціалізовані медичні центри. Невеликі сільські та районні лікарні перестануть бути повністю автономними і почнуть тісно співпрацювати зі спеціалізованими регіональними центрами. Останні, в свою чергу, при потребі зможуть значно поширити територіальну сферу свого впливу. Боротьба за пацієнта, орієнтація на кінцевий результат – здоров'я хворого підвищить вимоги до якості використаних лікарських препаратів. А це означає, що їх виробники будуть брати на себе долю відповідальності за результати лікувальної діяльності.

Третім сегментом конкурентних відносин є відносини між страховими організаціями. На першому етапі реформ необхідно створити єдину недержавну страхову організацію. Таким чином ми відокремимо постачання медичних послуг від їх фінансування. В подальшому у сфері обов'язкового соціального медичного страхування буде створено декілька страхових організацій. Окрім цього, з'являться страхові організації, які будуть функціонувати у сфері приватного страхування. Конкурентне середовище спонукає страховиків переглянути свої стратегії. Їх орієнтація буде спрямована на досягнення найбільшої цінності для пацієнтів. Саме тому вони будуть прискіпливо контролювати процес лікування з фінансової точки зору, орієнтуючись на максимізацію корисності для пацієнта в перерахунку на одиницю витраченої гривні.

Впровадження конкурентного середовища на всіх етапах процесу відновлення здоров'я пацієнта значно підвищить ефективність надання медичної допомоги. Конкурентна система через дію економічних законів призведе до відбору найбільш ефективних методів лікування та найефективніших постачальників медичних послуг. Прогрес у сфері лікування перестане залежати лише від результатів дій якихось окремих лідерів, він стане постійним явищем. Споживачі медичних послуг отримають максимальні результати на кожну витрачену гривню, що дозволить в цілому підняти рівень суспільного здоров'я в Україні. Впровадження такої моделі буде сприяти поліпшенню якості й зниженню вартості медичного обслуговування, що, в остаточному підсумку, підвищить суспільну ефективність функціонування всієї системи охорони здоров'я. Відзначимо, що конкуренція повинна мати місце не тільки на місцевому, але й на регіональному та національному рівнях.

Фінансування запропонованої системи охорони здоров'я повинно здійснюватися з двох джерел:

податків і внесків до фонду обов'язкового соціального медичного страхування. Перша частина є виділенами з державного бюджету коштами на розвиток охорони здоров'я. Навряд чи в нинішній ситуації можливо цільове реформування системи оподаткування виходячи тільки з потреб і особливостей сфери охорони здоров'я. Тому сам механізм виділення коштів і принципи формування їх розміру залишаться колишніми. Друга складова бюджету охорони здоров'я формуватиметься за рахунок внесків до фонду обов'язкового соціального медичного страхування. Внески повинні здійснюватися з дотриманням принципу горизонтальної справедливості, тобто пропорційно доходам громадян. Під доходами повинна розумітися та ж база, що і при оподаткуванні. На первинному етапі впровадження системи соціального медичного страхування можливо, для спрощення системи розрахунків, стягування внесків з працюючого населення пропорційно рівню заробітної платні. Ставки внесків для працюючих по найму і не по найму повинні бути однаковими. Вони повинні бути однаковими і для всіх регіонів країни. Внески розподіляються між працюючими і працедавцями. Пропорції треба визначати ступенем шкідливості умов роботи. Чим більше шкідливість роботи, тим вище частка працедавця. За непрацююче населення внески повинна сплачувати держава. Внески для пенсіонерів також розпадаються на дві частини: частка пенсіонера і частка Пенсійного фонду. Розміри пропорції необхідно визначати співвідношенням рівня пенсії і мінімального прожиткового рівня. При існуючому рівні пенсій внески за переважну частину пенсіонерів платитимуть пенсійні фонди. Платежі готівкою (на розвиток поліклініки, лікарні і т. п.), що мають місце в даний час, необхідно скасувати, оскільки вони носять явно виражений регресивний характер і є важким тягарем для бідних верств населення.

Ми вважаємо, що в цей час, у силу об'єктивно сформованих обставин, ініціатором інституціональних перетворень у сфері охорони здоров'я повинна виступити держава. Трансформація економічних відносин має розпочатися із впровадження обов'язкового

медичного страхування. Це буде фундаментом і одночасно каталізатором подальшого вдосконалення системи охорони здоров'я.

#### БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Ходжсон Дж. Экономическая теория и институты / Дж. Ходжсон – М.: Дело, 2003, – 464 с.
2. Бьюкенен Дж. Границы свободы. Между анархией и левиафаном / Дж. Бьюкенен. Сочинения. – М.: Таурус Альфа, 1997. – 560 с.
3. Knight J. Institutions and Social Conflict. Cambridge: Cambridge University Press, 1992. – 234 p.
4. Экономическая энциклопедия / Науч.-ред. совет изд-ва «Экономика»; Ин-т экон. РАН; гл. ред. Л.И. Абалкин. – М.: ОАО «Издательство «Экономика», 1999. – 1055 с.
5. Ойкен В. Основные принципы экономической политики / В. Ойкен – М.: Прогресс, 1995. – 496 с.
6. Акоюн А.С., Райзберг Б.А., Шиленко Ю.Л. Экономические проблемы здравоохранения / [А.С. Акоюн, Б.А. Райзберг, Ю.Л. Шиленко] – М.: ИНФРА-М, 2000. – 191 с.
7. Каминская Т.М., Громов В.А. Об особенностях менеджмента в медицинских организациях / Т.М. Каминская, В.А. Громов // Экономика развития. – 2007. – № 3(43) – С. 41–43.
8. Mastilica, M. and Bozиков, J. (1999) Out-of-pocket payments for health care in Croatia: implications for equity, *Croatian Medical Journal*, 40(2): 152–9.
9. Российское здравоохранение: оплата за наличный расчёт / [С.В. Шишкин (рук. колл.), Г.Е. Бесстремная, М.Д. Красильникова и др.] – М.: Издательский дом ГУ ВШЭ, 2004. – 248 с.
10. Клямкин И., Тимофеев Л. Теневая Россия. Экономико-социологическое исследование / И. Клямкин, Л. Тимофеев – М.: РГГУ, 2000. – 165 с.
11. Chawla M., Berman P., Kawiorska D. Financing Health Services in Poland: New Evidence in Private Expenditures. Harvard School of Public Health, 1999.
12. Kornai J. Hidden in an Envelope: Gratitude Payments to Medical Doctors in Hungary. Budapest: CEU Press, 2000.
13. Healy J., McKee M. (1997). Health Sector Reform in Central and Eastern Europe // *Health Policy and Planning*. 12(4). – P. 286–295.
14. Сатаров Г. Диагностика российской коррупции: социологический анализ. Краткое резюме доклада / Г. Сатаров – М.: Фонд ИНДЕМ, 2002.
15. Портер Майкл, Тайсберг Элизабет Ольмстед. Переосмысление системы здравоохранения / Майкл Портер, Элизабет Ольмстед Тайсберг – К.: Издательство Алексея Капусты, 2007. – 620 с.



УДК 330.59 (477)

Чабан В.В.

аспірант

Київського національного економічного університету  
імені Вадима Гетьмана

## РІВЕНЬ ЖИТТЯ НАСЕЛЕННЯ В УКРАЇНІ

У статті охарактеризовано та проаналізовано рівень життя населення в Україні в умовах ринкової трансформації її економіки.

**Ключові слова:** рівень життя населення, матеріальний добробут, домогосподарства, соціальна нерівність, заробітна плата, соціальна політика.

## Чабан В.В. УРОВЕНЬ ЖИЗНИ НАСЕЛЕНИЯ В УКРАИНЕ

В статье охарактеризован и проанализирован уровень жизни населения в Украине в условиях рыночной трансформации ее экономики.

**Ключевые слова:** уровень жизни населения, материальное благополучие, домохозяйства, социальное неравенство, заработная плата, социальная политика.

## Chaban V.V. THE STANDARD OF LIVING OF THE POPULATION IN UKRAINE

The article describes and analyzes the standard of living of the population in Ukraine in the conditions of market transformation of its economy.

**Keywords:** standard of living of the population, material wealth, households, social inequality, wages, social policy.

**Постановка проблеми.** Рівень життя населення протягом тривалого часу залишається однією з основних соціально-економічних категорій, що не тільки характеризує матеріальний добробут окремої людини, а й визначає узагальнений результат діяльності економіки країни за певний період. Сьогодні рівень життя слід розглядати не як інтегральне статистичне утворення з похідних доходу та характеристик якісних аспектів життя, а як системоутворювальний показник, який, з одного боку, виступає індикатором соціальної ефективності (або й ефективності взагалі) функціонування економічної моделі країни, а з другого, його слід ототожнювати з каталізатором подальшого прогресу суспільства.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Дослідження проблем рівня життя населення в Україні набуває дедалі більшого значення з погляду виявлення соціально уразливих груп населення та створення ефективно діючої соціальної політики. Серед вчених, які досліджували проблеми надмірної диференціації в доходах населення та зниження життєвого рівня населення в перехідний період в Україні, потрібно виділити праці І.М. Бабака [1], Н.П. Борецької [2], А.Г. Гвелесіані [3], В.М. Гейця [4], О.А. Грیشнової [5], Е.М. Лібанової [6–7], О.Ф. Новікової, О.І. Амоші, В.П. Антонюк, І.В. Качалової, Н.С. Влащенко [8], В.О. Мандибури [9], І.М. Миценка [10], М.М. Руженського [11], В.М. Новікова [12], Н.М. Холода [13], Л.С. Шевченко [14].

**Мета статті.** На основі викладеного можна сформулювати дослідження, яке полягає в обґрунтуванні та аналізі рівня життя населення в Україні, а також у тому, що життєвий рівень населення залежить від способу виробництва, який характеризується відносинами власності, рівнем розвитку матеріальної бази суспільства, сфери послуг та суспільною продуктивністю праці, від способу життя, що визначається загальними проявами життєдіяльності людини, а саме величиною потреб у різних життєвих благах та можливістю їх задоволення, виходячи з пропозиції товарів та послуг на ринку та реальних доходів населення. На рівень життя населення впливає ряд економічних, соціальних, політичних, культурних, інноваційних, екологічних та інших факторів.

**Виклад основного матеріалу.** Вивчення рівня життя населення України та його динаміки – важлива складова комплексного аналізу соціально-економічного положення країни, який проводиться з метою розробки адекватних заходів соціальної політики держави. Рівень життя як соціально-економічне явище в сучасному суспільстві має безліч аспектів. Якщо раніше він характеризувався невеликою кількістю індикаторів, головною з яких був показник доходів, то зараз дана категорія включає характеристики не тільки окремого домогосподарства або суспільного прошарку, але й усього соціуму в цілому.

Головною метою економічного розвитку країни та діяльності державних органів влади є створення умов для найбільш повного задоволення зростаючих матеріальних і духовних потреб людей. Рівень задоволення цих потреб прийнято вважати характеристикою рівня життя населення [15].

Рівень життя є складною та системною соціально-економічною категорією, яка відображає сукупність відносин та умов, що визначають життєдіяльність та розвиток людей. Рівень життя характеризує досягнутий на певний проміжок часу в суспільстві ступінь задоволення різноманітних потреб населення.

Сучасний економічний словник дає таке визначення рівня життя: «...це рівень добробуту населення, споживання благ і послуг, сукупність умов і показників, які характеризують ступінь задоволення основних життєвих потреб людей» [16, с. 23].

Фактори, що мають вплив на рівень життя населення, можна поділити на дві групи: економічні та неекономічні. Економічні фактори пов'язані з відносинами виробництва, розподілу, обміну та споживання у суспільстві, що визначають економічний розвиток у будь-якій країні, без якого неможливо забезпечити достойний рівень життя громадян. Дані група факторів є динамічною, вони постійно змінюються [17, с. 123].

У даний час Україна переживає складний період розвитку державності, що відбивається на її населенні. Починаючи з 1993 р. чисельність постійного населення країни зменшується приблизно на 300–400 тис. осіб щорічно. За прогнозом Інституту демографії і соціальних досліджень НАН України, до



2050 р. чисельність населення України може скоротитися до 35 млн. осіб. Це скорочення зумовлене великою кількістю факторів, серед яких економічна криза, зміна типу і режиму відтворення (переважання смертності над народжуваністю людей), негативні тенденції у міграційних процесах, екологія та ін. [18].

На жаль, за рівнем смертності Україна посідає перше місце в Європі [19].

Зниження рівня життя основної маси населення України супроводжується зростанням безробіття. Незареєстроване безробіття в багато разів перевищує офіційні показники і сягає сьогодні майже п'ятої частини економічно активного населення. В умовах відсутності ефективної системи соціального захисту ця група населення взагалі не має будь-яких засобів до існування. Від зниження рівня життя найбільш страждають групи населення, які не можуть самостійно повністю забезпечувати задоволення своїх потреб – люди похилого віку, діти та інваліди, тобто саме та частина населення, за рівнем життя якої визначається добробут суспільства. Ці категорії населення сьогодні найбільше підпадають під ризик опинитися за межею бідності, тому що система державного соціального захисту не може гарантувати їм навіть відносно задовільні умови існування. Високий та задовільний рівні життя є сьогодні виключним явищем, яке практично не фіксується даними офіційної соціально-економічної статистики та опитуваннями населення. Але в суспільстві вже з'явилася соціальна група багатіїв, відмінною особливістю яких є володіння капіталом у класичному розумінні цього поняття.

Останніми роками спостерігається стрімке зростання соціально-економічної нерівності, що веде до поляризації суспільства. Майже 90% населення України сьогодні живе за межею бідності, 5% складають ті, кого можна віднести до середнього класу, і 5% – до багатих людей.

За роки незалежності України відбувся основний перерозподіл коштів, склалися певні класи та верстви населення. Основною проблемою, з якою зіткнулося суспільство, є його велика соціальна нерівність. Населення розподілилося на дві основні, при цьому досить чисельно нерівномірні групи – бідні та багаті. Розрив у їх доходах настільки великий, що так званого «середнього» класу в Україні фактично немає [20].

Україна будує соціально спрямовану ринкову економіку з орієнтацією на європейські стандарти. Показниками ефективності такої економіки є високий рівень життя населення. Вирішення проблем щодо забезпечення його зростання, особливо у період глибокої економічної кризи, часто пов'язують саме із соціальною функцією політики держави. Оскільки основною складовою рівня життя населення є матеріальне становище (основні показники – доходи та витрати громадян), а ситуація у сфері доходів характеризується постійним соціальним напруженням, тому надзвичайно важливими є наукові дослідження, пов'язані з теоретичними та практичними аспектами доходів і життєвого рівня, відслідковуванням тенденцій у їх зміні з метою своєчасного коригування механізму реалізації соціальної політики.

Одне з центральних місць у системі оцінки матеріального добробуту населення займають показники доходів і витрат. У монетарній економіці саме доходи характеризують економічний статус особи чи домогосподарства. Але трансформаційні процеси, що відбулися в економіці України, вплинули на специфіку формування доходів населення, а саме: призвели до появи значних масштабів тіньових надходжень.

У результаті цього доходи перестали відображати реальний рівень добробуту населення, що викликало потребу вивчати їх тільки в тісному зв'язку з показниками витрат.

Доходи – це дійсно складна і багатогранна соціально-економічна категорія, до складу якої включають заробітну плату, прибуток та змішаний дохід, доходи від власності (одержані), соціальну допомогу та трансферти.

Друге місце за вагомістю після заробітної плати становлять доходи населення у вигляді соціальної допомоги і трансфертів – 36,7%, 37,8%, 40,7%, 38,4%, 37,1%, 37,4% відповідно за роками [21]. Така ситуація свідчить про те, що більше третини населення одержує дохід від держави у формі соціальної допомоги й трансфертів. Це говорить, скоріше за все, не про турботу держави стосовно населення, а про скорочення зайнятості, зростання частки соціально незахищених, про вади діючої державної системи соціальних виплат і, врешті-решт, про «проїдання» бюджетних коштів.

Третє місце займають доходи від підприємницької діяльності та від власності – 18,5%, 19,2%, 18,4%, 20,7%, 21,1%, 20,4% відповідно. Це є свідченням того, що тільки менше п'ятої частини населення заробляє підприємницькою діяльністю або використовує свою власність [22, с. 121]. Проте ми маємо справу з офіційною статистикою, у зв'язку з чим необхідно пам'ятати, що саме у секторі підприємницької діяльності існує найвищий рівень тінізації доходів, тому реально частка доходу від підприємницької діяльності є більшою.

Отже, структура доходів населення України характеризується негативною диспропорцією: питома вага заробітної плати є не набагато більшою, ніж питома вага соціальних трансфертів.

Основною причиною низького рівня життя населення в Україні є: відсутність оплачуваної роботи для частини працездатного населення, низька оплата праці працюючим громадянам при енергозатратній економіці, існування певних диспропорцій в заробітній платі, важкі умови праці тощо.

Забезпеченню народного добробуту повинні сприяти безкоштовні послуги закладами соціальної сфери (освіти, охорони здоров'я, культури). Оскільки бюджетне фінансування в даний час є недостатнім, а колективні джерела фінансування тільки почали створюватися, витрати населення на отримання цих послуг досить вагомі, що негативно впливає на рівень та якість життя народу. Показники рівня та якості життя населення України підтверджують, що заходи, які держава живає для поліпшення життя (підвищення мінімальної заробітної плати, прожиткового мінімуму тощо) є вкрай недостатніми.

Українська держава в умовах відсутності достатніх фінансових коштів для переорієнтації економіки із сировинних галузей на наукоємні повинна створити такі умови, щоб працездатне населення змогло реалізувати свій творчий потенціал та забезпечити якісне життя, а непрацездатне – отримало гідний соціальний захист [20].

Уявлення про рівень життя перш за все дає аналіз потреб, задоволення яких необхідне для життєдіяльності. Найважливіші серед них (перша група) – одяг, взуття та інші предмети та складові. Другу групу потреб створюють духовні (інтелектуальні) умови життя і, нарешті, третю – соціальні потреби, що задовольняються в процесі суспільної діяльності. Усі три групи потреб породжено не тільки природними, але й історичними умовами життя.

Рівень життя є достатньо складною і багатогранною категорією. Не дивлячись на те, що багато елементів життєвого рівня взаємозв'язані між собою, вони мають значні особливості, специфіку і для їх комплексної характеристики потрібне використання відповідної системи специфічних показників. Через відсутність раціонального способу об'єднання різних показників такої системи в єдиний показник у вітчизняній і міжнародній практиці визнана неможливість використання одного показника, що всесторонньо характеризує рівень життя.

Існує думка, що рівень життя відображає стан економіки. Економістів, зокрема тих, хто спеціалізується на економіко-математичному моделюванні рівня життя, насамперед цікавить та грань потреб, формування і задоволення якої залежить від виробництва. Тому в економічній літературі найбільш поширено уявлення про рівень життя як про кількість споживаних матеріальних, культурно-побутових і соціальних благ і ступеня задоволення потреб у них на досягнутій стадії розвитку продуктивних сил.

Слід зазначити, що шляхи і методи підвищення рівня життя людей в різні періоди розвитку країни неоднакові, перш за все через змінні економічні можливості. Якщо в перші роки існування радянської влади вони дозволяли лише частково регулювати матеріальне положення шляхом перерозподілу благ на користь робочого класу, то в довоєнні роки зростання рівня життя було пов'язане з плановими заходами, спрямованими на ліквідацію безробіття, збільшення фонду заробітної плати, доходів населення і виробництва товарів народного споживання. Відновлення економічного потенціалу країни в післявоєнні роки і його подальше зростання дозволили спочатку здійснити заходи щодо підвищення рівня життя всього населення (шляхом, наприклад, неодноразових знижень роздрібних цін), а потім перейти до диференційованого зростання добробуту.

Так, рівень життя можна розглядати в трьох аспектах: стосовно всього населення; за його соціальними групами; відносно сімей з різною величиною доходу. Останні дві категорії є особливо важливими для характеристики ступеня розшарування населення за майновим станом. Вони активно вивчаються, оскільки зближення добробуту різних груп населення і скорочення диференціації доходів сімей є пріоритетними цілями соціальної політики розвинених країн.

Різноманітність поняття «рівень життя» обумовлена різноманітністю показників. Ці показники можуть характеризувати окремих елементів рівня життя або всю сукупність. Відповідні показники містять у собі:

- здоров'я (можливість вести здоровий спосіб життя на всіх ступенях життєвого циклу; вплив порушення здоров'я на окремих осіб);

- індивідуальний розвиток шляхом навчання (засвоєння дітьми основних знань і навичок, а також цінностей, необхідних для їхнього індивідуального розвитку й успішної діяльності як члена суспільства; можливість продовження самоосвіти й уміння використовувати ці уміння; використання і розвиток індивідуумами своїх знань, навичок і мобільності, що вимагаються для реалізації їхнього економічного потенціалу і при бажанні дають можливість для їхньої інтеграції з економічним процесом; збереження і розвиток культурного розвитку індивідумом для того, щоб зробити свій внесок у благополуччя членів різних соціальних груп);

- зайнятість і якість трудового життя: (наявність вигідної роботи для тих, хто прагне її одержати; характер трудової діяльності; задоволеність індивідуума своїм трудовим життям);

- час і дозвілля (можливість вибору свого часопродовження);

- можливість придбання товарів і користування послугами (особиста можливість придбання товарів і користування послугами; кількість людей, що випробують матеріальні позбавлення; ступінь рівності в розподілі товарів і послуг; якість, можливості вибору і приступність товарів і послуг, вироблених у частці і суспільних секторах; захист індивідумів і їхніх родин при виникненні економічних труднощів);

- особиста безпека і правові органи (насильство, переслідування, і занепокоєння, заподіяні індивідумові; справедливість і гуманність правових органів; ступінь довіри індивідумом правовим органам);

- соціальні можливості і соціальна активність.

Тому, на думку авторів, доцільним є угруповання показників, що характеризують рівень і якість життя населення.

Через неможливість характеристики життєвого рівня за допомогою будь-якого одного показника оцінювати й досліджувати цю категорію можливо лише з використанням системи статистичних показників.

Статистичні показники життєвого рівня розраховуються, як правило, на одного середньостатистичного мешканця. Але, враховуючи сучасний підхід до населення країни як до сукупності сімей чи домогосподарств, безпосередньо в яких і формується добробут, здійснюється дослідження рівня життя за відношенням до всього населення, до сімей, домогосподарств (особливо з різною величиною доходу), до окремих соціальних груп.

Отже, підвищення рівня життя населення є головною метою будь-якого прогресивного суспільства. Держава зобов'язана створювати сприятливі умови для довгого, безпечного, здорового і благополучного життя людей, забезпечуючи економічне зростання і соціальну стабільність суспільства [15].

Сьогодні домашні господарства є центральним об'єктом дослідження та оцінки рівня життя, оскільки представляють практично все населення і на їх рівні зосереджені основні економічні, соціальні та демографічні характеристики становища та статусу населення. Адже робити обґрунтовані висновки про якість життя населення можна, лише дослідивши показники життєвого рівня різних доходних, майнових та соціально-демографічних типів домогосподарств. Разом із тим обґрунтована оцінка рівня життя населення країни загалом можлива на основі даних про кількість та співвідношення груп домогосподарств, які мають різні показники рівня життя.

Соціальне відторгнення є відносно новою концепцією, що наразі не має універсального визначення, хоча протягом десятиліть вона розвивалась паралельно з ідеями забезпечення соціальних прав і підвищення добробуту населення Євросоюзу.

ЄС визначає соціальне відторгнення як процес, за якого окремі групи населення або окремі люди не мають можливості повною мірою брати участь у суспільному житті внаслідок своєї бідності, відсутності базових знань і можливостей або в результаті дискримінації. Це відокремлює їх від працевлаштування, отримання доходів і можливості навчання, а також від соціальних і суспільних інститутів та заходів. Вони мають обмежений доступ до влади та при-

йняття рішень органами влади і, таким чином, часто не можуть взяти участь у процесах розроблення та прийняття рішень, що впливають на їх повсякденне життя.

Отже, соціальне відторгнення є проявом прямого порушення базових прав людини – на якісну освіту, медичні послуги і добре здоров'я, прийнятний рівень життя, доступ до культурного надбання, захист своїх інтересів і загалом на участь в економічному, соціальному, культурному, політичному житті – та ознакою низького рівня людського розвитку в країні. Воно полягає в тому, що окремі люди, групи або цілі співтовариства страждають від низки взаємопов'язаних проблем, таких як безробіття, низька кваліфікація, низький рівень доходів, погані умови життя, високий рівень злочинності, розпад сімей тощо.

Концепція соціального відторгнення підкреслює багатосторонність проблем і звертає увагу на інституційні, політичні та економічні процеси, що породжують це явище.

Бідність, відсутність базової компетентності й можливостей навчання впродовж життя або дискримінація можуть спричинити не просто неконкурентоспроможність на ринку праці, а фактично відлучити людину від зайнятості і належних доходів, перешкоджати отриманню соціальної допомоги та залученню до суспільного життя. Безробітний, наприклад, може легко стати бідним, що зумовлюється відлученням від роботи, а отже, і доходів від зайнятості та спричиняє залежність від соціальної допомоги. Економічна депривація обмежує участь у громадському житті суспільства, відпочинку, діяльності сім'ї та доступі до медичних і соціальних послуг. Це може викликати відчуття маргінальності та своєї незначної цінності для суспільства, що, в свою чергу, призводить до почуття сорому та пасивності.

Наслідком може стати втрата або відмова від своєї соціальної мережі, скорочення соціальних контактів і нездатність жити відповідно до соціально прийнятних норм і цінностей, подальша стигматизація та дискримінація.

Важливим важелем захисту своїх прав і, відповідно, запобіжником соціальному відторгненню є розвинуте громадянське суспільство, яке забезпечує реальні можливості будь-якого об'єднання груп за демографічними, соціальними або географічними ознаками. Тому в Україні, де ефективно громадянське суспільство ще повністю не сформовано, а переважна частина об'єднаних акцій населення здійснюється під впливом політичних подій та/або політичних лідерів, важко розраховувати на дієві процеси соціального залучення або протидії соціальному відторгненню.

Соціальне відторгнення віддзеркалює часткове або повне вилучення особи (групи) із соціальної структури суспільства й суспільних процесів, є наслідком наявних нормативних або психологічних перешкод їх суспільно значущій ролі. До цієї категорії потрапляють не лише представники так званих найнижчих щаблів суспільства, а й усі, чиє життя визначається ступенем байдужості та жорсткістю контролю з боку інших груп суспільства, а не особистим вибором.

Соціальне відторгнення є багатоплановою, комплексною категорією. Його вивчення має доповнювати традиційні дослідження бідності, оскільки обидва ці явища свідчать про втрати людських ресурсів, можливостей та життєвих шансів, що неприпустимо з позиції соціальної справедливості та забезпечення сталості економічного зростання в майбутньому [23].

**Висновки.** Покращення ситуації, що склалася, можливе лише за умов державного втручання. Для цього необхідно: розробити соціально-економічну програму змін, яка буде спрямована на забезпечення гідних умов як для формування висококваліфікованого трудового потенціалу країни, так і його якнайповнішої реалізації; забезпечувати адекватну, прямо пропорційну залежність результатів трудової діяльності; здійснювати соціально-економічний захист населення через розподіл та перерозподіл ВВП на засадах соціальної справедливості шляхом встановлення обґрунтованих соціально-економічних стандартів, які відповідають рівню життя європейської спільноти.

#### БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Бабак І.М. Бідність в Україні: методологічний аспект // Стратегія розвитку України: соціологія, економіка, право. – 2008. – № 1/2. – С. 201–204.
2. Борецька Н.П. Соціальний захист населення на сучасному етапі: стан і проблеми : монографія / Н.П. Борецька – Донецьк: Янтар, 2001. – 352 с.
3. Гвелесіані А.Г. Диференціація грошових доходів населення: аналіз, прогноз та механізм регулювання : монографія / А.Г. Гвелесіані – К.: Ін-т демографії та соц. дослідж. НАН України, 2008. – № 154. – С. 4.
4. Геєць В.М. Економічні передумови стабільного соціального розвитку в середньостроковій перспективі // Економіка і прогнозування. – 2002. – № 2. – С. 9–33.
5. Грішнова О.А. Економіка праці та соціально-трудові відносини : підручник / О.А. Грішнова – К.: Знання, 2006. – 559 с.
6. Лібанова Е.М. Бідність в Україні: діагноз поставлено – будемо лікувати? // Дзеркало тижня. – 2002. – № 13(337). – С. 10.
7. Лібанова Е.М. Бідність населення України: методологія, методика та практика аналізу : монографія / Е.М. Лібанова – К.: КНЕУ, 2008. – 328 с.
8. Людський потенціал: механізми збереження та розвитку : монографія / О.Ф. Новікова, О.І. Амоша, В.П. Антонюк, І.В. Качалова, Н.С. Власенко. – Донецьк: Ін-т економіки пром-сті НАН України, 2008. – 468 с.
9. Мандибура В.О. Рівень життя населення України та проблеми реформування механізмів його регулювання / В.О. Мандибура – К.: Парлам. вид-во, 1998. – 255 с.
10. Миценко І.М. Рівень життя і його вплив на безпеку життєдіяльності людини // Економіка пром-сті. – 2004. – № 1. – С. 164–172.
11. Руженський М.М. Система соціального захисту населення у транзитивному суспільстві : монографія / М.М. Руженський – К.: ІПК ДСЗУ, 2005. – 384 с.
12. Соціальна безпека: теорія та українська практика : монографія / І.Ф. Гнибіденко, А.М. Колот, О.Ф. Новікова, В.М. Новіков, Б.Й. Пасхавер. – К.: КНЕУ, 2006. – 291 с.
13. Холод Н.М. Розподіл доходів та бідність у перехідних економіках: монографія / Н.М. Холод – Львів: Вид. центр ЛНУ ім. І. Франка, 2009 – 442 с.
14. Шевченко Л.С. Соціальні ризики та соціальна безпека праці: Монографія / Л.С. Шевченко – Х.: Право, 2009. – 278 с.
15. Гончарова С.Ю., Радущко Ю.П. Показники оцінки рівня життя населення в Україні / С.Ю. Гончарова, Ю.П. Радущко // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.business-inform.net/pdf/2012/6\\_0/114\\_117.pdf](http://www.business-inform.net/pdf/2012/6_0/114_117.pdf).
16. Ватченко О.Б. Дослідження рівня життя населення в Україні / О.Б. Ватченко, Д.С. Козенко // Держава та регіони. Серія «Економіка та підприємництво». – 2010. – № 4. – С. 22–28.
17. Мірошниченко О.Ю. Теоретично-методологічні засади класифікації факторів впливу на рівень життя населення / О.Ю. Мірошниченко // Формування ринкових відносин в Україні. – 2009. – № 4. – С. 122–125.
18. Борейко І.П. Рівень життя населення: стан і тенденції / І.П. Борейко, О.Л. Голобородько // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [udau.edu.ua/library.php?pid=1384](http://udau.edu.ua/library.php?pid=1384).
19. Грішнова О.А. Людський капітал: формування в системі освіти і професійної підготовки / О.А. Грішнова. – К.: Знання, 2001. – 254 с.
20. Краснікова О.М. Рівень життя населення в Україні: проблеми та перспективи / О.М. Краснікова // [Електронний ресурс]. –



Режим доступу: <http://www.pdaa.edu.ua/sites/default/files/prpdaa/2011/v2i3/258.pdf>.

21. Офіційний сайт Державного комітету статистики України. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
22. Саввов А. Доходи населення України та їх динаміка / А. Саввов //

Формування ринкових відносин в Україні. – 2009. – № 2. – С. 121–126.

23. Державний бюджет і бюджетна стратегія в умовах економічних реформ : у 4 т. / ДННУ «Академія фін. управління»; за заг. ред. М.Я. Азарова. – К., 2011.

УДК 331.101.52:004

**Шашко В.О.**

*кандидат економічних наук,  
доцент кафедри менеджменту  
Донбаської державної машинобудівної академії*

## ПРОФЕСІЙНІ МЕРЕЖЕВІ СПІЛЬНОТИ ЯК ІНСТРУМЕНТ РОЗВИТКУ ПРОФЕСІЙНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ, ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЯКОСТІ ТА БЕЗПЕРЕРВНОСТІ ПРОФЕСІЙНОЇ ОСВІТИ

Стаття присвячена інформатизації сучасної системи професійної освіти і професійної діяльності, що супроводжується появою і стрімким розвитком різних інноваційних технологій. У статті актуалізується питання створення професійних мережеских спільнот, як інструмент розвитку професійної компетентності, забезпечення якості та безперервності професійної освіти. Розглянуто суб'єкти та об'єкти комунікативної взаємодії професійних мережеских спільнот.

**Ключові слова:** мережева спільнота, освіта, якість, професійна діяльність, інформаційні технології, інформаційно-освітнє середовище.

### **Шашко В.А. ПРОФЕСИОНАЛЬНЫЕ СЕТЕВЫЕ СООБЩЕСТВА КАК ИНСТРУМЕНТ РАЗВИТИЯ ПРОФЕСИОНАЛЬНОЙ КОМПЕТЕНТНОСТИ, ОБЕСПЕЧЕНИЯ КАЧЕСТВА И НЕПРЕРЫВНОСТИ ПРОФЕСИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ**

Статья посвящена информатизации современной системы профессионального образования и профессиональной деятельности, которая сопровождается появлением и стремительным развитием различных инновационных технологий. В статье актуализируется вопрос создания профессиональных сетевых сообществ, как инструмент развития профессиональной компетентности, качества и непрерывности профессионального образования. Рассмотрены субъекты и объекты коммуникативного взаимодействия профессиональных сетевых сообществ.

**Ключевые слова:** сетевое сообщество, образование, качество, профессиональная деятельность, информационные технологии, информационно-образовательная среда.

### **Shashko V.A. PROFESSIONAL ONLINE COMMUNITY AS A MEANS FOR THE DEVELOPMENT OF PROFESSIONAL COMPETENCE, QUALITY ASSURANCE AND CONTINUING EDUCATION**

The article is devoted to the informatization of the modern system of professional education and activities, which are accompanied by the emergence and rapid development of various innovative technologies. The article actualizes the problem of creating professional online communities as an instrument of development of professional competence, quality and continuous professional education. The subjects and objects of communicative interaction of professional networking communities are considered.

**Keywords:** online community, education, quality, professional activity, information technology, information and educational area.

**Постановка проблеми.** Інформаційне суспільство створює нові сектори активного суспільно-економічного зростання та відповідні виклики освітнім інституціям. Глобальна тенденція інформатизації життя не обходить стороною і професійну спільноту. Системні проблеми професійного товариства багато в чому викликані проблемами професійної освіти, її відставанням від інформаційного суспільства, відставанням впровадження нових технологій.

Нові технології все активніше впливають на зміну і розвиток інформаційного освітнього середовища. Візуалізація, віртуальна реальність, «хмарні технології», штучний інтелект, робототехніка, нанотехнології, Інтернет-люди, Інтернет-речі та багато інших сучасних явищ вже сьогодні радикально і стрімко змінюють вигляд і структуру професійної освіти, а також системні вимоги до освітнього середовища. Цифрові технології утворюють нову соціалізацію та нові нерівності. Різко розвиваються соціальні мережі, віртуальне спілкування та контакти, найважливішими особливостями яких стали швидкість і незалежність від географічного місця розташування, мовних і культурних бар'єрів.

У системі професійної освіти визначається введена тенденція до застосування інформаційних комп'ютерних технологій (ІКТ) в адмініструванні [1, с. 28]. Чітко простежується аналогія з організацією такого середовища в професійних спільнотах і освітніх організаціях.

Аналіз останніх досліджень. Сучасні проблеми та перспективи інформатизації професійної освіти представлені в роботах українських та зарубіжних вчених: В. Андрущенко, В. Бикова, Н. Бойко, Б. Гершунського, В. Глушкова, Д. Давидова, Л. Долінера, Е. Дробкова, І. Захарова, І. Ібрагімова, О. Матвієнко, Н. Ничкало, Л. Хромченко і свідчать про необхідність створення нового типу навчання, способу отримання знань. Очевидним є зв'язок між інформаційно-комунікаційними технологіями і розширенням розвиваючого підходу в професійній освіті, підвищенням якості освіти. На тлі цього, однак, спостерігається слабка тенденція до формування освітніми організаціями власних інформаційних освітніх середовищ, заснованих на ІКТ.

Без створення і подальшого регулювання єдиного інформаційного освітнього середовища, загальних



інформаційних освітніх систем, інформатизації та автоматизації професійної освіти, електронних освітніх ресурсів, інформаційної інфраструктури, в тому числі захищеної мережевої інфраструктури доступу до освітніх ресурсів та інших сучасних умов реалізації стандартів професійної освіти, управління освітніми програмами, послугами та установами може мати нецільовий характер. У нерегульованій перспективі це управління може бути втрачено, а системі професійної освіти стане загрозувати руйнування цілісності і загальних напрямків розвитку. Таким чином, необхідність дослідження теоретичних і методичних питань інформатизації професійної освіти, регулювання єдиного інформаційного освітнього середовища не викликає сумніву і підтверджує актуальність теми статті.

Для забезпечення конкурентоспроможності професійної освіти, за державної підтримки, на основі загальних правил та підходів необхідне створення професійних мережевих спільнот – безпечних і зручних, інтегрованих, які знижують витрати, використовують сучасні формати, забезпечують узгодженість і синхронізацію з іншими інформаційними системами та базами даних, можуть адаптуватися до потреб і рівня кожного учасника комунікаційного процесу.

Інструментом підвищення професійного рівня випускників закладів освіти на сьогоднішній день може стати мережева взаємодія. Принцип поєднання індивідуального і колективного дозволяє забезпечити безперервність професійної освіти і, як наслідок, підвищити якість професійної компетентності.

**Мета статті.** Актуалізація питання створення професійних мережевих спільнот як інструменту розвитку професійної компетентності, підвищення якості та забезпечення безперервності професійної освіти.

**Виклад основного матеріалу.** Глобалізація професійної освіти неможлива без вивчення проблеми впровадження в професійну освіту і процес професійного становлення сучасних форм і методів навчання на основі досягнень інформаційно-комунікаційних технологій у зв'язку зі зростаючою глобалізацією всіх сфер життя суспільства [2, с. 174]. Створення професійних мережевих спільнот є актуальною проблемою сучасного етапу інформатизації професійної освіти.

Професійна мережева спільнота (співтовариство) – це формальна або неформальна група об'єднаних спільними інтересами людей, що працюють в одній предметній або проблемній професійній сфері в мережі. Їхня взаємодія являє собою такий тип відносин, в якому кожна одиниця є джерелом своїх цілей і впливає на діяльність всіх інших одиниць. Інтерес взаємодії та взаємозвернення один до одного в мережі полягає в затребуваності результатів діяльності кожної одиниці мережі іншими одиницями.

Модель професійного мережевого співтовариства є платформою для представлення інтересів освітнього і професійного простору фахівців, задіяних у даній сфері, разом із зацікавленими особами і переслідує суто практичні цілі. Учасників такої моделі об'єднує не тільки прагнення до якоїсь області знань, а й бажання співпрацювати в процесі застосування цих знань на практиці.

Функціонування професійних мережевих спільнот здійснюється в інформаційно-освітньому середовищі.

У наукових працях, присвячених розробці понятійного апарату інформатизації професійної освіти, в останні роки широко обговорюється термін

«інформаційно-освітнє середовище». Ряд дослідників (Р.Ф. Абдєєв, Л.А. Андрєєв, Ю.С. Брановській, Л.Л. Веряєв, Ж.Н. Зайцева, В.А. Козирєв, В.В. Рубцов, Л.М. Туранова та ін.) наповнили це технократичне визначення педагогічним змістом.

Інформаційно-освітнє середовище (ІОС) можна визначити як засноване на використанні комп'ютерної техніки програмно-телекомунікаційне середовище, що реалізує єдиними технологічними засобами і взаємопов'язаним змістовним наповненням якісне інформаційне забезпечення учасників освітнього процесу [3, с. 158].

Призначення інформаційно-освітнього середовища – надання сучасних електронних освітніх ресурсів, інформаційних сервісів, інформаційних систем та технологій навчання, а також створення умов для оновлення форм, засобів, технологій і методів реалізації освітніх програм і послуг, викладання дисциплін і розповсюдження знань, розширення доступу до електронної освіти всіх рівнів з урахуванням можливості побудови сучасних механізмів навчання.

Єдине інформаційно-освітнє середовище професійного мережевого співтовариства дозволяє істотно прискорити знайомство учасників спільноти з новими технологіями, а також забезпечити доступність найсучасніших програм навчання і дидактичних матеріалів, проведення майстер-класів та кращих практик професійної освіти та технологій незалежно від регіону, особливостей людини, матеріальних можливостей.

Розвиток інформаційно-освітнього середовища відкриває нові можливості для всіх учасників професійного освітнього процесу. По-перше, учасники відносин у сфері професійної освіти забезпечуються повною інформацією по кожній організації, що здійснює професійну освітню діяльність, внаслідок чого оптимізується діяльність за рахунок зменшення витрат часу на отримання даних з різних джерел. Крім того, створення єдиного інформаційного освітнього простору дозволяє тиражувати кращу практику для більшого числа учасників комунікаційних відносин, що забезпечить можливість створення кращих освітніх практик шляхом об'єднання зусиль професійної спільноти з різних регіонів.

Серед основних завдань, що вирішуються єдиним інформаційно-освітнім середовищем, можна виділити наступні:

- створення єдиного інформаційного простору, доступного для кожного члена спільноти;
- організація формального і неформального спілкування на професійні теми;
- ініціація віртуальної взаємодії для подальшої взаємодії поза Інтернетом;
- обмін досвідом;
- поширення успішних освітніх і професійних практик;
- підтримка нових освітніх і професійних ініціатив.

Реалізація справжніх завдань в єдиному інформаційно-освітньому середовищі професійного співтовариства дозволить досягти заплановані цілі забезпечення реалізації формальної, неформальної та інформальної освіти у відповідності з затребуваними високими стандартами професійної підготовки.

Процес розгляду об'єктів взаємодії передбачає доцільність визначення суб'єктів взаємодії. Такий підхід дозволить отримати найбільш повну картину взаємодії в ІОС, а також конкретизувати перелік об'єктів-учасників.

Суб'єктами взаємодії інформаційно-освітнього середовища в професійних мережових спільнотах можуть бути: організації, що здійснюють професійну освітню діяльність; методичні та консультативні центри; інститути дослідження ринку праці; професійні спільноти (гільдії, асоціації, партнерства); експертні співтовариства (спільноти, об'єднання); роботодавці, об'єднання роботодавців (регіональні, міжгалузеві, галузеві); науково-педагогічні працівники (викладачі, методисти); державні органи, органи місцевого самоврядування, профспілки; видавництва освітньої та професійної літератури.

Об'єктами взаємодії професійних мережових спільнот в єдиному інформаційно-освітньому середовищі є:

1. Система інформаційно-методичного забезпечення діяльності всіх учасників професійного мережового співтовариства в мережі Інтернет, що надає інформаційні інструменти і сервіси, що підтримують існування спільноти. Система складається з наступних основних модулів, що забезпечують взаємодію учасників мережової спільноти:

– інформаційно-новинний модуль – представляє інформацію про зміст порталу, наданому мережовому співтовариству, інформацію про цілі та завдання мережового співтовариства, очікувані результати роботи мережової спільноти, висвітлює події, пов'язані з професійною освітою і діяльністю, оголошення, що надходять від адміністраторів порталу;

– методичний модуль – є електронною бібліотекою, що містить методичні та аналітичні матеріали, нормативні документи, закони та нормативні акти, що стосуються професійної освіти та діяльності;

– модуль організації особистого простору учасника мережового співтовариства (особистий кабінет) – містить основну інформацію про користувача (основні відомості, освіта, місце роботи, портфоліо користувача), надає функціональні можливості для здійснення різного виду комунікацій, участі у форумах, блогах, управління доступом до власної інформації, створенню груп користувачів і т.д.;

– модуль організації та проведення консультацій – надає функціональні можливості для організації та проведення фахових консультацій: у текстовому вигляді «запитання – відповідь», а також у вигляді відеоконференцій, вебінарів тощо;

– модуль дистанційного навчання – надає функціональні можливості з надання всім учасникам мережового співтовариства необхідних матеріалів для організації дистанційного навчання та тестування;

– модуль організації громадських обговорень – надає функціональні можливості для організації громадського обговорення нових законів, нормативних актів, методик, що стосуються професійної освіти і діяльності, а також проведення періодичних опитувань для з'ясування рівня підтримки користувачами різних проблемних моментів ініціатив, що стосуються професійної освіти і діяльності.

2. Матеріали методичного, дидактичного, інструктивного, консультаційного, навчального спрямування, що використовуються в професійному мережовому співтоваристві. Матеріали являють собою колекції цифрових об'єктів, представлених у вигляді файлів різних форматів, що включають текстові файли, аудіо- та відеоматеріали. Поширення матеріалів між учасниками мережової спільноти виконується в рамках перерахованих вище модулів системи інформаційно-методичного забезпечення. Основним джерелом матеріалів є електронна бібліотека, яка

складається з таких розділів: методична література; науково-педагогічна та професійна література; психологічна література; програмні матеріали; консультативна література (нормативно-правова, юридична тощо); посилання (лінки) на наявні в Інтернеті каталоги та переліки (бібліографічні, реферативні, повнотекстові) літературних джерел з тематики спільноти та ін.

Іншими джерелами матеріалів є форуми та/або колективні блоги учасників мережової спільноти по заявленим темам, в процесі функціонування яких відбувається поширення перерахованих вище матеріалів.

3. Індивідуальні простори користувачів, реалізовані на базі особистого кабінету учасника професійного мережового співтовариства. Розроблений функціонал особистого кабінету дозволяє активізувати діяльність учасника, пов'язану з налагодженням особистої комунікації (ведення блогів, обмін повідомленнями та ін.).

4. Соціальні сервіси, призначені для організації мережової взаємодії учасників професійного мережового співтовариства. На базі сервісів реалізується спільне використання інформаційних, інноваційних, методичних, кадрових ресурсів, отримання необхідної інформації від експертів та інших об'єктів взаємодії, безпосередньо пов'язаних з освітньою і професійною діяльністю.

5. Результати діяльності спільнот та індивідуальних користувачів – матеріали, що представляють досвід діяльності учасника або професійного співтовариства – є відкритим джерелом для вільного використання всіма учасниками спільноти в рамках транслявання досвіду та впровадження найбільш актуальних та успішних моделей та інших напрацювань.

Професійні мережові спільноти можуть об'єднуватися в асоціації. Асоціація являє собою децентралізований комплекс взаємопов'язаних вузлів відкритого типу, здатний необмежено розширюватися шляхом включення все нових і нових ланок (структур, об'єднань, ВНЗ), що надає даній формі гнучкість і динамічність. Бути вузлом мережі означає мати власний авторський зміст щодо загальної проблематики мережі, мати власні ресурси та інфраструктуру для здійснення свого змісту, розуміти, що це зміст частково і за рахунок інших вузлів мережі здобуває додаткові ресурси.

Діяльність асоціації, як професійного мережового співтовариства здійснюється за рахунок цілеспрямованого й організованого залучення освітніх, інформаційних, методичних, інноваційних, кадрових, консультаційних та інших ресурсів, що надаються учасниками мережової спільноти.

Реалізація мережового співтовариства – це установка на подолання автономності й закритості всіх його учасників; взаємодія на принципах соціального партнерства; вибудовування міцних і ефективних вертикальних і горизонтальних зв'язків не стільки між структурами, скільки між самими користувачами, що мають спільні проблеми; коли порядок задається не процедурами, а загальними діями, їх логікою [4, с. 89].

Мережева взаємодія дає ефект при наявності у кожного з членів мережі деякого, нехай обмеженого, але якісного ресурсу; добровільному розподілі напрямків (розділів, блоків і т. п.) між членами мережі для більш глибокого вивчення і створення якісного ресурсу; обов'язковому якісному приращенні при використанні мережового ресурсу; формуванні загальномережового ресурсу.

Важливо зауважити, що при мережевій взаємодії відбувається не тільки поширення різних методичних матеріалів, а також йде процес діалогу між суб'єктами мережевої взаємодії і процес відображення в них досвіду один одного, відображення тих процесів, які відбуваються в системі професійної освіти і діяльності в цілому.

Інновації в умовах професійної освітньої мережі набувають еволюційний характер, що пов'язано з безперервним обміном інформацією та досвідом, відсутністю обов'язкового впровадження. Досвід учасників мережі виявляється затребуваним не тільки як приклад для наслідування, а також як індикатор або дзеркало, яке дозволяє побачити рівень власного досвіду і доповнити його чимось новим, сприяючим ефективності подальшої роботи. В учасників мережі спостерігається потреба один в одному, в спілкуванні рівних за статусом фахівців і організацій.

При мережевій організації взаємодії спостерігаються опосередковані зв'язки: коло взаємодії збільшується і, отже, результати роботи стають більш продуктивними і якісними [5, с. 10].

Отже, мережева взаємодія – це така система зв'язків, яка дозволяє розробляти, апробувати та пропонувати професійному співтовариству і суспільству в цілому інноваційні моделі професійної освіти, професійного навчання, розвитку і управління цими процесами.

**Висновки.** У сучасних умовах модернізації професійної освіти, яка характеризується, з одного боку, істотним оновленням змісту і методик навчання, а з

іншого – стандартизацією освіти, неможливо забезпечити необхідний рівень професійної підготовки, використовуючи лише потенціал освітніх організацій в умовах обмеженості їхніх ресурсів. У той же час участь професійної спільноти у реалізації завдань розвитку професійної освіти і діяльності, таких як інноваційна діяльність освітніх організацій, інформатизація професійної освіти і діяльності, незмінно веде до підвищення якості освіти, професійної компетентності та створює умови для забезпечення безперервності навчання.

#### БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Семенов А. Информационные и коммуникационные технологии в общем образовании. Теория и практика / Л. Переверзев, Институт новых технологий, Российская Федерация Е. Булин-Соколова, Центр образования «Технология обучения», Российская Федерация / Авторизированный перевод с английского переработанный и дополненный. – Русское издание подготовлено и выпущено Институтом новых технологий (Российская Федерация) по поручению Отдела высшего образования ЮНЕСКО.- ЮНЕСКО, 2006. – 327 с.
2. Буряк В. Актуальные проблемы философии. Методологические основания экономического знания, постиндустриальное общество, глобализация / В. Буряк. – Симферополь: Атика, 2006. – 182 с.
3. Григорьев С.Г., Гриншкун В.В. Информатизация образования. Фундаментальные основы / С.Г. Григорьев, В.В. Гриншкун. – Томск: ТМЛ-Пресс, 2008. – 286 с.
4. Патаракин Е.Д. Сетевые сообщества и обучение / Е.Д. Патаракин. – М.: ПЕР СЭ, 2006. – 112 с.
5. Еременко Т. Информационные ресурсы нового типа как фактор влияния на качество образования / Т. Еременко // *Alma mater*. – 2003. – № 3. – С. 8–11.

УДК 330.341.1:378

**Щербина А.В.**  
*асистент кафедри економіки  
Національного авіаційного університету*

## КОНЦЕПТУАЛЬНІ ОСНОВИ ІННОВАЦІЙНОГО ПРОЦЕСУ ПРИ ПІДГОТОВЦІ АВІАЦІЙНИХ СПЕЦІАЛІСТІВ

В статті розглянуто поняття «інновація» та «освітня інновація», згруповано підходи до визначення поняття «інновація», виокремлено форми вираження «освітня інновація» при підготовці авіаційних спеціалістів, систематизовано фундаментальні закони розвитку інноваційних процесів, які застосовуються при підготовці авіаційних спеціалістів, а також розроблено етапи інноваційного процесу, який дозволяє забезпечити якість підготовки авіаційних спеціалістів.

**Ключові слова:** інновація, освітня інновація, інноваційний процес, авіаційний спеціаліст.

### Щербина А.В. КОНЦЕПТУАЛЬНЫЕ ОСНОВЫ ИННОВАЦИОННОГО ПРОЦЕССА ПРИ ПОДГОТОВКЕ АВИАЦИОННЫХ СПЕЦИАЛИСТОВ

В статье рассмотрены понятия «инновация» и «образовательная инновация», сгруппированы подходы к определению понятия «инновация», выделены формы выражения «образовательная инновация» при подготовке авиационных специалистов, систематизированы фундаментальные законы развития инновационных процессов, которые применяются при подготовке авиационных специалистов, а также разработаны этапы инновационного процесса, который позволяет обеспечить качество подготовки авиационных специалистов.

**Ключевые слова:** инновация, образовательная инновация, инновационный процесс, авиационный специалист.

### Shcherbyna A.V. CONCEPTUAL BASES OF INNOVATIVE PROCESS AT PREPARATION OF AVIATION SPECIALISTS

In the article there are considered the concept of “innovation” and “educational innovation”. Approaches to the definition of “innovation” are grouped, the forms of expression of educational innovation in aviation specialists training are determined. Fundamental laws of development of innovative processes regarding aviation specialists training are adapted and stages of the innovation process, which guarantee quality training of aviation specialists, are developed.

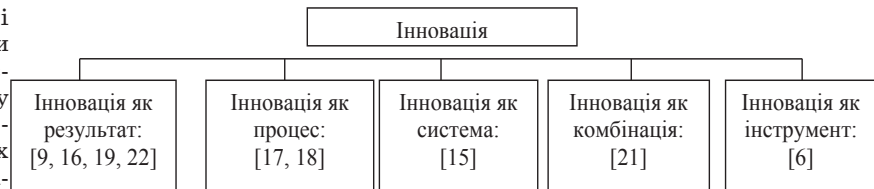
**Keywords:** innovation, educational innovation, innovation process, aviation specialist.



**Постановка проблеми.** Сучасні євроінтеграційні наміри України та прагнення до надання найякісніших послуг на світовому ринку авіаційних перевезень зумовлюють необхідність досягнення нових рівнів та стандартів якості в авіаційній галузі, які передбачають використання світового досвіду нових інноваційних інструментів з метою удосконалення інноваційних процесів. Тому в авіаційній галузі України актуальною постає активізація інноваційної діяльності та пошуку ефективної реалізації інноваційних процесів, виконання яких неможливе без удосконалення та впровадження нових методик та технологій навчання для підготовки висококваліфікованих інноваційно-орієнтованих авіаційних спеціалістів.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Інновації та інноваційні процеси в своїх роботах розглядали такі вчені, як Й. Шумпетер, О.І. Янковська, Н.І. Ніронович, Б. Санто, Е.А. Подольская, П.С. Харів, В.В. Зянько, Д.О. Крикуненко, Ю.М. Лавріненко, М.І. Лапін, П.Ф. Друкер та ін.

Питання інноваційної спрямованості галузі надання освітніх послуг досліджували В.О. Пірус, О.В. Самсонова, А.В. Большукина, Ю.М. Комар, О.Г. Захарова, Л.М. Ващенко, М.В. Мазуріна, В.П. Андрущенко, В.І. Луговий, Л.В. Козак, І.А. Чистякова, Т.А. Конова, В.Л. Нестеров, О.А. Гончарова, О.В. Куклін, І.А. Петушкова, Т.Є. Рожнова, Г.П. Клімова, Н.Г. Батечко, П.Ю. Саух, Т.В. Тягунова, В.В. Миронов, В.А. Толкачев, Т.Г. Моговиц, І.В. Кулик, О.О. Фадеев, Т.С. Ярошенко, Г.І. Хімичева, Л.М. Віткін та ін.



**Рис. 1. Підходи до визначення поняття «інновація»**

*Джерело: розроблено автором*

Проте питання інноваційного процесу при підготовці авіаційних спеціалістів в науковій літературі висвітлені не в повній мірі, і тому потребують поглибленого дослідження та удосконалення.

**Мета статті.** Дослідження та аналіз концептуальних основ інноваційного процесу, що дає змогу в умовах переходу України до європейських стандартів та рівнів якості в авіаційній галузі удосконалювати інноваційні процеси в сфері надання освітніх послуг для підготовки висококваліфікованих інноваційно орієнтованих авіаційних спеціалістів.

**Виклад основного матеріалу.** Нові європейські стандарти та рівні якості в авіаційній галузі вимагають прискореного розвитку та високого потенціалу, і тому задача підготовки висококваліфікованих інноваційно-орієнтованих авіаційних спеціалістів є актуальною та важливою в Україні. Враховуючи те, що вимоги споживачів освітніх послуг (з одного боку, майбутніх авіаційних спеціалістів, а з іншого – керівників авіакомпаній) зростають разом із підвищенням попиту на послуги ринку авіаційних перевезень. Основним напрямом розвитку вищих навчальних закладів та засобом підвищення їх імі-

Таблиця 1

**Сутність поняття «інновація»**

Автор, назва роботи	Зміст визначення
Закон України «Про інноваційну діяльність» [8]	Інновації – новостворені (застосовані) і (або) вдосконалені конкурентоспроможні технології, продукція або послуги, а також організаційно-технічні рішення (виробничі, адміністративні, комерційні та інші), що істотно поліпшують структуру та якість виробництва та (або) соціальної сфери.
Шумпетер Й. [21, с. 86]	Інновація – це нова комбінація в економіці, будь-яке нововведення в мистецтві, науці, життєвій практиці, яке, головним чином, полягає в рекомбінації концептуальних фізичних матеріалів, які існували на ринку (творче руйнування).
Янковська О.І. [22]	Інновація (на мікрорівні) – це кінцевий результат інноваційного процесу, який призвів до якісних змін у будь-якій сфері діяльності підприємства.
Ніронович Н.І. [16, с. 387]	Інновація – це кінцева мета (результат) інноваційної діяльності, яка досягається шляхом впровадження в організаційну систему чогось нового.
Санто Б. [18, с. 10]	Інновація – це такий суспільно-техніко-економічний процес, який через практичне використання ідей та винаходів приводить до створення кращих за своїми якостями «виробів» та дає прибуток (у разі, коли інновація орієнтована на економічний зиск).
Подольська О.А. [17, с. 32]	Інновація – це цілеспрямована дія, яка вносить у середовище (організацію, поселення, суспільство тощо) впровадження нових відносно стабільних елементів.
Харів П.С. [19, с.13]	Інновація – це результат інноваційної діяльності, відображений у вигляді наукових, технічних, організаційних чи соціально-економічних нововведень та може бути отриманий на будь-якому етапі інноваційного процесу.
Зянько В.В. [9, с. 43]	Інновація – це результат втілення чи матеріалізації новаторської ідеї у певній предметній субстанції – продуктах, технологіях, засобах людської діяльності чи послугах, для якої властиві нові споживчі якості, а реалізація передбачає зміну усталених, звичних способів діяльності, створення нового чи урізноманітнення старого попиту, з метою отримання економічного, соціального, екологічного чи іншого ефекту.
Крикуненко Д.О. [13, с. 2]	Інновація – це форма наукового пізнання, яка поєднує в собі власне прагнення творця до самовираження з бажанням удосконалити зовнішній світ.
Лавріненко Ю.М. [14, с. 194]	Інновація – зміна у всіх сферах життєдіяльності підприємства: виробничій, маркетинговій, фінансовій, організаційній, соціальній, за допомогою впровадження, освоєння і використання нових або вдосконалених рішень, заснованих на науково-технічних досягненнях з метою задоволення постійно зростаючих потреб суспільства і підвищення конкурентоспроможності самого підприємства.
Лапін Н.І. [15, с. 274]	Інновація – це система, яка виникла в процесі створення, використання та реалізації результатів наукових досліджень і розробок, спрямованих на вдосконалення технічних, організаційних, економічних, соціальних і правових відносин в галузі науки, виробництва, культури, освіти та ін.
Друкер П.Ф. [6, с. 12]	Інновація – особливий інструмент підприємців, засіб, за допомогою якого вони використовують зміни як шанс здійснити новий вид бізнесу або послуг.



джу є успішне здійснення інноваційної діяльності при підготовці авіаційних спеціалістів, без якої неможлива модернізація навчального процесу [20, с. 76].

Вперше поняття «інновація» з'явилося у XIX аб. в працях культурологів та означало «введення певних елементів однієї культури в іншу». Розглянемо різні підходи науковців до визначення поняття «інновація» (табл. 1).

Аналіз підходів за фактором змісту визначення дозволив автору згрупувати підходи до визначення науковцями поняття «інновація» (рис. 1).

Слід також зазначити, що при підготовці авіаційних спеціалістів інноваційний процес перш за все має базуватися на принципах циклічності ще і тому, що створена і використана інновація є основою для подальшого розвитку інноваційного процесу, що пояснюється завершенням процесу освоєння вже створеної інновації, яка, в свою чергу, призводить до вивільнення ресурсів, які в результаті використовують для реалізації нових освітніх ідей.

Для більш чіткого усвідомлення особливостей інноваційної діяльності в процесі підготовки авіаційних спеціалістів важливо розглянути сутність поняття «освітня інновація» (рис. 2).

Таким чином, можемо зробити висновок, що освітню інновацію при підготовці авіаційних спеціалістів варто розглядати як вже реалізоване нововведення в освіті, яке виражається в різних формах та методах, що суттєво підвищує якість, ефективність та результативність навчально-тренувального процесу (рис. 3).



Рис. 3. Форми вираження освітньої інновації при підготовці авіаційних спеціалістів

Джерело: розроблено автором

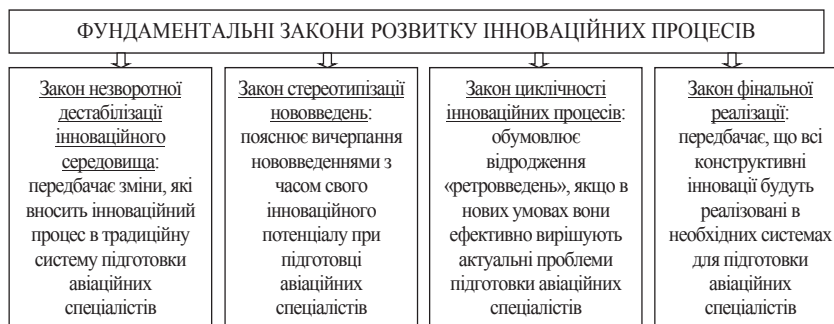


Рис. 4. Фундаментальні закони розвитку інноваційних процесів при підготовці авіаційних спеціалістів

Джерело: складено автором за [5; 12]

Актуальним та важливим при підготовці авіаційних спеціалістів є інноваційний процес, який, в загальному розумінні, являє собою оновлення поставлених цілей, удосконалення форм і методів навчання, адаптацію навчально-тренувального процесу до нових економічних умов розвитку авіаційної галузі, адаптовану до вимог європейських стандартів якості при підготовці та перепідготовці авіаційних спеціалістів.

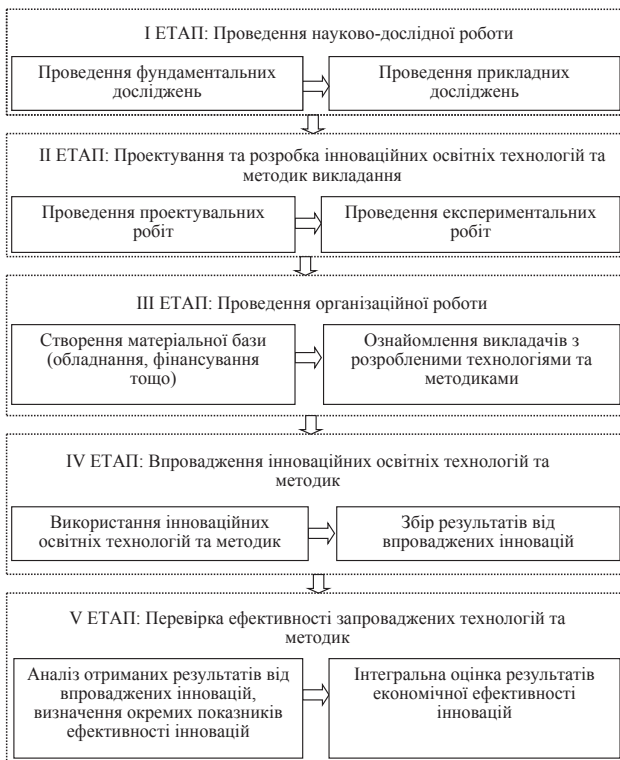
Необхідною умовою забезпечення ефективного функціонування інноваційного процесу при підготовці авіаційних спеціалістів є беззаперечне дотримання фундаментальних законів розвитку інноваційних процесів, усвідомлення сутності кожного з яких відіграє важливу роль при підготовці авіаційних спеціалістів (рис. 4).

Запропоновано інноваційний процес, який складається з послідовних етапів, головною метою якого є підвищення якості навчання, що, в свою чергу, має призвести до високого рівня конкурентоспроможності навчального закладу при підготовці авіаційних спеціалістів (рис. 5).

Головною метою інноваційного процесу при підготовці авіаційних спеціалістів є підвищення якості навчання, що, в свою чергу, має призвести до високого рівня конкурентоспроможності освітнього закладу. За умов отримання позитивної інтегральної

<b>ОСВІТНЯ ІННОВАЦІЯ – це:</b>	
	новизна, що істотно змінює результати освітнього процесу, створюючи при цьому удосконалені чи нові: освітні, дидактичні, педагогічні технології; методи, форми, засоби розвитку особистості; організації навчання і виховання; технології управління навчальним закладом, системою освіти [4, с. 5].
	процес створення, запровадження та поширення в освітній практиці нових ідей, засобів, педагогічних та управлінських технологій, у результаті яких підвищуються показники (рівні) досягнень структурних компонентів освіти, відбувається перехід системи до якісно нового стану [7, с. 338].
	цілеспрямована організація створення, впровадження та поширення нового змісту (форми, методу, засобу, елементу тощо) з метою змін в освітньому середовищі та переходу системи освіти на новий рівень якості [3, с. 4].
	не лише кінцевий продукт застосування будь-якої педагогічної новачки з метою внесення якісних змін в освітній процес й отримання економічного, соціального, науково-технічного, екологічного та іншого ефекту, але й процес постійного оновлення освіти [1, с. 22].
	Процес, орієнтований не стільки на передачу знань, скільки на оволодіння базовими компетенціями, що дозволяють потім, за мірою необхідності, здобувати знання самостійно [2].
	це процес введення новизни, направленої на підвищення рівня навчання та випуску «конкурентоспроможного продукту» (спеціаліста) [10, с. 48].

Рис. 2. Сутність поняття «освітня інновація» з різних позицій



**Рис. 5. Послідовність етапів інноваційного процесу при підготовці авіаційних спеціалістів**

*Джерело: розроблено автором*

оцінки результатів економічної ефективності інновацій навчальний заклад використовує запроваджені інновації до тих пір, доки не настане період занепаду життєвого циклу інновації. В цьому випадку та за умов отримання незадовільної інтегральної оцінки результатів навчально-тренувального процесу необхідно проаналізувати причини таких наслідків, розробити стратегію їх усунення і у випадку неможливості їх виявлення або виправлення необхідно повернутися на початковий I етап та пройти всі етапи його впровадження. Удосконалити існуючий або формувати новий інноваційний процес варто використовуючи міжнародний досвід підготовки авіаційних спеціалістів.

**Висновки.** Сучасні євроінтеграційні наміри України та прагнення до надання найякісніших послуг на ринку авіаційних перевезень зумовили необхідність досягнення нових рівнів та стандартів якості, які передбачають використання світового досвіду нових інноваційних інструментів з метою удосконалення інноваційних процесів.

Дослідивши поняття «інновація» та «освітня інновація» можемо зробити висновок, що освітню інновацію при підготовці авіаційних спеціалістів варто розглядати як вже реалізоване нововведення в освіті, яке виражається в різних формах та методах, що суттєво підвищує якість, ефективність та результативність навчально-тренувального процесу.

Запропоновано інноваційний процес, який складається з послідовних етапів, головною метою якого є підвищення якості навчання, що, в свою чергу, має призвести до високого рівня конкурентоспро-

можності навчального закладу при підготовці авіаційних спеціалістів.

#### БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Антонюк Л.Л. Інновації: теорія, механізм розробки та комерціалізації: монографія / Л.Л. Антонюк, А.М. Поручник, В.С. Савчук. – К.: КНЕУ, 2003. – 394 с.
2. Брызгаліна Е.П. Инновационное образование: вызовы и решения / Е. П. Брызгаліна, В. В. Миронов // Философское образование: традиции и инновации; под ред. проф. В.В. Миронова. – М.: МГУ, 2007 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://istina.msu.ru/publications/article/2433431/>
3. Ващенко Л.М. Система управління інноваційним процесом в загальній середній освіті регіону: автореф. дис. ... на здобуття наук. ступеня д-ра пед. наук. : спец. 13.00.01 «Загальна педагогіка та історія педагогіки» / Л. М. Ващенко. – Київ, 2006. – 45 с.
4. Даниленко Л.І. Управління інноваційною діяльністю в загальноосвітніх навчальних закладах: монографія / Л.І. Даниленко. – К.: Міленіум, 2004. – 358 с.
5. Дичківська І.М. Інноваційні педагогічні технології: навчальний посібник / І.М. Дичківська. – К.: Академвидав, 2004. – 352 с.
6. Друкер П.Ф. Инновации и предпринимательство / П.Ф. Друкер. – СПб.: Бук Чембер Интернэшнл, 1992. – 160 с.
7. Закон України «Про інноваційну діяльність»: зі змінами і доповненнями від 04.07.2007 № 40-IV [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [www.rada.gov.ua](http://www.rada.gov.ua).
8. Зянько В.В. Інноваційне підприємництво: сутність, механізми і форми розвитку: монографія / В.В. Зянько. – Вінниця: УНІВЕРСУМ-Вінниця, 2008. – 397 с.
9. Ільків О.С. Інноваційна діяльність як основа професійної діяльності / О.С. Ільків // 36. наук. праць: Фізичне виховання, спорт і культура здоров'я у сучасному суспільстві. – 2013. – № 1(21). – С. 47–50.
10. Коновальчук І.І. Розвиток педагогічних наук в Україні і Польщі на початку XXI століття / І.І. Коновальчук // 36. наук. праць. – Черкаси: Видавець Чабаненко Ю.А., 2011. – С. 552–557.
11. Кремень В.Г. Енциклопедія освіти / В.Г. Кремень. – К.: Юрінком Інтер, 2008. – С. 338–340.
12. Кремень В.Г. Біла книга національної освіти України / В.Г. Кремень. – К.: Акад. пед. наук України, 2009. – 376 с.
13. Крикуненко Д.О. Проблеми впровадження інновацій на підприємствах / Д. О. Крикуненко // Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2011. – № 4 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://mmi.fem.sumdu.edu.ua/journals/2011/41>.
14. Лавріненко Ю.М. Теоретичні аспекти визначення сутності інновацій / Ю.М. Лавріненко // Вісник Запорізького національного університету. 2010. – № 2(6). – С. 191–195.
15. Лапин Н.И. Системно-деятельностная концепция исследования нововведений / Лапин Н.И. // Сборник трудов: Диалектика и системный анализ. – М.: Наука, 1986. – С. 273–282.
16. Ніронович Н.І. Теоретичні аспекти інновацій / Н.І. Ніронович // Вісник Національного університету «Львівська політехніка» «Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку». – 2001. – № 436. – С. 385–390.
17. Подольская Е.Н. Ценностные ориентации и проблема активности личности / Е.Н. Подольская. – Х.: Основа, 1991. – 258 с.
18. Санто Б. Инновация как средство экономического развития / Б. Санто; пер. с венг. – М.: Прогрес, 1990. – 291 с.
19. Харів П.С. Інноваційна діяльність підприємства та економічна оцінка інноваційних процесів: монографія / П.С. Харів. – Тернопіль: «Економічна думка», 2003. – 326 с.
20. Хімичева Г.І. Аналіз і обґрунтування ризиків інноваційної діяльності ВНЗ / Г.І. Хімичева, Л.М. Віткін, О.В. Бобрусь // Вісник НТУ «ХП». Серія «Нові рішення в сучасних технологіях». – Х.: НТУ «ХП», 2013. – № 56(1029). – С. 76–83.
21. Шумпетер Й. Теорія економічного розвитку / Й. Шумпетер; пер. с нем. – М.: Прогрес, 1982. – 455 с.
22. Янковська О.І. Економічна сутність інновацій / О.І. Янковська // Економіка. Наука. Інновації. – 2009. – № 1 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.nbu.gov.ua/e-journals/eui/2009\\_1/zmist.html](http://www.nbu.gov.ua/e-journals/eui/2009_1/zmist.html).

## СЕКЦІЯ 7 ГРОШІ, ФІНАНСИ І КРЕДИТ

УДК 336:368(477)

**Портянко Д.В.***магістр**Національного університету харчових технологій**Говорушко Т.А.**доктор економічних наук, професор**Національного університету харчових технологій*

### СУЧАСНІ МЕТОДИКИ ОЦІНКИ ВАРТОСТІ ФІНАНСОВИХ РЕСУРСІВ СТРАХОВИХ КОМПАНІЙ ТА МОЖЛИВОСТІ ЇХ ВИКОРИСТАННЯ В УКРАЇНІ

Проаналізовано та узагальнено особливості використання сучасних методик оцінки вартості фінансових ресурсів страхової компанії. Також визначено особливості застосування на основі даних методик зарубіжної концепції Value-Based Management. Визначено фактори та показники, що враховуються керівництвом при використанні концепції Value-Based Management.

**Ключові слова:** вартість фінансових ресурсів, метод аналогів, метод витрат, дохідний метод, вартісно-орієнтована концепція.

### Портянко Д.В., Говорушко Т.А. СОВРЕМЕННЫЕ МЕТОДИКИ ОЦЕНКИ СТОИМОСТИ ФИНАНСОВЫХ РЕСУРСОВ СТРАХОВЫХ КОМПАНИЙ И ВОЗМОЖНОСТИ ИХ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ В УКРАИНЕ

Проанализированы и обобщены особенности использования современных методик оценки стоимости финансовых ресурсов страховой компании. Также определены особенности применения на основе данных методик зарубежной концепции Value-Based Management. Определены факторы и показатели, учитываемые руководством при использовании концепции Value-Based Management.

**Ключевые слова:** стоимость финансовых ресурсов, метод аналогов, метод расходов, доходный метод, концепция управление по стоимости.

### Portianko D.V., Hovorushko T.A. MODERN METHODS OF FINANCIAL RESOURCES VALUATION IN INSURANCE COMPANIES AND THE POSSIBILITY OF THEIR PROVIDING IN UKRAINE

The article analyzes and summarizes the features of using modern methods of financial resources valuation in the insurance company. It defines features of the application of a foreign concept Value-Based Management on the basis of these methods. The paper defines the factors and indicators taken into account when using the concept of Value-Based Management.

**Keywords:** cost of financial resources, analog method, cost method, income method, concept of cost management.

**Постановка проблеми.** Український страховий ринок останнім часом став досить привабливим для світових операторів страхового бізнесу. Іноземні страховики активно проводять операції з купівлі українських страхових компаній, особливо тих, які мають розгалужену регіональну мережу, серйозний клієнтський портфель і обґрунтовану стратегію інвестиційної діяльності.

Це створює умови для загострення конкуренції у страховій галузі і, відповідно, продукує певні проблеми для вітчизняних страховиків та змушує останніх підвищувати власну капіталізацію, організувати діяльність так, щоб забезпечити отримання прибутку не лише від страхової діяльності, а й від розміщення коштів страхових резервів (інвестиційного прибутку).

Тому в процесі формування капіталу страховика варто враховувати, що капітал, виступаючи фактором виробництва і, водночас, інвестиційним ресурсом, має певну вартість і вона повинна бути врахована при його залученні у господарський оборот.

У зв'язку з цим постає низка проблем, пов'язаних з розробкою стратегії управління фінансами у страхових компаніях України, визначенням їхньої поведінки на фінансовому ринку, формуванням методичних підходів щодо визначення ціни на капітал.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Дослідженню особливості використання вартісних методик (підходів) оцінки фінансових ресурсів та застосу-

вання на основі них вартісно-орієнтовану концепцію присвячено значну кількість робіт. Вагомий внесок зробили як науковці вітчизняні, так і зарубіжні: Дж.К. Шим, Т. Коупленд, Р. Брейли, Ч. Гібсон, С.В. Валдайцев, Н.М. Грицина, А.Г. Грязнова, М.А. Федотова, І.А. Єгерев, В.В. Ковалев, О.Г. Мендрул, В.В. Стадник, Т.С. Томалья, І. Ніконова, Р.Г. Ібрагімов. Їх праці є ґрунтовними, проте мінімальність економічного середовища постійно вносить зміни в тенденції та особливості формування і функціонування даних концепцій та підходів.

**Метою статті** є дати оцінку придатності методик, за якою нині визначається початкова (стартова) ціна об'єктів, що підлягають продажу, або проводиться вартісний аналіз. Також визначення можливості застосування концепції Value-Based Management у страхових компаніях України.

**Виклад основного матеріалу.** У зарубіжній науковій літературі [1; 2; 3] ціна фінансових ресурсів використовується лише для позикових коштів. Для власного (акціонерного) капіталу найчастіше використовують поняття вартість.

Відтак вартість є більш поширеним і більш точним терміном щодо теоретичної та практичної оцінки фінансових ресурсів, а тому його слід використовувати при дослідженні фінансового забезпечення господарської діяльності страхової компанії.

Функціонування фінансових ресурсів у фінансово-господарській діяльності компанії передбачає



одночасний процес їх формування і використання, існування фінансових ресурсів в різних формах, зокрема грошовій формі, у формі активів, виробничого капіталу, джерел фінансового забезпечення активів тощо. З боку об'єкту інвестування вартість фінансових ресурсів буде залежить від особливостей сфери застосування коштів, а також ризиків, що супроводжують процес вкладання фінансових ресурсів на макро- та мікрорівнях.

Для розробки методики оцінки фінансових ресурсів страхової компанії слід використати такі основні методи оцінки вартості об'єкта: метод витрат, метод аналогів продажу, метод потенційної прибутковості (метод доходності).

Кожному з них властиві як позитивні, так і негативні аспекти. Що стосується їх застосування, то на Заході найбільш поширеним є метод аналогів, де оцінка капіталу проводиться за аналогічними об'єктами. Цей метод потребує наявності у оцінщика достатньо повної інформаційної бази щодо продажу аналогічного капіталу в аналогічній місцевості й за аналогічних умов. Нині повною інформаційною базою щодо об'єктів, які змінили форму власності, не володіє навіть ФДМУ, а тим більше вторинний ринок. У кращому випадку бази даних продажу нерухомості формуються у великих фірмах в окремих регіонах. Тому в сучасних умовах в Україні цей метод оцінки капіталу (майна) не може забезпечити скільки-небудь достовірних відомостей.

Саме неповнота інформації, а не відсутність продажу, не дає змоги знаходити об'єкти, які мають аналогічні характеристики. Вважаємо, що доцільно обмежувати пошук аналогів тим регіоном, де знаходяться об'єкти, які оцінюються. У майбутньому при відповідному розвитку ринку нерухомості України з'явиться можливість розглядати його як єдину ринкову зону. Тоді необхідним буде лише внесення коректив за такими критеріями: час продажу; місце розташування об'єкта; умови продажу; умови фінансування (відсоткова ставка, строк кредиту); фізичні характеристики об'єкта.

Щоб оцінити і порівняти продані об'єкти, необхідно зіставити умови продажу хоча б за двома факторами: кількістю покупців та формою оплати вартості об'єкта (гроші чи приватизаційні папери).

Зрозуміло, що різні умови продажу можуть істотно вплинути на ціну продажу [4].

Метод витрат полягає в тому, що враховується сума коштів, необхідна для зведення об'єкта з «нуля». Далі в дію вступають коригувальні коефіцієнти, величина яких обумовлена в кожному конкретному випадку ступенем амортизації об'єкта, його розташуванням та іншими факторами. Цей спосіб дає змогу визначити «ножиці» вартості об'єкта і з урахуванням попереднього методу скласти про нього достатньо повне уявлення.

Цей метод при всій його простоті має низку похибок і багато в чому необ'єктивний, насамперед внаслідок проблеми землекористування (земля не включається в ціну об'єкта продажу). Крім того, витратний метод сам собою не враховує найефективніше використання ділянки землі.

Останнє можна реалізувати лише при використанні методу капіталізації доходів, згідно з яким вартість нерухомості визначається величиною прибутку, що може дати функціонування об'єкта, який продається. Інакше кажучи, метод доходності дає змогу визначити оцінку об'єкта з погляду найвигіднішого бізнесу на цій ділянці землі у цей момент. Різницю між вартістю об'єкта, яка визна-

чається методом капіталізації доходів та затрат, можна розглядати як вартість землі [5].

Оцінка методом капіталізації доходів передбачає визначення ринкової ціни об'єкта з урахуванням перспектив її зміни найближчим часом.

Цей метод, хоч і вимагає від оцінщика значних трудових затрат, дає змогу провести оцінку об'єкта із максимально можливою точністю. Під час його застосування враховується також низка факторів, пов'язаних з ринковими перспективами об'єкта. Застосування цього способу оцінки вимагає від спеціалістів фірми уміння орієнтуватись в ринковій кон'юнктурі й спрогнозувати розвиток конкретних секторів економіки, яких вони поки що не мають.

Серед оцінщиків немає однастайності щодо інтерпретації результатів з приводу тієї чи іншої оцінки. Витратний метод відбиває ціну пропозицій, це мінімальна межа ціни з боку продавця. Метод капіталізації доходів показує верхню межу з боку покупця – ціна попиту [6].

Вибір методичної основи для експертної оцінки має бути обґрунтований експертом на підставі фінансового стану підприємства, прибутковості, внутрішніх та зовнішніх умов його роботи, інформації про ціни аналогічних підприємств, сфери діяльності об'єкта тощо.

Саме на основі цих методик по визначенню вартості капіталу та бізнесу загалом була розроблена концепція Value Based Management, в основі якої об'єктом управління є ринкова цінність компанії (підприємства, страхової тощо), а головною метою – забезпечення її зростання. Її поширення у практиці управління страхової компанії сприятиме зростанню їх конкурентоспроможності в довготерміновій перспективі, розширенню їх присутності на ринку, зміцненню їх ринкових позицій, а значить – забезпечать умови для підвищення конкурентоспроможності національної економіки [7].

Досліджуючи зміст та основні акценти концепції Value Based Management, представлені у працях зарубіжних та вітчизняних фахівців з управління, можна побачити, що, незважаючи на деякі несуттєві відмінності у трактуванні її сутності більшість науковців, що займається цією проблемою, однастайна в тому, що її концептуальною базою є основний принцип корпоративних фінансів: ринкова цінність компанії визначається грошовими потоками, які вона може генерувати у майбутньому. Так, І. Ніконова особливо наголошує на тому, що потенційного інвестора цікавить передусім те, «що дасть використання придбаного активу у майбутньому, який грошовий потік буде ним генеруватися, як він буде розподілятися в часі і яка його волатильність» [8].

Отже, замість епізодичного врахування показників залишкового доходу за весь період залучення капіталу, що фактично лише фіксує досягнуте, концепція VBM націлює управління на економічний аналіз альтернативних управлінських рішень, оснований на прогнозуванні майбутніх грошових потоків, з наступним розробленням планів і бюджетів їх реалізації та встановленням системи контролю за досягнутими результатами [9]. Завдяки цьому накопичується прибуток, необхідний для розвитку компанії, і це зменшує його фінансову залежність, підвищує маневреність власного капіталу, поліпшує здатність страхової компанії об'єднуватись із бізнес-партнерами, розширюючи свій ресурсний потенціал тощо.



У всьому світі фінансові показники діяльності компанії є індикаторами їх інвестиційної привабливості, тому саме вони оприлюднюються у фахових інвестиційних виданнях. І хоча вони характеризують уже досягнуті результати, проте їх аналіз у динаміці свідчить про рівень професіоналізму менеджменту, завдяки чому й досягається фінансова стійкість суб'єкта господарювання, його життєздатність і конкурентоспроможність. Тому можна припустити, що в основу моделі управління ринковою вартістю можна буде покласти основні фінансові показники, доповнивши їх низкою інших, що не мають фінансового характеру і відображають результативність роботи різних структурних підрозділів, що беруть участь у формуванні «ланцюжка цінності». Однак ефективність моделі великою мірою залежатиме від обґрунтованості вибору сукупності показників діяльності компанії, що слугуватимуть індикаторами його ринкової вартості. Водночас немає резону розраховувати усі фінансові показники, варто обмежитись лише найважливішими [10].

Для цього доцільно використати результати досліджень, проведених Ч. Гібсоном у 1987 році для ранжування значущості фінансових аналітичних коефіцієнтів серед їх доволі великої сукупності. Він поставив завдання ліцензованим фінансовим аналітикам оцінити показники, що відображають рівень рентабельності, ліквідності й фінансової залежності компанії, з позиції їх значущості для узагальненої характеристики його діяльності.

Треба було дати відповідь на два запитання: а) чи включати згаданий показник у число найважливіших індикаторів з цього напрямку? б) який ранг за шкалою від 0 до 9 (9 – найвищий) можна надати зазначеному показнику? Було отримано відповіді від 52 аналітиків. Ранжування фінансових коефіцієнтів

(за зменшенням рівня їх значущості), які представлені в табл. 1 [6, с. 406–408].

Наведені дані показують, що навіть за наявності розходжень у думках деяких аналітиків щодо класифікації фінансових показників, існує значна узгодженість у їх висновках стосовно віднесення показників рентабельності до найважливіших при обґрунтуванні стратегічних рішень (брати чи не брати участь у діяльності компанії як інвестор чи контрагент). Показники, що характеризують оптимальність формування фінансових ресурсів, зайняли друге місце. Порівняно меншу значущість мають індикатори, що характеризують ефективність поточної діяльності (ліквідність, оборотність тощо). Зважаючи на це, компаніям, що прагнуть привернути увагу стратегічних інвесторів, доцільно оприлюднювати основні показники, що відображають узагальнену ефективність роботи страхової компанії (рентабельність) та його фінансову політику, яка відображатиме здатність страховика утримувати фінансову незалежність. Причому ці показники необхідно подавати у динаміці та порівнювати із середньогалузевими показниками, що важливо для потенційних інвесторів, оскільки слугуватиме орієнтиром для прийняття ними рішення про вкладання капіталу.

Водночас для завдань управління ринковою вартістю важливо бачити зв'язок результуючих фінансових показників із факторами поточної діяльності, які формують цю вартість. Залежно від методу оцінювання ринкової вартості вони можуть охоплювати більшу або меншу кількість показників, що відображено в таблиці 2.

На основі факторів, що формують ринкову вартість компанії, і слід будувати модель, яка дасть змогу визначати внесок кожного фактора у загальне

Таблиця 1

Класифікація та ранжування аналітичних коефіцієнтів за Ч. Гібсоном

Аналітичний показник	Поширеність	Рівень значущості індикатора		
		Рентабельність	Фінансова залежність	Ліквідність
Рентабельність власного капіталу (післяподаткова)	96	8,21		
Прибуток на акцію	69	7,58		
Норма чистого прибутку	100	7,52		
Рентабельність власного капіталу (доподаткова)	100	7,32		
Коефіцієнт покриття постійних фінансових витрат	92		7,22	
Коефіцієнт швидкої ліквідності	96			7,10
Коефіцієнт рентабельності активів	94	7,06		
Залучені кошти до власного капіталу	85		7,00	
Рівень фінансового лівериджу	57		6,61	
Коефіцієнт фінансової залежності	85		6,52	
Коефіцієнт концентрації залучених коштів	96		6,50	
Коефіцієнт поточної ліквідності	100			6,34
Оборотність запасів у днях	54			5,82
Коефіцієнт абсолютної ліквідності	98			5,51
Ресурсовіддача	61	5,50		
Частка оборотних активів у загальній сумі активів	82			4,74
Частка абсолютно ліквідних активів у загальній сумі активів	80			4,74
Фондовіддача	64	4,25		
Виручка від реалізації до чистих активів	53	4,04		
Частка виробничих запасів в оборотних активах	88			2,89

Таблиця 2

Систематизація факторів поточної діяльності компанії, що впливають на динаміку його ринкової вартості

Фактори вартості	Метод оцінки вартості підприємства		
	Капіталізації грошового потоку	Дисконтованих грошових потоків	Економічного прибутку
Обсяг реалізації продукції	+	+	+
Ціна виробництва одиниці продукції	+	+	+
Величина умовно-постійних витрат	+	+	+
Величина змінних витрат	+	+	+
Ставки оподаткування	+	+	+
Коефіцієнт капіталізації	+	-	-
Вартість активів підприємства, які не функціонують	+	+	-
Вартість позикового капіталу	+	+	+
Величина заборгованості за позиками	+	+	+
Величина оборотних активів підприємства	+	+	+
Величина позаоборотних активів підприємства	+	+	+
Величина довгострокових зобов'язань підприємства	+	+	+
Величина поточних зобов'язань підприємства	+	+	+
Ставка дисконтування	-	+	+
Довгострокові темпи зростання грошового потоку у після прогнозний період	-	+	+

зростання вартості. Проте для того, щоб модель була дієвою, необхідно виявити функціональні та кореляційні залежності між факторами. За наявності тісного кореляційного зв'язку між певними факторами їх слід вносити у модель, за відсутності взаємозв'язку фактором можна знехтувати. Крім того, здатність моделі до практичного використання залежатиме і від числа факторів, які будуть внесені у неї. Доцільно їх кількість обмежити, відбираючи лише ті з них, які показуватимуть більшу чутливість вартості до їх мінливості. У підсумку модель повинна показувати напрями управлінського впливу для забезпечення зростання ринкової вартості страхової компанії [11].

Для дієвості цієї моделі необхідно забезпечити здатність менеджменту цілеспрямовано впливати на величину відносної зміни внесених у неї факторів, тобто забезпечити їх керованість. Керованість характеризується двома аспектами: кількістю зусиль, витрачених менеджментом для досягнення потрібних змін, і максимальною величиною можливих змін. Тобто, формуючи ієрархію показників – індикаторів результативності управлінського впливу, – необхідно чітко розуміти, що до неї мають бути включені лише ті, які здатні відображати відчутне для сприйняття менеджментом у режимі поточного управління зростання ринкової вартості компанії, інакше коригувальні рішення будуть запізненими або навіть шкідливими з позицій суспільного блага. Наприклад, на величину ставки оподаткування можна впливати через лобювання податкових пільг або ж так званою «оптимізацією» податкових платежів за допомогою бухгалтерської звітності. Перше є занадто витратним, друге деструктивним.

Набагато ефективнішими можуть бути заходи з підвищення ефективності виробничої чи маркетингової діяльності, роботи з бізнес-партнерами по зменшенню дебіторської заборгованості тощо. Важливо водночас врахувати здатність менеджменту впливати на перебіг подій у зовнішньому середовищі, під впливом чого може змінюватися ринкова вартість. Наприклад, обвал на фінансовому ринку, який відбувається у другій половині 2008 р., не піддається поточному управлінському впливу і зачіпає усіх суб'єктів господарювання. Водночас існують і такі

зовнішні фактори, зміну яких можна передбачити і здійснити дії на випередження. Тому у моделі має бути враховано мінливість факторів, що формують ринкову вартість компанії, з урахуванням їх чутливості до зовнішніх змін. Це дасть змогу врахувати зовнішні ризики бізнесу.

Крім того, для забезпечення керованості необхідно, щоб модель мала під собою мотиваційну основу, чим би утверджувались мотиваційні переваги тих структурних елементів, чия поведінка передбачається регулювати за допомогою даної моделі [12].

**Висновки.** Вкладене засвідчує методичні підходи до побудови моделі управління ринковою вартістю компанії. В основу моделі покладено здатність менеджменту здійснювати управлінський вплив, обираючи ті його напрями, які можуть забезпечити найвідчутніші результати. Водночас для дієвості моделі необхідно, щоб вона опиралась на мотиваційну основу і мотиваційні переваги тих структурних елементів, чия поведінка передбачається регулювати за допомогою цієї моделі.

#### БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Шим Дж.К. Финансовый менеджмент / Дж.К. Шим, Дж.Г. Сигел; пер. с англ. – М.: Филинь, 1996. – 400 с.
2. Коупленд Т. Стоимость компаний: оценка и управление / Т. Коупленд, Т. Коллер, Д. Муррин. – М.: Олимп-Бизнес, 2005. – 758 с.
3. Брейли Р. Принципы корпоративных финансов / Р. Брейли, С. Майерс. – 2-е русск. изд. (пер. с 7-го междунар. изд.). – М.: Олимп-Бизнес, 2008. – 1008 с.
4. Валдайцев С.В. Оцінка бізнесу і управління вартістю підприємства / С.В. Валдайцев. – М., Проспект, 2008р. – 719 С.
5. Грязнова А.Г., Федотова М.А. Оцінка бізнесу / А.Г. Грязнова, М.А. Федотова. – М.: Фінанси і статистика, 2009. – 736 с.
6. Єгерев І.А. Вартість бізнесу: Мистецтво упр. / І.А. Єгерев. – М.: Справа, 2008. – 479 с.
7. Мендрул О.Г. Управління вартістю підприємств: монографія. – К.: КНЕУ, 2002. – 272 с.
8. Никонова И. Сколько стоит компания? / И. Никонова // Менеджмент и менеджер. – 2003. – № 11–12. – С. 8–12.
9. Стадник В.В., Томаля Т.С. О возможностях использования концепции Value Based Management для решения задач управления корпорациями в переходной экономике / В.В. Стадник,

- Т.С. Томаля // Бизнес-информ. – 2007. – № 5. – Т. 1. – С. 38–41.  
10. Томаля Т.С. Эффективность бизнес-процесів підприємства як фактор зростання його ринкової вартості / Т.С. Томаля // Актуальні проблеми економіки. – 2007. – № 5. – С. 139–147.  
11. Ибрагимов Р.Г. Управление по стоимости как система менедж-

- мента // Менеджмент в России и за рубежом / Р.Г. Ибрагимов. – 2004. – №6. – С. 65–79.  
12. Грицына Н.М. Максимизация рыночной стоимости компании как основной критерий эффективности / Н.М. Грицына // Менеджмент в России и за рубежом. – 2002. – № 6. – С. 22–33.

УДК 336.7

**Пугарська Н.Б.**

*аспірант кафедри банківської справи  
Київського національного економічного  
університету імені Вадима Гетьмана*

## ТРАНСФЕРТНЕ ЦІНОУТВОРЕННЯ ТА ЙОГО РОЛЬ В СИСТЕМІ КОНТРОЛІНГУ В БАНКАХ УКРАЇНИ

Досліджено головні поняття контролінгу в банках та трансфертного ціноутворення. Описано основні види контролінгу, а саме стратегічного і оперативного, досліджено його завдання та функції, здійснено аналіз цілей трансфертного ціноутворення. Представлені ключові методи трансферного ціноутворення та запропоновано застосування комплексного методу трансферного ціноутворення на базі експертного, ринкового та доходного методів ціноутворення. Наведено особливості трансферного ціноутворення та ефективності його застосування в банках України.

**Ключові слова:** контролінг, банківська система, трансфертне ціноутворення, стратегічний контролінг, оперативний контролінг.

### **Пугарская Н.Б. ТРАНСФЕРТНОЕ ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ И ЕГО РОЛЬ В СИСТЕМЕ КОНТРОЛЛИНГА В БАНКАХ УКРАИНЫ**

Исследованы главные понятия контроллинга в банках и трансфертного ценообразования. Описаны основные виды контроллинга, а именно стратегического и оперативного, исследованы его задачи и функции, осуществлен анализ целей трансфертного ценообразования. Представлены ключевые методы трансфертного ценообразования и предложено применение комплексного метода трансфертного ценообразования на основе экспертного, рыночного и доходного методов ценообразования. Приведены особенности трансфертного ценообразования и эффективности его использования в банках Украины.

**Ключевые слова:** контроллинг, банковская система, трансфертное ценообразование, стратегический контроллинг, оперативный контроллинг.

### **Puharska N.B. TRANSFER PRICING AND ITS ROLE IN THE CONTROLLING SYSTEM IN UKRAINIAN BANKS**

The article examines the basic concepts of controlling in banks and transfer pricing. It describes the main types of controlling, namely strategic and operational, investigates its tasks and functions, analyzes the transfer pricing purposes. The basic methods of transfer pricing and the proposed application of complex transfer pricing method on the basis of expert, market revenue and pricing methods. The features of transfer pricing and its effectiveness in banks of Ukraine are provided.

**Keywords:** controlling, banking, transfer pricing, strategic controlling, operational controlling.

**Постановка проблеми.** В умовах сьогодення банківська система України розвивається нестабільно. Система управління банками вимагає впровадження сучасних технологій менеджменту, серед яких провідне місце належить контролінгу. Він позитивно впливає на показники функціонування банківської установи та змінює загальну результативність його діяльності. Важливу роль в системі контролінгу банків України виконує трансфертне ціноутворення. Особливо важливим на сучасному етапі розвитку банків – є пошук оптимальних моделей та методів ціноутворення для забезпечення максимальної прибутковості та мінімізації ризиків банківської діяльності.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Дослідженням системи контролінгу присвятили свої праці такі провідні науковці як: Л.Ф. Левін [12], К.А. Рассел [12], Т.Ю. Теплякова [11], С.Г. Фалько [12] та інші. Щодо трансфертного ціноутворення, то його сутність досліджували: Ж. Дарден [13], Р.Н. Ентоні [13], К.С. Косован [4], М.В. Панов [9], Т.Г. Савченко [10] та інші.

На сьогодні недостатньо дослідженим напрямом в науковій літературі є оцінка ролі трансфертного ціноутворення в системі контролінгу в банках України. Ця ситуація зумовила вибір теми наукової статті.

**Мета статті.** Визначення ролі трансфертного ціноутворення в системі контролінгу в банках України.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Сутність банківського контролінгу як надійного механізму управління ризиками виявляється в таких його функціях [6, с. 25]:

- 1) організація стратегій, методик та процедур ризикових позицій банку;
- 2) оцінка ефективності управління ризиками;
- 3) аналіз та поточний контроль прийнятих ризиків та зовні;
- 4) планування валютної структури та рентабельності портфелів банку.

Як вважає С.Г. Фалько, сучасний контролінг здійснює значний вплив на ефективність діяльності банку. Так, зростання інтегральних показників рентабельності після впровадження інструментарію контролінгу в систему управління банківською установою може сягати 15–30%. Крім того, система контролінгу створює потенціал зростання ефективності, за різними оцінками, на 50–75% [13].

У банківській сфері виділяють такі види контролінгу: стратегічний і оперативний [12, с. 48]. Стратегічний контролінг направлений на реалізацію довгострокових стратегій та програм. Він здійснює систематичний пошук перспективних напрямків діяль-

ності для забезпечення довгострокового успішного розвитку банку. Оперативний контролінг націлений насамперед на структуру рентабельності та ризику в короткостроковій перспективі. Він значною мірою орієнтований на конкретні дані та детальну інформацію.

Особливу роль у банківському контролінгу виконує трансфертне ціноутворення.

Трансфертне ціноутворення – це процес формування структури ціни на товари та послуги між окремими організаційними одиницями в межах однієї компанії.

Трансфертне ціноутворення в банку розглядається сьогодні як основа побудови його внутрішньої економіки. Будучи частиною системи управлінського обліку, трансфертне ціноутворення дозволяє скласти економічно обґрунтоване судження щодо:

- доходності банківських продуктів та послуг;
- ефективності окремих структурних підрозділів банку (у разі якщо декілька підрозділів беруть участь у виробничому циклі або створенні декількох продуктів/послуг) [4, с. 28].

Основні завдання, на вирішення яких спрямоване використання трансфертного ціноутворення у системі контролінг, можна розділити на чотири групи [8, с. 62]:

1. Централізоване управління ризиками. Використання трансфертного ціноутворення дозволяє звільнити бізнес-підрозділ від наступних ризиків шляхом передачі їх в Казначейство: ризик ліквідності, процентний і валютний ризики.

2. Оцінка результатів діяльності окремих бізнес-підрозділів банку. Ця оцінка дозволяє аналізувати ефективність підрозділів, формувати систему мотивації співробітників, а також допомагає менеджменту приймати стратегічні рішення про напрямки розвитку кредитної організації.

3. Ціноутворення клієнтських продуктів. Трансфертні ціни є орієнтиром при ціноутворенні процентних клієнтських продуктів (наприклад, кредитів та депозитів).

4. Процес бюджетного планування. Планування процентних доходів і витрат в розрізі напрямів бізнесу,

а також забезпечення контролю над використанням ресурсів і фінансовою дисципліною, рентабельністю та самокупністю структурних підрозділів банку.

Завдання трансфертного ціноутворення в системі банківського контролінгу наведено на рисунку 1.

Р. Ентоні та Дж. Дірден визначили такі ключові цілі трансфертного ціноутворення [13]:

1. Система трансфертного ціноутворення повинна мотивувати керівника центру відповідальності установи та його підрозділів до прийняття ефективних рішень і надавати інформацію для їх обґрунтованості.

2. Рішення про розмір трансфертних цін повинні відображатися на результативності підрозділів та оптимізації ресурсів, що ними використовується, тобто ставити обґрунтований критерій виміру діяльності підрозділу, оскільки при наданні послуг доходи (вигоди, які надають позитивний ефект на його діяльність) одного підрозділу перетворюються на витрати іншого.

3. Система трансфертного ціноутворення не повинна порушувати певну автономію підрозділів. Неприпустимо наділяти такого роду керівників додатковою відповідальністю і в той же час централізовано призначати внутрішні ціни.

Основним елементом трансфертного ціноутворення є бізнес-одиниця банку – центр відповідальності, під яким розуміють відділ (сукупність відділів) і/або підрозділ банку.

Трансфертна ціна ресурсів визначає напрями руху коштів у банку і сприяє оптимальному переливу ресурсів між підрозділами, стаючи інструментом управління ліквідністю в банку. Одночасно з перерозподілом ресурсів між підрозділами банку відбувається перерозподіл фінансових ризиків за допомогою розділення комерційної та фінансової маржі. Також перерозподіляються кредитні та фундаментальні ризики (процентний ризик, ризик ліквідності), контрольовані казначейством. Реалізація ресурсів за трансфертними цінами дозволяє розділити маржинальний дохід між центром-покупцем і центром-продавцем ресурсів та визначити оптимальний обсяг перерозподілу ресурсу і обсяг пропозиції банківського продукту або послуги, тому внутрішня ціна ресурсів є основою для зовнішнього ціноутворення на банківські продукти та послуги [3].

Для того, щоб сформувався прибуток банку загалом, необхідно, щоб ціна розміщуваних ресурсів перевищувала ціну залучених ресурсів. Якщо, наприклад, ставка (ціна) по залучених коштах 11%, а ставка (ціна) за кредитами 16%, то в розпорядженні банку залишиться операційна маржа в 5% (16% – 11%). Кожен центр відповідальності та бізнес-одиниця в ньому (банку) є центром обліку, так як виконують функцію з обліку одержуваних доходів та понесених витрат. Водночас, якщо прямі виробничі витрати прямо відносяться на той чи інший центр відповідальності, то непрямі витрати підлягають розподілу. Наприклад, витрати на рекламу нового банківського продукту, проведену головним банком, доцільно розподіляти пропорційно обсягу залучення коштів. Неможливо знайти базу для пропорційного співвіднесення витрат [9].

На практиці виділяють такі види центрів відповідальності [1, с. 78]:

- центри прибутку (профінт-центри) – підрозділи, що контролюють і свої витрати,



Рис. 1. Завдання трансфертного ціноутворення та контролінгу в банках

Джерело: розробка автора



і свої доходи (наприклад, відділення банку). Діяльність цих центрів оцінюється на основі отриманого ними прибутку;

– центри витрат – підрозділи, які контролюють лише свої витрати (наприклад, внутрішньобанківські операції). Завдання центру витрат полягає в їх мінімізації. Діяльність центрів оцінюється величиною відхилень фактичних витрат від запланованих;

– центри інвестицій – підрозділи, що контролюють витрати, доходи та інвестиції (наприклад, казначейство). Вони відповідають за використання власного і позикового капіталу, мають у своєму розпорядженні повну автономію в управлінні всіма або частиною активів компанії. Ефективність діяльності центру інвестицій часто оцінюється показником ROI (рентабельність інвестицій);

– центри доходів – підрозділи, які контролюють лише свої доходи. Вони не відповідають за витрати. Обсяг їхніх повноважень обмежений тими рішеннями, що впливають на розмір доходу від продажів у рамках установленої залежності «доходи-витрати». Модель взаємодії центрів фінансової відповідальності при розподілі ресурсів банку наведена на рисунку 2.

У контексті розподілу доходів за центрами відповідальності виділяють два основних підходи трансфертного ціноутворення банків: нетто-підхід та бруто-підхід.

Застосування методики оцінки діяльності банків на основі встановлення трансфертної ціни на чистий грошовий потік (нетто-підхід) передбачає наявність децентралізованої організаційно-управлінської структури (через систему трансфертних цін стимулюється прийняття менеджерами банку ефективних рішень щодо цінних параметрів нарощування активів та пасивів) [5, с. 86].

Бруто-підхід полягає в тому, що безбалансові відділення банку одразу при залученні ними ресурсів безпосередньо продають їх за фіксованою процентною ставкою на відповідний, чітко визначений строк головної установи банку [5, с. 86].

Критерії застосування тієї чи іншої методики контролю діяльності банків, наведемо у таблиці 1.

У світовій банківській практиці застосовуються декілька методів розрахунку трансфертної ціни ресурсів [3]:

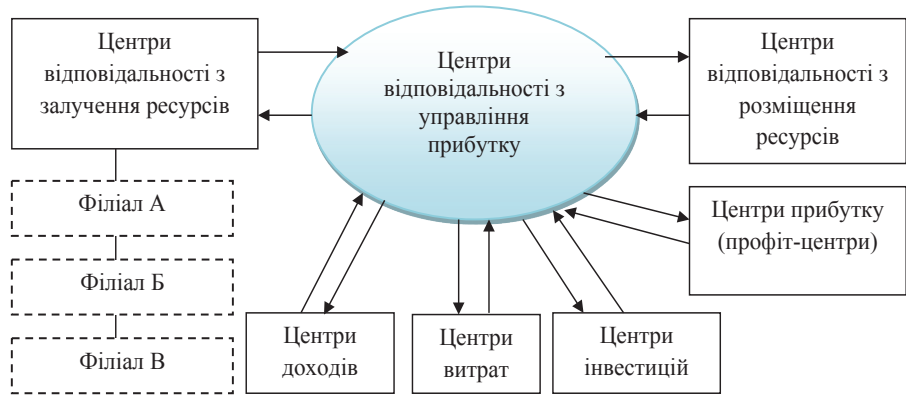


Рис. 2. Схема взаємодії центрів фінансової відповідальності при розподілі ресурсів

Джерело: розробка автора

– методи експертних оцінок (полягає в адміністративному призначенні трансфертної ціни вищим керівним органом або менеджером банку, відповідальним за управління банківськими ресурсами);

– ринкові методи (полягають у тому, що в якості трансфертних цін приймаються ціни на відповідні ресурси на зовнішньому ринку);

– витратні методи (залежно від виду витрат, що використовуються при визначенні трансфертної ціни, розділяють на: метод середньозваженої вартості пасивів, метод загального фонду коштів, метод поділу фондів коштів, метод покриття витрат, метод середньозважених граничних витрат).

На нашу думку, ціноутворення банківської діяльності повинно здійснюватись на основі комплексного показника. Звичайно, пріоритетно оцінка повинна відбуватись за витратним методом та скоригована відповідно до ринкового та експертного методу за наступним алгоритмом 1:

$$Tr = V_j \times R_j \times D_j, \quad (1)$$

де  $Tr$  – трансферна ціна банківської послуги;  $D_j$  – оцінка за експертним методом;  $R_j$  – оцінка за ринковим методом;  $V_j$  – оцінка за витратним методом. За умови  $V_j < R_j$  приймається оціночна вартість відповідно до даних ринку –  $R_j$ . За умови  $V_j > R_j$  приймається витратна оціночна вартість –  $V_j$ . Експертний метод також виступає коригуючим фактором.

Вибір варіанту трансфертного ціноутворення залежить від таких факторів: ступеня самостійності підрозділів, рівня ринкової конкуренції, ступеня відповідності цілей і завдань підрозділів цілям і завданням банку, взаємозв'язку між попитом і пропозицією на ресурси на найближчу перспективу та оцінки банком діяльності підрозділів [7, с. 124].

Таблиця 1

Критерії застосування методики контролю діяльності банків на основі встановлення трансфертної ціни

№ з/п	Критерій	Ознака
1.	<i>Нетто-підхід (трансфертне ціноутворення чистого грошового потоку)</i>	
1.1.	Організаційно-управлінська структура	Горизонтальна
1.2.	Кваліфікаційний ступінь управління банку	Вищий
1.3.	Пріоритетні стратегічні завдання фінансового управління банку	Дохідність діяльності банку
2.	<i>Бруто-підхід (трансфертне ціноутворення валового грошового потоку)</i>	
2.1.	Організаційно-управлінська структура	Вертикальна
2.2.	Кваліфікаційний ступінь управління банку	Менший
2.3.	Пріоритетні стратегічні завдання фінансового управління банку	Фінансова стабільність діяльності банку

Джерело: розробка автора

Водночас інші методи оцінки, будуть застосовуватись для корегування результатів оцінки пріоритетним методом. Факторами впровадження трансфертного ціноутворення в банках України у останні роки є [5, с. 71]: ефективний управлінський облік, кількість відділень та філій, децентралізація управлінської структури, наявність зовнішніх орієнтирів для трансферного ціноутворення, стратегія банківської установи, бажання керівництва запровадити трансферне ціноутворення, наявність зарубіжних інвесторів, повноваження казначейства банку та правове регулювання трансферного ціноутворення.

У сучасних умовах господарювання дещо відрізнятиметься ціноутворення для стабільних та мінливих банківських ресурсів. Трансфертна ціна ( $T_p$ ) стабільних ресурсів розраховується за формулою 2 [10]:

$$T_p = V_f + M, \quad (2)$$

де  $V_f$  – вартість залучених від фізичних осіб строкових ресурсів загалом по банку в національній та іноземній валютах за звітний місяць;  $M$  – маржа по строкових ресурсах, що залучаються головним банком від філій при розрахунку трансфертних цін на внутрішньобанківському ринку.

Для розрахунку трансфертної ціни мінливих ресурсів може бути використано систему трансфертного ціноутворення орієнтовану на ринкові індикатори [2, с. 54].

Трансфертні ціни мінливих і стабільних ресурсів розраховуються окремо в національній та іноземних валютах. Граничні рівні ( $T_{\min}$  і  $T_{\max}$ ) трансфертних ставок, які застосовуються при оцінці умовних операцій з купівлі/продажу мінливих і стабільних ресурсів, встановлюються в межах відхилень, див. формули 3, 4 [10]:

$$T_{\min} = T_p - 2\%, \quad T_{\max} = T_p + 2\% - \text{для національної валюти}, \quad (3)$$

$$T_{\min} = T_p - 1,5\%, \quad T_{\max} = T_p + 1,5\% - \text{для іноземної валюти}, \quad (4)$$

де  $T_p$  – трансфертна ціна,  $T_{\min}$  – мінімальний граничний розмір трансфертних ставок,  $T_{\max}$  – максимальний граничний розмір трансфертних ставок.

На ефективність роботи системи трансфертного ціноутворення в банках у сучасних українських реаліях впливають такі групи чинників [5, с. 77]:

1. Методичні – ефективний управлінський облік, принципи розподілу доходів та витрат, інші методичні особливості: рівень об'єктивності та прозорості розрахунків трансфертних цін; бруто/нетто; волатильність; участь оперативної трансфертної ціни в прийнятті рішень щодо продуктового ціноутворення; делегування повноважень щодо прийняття рішень; визначення діапазонів строковості.

2. Організаційно-технічні – відповідність організаційно-управлінської структури банку, якісне програмне забезпечення та думка керівництва.

3. Інші – ліквідність банку, адекватність ринкових індикаторів та інші: доступ до міжнародних та національного ринків капіталу; валютна структура активів та пасивів; стратегія банку: які сегменти діяльності банку мають зростати.

Для покращення функціонування системи трансферного ціноутворення банків в Україні доцільно здійснювати трансферне ціноутворення за такими етапами:

1. Виділення процентної маржі по активах та зобов'язаннях, з метою відображення вартості фінансування.

2. Визначення рентабельності продуктів та клієнтів з метою здійснення змін у структурі активів і пасивів, які призводять до збільшення загального при-

бутку. Трансфертні ціни встановлюють мінімальний необхідний рівень рентабельності на продукцію, який вказує, який з них більш прибутковий для банку.

3. Оцінка бізнес-рішення внеску галузей і напрямків діяльності в загальний прибуток. Для досягнення цієї мети, необхідно, щоб особи, які приймають рішення, несли відповідальність за результати, які вони в змозі контролювати.

4. Контроль процентного ризику і ризику ліквідності шляхом передачі його в підрозділ, відповідальний за управління ризиками процентної ставки. Великими ринковими ризиками можна ефективно керувати тільки на центральному рівні, а саме казначейства та комітету по активах і пасивах (ALCO).

**Висновки.** Отже, система трансфертного ціноутворення є важливою складовою системи контролінгу в банках, оскільки дає змогу оцінити наскільки ефективно банк веде свою діяльність. Впровадження системи трансфертного ціноутворення дає можливість: здійснювати централізоване управління ризиками; здійснювати оцінку результатів діяльності окремих бізнес-підрозділів; контролювати процес бюджетного планування банку. У світовій банківській практиці застосовуються декілька методів трансфертного ціноутворення на банківські ресурси: методи експертних оцінок; ринкові методи; витратні методи. Основними чинниками, що впливають на ефективність роботи системи трансфертного ціноутворення в банках, є: організаційна структура, фінансовий стан, структура активів та пасивів банку, принципи розподілу доходів та витрат банку.

#### БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Давидович І.Є. Контролінг : навч. посіб. / І.Є. Давидович. – К. : Центр учбової літератури, 2008. – 552 с.
2. Жидко К. Теоретичні основи побудови системи трансфертного ціноутворення у банку / К. Жидко // Вісник Національного банку України. – 2005. – №1 – С.52–56.
3. Ісаєва П.Г. Сучасні проблеми ціноутворення в банківській сфері і шляхи їх вирішення / П.Г. Ісаєва [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://www.rusnauka.com/27\\_PAS\\_2014/Economics/1\\_177588.doc.htm](http://www.rusnauka.com/27_PAS_2014/Economics/1_177588.doc.htm).
4. Косован К. Трансфертне ценообразование в коммерческом банке / К. Косован // Деньги и кредит. – № 11. – 1999. – С. 28–34.
5. Макаренко М.Л. Система трансфертного ціноутворення в комерційних банках : монографія / М.Л. Макаренко, Т.Г. Савченко. – Суми : ДВНЗ «УАБС НБУ», – 2008. – 238 с.
6. Мескон А. Основи менеджменту / А. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоурі. – М. : Дело, 2000. – 674 с.
7. Молчанов А.В. Коммерческий банк в современной России: теория и практика: учебник / А.В. Молчанов. – М. : Финансы и статистика, – 2011. – 368 с.
8. Наместников А.С. Преимущества использования трансфертного ценообразования в коммерческом банке / А. С. Наместников // Гуманитарные и социальные науки. – 2013. – № 5. – С. 61–68.
9. Панов М.В. Трансфертне ценообразование в процессе бюджетирования деятельности коммерческого банка / М.В. Панов [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://dis.ru/library/detail.php?ID=26501>.
10. Савченко Т.Г. Трансфертне ціноутворення в системі оцінки ефективності діяльності підрозділів банку / Т.Г. Савченко [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://dspace.uabs.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/6806/1/estimation%20of%20bank%20subsections%20efficiency.pdf>.
11. Теплякова Т.Ю. Контролінг : учеб. пособ. / Т.Ю. Теплякова. – Ульяновск : УлГТУ, – 2010. – 143 с.
12. Фалько С.Г. Контролінг: национальные особенности – российский и американский опыт / С.Г. Фалько, К.А. Рассел, Л.Ф. Левин [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://eup.ru/Documents/IntelCont.ru/35BC2.asp>.
13. Anthony R.N. Management Control Systems / R.N. Anthony, J. Dearden, 1984. – 116 p.

УДК 330.3:336.7

**Стегней М.І.***кандидат економічних наук, доцент,  
доцент кафедри обліку та фінансів  
Мукачівського державного університету***Софілканич Я.Ю., Поллої К.Д.***студенти  
Мукачівського державного університету*

## ОЦІНКА СУЧАСНОГО СТАНУ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ТА БАНКІВСЬКОЇ СФЕР УКРАЇНИ

Стаття присвячена особливостям сучасного стану інвестиційної та банківської сфер України, а також пріоритетним напрямкам їх розвитку. З'ясовані сучасні проблеми і перспективи сфер інвестування. Обґрунтована необхідність активізації інвестиційної та банківської діяльності. Окреслено напрямки підвищення ефективності залучення іноземних інвестицій у країну. Визначено орієнтири подальшого розвитку інвестиційної та банківської сфер України.

**Ключові слова:** інвестиційна діяльність, банківська діяльність, економічні ризики, інвестиційний клімат.

### **Стегней М.И., Софилканич Я.Ю., Поллои К.Д. ОЦЕНКА СОВРЕМЕННОГО СОСТОЯНИЯ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ИНВЕСТИЦИОННОЙ И БАНКОВСКОЙ СФЕР УКРАИНЫ**

Статья посвящена особенностям современного состояния инвестиционной и банковской сфер Украины, а также приоритетным направлениям их развития. Выявлены современные проблемы и перспективы сфер инвестирования. Обоснована необходимость активизации инвестиционной и банковской деятельности. Определены направления повышения эффективности привлечения иностранных инвестиций в страну. Определены ориентиры дальнейшего развития инвестиционной и банковской сфер Украины.

**Ключевые слова:** инвестиционная деятельность, банковская деятельность, экономические риски, инвестиционный климат.

### **Stehnei M.I., Sofilkanych Ya.Yu., Polloi K.D. EVALUATION OF CURRENT CONDITION AND PERSPECTIVES OF INVESTMENT AND BANKING SECTOR OF UKRAINE**

The article is devoted to the peculiarities of the current state of the investment and banking of Ukraine and the priority areas of development. The current problems and prospects of investment areas are analyzed. The need for enhancing the investment and banking is proved. Directions for improving efficiency of foreign investment in the country are determined. The guidelines for further development and investment of banking areas of Ukraine are defined.

**Keywords:** investment, banking, economic risks, investment climate.

**Постановка проблеми.** Глобалізація ринкового середовища обумовила активізацію міжнародного руху капіталів, що стало визначним чинником соціально-економічного розвитку та зростання країн світу. Інвестиційна та банківська сфери діяльності в умовах поглиблення транснаціоналізації бізнесу виступають засобом впливу на структурні зрушення та відродження національної економіки. Залучення інвестиційних та кредитних коштів в економічний оборот дає додаткові можливості, які полягають у використанні новітніх технологій, розвитку експортного потенціалу підприємницьких структур та економіки в цілому. Це обумовлює актуальність дослідження сучасних тенденцій розвитку інвестиційної та банківської сфер економіки України, визначення стримуючих чинників та перспектив їх активізації.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Вивченню проблем інвестування приділяється велика увага українськими і зарубіжними вченими, серед яких О.І. Амоша, Г.І. Євтушенко, І.О. Бланк, В.М. Гриньова, Б.В. Губський, А.Г. Загородній, І.О. Іртищева, Я.В. Крупка, В.А. Худавердієва, В.В. Ковальов, М.Д. Кондратьєв, Ю.В. Макогон, Т.Г. Детюк, А.П. Пригожина, П.Г. Перерва, Т.В. Стройко, В.В. Шеремет та ін. При цьому окремі питання щодо розробки стратегічної політики держави відносно пріоритетних напрямків розвитку інвестиційної та банківської сфер діяльності не дістали належного висвітлення та потребують подальшого, більш детального моніторингу та вдосконалення як у науковому, так і практичному розрізах.

**Мета статті.** Визначення сучасних тенденцій розвитку інвестиційної та банківської сфер національ-

ної економіки, ідентифікація стримуючих чинників та перспектив розвитку економічного потенціалу України.

**Виклад основного матеріалу.** Українське суспільство більшою мірою, ніж інші європейці відчуває на собі наслідки кризових явищ останніх років. Уповільнення темпів економічного розвитку, наростання негативних тенденцій у окремих сферах привносять у світосприйняття українців песимізм та невпевненість. Забезпечення сталого економічного розвитку неможливе без належного фінансового забезпечення економічної діяльності. На сьогоднішній день в Україні склалася ситуація, коли більшість інвестиційних проектів фінансуються за рахунок власних коштів, що обумовлено дефіцитом бюджетних ресурсів, високими кредитними ставками та низькою інвестиційною привабливістю України.

Основні ризики, які сьогодні стримують інвестиційний розвиток країни, зв'язані із наступними ймовірними подіями: нестабільною соціально-політичною ситуацією в Україні та пов'язаними з цим масовими громадськими заворушеннями у деяких регіонах України; веденням бойових дій збройними силами РФ у східних регіонах України; зміною прав власності на підприємства та інші активи у зв'язку зі зміною влади в Україні; нестабільною економічною ситуацією, що виражається через девальвацію національної валюти, зростаючу інфляцію, зниження купівельної спроможності підприємств і населення, з чого випливає зменшення попиту на товари та послуги тощо.

Ризики, пов'язані із загрозою отримання значних збитків чи навіть втрати кредиторами та інвесторами



своїх активів в Україні, заміщуються ризиками, пов'язаними з погіршенням умов функціонування цих активів, тобто мова йде про нестабільну економічну ситуацію в Україні, яка виражається через девальвацію національної валюти, зростаючу інфляцію, зниження купівельної спроможності підприємств і населення. Перспективи перегляду прав власності на підприємства й інші активи у зв'язку зі зміною влади у країні, особливо за нинішньої складної внутрішньої та зовнішньої політичної ситуації в нашій державі, видаються доволі обмеженими. Причому це стосується доволі значної частини пострадянських, насамперед українських, інвесторів, що формально інвестували в Україну кошти, а не лише реальних іноземних інвесторів [1, с. 33].

Цілком ймовірно, що наміри потенційних інвесторів та кредиторів будуть втілюватись у диференційовану за секторальними та галузевими ознаками ринкову, а відповідно й інвестиційну політику нерезидентів. При цьому кращі можливості для зниження ступеня ризикованості своєї діяльності за нинішніх обставин мають представники менш матеріалоемних та енергоємних секторів економіки. Насамперед це стосується сфери послуг. Саме тут існують кращі, ніж у сфері виробництва, можливості для тимчасового припинення технологічного процесу або ж зміни його режиму, консервації виробничих потужностей, призупинення оренди приміщень або ж відмови від неї взагалі, тимчасового звільнення персоналу з перспективою його нового набору після подолання кризової ситуації, розширення системи аутсорсингу тощо [2, с. 70].

За аналогією зі сферою послуг відносно кращі можливості для зниження ступеня ризику своєї діяльності, враховуючи збереження вкладених коштів, мають менш фондоемні та матеріалоемні галузі вітчизняної економіки. Особливо актуальним це положення є для промисловості та будівництва. По суті, матеріальною основою мінімізації ризиків економічної діяльності виступає характер технологічного процесу у сфері виробництва й обігу товарів і послуг. Тобто це ті галузі, де порівняно менша частка амортизаційних витрат у структурі їх продукції, відсутні технології безперервного циклу та мають кращі передумови для мінімізації ризиків економічної діяльності.

У даному контексті найменші можливості для маневру мають насамперед промисловість і сільське господарство, а також телекомунікації та будівництво, тобто ті галузі, де акціонерний капітал вкладений у вельми значні за вартістю матеріальні об'єкти, а зупинка технологічного процесу не може бути миттєвою та безболісною для всієї діяльності підприємства. Та навіть протягом усього періоду консервації роботи таких об'єктів інвестор нестиме відповідні витрати на їх збереження, причому величина цих витрат буде прямо пропорційна величині об'єкту інвестування.

У 2014 р. на сферу фінансів, професійної, страхової, наукової та технічної діяльності, операцій з нерухомістю та адміністративних і допоміжних послуг припадало близько 43,2% загальноукраїнського обсягу акціонерного капіталу. Приріст акціонерного капіталу у сфері операцій з нерухомістю, професійної, технічної, адміністративної діяльності та допоміжного обслуговування минулого року майже повністю був компенсований відтоком іноземних інвестицій зі сфери фінансів. Інформація про наміри цілого ряду іноземних банкірів згорнути свій бізнес в Україні поширювалась уже доволі давно. І

минулого року значна частина цих намірів була реалізована [3].

Враховуючи досить високу мобільність сфери операцій з нерухомістю професійної, технічної, адміністративної діяльності та допоміжного обслуговування, згідно даних Державного агентства з інвестицій та управління національними проектами України [4], можна припустити відносно незначне зростання акціонерного капіталу у цей сегмент вітчизняної економіки найімовірніше у другій половині 2015 р. Не виключено, що через високу мобільність цього сегмента економіки саме сюди направлятимуть свої капітали ризиковані іноземні інвестори, що прагнутимуть скористатись нинішньою доволі невизначеною ситуацією в Україні з метою отримання високих прибутків. Утім, таких інвесторів буде, мабуть, порівняно небагато, а обсяги інвестованого капіталу – відносно невеликі.

У 2014 р. майже половина приросту акціонерного капіталу в Україні припадала на оптову й роздрібну торгівлю та ремонт автотранспорту. Мабуть, значною мірою це було пов'язано з очікуванням підписання угоди про асоціацію між Україною та ЄС. Враховуючи нинішній політичний курс нашої держави, високу мобільність сфери торгівлі й автосервісу, а також споживчі настрої доволі значної частини населення, можна припустити, що й у 2015 р. сфера торгівлі й автосервісу буде серед лідерів за показником приросту акціонерного капіталу. Правда, нинішнього року цей приріст, мабуть, усе-таки буде значно менший, ніж минулого. Таким чином, можна припустити, що у 2015 р. баланс надходжень і вилучень прямих іноземних інвестицій буде позитивним для нашої держави, а загальний приріст надходжень акціонерного капіталу в Україну буде коливатись у межах 1,0–1,5 млрд. дол. США. Причому у разі загострення українсько-російських відносин приріст інвестицій може зменшуватись, а у разі поліпшення цих відносин – зростати [4].

Доволі важливим чинником мінімізації ризиків інвесторів та кредиторів, за нинішньої вельми складної соціально-економічної та військово-політичної ситуації в Україні та навколо неї, може бути подальше збільшення частки вартості боргових інструментів порівняно з вартістю акціонерного капіталу в сукупному потоці ПІІ в Україну у 2015 р. Однак, враховуючи згадані вище тенденції збільшення частки вартості боргових інструментів порівняно з вартістю акціонерного капіталу та виходячи з того, що період часу, протягом якого зберігатиметься невизначеність щодо умов підприємницької діяльності в Україні, може бути доволі значним [4].

Частина коштів, яка б за інших обставин спрямовувалася іноземцями в Україну у формі акціонерного капіталу, тепер буде направлятись ними їхнім дочірнім структурам в Україні у формі різних боргових інструментів. Такі кошти, виходячи з інтересів власників підприємств, повинні надходити у сумах достатніх для підтримання принаймні беззбиткового функціонування в Україні підприємств з іноземними інвестиціями та збереження на належному рівні вартості цих об'єктів. Причому суми коштів, які іноземні інвестори спрямовуватимуть в нашу державу у формі боргових зобов'язань, будуть визначатись ними із врахуванням як фінансово-економічних результатів діяльності їх підприємств у нашій державі, так і згаданої вище соціально-економічної та військово-політичної ситуації. Водночас є всі підстави для того щоб припустити, що у 2015 р. інвестори-нере-



зиденти для підтримання діяльності своїх підприємств в Україні віддаватимуть перевагу насамперед короткотерміновим борговим інструментам.

Щодо загрози негативного впливу нинішніх російсько-українських відносин на процес іноземного інвестування в регіонах України, то це насамперед стосується АР Крим, м. Севастополь, а також регіонів України, прикордонних з Росією та місцями концентрації значних угруповань російських збройних сил. Йдеться насамперед про Чернігівську, Сумську, Харківську, Луганську, Донецьку, Херсонську та Одеську області. Решта території України, мабуть, розглядатиметься іноземними інвесторами як зона, відносно менш ризикована для інвестування у найближчій перспективі. Однак, звичайно, що в цілому Україна в 2015 р. розглядатиметься реальними й особливо потенційними інвесторами як вельми ризикований порівняно з більшістю інших пострадянських держав регіон для здійснення інвестиційної діяльності.

Значна частина іноземних портфельних інвестицій до нашої держави представлена борговими інструментами, а не акціями підприємств. У платіжному балансі України ці інструменти, у свою чергу, представлені кредитами та облігаціями різного терміну дії, одержувачами яких є приватні та державні структури. Тому можна погодитись з думкою дослідників [5, 6], що надзвичайно важливе фінансово-економічне та соціально-психологічне значення для діяльності іноземних інвесторів має ступінь активності в Україні міжнародних фінансових інституцій, як то Міжнародний валютний фонд (МВФ), Світовий банк, Міжнародна фінансова корпорація (МФК), Європейський банк реконструкції та розвитку (ЄБРР) тощо.

Спрямовуючи кредити в Україну, міжнародні фінансові інституції розраховують на їх своєчасне повернення й отримання прибутків, а їх дії базуються на попередньому аналізі ситуації та певних державних гарантіях стосовно умов підприємницької діяльності в Україні [7]. Тому для іноземних інвесторів, причому не лише портфельних, а й тих, що здійснюють пряме інвестування в різні об'єкти в Україні, кредитна активність у нашій державі згаданих вище міжнародних фінансових інституцій слугує важливим індикатором оцінки підприємницької ситуації в Україні взагалі та інвестиційного клімату зокрема.

За оцінками Міністерства фінансів України, у 2015 р. державі може бути надана фінансова допомога (більша частина якої носить форму кредитних ресурсів) на суму 13 млрд. дол., частина яких безпосередньо надійде до державного бюджету. Ключову роль у цьому процесі повинні відіграти кошти Міжнародного валютного фонду.

Водночас міжнародне рейтингове агентство Moody's знизило рейтинг держоблігацій України із збереженням прогнозу «негативний». Зниження рейтингу обумовлене впливом ряду факторів, зокрема, ескалацією політичної кризи в Україні, урізуванням фінансової допомоги з боку РФ, ростом ціни на російський газ, говориться в повідомленні агентства.

Таким чином, можна погодитись з думкою авторів [8–11], що саме узгодження програми співробітництва з МВФ є тим важливим чинником, що має стимулювати надходження в Україну значних сум вільноконвертованої валюти як у формі інвестицій, так і у формі різноманітних позик. Це стосується не лише допомоги Україні від розвинутих країн та МФО, а й коштів приватних кредиторів та інвесторів, що можуть надаватись як підприємствам, банківським установам, так і державі у формі різноманітних позик чи навіть акціонерного капіталу.

**Висновки.** Україна володіє досить потужним, однак нереалізованим, інвестиційним потенціалом, розвиток якого стримується чинниками переважно макроекономічного характеру. На основі цього можна стверджувати про необхідність обґрунтування та впливу виваженої політики, в межах якої доцільно підвищення прозорості інвестиційного ринку, удосконалення системи захисту іноземних інвестицій, раціоналізація галузевого розподілу іноземних інвестицій шляхом розробки та впровадження системи заходів інвестиційного та структурного спрямування, спрощення регуляторних процедур ведення бізнесу. Реалізація вищезазначених заходів сприятиме підвищенню інвестиційної привабливості економіки України на міжнародному ринку капіталів, що прискорить процес відтворення та нарощування їх потенціалу, соціально-економічний розвиток країни.

#### БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Детюк Т.Г. Інвестиційний клімат в Україні / Т.Г. Детюк // Економіка і держава. – 2009. – № 1. – С. 31–34.
2. Худавердієва В.А. Стратегія залучення іноземних інвестицій в економіку України / В.А. Худавердієва // Фінанси України. – 2010. – № 6. – С. 62–71.
3. Офіційний сайт Державного комітету статистики України: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
4. Офіційний сайт Державного агентства з інвестицій та управління національними проектами України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.in.ua/project.gov.ua>
5. Крупка Я. Інформаційне забезпечення та аналітична оцінка альтернативних інвестиційних ресурсів // Економічний аналіз. – 2010. – № 6. – С. 17–19.
6. Євтушенко Г.І., Левківський Т.А. Іноземне інвестування в Україні: сучасний стан і перспективи / Г.І. Євтушенко, Т.А. Левківський // Збірник наукових праць Національного університету державної податкової служби України. – 2012. – № 1. – С. 126–135.
7. Стройко Т.В. Неприбуткові організації в системі світових соціально-економічних процесів: монографія / Т.В. Стройко, І.О. Іртищева, М.І. Стегней, Т.І. Ткаліч, І.В. Крупіца. – Херсон: Видавничий дім «Гельветика», 2014. – 172 с.
8. Стегней М.І. Особливості державного управління інвестиційною діяльністю / М.І. Стегней // Науковий вісник Ужгородського національного університету. – Серія Економіка. Спец. вип. 28 (Ч. III). – Ужгород, 2009. – С. 193–197.
9. Стегней М.І. Державне регулювання інвестиційної сфери в період економічних трансформацій / М.І. Стегней, М.І. Паук, І.М. Козик // Вісник ХНАУ ім. В.В. Докучаєва. Серія «Економічні науки». – 2014. – № 3. – С. 200–207.
10. Іртищева І.О. Вплив глобалізації на рівень конкурентоспроможності національної економіки / І.О. Іртищева, Т.В. Стройко, М.І. Стегней // Вісник ХНАУ ім. В.В. Докучаєва. Серія «Економічні науки». – 2013. – № 4. – С. 34–46.

УДК 330.142.26

**Юрій С.М.**

*кандидат економічних наук,  
старший викладач кафедри фінансів  
Чернівецького торговельно-економічного інституту  
Київського національного торговельно-економічного університету*

## ШЛЯХИ ОПТИМІЗАЦІЇ СТРУКТУРИ ОБОРОТНОГО КАПІТАЛУ

В статті визначено роль оборотного капіталу в економічному процесі функціонування підприємства. Проведений кластерний аналіз з метою визначення оптимізаційної структури оборотного капіталу підприємств харчової промисловості Чернівецької та Тернопільської областей. Запропоновано систему заходів щодо оптимізації структури оборотного капіталу у межах кластерних утворень.

**Ключові слова:** оборотний капітал, харчова промисловість, кластерний аналіз, рентабельність.

### Юрий С.М. ПУТИ ОПТИМИЗАЦИИ СТРУКТУРЫ ОБОРОТНОГО КАПИТАЛА

В статье определена роль оборотного капитала в экономическом процессе функционирования предприятия. Проведен кластерный анализ с целью определения оптимизационной структуры оборотного капитала предприятий пищевой промышленности Черновицкой и Тернопольской областей. Предложена система мероприятий по оптимизации структуры оборотного капитала в рамках кластерных образований.

**Ключевые слова:** оборотный капитал, пищевая промышленность, кластерный анализ, рентабельность.

### Yurii S.M. WAYS OF OPTIMIZATION OF WORKING CAPITAL STRUCTURE

In the article, the role of working capital in the economic process of operation of the enterprise is determined. The author has conducted cluster analysis with the purpose of determination of optimization structure of working capital of enterprises of food industry of the Chernivtsi and Ternopil oblasts. The system of optimization measures of working capital structure within the framework of cluster formations is offered.

**Keywords:** working capital, food industry, cluster analysis, profitability.

**Постановка проблеми.** Сучасний етап функціонування національної економіки характеризується як кризовий (падіння темпів розвитку економіки, зростання обсягів державного боргу, постійне зростання рівня інфляції та безробіття), тому вітчизняні підприємства змушені змінювати свою політику по відношенню до оборотного капіталу, вишукувати нові джерела його поповнення, визначати проблеми та шляхи ефективності його використання. Вміле управління оборотним капіталом дозволяє виявити наявні резерви прискорення оборотності та збільшити його використання в господарському обороті. В свою чергу, підвищення ефективності оборотного капіталу означає вивільнення значних грошових ресурсів, що є актуальним для діяльності окремого підприємства та економіки в цілому. Тобто розробка системи заходів щодо удосконалення формування та підвищення ефективності використання оборотного капіталу є одним з першочергових завдань успішного функціонування та розвитку підприємств харчової промисловості.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Дослідженню питань, пов'язаних із формуванням та ефективним використанням оборотного капіталу, визначенням його структури, присвячено наукові праці багатьох вчених, зокрема таких, як І. Бланка, В. Ковальова, Л. Кустріч [2], Р. Чернякової [7] та інших. Теоретичне та практичне дослідження кластеризації економіки знайшли своє відображення у працях М. Гоголь [1], М. Портера, Н. Скопенко [5], Ю. Ульянових [6], Т. Швед та інших. Однак у вітчизняній науковій літературі не існує досліджень щодо оптимізації структури оборотного капіталу з використанням саме кластерного підходу.

**Мета статті.** Розробка теоретичних та практичних положень щодо оптимізації структури оборотного капіталу на підприємствах харчової промисловості з використанням кластерного підходу.

**Виклад основного матеріалу.** Роль оборотного капіталу в економічному механізмі функціонування

підприємства визначається за низкою його характеристик – це і джерело авансування оборотних активів, і основний засіб досягнення цілей та розв'язання конкретних завдань реалізації базової стратегії, і інтегральний показник оцінки фінансового становища й ліквідності підприємства, і важлива умова зростання ринкової вартості та інвестиційної привабливості підприємства, і дієвий інструмент підвищення ефективності господарської діяльності. Щодо реалізації інвестиційних планів підприємства, то важлива функція оборотного капіталу полягає в акумулюванні тимчасово вільних грошових ресурсів і формуванні високоліквідного резерву у формі поточних фінансових інвестицій. Вона визначає здатність до забезпечення безперервності руху грошових потоків підприємства.

Ринкові перетворення в Україні, які супроводжуються періодичними кризами, пов'язані з постійним пошуком резервів зростання капіталу. У зв'язку з цим суб'єкти господарювання усіх форм власності вимушені періодично переглядати свою політику щодо обсягів капіталу, джерел його поповнення та ефективності використання. Оскільки оборотному капіталу належить найбільша частка в структурі авансованої вартості у виробничі фонди, власники підприємств повинні оперативнo реагувати на можливі виклики, пов'язані з потребою в авансуванні частини вартості в оборотні виробничі фонди та фонди обігу залежно від об'єктивних та суб'єктивних чинників, оскільки це відображається на кінцевих фінансових результатах. Як свідчить вітчизняна практика, негативні наслідки фінансової кризи, інфляційні процеси в економіці негативно вплинули на ефективність використання оборотного капіталу на більшості підприємств. Так, власні джерела оборотного капіталу все більшою мірою заміщувалися позиковими, в результаті чого власний капітал не брав повною мірою участі в кругообороті, а все більше перетворювався на джерело погашення кредитів.

Основною метою формування капіталу підприємства є задоволення потреби у придбанні необхідних активів і оптимізації його використання. З урахуванням цієї мети процес формування капіталу будь-якого підприємства будується на основі таких принципів:

- облік перспектив розвитку господарської діяльності підприємств;
- забезпечення відповідності обсягу залученого капіталу обсягом сформованих активів підприємства;
- забезпечення оптимальності структури капіталу з позицій ефективного його функціонування;
- забезпечення мінімізації витрат по формуванню капіталу з різних джерел;
- забезпечення високоефективного використання капіталу [8, с. 45].

Ефективне управління оборотним капіталом дозволяє виявити наявні резерви прискорення оборотності та покращити його використання в господарському обороті. Підвищення ефективності використання оборотного капіталу сприяє вивільненню значних грошових ресурсів, що є актуальним для діяльності підприємств окремих галузей та економіки загалом.

На кожному підприємстві згідно з його специфікою повинна бути розроблена власна політика управління оборотним капіталом. У відповідності з обсягами та особливостями оборотного капіталу, який використовується, та його структурних елементів також можливе формування політики управління окремими елементами капіталу. Управління оборотним капіталом полягає у пошуку ефективності форм їх фінансування, оптимізації обсягу, удосконаленні структури, забезпеченості прийнятого рівня ліквідності, підвищення ефективності використання. Ці підходи взаємопов'язані між собою: підвищення ефективності використання забезпечує оптимізацію обсягу і структури оборотного капіталу, і навпаки [2, с. 104].

Конкретизація умов для виявлення нових підходів щодо формування та використання оборотного капіталу визначили необхідність вивчення структури капіталу підприємств харчової промисловості Чернівецької та Тернопільської областей в розрізі організаційно-правових форм господарювання.

У системі вітчизняного агропромислового комплексу харчова промисловість відіграє особливу роль у забезпеченні продовольчої безпеки держави, розвиток якої є вкрай важливим для економічної й національної безпеки держави, оскільки без продуктів харчування, як найцінніших ресурсів нації, неможливе існування населення. Під впливом світової економічної кризи фінансовий стан харчової промисловості значно погіршився, що проявилось перш за все в недостатніх обсягах оборотного капіталу, можливостях його зростання, неоптимальній структурі, сповільненій оборотності. Одним з напрямків зміцнення фінансового стану та підвищення ефективності фінансово-господарської діяльності підприємств, а отже, посилення продовольчої безпеки України, є розробка налагодженої системи формування та використання оборотного капіталу в умовах постійних змін ринкового середовища.

Серед важливих чинників розвитку харчової промисловості доцільно відзначити залежність територіального розміщення виробництва від сировинної бази, що є характерним для галузей, які використовують нетранспортувальну сировину, яка швидко псується, або велику кількість сировини (цукрова, олійна, рибна, овочеконсервна, молочна та інші

галузі); від споживчого ринку через короткий термін зберігання готової продукції та/або економії на транспортних витратах (кондитерська, хлібопекарська, пивоварна та інші галузі) [5, с. 105].

Особливістю харчової промисловості також є значна частка продукції, виробленої з давальницької сировини, а саме: борошна, олії, круп, цукру-піску, отриманого з цукру-сирцю тростинного чи бурякового. Це дає змогу більш повно завантажувати виробничі потужності і зберегти наявні робочі місця. Тобто зростання обсягів виробництва з давальницької сировини призведе до зростання інших операційних доходів, а, отже, і чистого прибутку підприємств харчової галузі. Також одним із елементів механізму управління оборотним капіталом підприємств харчової промисловості є ресурсна складова, тобто матеріально-технічні, фінансові, інституційні, інформаційні, людські та інші ресурси, при використанні яких реалізується можливість максимізації рентабельності капіталу.

На підприємствах харчової промисловості Чернівецької та Тернопільської областей спостерігається складна фінансова ситуація, основною причиною якої є нестача капіталу в обороті, що обумовило пошук нових підходів щодо оптимізації процесу управління оборотним капіталом в цілому та в розрізі організаційно-правових форм господарювання зокрема.

В якості одного з підходів ми пропонуємо використати кластерний аналіз. Регіональні та міжрегіональні кластери розглядаються як пріоритетні міжгалузеві комплекси, які визначають розвиток постіндустріальної інформаційної економіки на національному й регіональному рівнях та є суттєвим фактором підвищення конкурентоспроможності національної та регіональної економіки за рахунок інтеграції сполучених галузей і взаємозалежних соціальних інститутів [6].

Засновником кластерної теорії визнано професора Гарвардської школи, лауреата Нобелівської премії Майкла Портера. У своїй книзі «Конкуренція» він підкреслює, що наявність стійкої стратегії розвитку є одним з важливих чинників для успішного розвитку кластеру. Кластерний підхід, обґрунтований М. Портером [4], передбачає, що кожна галузь не може розглядатися окремо від інших, а повинна вивчатися системно як частина комплексу взаємопов'язаних секторів. Становлення базової галузі слугує поштовхом до розвитку постачальників і споживачів, а також сегментів послуг, утворюючи кластер економічної активності. Кластер дозволяє використовувати конкурентні переваги регіону через спільне використання взаємопов'язаними підгалузями загальних для них ресурсів [6].

Варто звернути увагу, що на можливість і ефективність утворення кластерів у харчовій промисловості впливають певні чинники: специфіка основного виробництва; інноваційність та структура виробництва; територіальне розміщення та кліматичні умови території; конкуренція і рівень її розвитку; мобільність робочої сили в регіоні; система менеджменту; єдина система управлінського обліку; рівень обміну інформацією і технологією; вплив державного управління [1, с. 48].

У результаті кластерного аналізу, за допомогою математичної платформи MatLab [3, с. 260] підприємства харчової промисловості Чернівецької та Тернопільської областей були поділені на три кластери. Критеріями кластеризації було обрано показники, які характеризують фінансову стійкість, платоспроможність, ділову активність і рентабельність (кое-

фіцієнт фінансової стійкості; рентабельність оборотного капіталу; коефіцієнт маневреності власного капіталу; оборотність оборотного капіталу; коефіцієнт покриття (коефіцієнт поточної ліквідності). Великою навчальною вибіркою є підприємства харчової промисловості Чернівецької та Тернопільської областей за 2013 р. Оптимальна структура оборотного капіталу по кожному кластеру та відхилення від неї наведена в таблиці 1.

У системі підвищення рентабельності оборотного капіталу підприємств харчової промисловості Чернівецької області, які входять до першого кластеру, необхідно збільшити питому вагу поточної дебіторської заборгованості до рівня 80% шляхом зростання обсягів реалізації продукції з одночасною оптимізацією (зниженням) обсягів запасів до

15,9%. Останній напрямок передбачає вивільнення грошових коштів. Аналогічні напрямки оптимізації структури оборотних активів можна запропонувати підприємствам другого кластера Чернівецької області та окремим підприємствам Тернопільської області, які належать до першого (державні підприємства) та третього (дочірні підприємства) кластерів (див. табл. 1).

Тобто в основі управління дебіторською заборгованістю зазначених вище підприємств, як видно з аналізу таблиці 1, повинен лежати підхід, який полягає у порівнянні додаткового прибутку, пов'язаного з тією чи іншою схемою спонтанного фінансування, з витратами та втратами, що виникають при зміні політики реалізації продукції харчової промисловості.

Таблиця 1

**Оптимізація структури оборотного капіталу підприємств харчової промисловості Чернівецької та Тернопільської областей в розрізі організаційно-правових форм господарювання\***

Підприємства різних організаційно-правових форм господарювання та їх приналежність до відповідного кластера у 2013 р.	Питома вага оборотного капіталу, авансованого у різні групи оборотних активів, %			
	Запаси	Поточна дебіторська заборгованість	Грошові кошти та поточні фінансові інвестиції	Інші оборотні активи
<b>Чернівецька область</b>				
<b>Кластер 1</b>				
Оптимальна структура оборотного капіталу, авансованого у відповідні групи оборотних активів по кластеру 1	15,9	80,0	3,2	0,9
Приватні підприємства	27,4	68,8	2,7	1,1
Державні підприємства	42,5	53,0	3,1	1,4
Дочірні підприємства	53,1	46,3	0,6	-
Підприємства споживчої кооперації	36,8	21,6	41,6	-
Акціонерні товариства	31,0	65,0	0,4	3,6
Товариства з обмеженою відповідальністю	52,0	43,3	3,4	1,3
<b>Кластер 2</b>				
Оптимальна структура оборотного капіталу, авансованого у відповідні групи оборотних активів по кластеру 2	41,8	45,6	9,7	2,9
Колективні підприємства	78,8	19,1	2,1	-
Спільні підприємства	100,0	-	-	-
<b>Кластер 3</b>				
Оптимальна структура оборотного капіталу, авансованого у відповідні групи оборотних активів по кластеру 3	33,2	49,5	7,2	10,2
Підприємства – об'єднання громадян (релігійні організації, профспілки)	3,2	96,8	-	-
<b>Тернопільська область</b>				
<b>Кластер 1</b>				
Оптимальна структура оборотного капіталу, авансованого у відповідні групи оборотних активів по кластеру 1	41,8	45,6	9,7	2,9
Приватні підприємства	31,9	61,6	5,3	1,2
Державні підприємства	66,3	25,4	5,9	2,4
Підприємства споживчої кооперації	35,9	40,2	23,9	-
Оптимальна структура оборотного капіталу, авансованого у відповідні групи оборотних активів по кластеру 2	19,0	48,3	16,9	15,8
Комунальні підприємства	5,4	-	94,6	-
<b>Кластер 3</b>				
Оптимальна структура оборотного капіталу, авансованого у відповідні групи оборотних активів по кластеру 3	22,3	47,1	10,4	20,2
Дочірні підприємства	61,5	34,7	3,8	-
Акціонерні товариства	38,2	54,8	2,9	4,1
Товариства з обмеженою відповідальністю	29,2	66,8	0,9	3,1

Складено автором самостійно на основі статистичної вибірки



Що стосується інших підприємств харчової промисловості Чернівецької та Тернопільської областей, то в основу управління поточною дебіторською заборгованістю повинен бути покладений підхід, який полягає у порівнянні та оптимізації величини та строків дебіторської й кредиторської заборгованостей. Згадані порівняння здійснюються за рівнем кредитоспроможності, терміну відстрочення платежу, стратегії знижок, доходами та витратами щодо інкасації, що призведе до оптимального співвідношення складових елементів оборотного капіталу.

Наявність найбільш ліквідних активів підприємств споживчої кооперації у 2010 р. значно перевищує їх оптимальний рівень, що, з одного боку, підвищує ліквідність та платоспроможність, а з іншого – знижує ймовірність одержання додаткового доходу шляхом вкладення згаданих активів у розширення фінансово-господарської діяльності та інвестування у подальший розвиток господарської діяльності.

Певниці розміру запасів, особливо в розрізі виробничих запасів і готової продукції у 2010 р., над оптимальним рівнем по всіх підприємствах, які увійшли до першого та другого кластерів по Чернівецькій області та по державних підприємствах (перший кластер) та всіх підприємствах, які увійшли до третього кластеру по Тернопільській області, з одного боку, забезпечує безперервний процес виробництва продукції харчової галузі, а з іншого – заморожує грошові кошти, збільшує ризик втрат внаслідок псування запасів та призводить до збільшення складських витрат.

Зазначимо, що найбільш наближену до оптимальної структуру оборотних активів у 2010 р. мали приватні підприємства (перший кластер підприємств харчової промисловості Чернівецької області) та підприємства споживчої кооперації (перший кластер підприємств харчової промисловості Тернопільської області).

Ще одним напрямком зростання рентабельності оборотного капіталу виступає прискорення його оборотності в цілому та в розрізі оборотного капіталу, авансованого у різні групи оборотних активів. Згаданий напрямок передбачає поєднання двох вищезазначених заходів підвищення ефективності використання оборотного капіталу: зростання обсягів виробництва і реалізації продукції та оптимізації структури оборотних активів.

**Висновки.** Результативність діяльності харчової промисловості багато в чому залежить від обсягу та структури оборотного капіталу, який інвестований у фінансово-господарську діяльність суб'єктів господарювання. Нестача оборотного капіталу призводить до порушення виробничо-комерційного циклу, погіршення ліквідності, фінансової стійкості та зниження рівня прибутковості, а надлишок – до невиправдано підвищених розмірів фінансування. Відповідно, виникає необхідність перегляду наявних підходів до управління оборотним капіталом з точки зору підвищення ефективності діяльності, поліпшення використання фінансового-майнового потенціалу та зміцнення фінансового стану харчової промисловості, що, відповідно, є підґрунтям забезпечення продовольчої безпеки України.

Групування підприємств харчової промисловості в розрізі організаційно-правових форм господарювання з використанням кластерного підходу дозволило визначити систему заходів щодо оптимізації структури оборотного капіталу. При цьому були враховані результати економіко-математичного моделювання, а також досвід найбільш рентабельних підприємств харчової промисловості Чернівецької та Тернопільської областей у межах кожного кластеру.

#### БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Гоголь М.М. Формування агропромислових кластерів як напрямку стратегії економічного зростання / М.М. Гоголь // Аграрний вісник Причорномор'я. Економічні науки. – 2009. – № 49. – С. 45-49.
2. Кустрич Л.О. Підвищення рівня управління оборотним капіталом / Л.О. Кустрич // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. Т.1. – 2010. – № 3. – С. 103-106.
3. Леоненков А.А. Нечеткое моделирование в среде MATLAB и fuzzyTECH / А.А. Леоненков. – СПб.: «БХВ-Петербург», 2005. – 725 с.
4. Портер М. Конкуренция / М. Портер. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2002. – 496 с.
5. Скопенко Н.С. Сучасний стан і перспективи розвитку харчової промисловості України на основі формування інтегрованих структур / Н. С. Скопенко // Актуальні проблеми економіки. – 2011. – № 44(118). – С. 103-110.
6. Ульянов Ю.О. Концептуальні підходи до державного регулювання розвитку кластерів / Ю. О. Ульянов // [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.kbuapa.kharkov.ua/e-book/apdu/2010-2/doc/2/16.pdf>.
7. Чернякова Р.А. Формування оптимальної структури капіталу підприємства / Р.А. Чернякова // Економіка харчової промисловості. – 2013. – № 1(17). – С. 43-45.

## СЕКЦІЯ 8 БУХГАЛТЕРСЬКИЙ ОБЛІК, АНАЛІЗ ТА АУДИТ

УДК 657.24

**Федчишина Н.М.***здобувач**Вінницького фінансово-економічного університету*

### ПРОЦЕС БЮДЖЕТУВАННЯ ЯК ІНСТРУМЕНТ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ

У статті розглянуто питання формування важливості процесу бюджетування в системі бухгалтерського обліку на підприємстві. Особлива увага приділяється висвітленню організаційних питань процесу бюджетного управління, проблемних аспектів, що виникають при цьому, та шляхам їх вирішення. Розроблено методiku організації системи бюджетування, в якій визначається послідовність дій при її впровадженні, що регламентує бюджетний процес.

**Ключові слова:** бюджет, бюджетування, процес бюджетування, система бюджетування, план, планування, інформація, управління, бухгалтерський облік.

#### **Федчишина Н.М. ПРОЦЕСС БЮДЖЕТИРОВАНИЯ КАК ИНСТРУМЕНТ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА**

В статье рассмотрены вопросы формирования важности процесса бюджетирования в системе бухгалтерского учета на предприятии. Особое внимание уделяется освещению организационных вопросов процесса бюджетного управления, проблемных аспектов, возникающих при этом, и путям их решения. Разработана методика организации системы бюджетирования, в которой определяется последовательность действий при ее внедрении, регламентирует бюджетный процесс.

**Ключевые слова:** бюджет, бюджетирование, процесс бюджетирования, система бюджетирования, план, планирование, информация, управление, бухгалтерский учет.

#### **Fedchyshyna N.M. BUDGETING PROCESS AS A TOOL OF ACCOUNTING**

The article discusses the importance of the formation of the budgeting process in the accounting system in the enterprise. Particular attention is paid to reflection of organizational issues of budget management process, the problematic aspects arising on its basis, and ways to solve them. The technique of the organization of the budgeting system, which defines the sequence of steps in its implementation, regulates the budget process, is developed.

**Keywords:** budget, budgeting, budgeting process, budgeting system, plan, planning, information management, accounting.

**Постановка проблеми.** Бюджетування використовується в українських підприємствах рідко – це пояснюється нестабільністю інфляційних процесів, податкового законодавства, високим ступенем невизначеності на українському ринку та іншими обмежувачими факторами, а так само небажанням багатьох керівників вкладати кошти в малоефективний, на їхню думку, процес. Однак загально визнано, що ефективно управління підприємством можливе лише при розробленні бюджету як для підприємства в цілому, так і для його підрозділів. Проте дослідження ролі бюджетування в системі обліку є неповним, оскільки рідко розглядалося в розрізі об'єктів бухгалтерського обліку, зокрема, при складанні бюджетів підприємства.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Бюджетування як процес розглянуто в працях багатьох зарубіжних та вітчизняних вчених: Д. Дея, К. Друри, А.Г. Загороднього, С.Ф. Голова, А. Карпова, С.С. Ковтуна, О.Є. Кузьміна, С.С. Онищенко, Г.О. Партина, Дж. Г. Сигела, П. Сміта, Г.М. Тарасюка, В.Е. Хруцького, Дж.К. Шима, А.І. Ясінської та ін. В цих дослідженнях висвітлені теоретичні основи бюджетування, його мету та завдання, види бюджетів та основні етапи їх розробки.

**Мета статті.** Дослідити процес бюджетування як один із інструментів бухгалтерського обліку та його забезпечувальну частину, що сприятиме впровадженню цього інструменту на підприємствах.

**Вклад основного матеріалу.** Бюджет необхідний для формального вираження планів, цілей і завдань управління підприємством і включає в себе доклад-

ний опис всіх аспектів діяльності на певний період часу. Для того щоб зрозуміти, яку роль бюджетування відіграє в процесі управління підприємством, необхідно розглянути перелік управлінських функцій, які реалізуються при його використанні [4].

Перша з функцій – планування діяльності підприємства, яка зводиться до формування основного бюджету підприємства, що відображає всі процеси його діяльності: постачання, виробництво, збут, фінансові та інвестиційні процеси. Ця функція служить для координації різних дій по досягненню цілей підприємства, завдяки її реалізації виділяють такі елементи управління, як: ув'язка різних аспектів діяльності підприємства; координування різних операцій; оцінка ступеня досягнення цілей; проведення попереднього аналізу діяльності; управління грошовими потоками; мотивація діяльності структурних підрозділів.

Друга функція бюджетування – прорахунок різних варіантів бюджету – тісно пов'язана з прийняттям управлінських рішень і вибором кращої виробничої програми діяльності підприємства. Вона дозволяє ясно уявити взаємозв'язок прийнятих рішень і цільових показників, оцінити їх сукупний вплив і внесок кожного рішення в кінцевий результат.

Третя основна функція бюджетування – моніторинг виконання бюджетів та процесів виробничо-господарської діяльності, дозволяє виявляти відхилення фактичних результатів діяльності від запланованих, оцінювати їх вплив на фінансовий результат.

Четверта функція бюджетування – аналіз виконання бюджету часто об'єднується з попередньою

функцією. Важливо виявлені відхилення вивчити і співвіднести з центрами відповідальності.

Третя і четверта функції бюджетування дозволяють приймати обґрунтовані рішення, які можуть бути оперативними, тактичними і стратегічними.

За допомогою системи бюджетування, підприємство отримує можливість: скласти реальні прогнози фінансово-господарської діяльності; вчасно виявляти найбільш вузькі місця в управлінні підприємством; швидко підрахувати економічні наслідки при можливих відхиленнях від наміченого плану за допомогою фінансових моделей на основі прогнозу розвитку ситуації та вжити вчасно ефективне рішення; скоординувати роботу структурних підрозділів і служб на досягнення поставленої мети; підвищити керованість підприємства за рахунок оперативного відстеження відхилень факту від плану і своєчасного прийняття рішень [4].

Бюджет розробляють як для підприємства в цілому, так і для його підрозділів. Зведений бюджет охоплює всі сфери виробничо-господарської діяльності підприємства: виробництво, реалізацію, розподіл і фінансування, в кількісному вираженні прогнозується майбутній прибуток, грошові потоки.

Бюджетування допомагає керівнику підприємства оцінювати свою діяльність, коригувати стратегічні цілі підприємства і робити їх цікавими для персоналу, а також дозволяє визначити свою позицію на ринку, задіяти вільні ресурси, посилити мотивацію персоналу на високоефективну працю. Процес бюджетування є ширше процесу планування, оскільки включає в себе не тільки планові показники, а й інструменти координації і контролю їх виконання [2].

Обґрунтування планів і можливість оцінки витрат, пов'язаних з їх виникненням, в процесі бюджетування здійснюється в двох напрямках. Перший напрям пов'язаний з підготовкою функціональних бюджетів підрозділів підприємства – центрів відповідальності. Другим напрямком є розробка нормативних витрат на виробництво окремих видів продукції [2]. Загальна схема складових бюджетування представлена на рис. 1, де показано взаємозв'язок напрямків бюджетування зі складання бюджетів центрів відповідальності і кошторисів витрат на виробництво окремих видів продукції. Цей взаємозв'язок виражається у визначенні ставки розподілу витрат центрів відповідальності між видами продукції, що випускається. Узагальнення в процесі бюджетування

кошторису витрат на виробництво продукції і непрямих витрат підрозділів забезпечує можливість складання нормативної калькуляції виробничої собівартості одиниці продукції. Дані бюджетів усіх центрів відповідальності об'єднують в узагальнений бюджет підприємства. Деталізація показників узагальненого бюджету полягає в його розмежуванні на операційні та фінансові бюджети [2].

Операційні представляють собою бюджети доходів і витрат, які забезпечують складання бюджетного звіту про прибуток. До операційних належать бюджети обсягів реалізації виробництва, собівартості реалізованої продукції. Узагальнюючим є бюджетний звіт про прибуток.

Функціональними є бюджети адміністративних витрат і витрат на збут, зведений бюджет операційних і фінансових результатів діяльності підприємства.

Фінансові бюджети відображають заплановані грошові потоки і фінансовий стан підприємства.

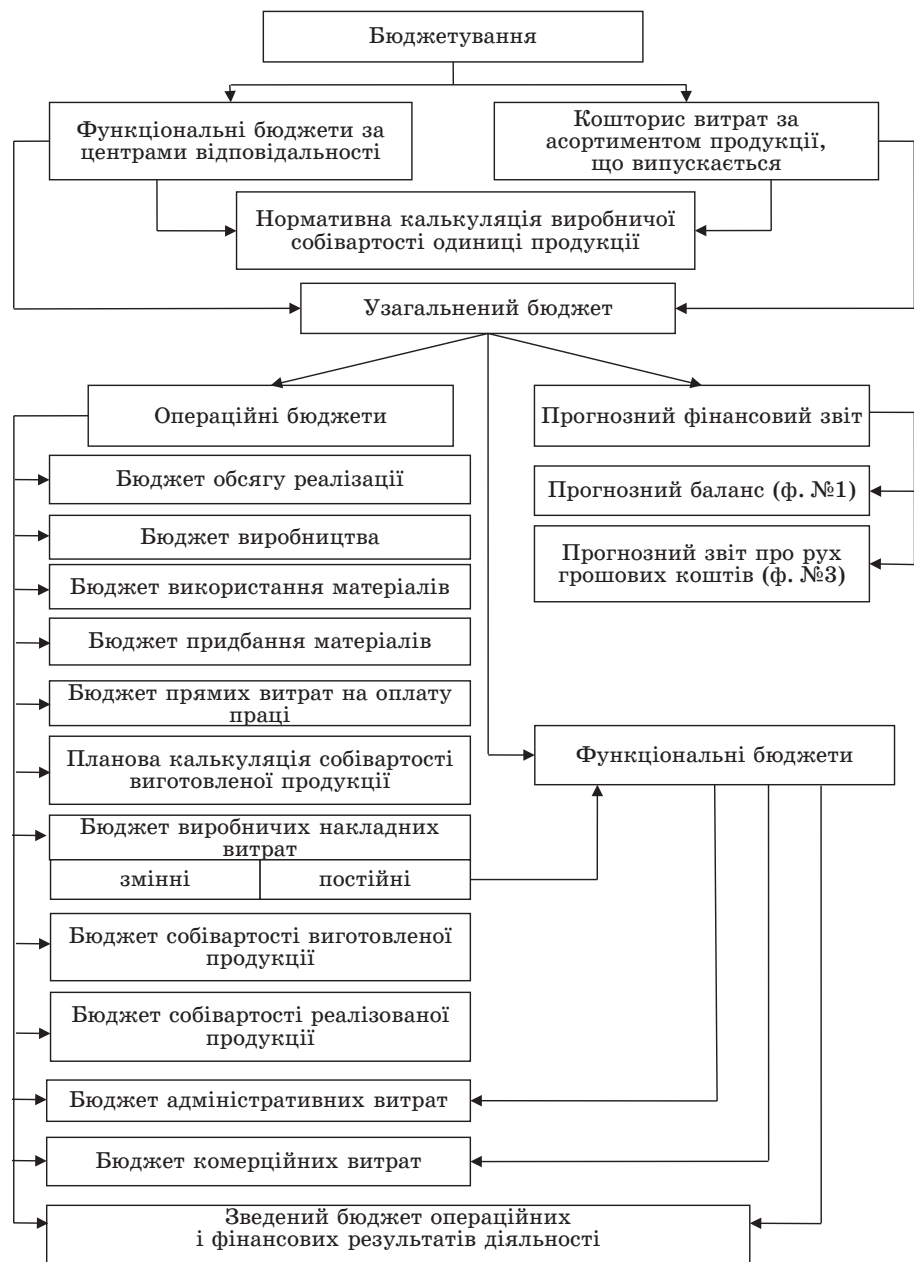


Рис. 1. Схема процесу бюджетування [2 с. 86]

До їх складу входять бюджет грошових коштів і бюджетний баланс.

Процес бюджетування складається з підготовчої стадії, попереднього складання бюджетів, їх обговорень з керівництвом для узгодження та координації, аналізу та контролю виконання затвердженого бюджету. Процес підготовки бюджету повинен враховувати індивідуальні потреби кожного підприємства і будуватися відповідно до них. Він вимагає взаємодії всіх підрозділів підприємства. Підготовкою бюджету повинні займатися кваліфіковані фахівці, які знають поставлені завдання, етапи та процедури бюджетування. Корисно стандартизувати процес складання бюджету, бюджетних форми і процедури. Також рекомендується застосування програмного забезпечення, метод оцінки та перегляд планів (метод PERT) та метод Гантта (Gantt) у процесі підготовки та складання бюджету [8, с. 18–19].

Підготовка головного бюджету починається, як правило, з оцінки очікуваного обсягу реалізації і послуг, який є вирішальним чинником, що визначає рівень активності підприємства в бюджетний період. При бюджетуванні необхідно враховувати такі фактори, як виробничі можливості підприємства, кількість співробітників, наявність і вартість сировини, оскільки вони можуть обмежувати обсяг реалізації. Після того як спроектований обсяг збуту, розраховуються виробничі витрати і поточні витрати. Період бюджетування залежить від діяльності підприємства, проте він повинен бути досить довгим, щоб включати в себе повні виробничі цикли і враховувати сезонність, оборотність і фінансові можливості підприємства.

Завчасна підготовка бюджету попереджає керівництво підприємства про можливі труднощі і дозволяє знаходити рішення ще до виникнення проблем. Так, заздалегідь знаючи про можливий дефіцит грошових коштів, керівництво підприємства може взяти короткостроковий кредит для задоволення фінансових потреб і уникнути фінансової кризи. Планування бюджету дозволяє скласти плавний графік виробництва, який призведе до скорочення виробничих витрат і зниження рівня запасів, а також дасть можливість уникнути кризової ситуації, коли підприємство змушене нести додаткові витрати за доставку матеріалів, у яких виникла термінова необхідність.

При складанні бюджету необхідно брати до уваги потреби підприємства, його структуру і специфіку трудових ресурсів. Крім того, підготовка бюджету передбачає визначення цілей і стратегій, формулювання обмежень, аналіз потреб в людських та інших ресурсах, гнучкість бюджету і його варіативність. Необхідно ретельно проаналізувати поточний стан підприємства. Період підготовки бюджету залежить від складності проведеного аналізу. В основі бюджету лежить досвід минулих років, коригований у відповідності з поточними тенденціями.

Бюджет складається на різні періоди часу: він може бути короткостроковим (найпоширеніший вид бюджету – на рік або менше), середньостроковим (два-три роки) або довгостроковим (три роки і більше). Короткостроковий бюджет передбачає детальне планування; середньостроковий – аналізує поточну ситуацію і пропонує програми для досягнення довгострокових цілей; довгостроковий – носить перспективний характер і може бути деталізований за допомогою короткострокових планів. Період бюджетування залежить від ряду факторів, таких як підприємницький ризик, стабільність обсягів реалізації, технологія виробництва та ін.

Бюджет – це не лише фінансовий план, а документ який є «кількісним відображенням плану» взагалі. Бюджети в тій чи іншій формі, прямо або опосередковано повинні містити в собі такі види інформації (рис. 2).

По-перше, в поточний бюджет обов'язково повинна перейти планова інформація з довгострокового бюджету. Навіть якщо довгостроковий бюджет переглядався з причин серйозних розбіжностей фактичних умов з раніше передбаченими, коректування спочатку повинне бути зроблене в довгостроковому бюджеті і лише звідти потрапити і поточний. Характер планової інформації може бути будь-яким: кількісним і якісним, фінансовим, натуральним та ін. На рис. 2, наприклад, назви блоків з чисто фінансовою інформацією набрані звичним чорним шрифтом, а назви блоків, що містять дані, в тому числі і в натуральних одиницях, – білим [3, с. 71–72].

По-друге, бухгалтерська інформація повинна бути доповнена інформацією господарського обліку, який ведеться у негрошових (частіше натуральних, але необов'язково) одиницях – метрах, літрах, тоннах, людино-годинах, машино-годинах. Це необхідно для аналізу та оцінки рівня і динаміки економічних показників, які відображають виробничі, а не тільки фінансові процеси: ритмічність роботи обладнання і рівень завантаження персоналу, продуктивність праці та вироблення продукції, використання виробничих площ та багато іншого. Крім того, самі дані бухгалтерського обліку повинні бути скоректовані так, щоб відображати діяльність підприємства не за стандартизованими правилами, а відповідно до специфіки самого підприємства. Іншими словами, дані бухгалтерського обліку повинні перетворитися на дані управлінського обліку. Докладний список інформації господарського обліку, яку необхідно збирати на даному

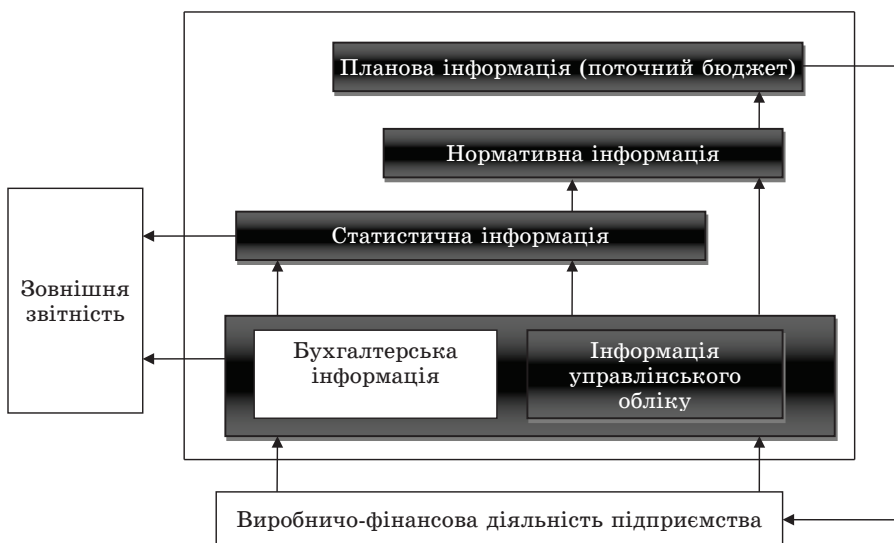


Рис. 2. Інформація для складання поточного бюджету [3, с. 71]



підприємстві, складається у процесі постановки управлінського обліку, і тоді ж формулюються правила, за якими дані бухгалтерії переводяться в управлінські [3, с. 72].

По-третє, інформація бухгалтерського та господарського обліків, належним чином оброблена й узагальнена за кілька періодів, перетворюється на статистичну інформацію. Статистична інформація необхідна для деяких зовнішніх (контролюючих) органів так само, як і бухгалтерська, але головне – вона необхідна для коригування вже існуючих бюджетів і складання нових [3, с. 72].

По-четверте, з усієї статистичної інформації слід виділити нормативну інформацію, яка буде служити орієнтиром для різного роду оцінок:

- норми витрат матеріалів дозволяють оцінити ступінь дотримання технології та якість робіт;
- норми виробітку показують кваліфікацію робітників і – частково – рівень трудової дисципліни;
- частка заробітної плати в доходах характеризує ефективність використання живої праці (останній приклад коректний не для всіх галузей) [3, с. 73].

Необхідно зазначити, що облік виконання бюджетів як окрема складова призначена для відображення результатів діяльності окремих служб, відділів, цехів, бригад підприємства та понесених ними витрат за відповідний період. Облікова інформація має формуватись із врахуванням потреб керівників різних рівнів управління для прийняття ними дієвих рішень.

Що стосується контролю за виконанням бюджетів як окремої складової системи бюджетування, то він дає можливість виявляти показники, які відображають виконання планових (нормативних) завдань і відхилень від них.

Економічний аналіз як окрема складова системи бюджетування передбачає оцінку виконання бюджетів по всіх показниках, вивчення тенденцій виконання оперативних бюджетів, причин відхилень, шляхів їх ліквідації і включає оцінку можливих резервів підвищення ефективності діяльності підприємств.

Слід зазначити, що економічний аналіз, базуючись на даних обліку, формує основу обґрунтованого планування. Крім того, існує тісний взаємозв'язок аналізу із обліком і контролем. Так, якщо в обліку формується інформація про стан окремого об'єкта управління, то контроль дає можливість порівняти облікову інформацію із плановою для встановлення її відповідності чи виявлення відхилень між показниками. Тоді завданням аналізу буде вивчення причин відхилень, факторів, які їх викликають, встановлення винуватців, виявлення шляхів використання можливих резервів для ліквідації негативних наслідків [6].

Складовою системи бюджетування є бюджетне регулювання, суть її полягає в адекватному реагуванні на виникнення нової інформації про відповідний об'єкт управління шляхом корегування, тобто перерозподілу ресурсів між бюджетами для складання бюджетного балансу. Це забезпечить обґрун-

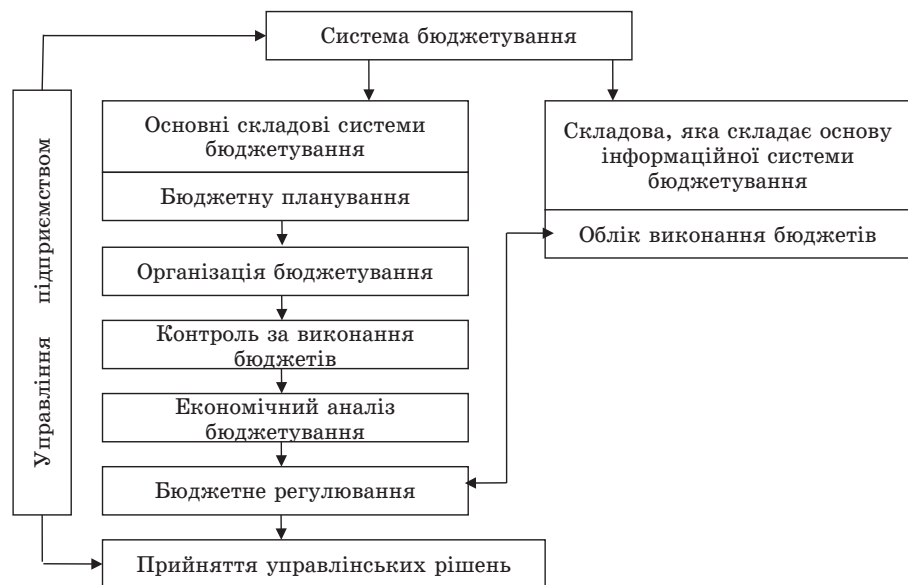


Рис. 3. Роль обліку у системі бюджетування підприємства [6]

товане прийняття як стратегічних, так і тактичних рішень [6].

Місце бухгалтерського обліку у системі бюджетування показано на рис. 3.

Метою системи бюджетування є не стільки оцінка ефективності функціонування підприємства в цілому, скільки інформаційне забезпечення належного управління підприємством. Тому бухгалтерський облік складає основу інформаційного забезпечення системи бюджетування, від удосконалення якої буде залежати ефективне управління підприємством.

**Висновки.** Бухгалтерський облік і його продукт – облікова інформація являють собою основу інформаційного забезпечення управління підприємством у системі бюджетування в частині обліку виконання бюджетів, у першу чергу кількісну інформацію таких підсистем, як бюджетне планування, організація бюджетування, контроль за виконанням бюджетів, економічний аналіз бюджетування та бюджетне регулювання. Бухгалтерський облік займає важливе місце в системі бюджетування, оскільки забезпечує управління витратами і на його основі органічний взаємозв'язок і взаємодію з іншими підсистемами. Кажучи про роль обліку в системі бюджетування, необхідно виділити такі його елементи: сприяє встановленню основних тенденцій розвитку підприємства, є інформаційною базою для прийняття управлінських рішень, сприяє раціональному використанню ресурсів і впливає на вдосконалення організації управління.

#### БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Голов С.Ф. Управлінський облік: підручник / С.Ф. Голов – К.: Лібра, 2003. – 704 с. – С. 367–379.
2. Гончаров В.Н., Чиж В.И., Корниенко Ю.Ю., Климовицкая А.Ю., Кирнос И.А. Управление затратами комплексных производств: монография / В.Н. Гончаров, В.И. Чиж, Ю.Ю. Корниенко, А.Ю. Климовицкая, И.А. Кирнос. – Донецк, 2003. – 180 с. – С. 83–94.
3. Добровольский Е. Бюджетирование: шаг за шагом; 2-е изд. / Б. Карабанов, П. Боровков, Е. Глухов, Е. Бреслав. – СПб.: Питер, 2010. – 480 с.
4. Коропец Е.А. Управленческий учет в системе управления предприятием на принципах бюджетирования / Е.А. Коропец. // Удосконалення обліку, аналізу, аудиту і звітності у сучасних

- умовах глобалізаційних процесів у світовій економіці : матеріали першої міжнародної науково-практичної конференції : Ужгород, 26-28 квітня 2010 р. – 2010. – 378 с. – С. 133–134.
5. Кукукина И.Г. *Управленческий учет* : учеб. пособие. – М.: Финансы статистика, 2004. – 400 с.
  6. Пилипів Н.І. Місце та роль обліку у системі бюджетування / Н.І. Пилипів. // Роль і місце бухгалтерського обліку, контролю й аналізу в розвитку економічної науки і практики : зб. матеріалів II Міжнар. наук.-практ. конф. : 6-7 груд. 2012 р. – К.: КНЕУ. – 2012. – 344 с. – С. 66–69.
  7. Хорнгрен Ч., Фостер Дж., Датар Ш. *Управленческий учет* ; 10-е изд. ; пер. с англ. – СПб.: Питер, 2005. – 1008 с.
  8. Шим Джай К. *Основы бюджетирования и больше*. Справочник по составлению бюджетов ; пер. с англ. / Джай К. Шим, Джойл Г. Сигел; под общ. ред. В.А. Плотникова. – М.: Вершина, 2007. – 368 с.

УДК 657.006.03

**Ціцька Н.Є.**

*кандидат економічних наук,  
в. о. доцента кафедри бухгалтерського обліку і аудиту  
Львівського національного аграрного університету*

## ЕТАПИ ВПРОВАДЖЕННЯ МІЖНАРОДНИХ СТАНДАРТІВ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ ТА ФІНАНСОВОЇ ЗВІТНОСТІ В УКРАЇНІ

З'ясовано роль та значення міжнародних стандартів бухгалтерського обліку та фінансової звітності, обґрунтовано необхідність їх поступового впровадження в практичну діяльність суб'єктів господарювання в Україні. Висвітлено етапи впровадження міжнародних стандартів обліку та звітності відповідно до діючого законодавства та рішень уряду.

**Ключові слова:** Міжнародні стандарти бухгалтерського обліку, міжнародні стандарти фінансової звітності, національні положення бухгалтерського обліку.

### **Цицкая Н.Е. ЭТАПЫ ВНЕДРЕНИЯ МЕЖДУНАРОДНЫХ СТАНДАРТОВ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА И ФИНАНСОВОЙ ОТЧЕТНОСТИ В УКРАИНЕ**

Выяснена роль и значение международных стандартов бухгалтерского учета и финансовой отчетности, обоснована необходимость их постепенного внедрения в практическую деятельность субъектов ведения хозяйства на Украине. Отражены этапы внедрения международных стандартов учета и отчетности в соответствии с действующим законодательством и решениями правительства.

**Ключевые слова:** Международные стандарты бухгалтерского учета, международные стандарты финансовой отчетности, национальные положения бухгалтерского учета.

### **Tsitska N.Ye. STAGES OF IMPLEMENTATION OF INTERNATIONAL ACCOUNTING STANDARDS AND FINANCIAL REPORTING IN UKRAINE**

The role and importance of international accounting standards and financial reporting were found. The necessity of their gradual implementation in practice of businesses entities in Ukraine was revealed. The author deals with the stages of implementation of international accounting and reporting standards in accordance with applicable laws and government decisions.

**Keywords:** International Accounting Standards, International Financial Reporting Standards, national accounting standards.

**Постановка проблеми.** У зв'язку з прагненням українського народу жити і працювати у європейському середовищі, з розвитком міжнародної співпраці, створенням в Україні нових підприємств із залученням іноземних інвестицій, а також виходом існуючих вітчизняних підприємств на міжнародні ринки виникає необхідність подальшого реформування національної системи бухгалтерського обліку. Глобалізація економічних процесів зумовила потребу в зіставленні фінансової звітності та гармонізації публічної інформації на міжнародному рівні. Одним із шляхів гармонізації є поступове запровадження Міжнародних стандартів фінансової звітності (МСФЗ) до облікової практики окремих категорій суб'єктів господарювання.

Перехід України на міжнародні стандарти обліку та звітності у всіх сферах виробничої діяльності слід розглядати як відправну точку реформи державних фінансів та пошук шляхів для ефективного їх використання. Зарубіжний досвід використання міжнародних стандартів бухгалтерського обліку та звітності свідчить про складність цього процесу й необхідність проведення великої підготовчої роботи урядом, Міністерством фінансів України [3, с. 56–66]. Цей

процес є дуже трудомісткий, складний і довготривалий і супроводжується гострими дискусіями як економістів-науковців, так і економістів-практиків.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Питання переходу бухгалтерського обліку в Україні на міжнародні стандарти постійно перебуває в полі зору і супроводжується гострими дискусіями та різними підходами до вирішення цього питання.

Серед вітчизняних вчених, що проводять дослідження щодо застосування МСФЗ і виникнення з цього приводу проблем, є: Ф.Ф. Бугинець, М.Ф. Огійчук, Л.К. Сук, В.М. Жук, Л.Г. Ловінська, В.Я. Плаксієнко, В.М. Теслюк, О.М. Головащенко та ін.

**Мета статті.** Висвітлення необхідності та поетапності впровадження міжнародних стандартів обліку і звітності в Україні на державному законодавчому рівні.

**Виклад основного матеріалу.** Відповідно до Регламенту Європейського парламенту і Ради ЄС від 19 липня 2002 р. №1606/2002, міжнародні стандарти включають стандарти бухгалтерського обліку та звітності, які застосовуються у державах – членах Європейського Союзу [10, с. 56–60]. Міжнародні стандарти бухгалтерського обліку (МСБО) – система

принципів, методів та процедур ведення бухгалтерського обліку і складання фінансової звітності. Щодо ст. 1 Закону України «Про бухгалтерський облік і фінансову звітність в Україні», міжнародні стандарти фінансової звітності (далі – міжнародні стандарти) прийняті Радою з міжнародних стандартів бухгалтерського обліку документи, якими визначено порядок складання фінансової звітності [7].

Органом стандартизації у галузі бухгалтерського обліку було визначено Комітет з Міжнародних стандартів бухгалтерського обліку (КМСБО), який було створено 29 червня 1973 р. відповідно до угоди, укладеної фаховими організаціями бухгалтерів Австралії, Великої Британії, Ірландії, Канади, Нідерландів, Німеччини, Мексики, США, Франції та Японії. За час своєї діяльності КМСБО видав 41 Міжнародний стандарт бухгалтерського обліку (МСБО). Більшу частину діючих стандартів переглядали раніше, що сприяло поліпшенню їхньої якості та поширенню. У травні 2000 р. Комітет було перейменовано на Раду з міжнародних стандартів бухгалтерського обліку (International Accounting Standards Board – IASB), тому після реорганізації в 2001 р. КМСБО перейменувала стандарти з Міжнародних стандартів бухгалтерського обліку (International Accounting Standards – IAS) на Міжнародні стандарти фінансової звітності – МСФЗ (International Financial Reporting Standards – IFRS) [1, с. 16–22].

Перший Міжнародний стандарт фінансової звітності (МСФЗ 1) було затверджено 19 червня 2003 р. Він поширюється на фінансову звітність починаючи з 2004 р. Водночас стандарти, випущені до цього, зберігають свою колишню назву (МСБО) і будуть замінюватися МСФЗ поступово.

Міжнародні стандарти фінансової звітності (МСФЗ) включають в себе:

- Міжнародні стандарти фінансової звітності (IFRS);
- Міжнародні стандарти бухгалтерського обліку (IAS);
- Інтерпретації, розроблені Комітетом з інтерпретації міжнародних стандартів фінансової звітності (IFRIC) або раніше діючим Постійним Комітетом з інтерпретації (SIC).

Перехід на ведення обліку за міжнародними стандартами не припиняє, а, навпаки, прискорює розробку національних стандартів обліку. У них мають бути розкриті особливості методики й техніки обліку національних об'єктів, але з урахуванням принципів, передбачених міжнародними стандартами. Отже, за всіх умов зберігається національна система ведення обліку в кожній країні, її особливості та традиції. Існує декілька шляхів уніфікації та стандартизації національних облікових систем, основними з яких є:

- застосування МСФЗ як національних стандартів без змін в «чистому вигляді»;
- розробка національних стандартів бухгалтерського обліку на основі принципів МСФЗ;
- розробка національних стандартів бухгалтерського обліку автономно від МСФЗ [3, с. 39–43].

Як показує досвід, Україна пішла шляхом розробки національних Положень (стандартів) бухгалтерського обліку (НП(С)БО), затвердженої Постановою № 1706 від 29.10.1998 р. Основною

метою даної програми було створення системи національних положень (стандартів) бухгалтерського обліку і звітності, яка забезпечила б потрібну інформацією користувачів, передусім інвесторів; забезпечення зв'язку реформування бухгалтерського обліку з основними тенденціями гармонізації стандартів на міжнародному рівні та станом економічно-правового середовища й ринкових відносин в Україні; надання методичної допомоги у впровадженні та використанні реформованої моделі бухгалтерського обліку [8].

З 1 січня 2000 р. набрав чинності Закон України «Про бухгалтерський облік і фінансову звітність в Україні», що установив основні положення до обліку і звітності, законодавчо закріпив права усіх груп користувачів на отримання достовірної інформації про діяльність підприємств через ведення бухгалтерського обліку і складання звітності за національними положеннями (стандартами) бухгалтерського обліку, які не можуть суперечити міжнародним стандартам. Це був другий етап застосування МСФЗ в Україні.

Наступним рішенням уряду про впровадження в практику міжнародних стандартів обліку було прийняття Державною комісією з цінних паперів та фондового ринку рішення № 112 від 01.04.2003 р. щодо Методичних рекомендацій з трансформації фінансової звітності українських підприємств у фінансову звітність за МСБО. Відповідно до даного нормативного акту, державна комісія з цінних паперів та фондового ринку вирішила рекомендувати емітентам, цінні папери яких допущені до торгівлі на організаційно оформлених ринках, професійними учасниками фондового ринку, інститутами спільного інвестування використовувати Методичні рекомендації з трансформації фінансової звітності українських підприємств у фінансову звітність за МСБО [4].

Четвертий етап введення в дію стандартів фінансової звітності відбувся в 2007 р., коли Кабінетом Міністрів було затверджено стратегію застосування МСФЗ (ропорядження от 24.10.07 № 911-р). Одним з головних напрямків там було визначено «законодавче регулювання порядку застосування міжнародних стандартів, зокрема з 2010 р. обов'язкове складання фінансової звітності та консолідованої фінансової звітності згідно з міжнародними стандартами підприємствами-емітентами, цінні папери яких перебувають у лістингу організаторів торгівлі на фондовому ринку, банками і страховиками, за власним рішенням іншими емітентами цінних паперів і фінансовими установами» [10]. Проте слід відмітити, що дані завдання виконані не були.

В червні 2011 р. Верховна Рада приймає зміни до Закону «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні». Відповідно до цих змін, складають фінансову звітність та консолідовану фінансову звітність за міжнародними стандартами публічні акціонерні товариства, банки, страховики, а також підприємства, що провадять господарську діяльність за видами, перелік яких визначається Кабінетом Міністрів України. Відповідно до ст. 121 цього Закону, для складання фінансової звітності застосовуються МСФЗ, якщо вони не суперечать зазначеному Закону та офіційно оприлюднені на веб-сайті Мінфіну України ([www.minfin.gov.ua](http://www.minfin.gov.ua)). Це був п'ятий крок практичного застосування міжнародних стандартів обліку.

Шостий етап полягав у прийнятті Кабінетом Міністрів України Розпорядження від 22 лютого 2012 р. №157-р. «Про створення умов для впровадження міжнародних стандартів фінансової звітності». Від-



повідно до даного розпорядження Міністерству фінансів слід:

- забезпечити офіційне опублікування міжнародних стандартів фінансової звітності з дотриманням їх відповідності оригіналу, а також своєчасне внесення до них змін;

- затвердити до 1 квітня 2012 р. методичні рекомендації щодо складення податкової декларації з податку на прибуток підприємств з використанням даних бухгалтерського обліку і дотриманням вимог міжнародних стандартів фінансової звітності та проведення перевірки показників такої декларації;

- Міністерству фінансів разом з Міністерством закордонних справ співпрацювати з Радою з міжнародних стандартів бухгалтерського обліку, зокрема, з питань опрацювання проектів міжнародних стандартів фінансової звітності [8].

Наступним, найбільш практичним, сьомим кроком було прийняття Наказу Мінфіну від 07.02.2013 р. № 73 про затвердження нового НП(С)БО 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності» на заміну П(С)БО 1, 2, 3, 4 та 5, які окремо визначали порядок подання кожної з основних форм фінансової звітності. Зміни покликані наблизити облік та подання фінансової звітності за національними стандартами до міжнародних стандартів обліку.

До введення в дію НП(С)БО 1 суб'єкти господарювання, які склали фінансову звітність за міжнародними стандартами, під час формування її показників (статей) використовували українські типові форми, які було затверджено національними П(С)БО. Єдиною відмінністю була відмітка, яка ставилась в шапці форми, про те, що вона заповнюється за міжнародними стандартами.

Нове Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності» визначає мету, склад і принципи підготовки фінансової звітності до вимоги до визнання і розкриття її елементів [5]. Слід відмітити, що нове НП(С)БО 1 отримало підвищення у статусі – стало «національним». НП(С)БО 1 набрало чинності 19 березня поточного року. Тобто вже за I квартал 2013 р. бухгалтера повинні звітувати за новими формами фінансової звітності, основними складовими яких є:

- баланс (звіт про фінансовий стан);
- звіт про фінансові результати (звіт про сукупний дохід);
- звіт про рух грошових коштів (за прямим методом);
- звіт про рух грошових коштів (за непрямим методом);
- звіт про власний капітал;
- примітки до фінансової звітності.

Перелічені форми утворюють додаток 1. У додатку 2 наводиться перелік форм консолідованої фінансової звітності. У додатку 3 відображено перелік статей, які підприємства можуть додавати у звітність за умови, що інформація у ній буде істотною і оцінка статті може бути достовірно визначена. Варто зауважити, що форми фінансової звітності частково було змінено як за змістом, так і за формою.

НП(С)БО 1 ділить фінансову звітність на власне фінансову звітність (тобто річну) та проміжну. Проміжна фінансова звітність може бути місячною та квартальною, вона охоплює певний період, складається наростаючим підсумком із початку звітного

року. НП(С)БО 1 не визначає переліку форм, які входять до проміжної фінансової звітності. Зазвичай це баланс і звіт про фінансові результати. Решту форм заповнюють за підсумками фінансового року.

Наступним кроком впровадження МСФЗ в національну економіку є затвердження Мінфіном Національного положення (стандарту) бухгалтерського обліку 2 «Консолідована фінансова звітність» [6]. Норми цього Національного положення застосовуються групою юридичних осіб, яка складається з материнського (холдингового) підприємства та дочірніх підприємств (крім групи підприємств, які, відповідно до законодавства, складають фінансову звітність за міжнародними стандартами фінансової звітності, або групи підприємств, у якій материнське (холдингове) підприємство складає фінансову звітність за міжнародними стандартами фінансової звітності).

**Висновки.** Отже, Мінфін поступово вносить зміни до Національних стандартів, наближуючи їх до міжнародних та зменшуючи прогалину між вітчизняною системою обліку та загальноприйнятною європейською. Поступове поетапне запровадження МСФЗ дасть змогу залучити іноземних інвесторів і розширити експортні можливості України, що, своєю чергою, забезпечить вихід із кризи та майбутнє процвітання економіки.

#### БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Жук В. До проблем стратегії впровадження МСФЗ в Україні / В. Жук // Бухгалтерський облік і аудит. – 2010. – № 10. – С. 16–22.
2. Каменська Т. Міжнародні стандарти фінансової звітності в Україні: сучасний стан, практика й проблеми впровадження / Т. Каменська // Бухгалтерський облік і аудит. – 2012. – № 12. – С. 39–43.
3. Ловінська Л.Г. Державне регулювання бухгалтерського обліку в Україні: мета і сфера впливу / Л. Г. Ловінська // Фінанси України. – 2012. – № 4. – С. 56–66.
4. Методичні рекомендації з трансформації фінансової звітності українських підприємств у фінансову звітність за МСБО. Рішення Державної комісії з цінних паперів та фондового ринку рішення №112 від 01.04.2003 р.: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.uazakon.com/document /fpart96/idx96465.htm>
5. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності». Наказ Міністерства фінансів України від 07.02.2013 р. № 73: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://minfin.kmu.gov.ua/control/uk/publish/article?art\\_id=366774&cat\\_id=363499](http://minfin.kmu.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=366774&cat_id=363499)
6. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку 2 «Консолідована фінансова звітність». Наказ Міністерства фінансів України від 27.06.2013 № 628: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z1223-13>
7. Про бухгалтерський облік і фінансову звітність в Україні: Закон України від 16 липня 1999 р. № 996–XIV (зі змінами й доповненнями): [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/996-14>
8. Про затвердження Програми реформування системи бухгалтерського обліку із застосуванням міжнародних стандартів: Постанова Кабінету Міністрів України від 28 жовтня 1998 р. № 1706: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://golovbukh.ua/regulations/2339/247186/>
9. Про створення умов для впровадження міжнародних стандартів фінансової звітності: Розпорядження Кабінету Міністрів від 22 лютого 2012 р. № 157-р: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/157-2012-%D1%80>
10. Стратегія застосування міжнародних стандартів фінансової звітності в Україні. Схвалено розпорядженням Кабінету Міністрів України від 24 жовтня 2007 р. № 911-р. // Бухгалтерія в сільському господарстві. – 2013. – №№ 23–24. – С. 56–60.



## СЕКЦІЯ 9 МАТЕМАТИЧНІ МЕТОДИ, МОДЕЛІ ТА ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ЕКОНОМІЦІ

УДК 338.27

**Пілько А.Д.**

*кандидат економічних наук,  
доцент кафедри економічної кібернетики  
Прикарпатського національного університету  
імені Василя Стефаника*

### **ДИСКРИМІНАНТНІ МОДЕЛІ В ПРАКТИЦІ ОЦІНКИ, АНАЛІЗУ, ПРОГНОЗУВАННЯ ТА АУДИТУ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ КАПІТАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА**

Висвітлено результати розробки та використання дискримінантних моделей в практиці проведення оцінки, аналізу, аудиту та прогнозування ефективності використання капіталу підприємств харчової промисловості. Висвітлено також результати розробки поліноміальних економетричних моделей прогнозування ефективності управління основними фондами підприємства. Ідентифіковано перспективні напрями подальших наукових розробок у цій сфері.

**Ключові слова:** дискримінантна модель, ефективність, аналіз, капітал підприємства, показник, прогнозування.

#### **Пилько А.Д. ДИСКРИМИНАНТНЫЕ МОДЕЛИ В ПРАКТИКЕ ОЦЕНКИ, АНАЛИЗА, ПРОГНОЗИРОВАНИЯ И АУДИТА ЭФФЕКТИВНОСТИ УПРАВЛЕНИЯ КАПИТАЛОМ ПРЕДПРИЯТИЯ**

Раскрыты результаты разработки и использования дискриминантных моделей в практике проведения оценки, анализа, аудита и прогнозирования эффективности использования капитала предприятий пищевой промышленности. Также рассмотрены результаты разработки полиномиальных эконометрических моделей прогнозирования эффективности управления основными средствами предприятия. Идентифицированы перспективные направления предстоящих научных разработок в данной области.

**Ключевые слова:** дискриминантная модель, эффективность, анализ, капитал предприятия, показатель, прогнозирование.

#### **Pilko A.D. DISCRIMINANT MODELS IN PRACTICE OF ENTERPRISE FUNDS MANAGEMENT EVALUATION, ANALYSIS, AUDIT AND PROGNOSING EFFICIENCY**

The article is devoted to illumination of results of development and use of discriminant models in practice of realization of evaluation, analysis, audit and prognostication of efficiency of the use of capital of enterprises of food industry. The results of development of polynomial econometric models of prognostication of efficiency of management of enterprise's capital assets are also reflected. Perspective directions of further scientific development in this area are identified.

**Keywords:** discriminant model, efficiency, analysis, funds of enterprise, index, prognosis.

**Постановка проблеми.** В умовах скорочення попиту та зниження ділової активності практично на всіх внутрішніх ринках перед суб'єктами господарювання з особливою актуальністю виникає завдання максимально ефективного використання наявних ресурсних можливостей. Підприємство повинно орієнтуватися хоча б на такий рівень ефективності використання капіталу, котрий на цьому непростому етапі розвитку держави та її економіки, спроможний забезпечити утримання хоча б тих ринкових позицій, які здатні забезпечити збереження потенціалу розвитку підприємства. Така постановка завдання є цілком виправданою і адекватною на цьому етапі, оскільки орієнтація на максимізацію товарообороту та фізичних обсягів товарообороту, а також величини прибутків підприємства без оптимізації використання існуючої матеріально-технічної бази буде мати суто декларативний і програмний характер. Тобто, завдання підприємства полягає в орієнтації на нішу середовища, в якому воно реалізує свої статутні інтереси, пошук нових ринкових ніш, закріплення позицій і на цій основі, з урахуванням досягнутих показників товарообороту вживати системних заходів з максимізації ефективності використання власного капіталу.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Питанням оцінки рівня ефективності використання капі-

талу підприємства, зокрема основних засобів, які перебувають на його балансі, приділяється значна увага як вітчизняними, так і зарубіжними науковцями. Зважаючи на актуальність оперативного вирішення завдання оцінки рівня ефективності використання потенціалу підприємства, аналітики акумулювали в своєму арсеналі численні методики вирішення цього завдання, котрі ґрунтуються як на використанні методів експрес-діагностики поточних кризових явищ в фінансово-господарській діяльності підприємства, так і методів поглибленого аналізу показників роботи підприємства та стану бізнес-середовища, в межах якого здійснює свою статутну діяльність об'єкт аналізу. Зокрема, Н.А. Бобко в своїй праці [1] визначає особливості формування множини показників, які характеризують ефективність використання основних засобів підприємства. Л.В. Юрчишена та С.М. Волинець [2] пропонують комплексну методику проведення аналізу ефективності основних засобів.

Водночас в практиці прийняття рішень щодо можливостей інвестування в розширене відтворення капіталу, умов та обсягів інвестування в окремі види капітальних активів, залучення зовнішніх джерел для інвестування в основні засоби, власника, інвестора чи кредитора будуть цікавити не стільки ймовірність чи часові рамки, в яких підприємство

буде визнано банкрутом, а перспективи позитивних та негативних змін стану фінансово-господарської діяльності підприємства в коротко- і середньостроковій перспективі, тобто на час дії інвестиційного проєкту чи договірних зобов'язань.

**Мета статті.** На основі проведеного аналізу існуючих розробок, з урахуванням невирішених нині завдань аналізу ефективності управління підприємством та його матеріально-технічною базою, зокрема основними засобами, можна окреслити завдання, вирішенню якого присвячена ця публікація. Метою статті є розробка науково-методичного підходу до проведення аналізу та прогнозування ефективності використання основного капіталу підприємств харчової промисловості, а також оцінка можливостей його використання в процесі проведення аудиту управління ресурсним потенціалом підприємства, а також планування капіталовкладень.

**Виклад основного матеріалу.** Умовою організації аналізу ефективності використання виробничого потенціалу підприємства, і, зокрема, його основного капіталу незалежно від виду його діяльності є проведення попередньої оцінки рівня забезпечення основними засобами та їхнього стану. Як зазначається в праці [2], для забезпечення відтворення основних виробничих засобів важливе значення має вивчення їхнього стану та використання, що є важливим фактором підвищення ефективної діяльності підприємства. В працях дослідників питань аналізу ефективності використання основних засобів рекомендуються напрацьовані схеми вирішення цього завдання. Керуючись позитивними науковими результатами, котрі наведені в працях [1; 2], в рамках самостійно проведеного дослідження, рекомендуємо аналіз ефективності використання основних засобів підприємства проводити на основі інформації динамічної вибірки показників, які характеризують:

- 1) рівень забезпечення підприємства основними засобами;
- 2) стан основних засобів;
- 3) рівень ефективності використання основних засобів.

Для аналізу рівня забезпечення підприємства основними засобами в рамках проведених досліджень розраховано значення таких показників як фондомісткість, фондоозброєність, та коефіцієнт реальної вартості основних виробничих засобів у майні підприємства.

Для аналізу стану основних виробничих засобів було розраховано значення таких показників:

- коефіцієнт зносу основних засобів (характеризує рівень зносу і розраховується як частка від ділення суми зносу до балансової вартості основних засобів);
- коефіцієнт придатності (відображає частину основних засобів, придатну до експлуатації);
- коефіцієнт вибуття (розраховується як частка від ділення вартості виведених з експлуатації основних засобів до балансової вартості основних засобів по підприємству);
- коефіцієнт приросту основних засобів (характеризує міру збільшення основних засобів у звітному періоді порівняно з минулим періодом);
- коефіцієнт оновлення (характеризує частку введених в експлуатацію основних засобів у загальній їх вартості).

Для попереднього аналізу ефективності використання основних засобів розраховувались значення показників: фондівіддачі, рентабельності основних засобів та питомої ваги активної частини основних засобів у їх загальній сумі.

Для отримання більш повної інформації про рівень ефективності використання основних засобів з урахуванням позитивних наукових результатів, висвітлених в праці [2], було розраховано також узагальнюючі та часткові показники.

До узагальнюючих показників ефективності використання основних засобів прийнято відносити фондівіддачу та рентабельність основних засобів, які дозволяють оцінити кількісну та якісну сторони ефективності відповідно. Враховуючи той факт, що в процесі порівняльної оцінки ефективності використання основних засобів двох і більше підприємств або періодів можуть виникнути істотні труднощі через те, що окремі підприємства при достатньо високих показниках фондівіддачі мають низькі показники рентабельності і навпаки, нами було розраховано перший та другий інтегральний показники ефективності.

Перший інтегральний показник ефективності використання основних засобів ( $Ef_1$ ) відображає середній економічний ефект у вигляді виручки від реалізації та прибутку, який припадає на кожну гривню коштів, які вкладені в основні засоби:

$$Ef_1 = \sqrt{\text{Фондовіддача} \times \text{Рентабельність основних засобів}}.$$

Другий інтегральний показник ефективності  $Ef_2$  дозволяє крім фондівіддачі та рентабельності основних фондів врахувати рівень ефективності використання основних засобів для здійснення трудової діяльності (відношення продуктивності праці до середньорічної вартості основних засобів):

$$Ef_2 = \sqrt{\frac{\text{Фондовіддача} \times \text{Рентабельність основних засобів} \times \frac{\text{Продуктивність праці}}{\text{Середньорічна вартість ОВФ}}}{1}}.$$

Часткові показники ефективності основних засобів характеризують економічну ефективність окремої частини (в нашому випадку активної частини) основних засобів підприємства. Відповідно було розраховано такі показники:

- фондівіддача активної частини основних засобів;
- рентабельність активної частини основних засобів;
- інтегральний показник ефективності активної частини основних засобів.

Значення інтегрального показника ефективності активної частини основних засобів розраховувалось за формулою:

$$Ef_3 = \sqrt{\text{Фондовіддача активної частини} \times \text{Рентабельність акт. частини основних засобів}}.$$

Для кожного з 10 підприємств харчової промисловості, котрі зареєстровані і реалізують свою продукцію на території м. Івано-Франківська та області, на основі інформації про значення показників:

- балансової вартості основних виробничих засобів;
- вартість виробленої продукції;
- залишкової вартості основних виробничих засобів;
- вартості майна підприємства;
- суми зносу основних виробничих засобів;
- середньооблікової чисельності працівників;
- вартості уведених в експлуатацію основних виробничих засобів;
- вартості виведених з експлуатації основних виробничих засобів;
- загального прибутку підприємства;
- середньорічної вартості активної частини основних засобів.

Було розраховано значення описаних показників, котрі характеризують рівень забезпечення підприємства основними засобами, стан основних засобів та рівень ефективності використання основних засобів.

Сформована вибірка на основі даних по 10 підприємствах за 20 звітних періодів-кварталів дозволила провести аналіз за вказаними напрямками.

Результати апроксимації фактичних розподілів значень першого, другого інтегральних показників ефективності, а також показника ефективності використання активної частини основних засобів до найбільш адекватної за статистичними характеристиками форми аналітичної залежності свідчать про таке:

1) для показників 3-х підприємств, не вдалося підібрати відповідної форми залежності;

2) для решти підприємств харчової промисловості було побудовано відповідні моделі згідно з вимогами статистичного та логічного аналізу.

Залежності були описані за допомогою поліноміальних залежностей вищих порядків (як правило, четвертого та п'ятого порядків). Сам факт апроксимації залежностей інтегральних показників ефективності за допомогою поліноміальних кривих вищих порядків дозволяє зробити відповідні попередні висновки про можливість їхнього практичного застосування в процесі аналізу та прогнозування ефективності експлуатації основного капіталу на відповідних підприємствах, зокрема в процесі формування бізнес-планів та обґрунтування доцільності інвестування по конкретних позиціях основних засобів. Незважаючи на досить високі значення статистичних показників якості моделей, котрі вказують на беззаперечну адекватність моделей досліджуваним процесам, такі моделі можна застосувати лише в короткостроковому прогнозуванні значень інтегральних показників ефективності, тобто на 1 – максимум 2 наступні звітні періоди за умови періодичного коригування моделі в міру надходження нової інформації.

Для аналізу та прогнозування ефективності управління активами підприємств харчової промисловості, і, зокрема, основним капіталом, нами запропоновано власний науково-методичний підхід, який ґрунтується на розробці моделей дискримінантного аналізу та використанні їх в подальшому управлінні капіталовкладеннями, зокрема в практиці проведення аудиту основних засобів.

Треба зауважити, що використання методології багатофакторного дискримінантного аналізу у вітчизняній практиці проведення аналізу ефективності управління капіталом підприємства, і, зокрема, основними засобами, є досить обмеженим. В світовій та вітчизняній практиці моделі подібного класу знайшли своє практичне застосування в прогнозуванні банкрутства підприємств та змін його фінансового стану [5].

Водночас, зважаючи на існуючий позитивний досвід використання моделей дискримінантного аналізу в зарубіжній та вітчизняній практиці, правда, для вирішення дещо іншого спектру задач, нами було проведено відповідний аналіз та розроблено моделі для 10 підприємств харчової галузі Івано-Франківської області. Дискримінантна функція для кожного підприємства формувалась на основі значень показників фондовіддачі ( $F$ ) та рентабельності експлуатації основних засобів ( $R$ ).

У якості критерію класифікації даних динамічної вибірки по кожному підприємству було використано середні значення показників економічної ефективності використання основних засобів, а саме:

- першого інтегрального показника ефективності  $Ef_1$ ;
- другого інтегрального показника ефективності  $Ef_2$ ;

– інтегрального показника ефективності використання активної частини основних засобів  $Ef_3$ .

Відповідно до цих середніх значень було побудовано сукупності  $X$  та  $Y$ . До сукупності  $X$  відносились значення показників фондовіддачі та рентабельності за ті звітні періоди, в яких відповідні значення усіх трьох інтегральних показників були не меншими за середні значення цих же показників за період аналізу. До сукупності  $Y$  – значення показників фондовіддачі та рентабельності за ті звітні періоди, в яких відповідні значення усіх трьох інтегральних показників виявились меншими за середні значення цих же показників за увесь період аналізу. Якщо ж за деякий звітний період, окремі значення інтегральних показників були більшими за середній рівень, а інші меншими, то значення показників фондовіддачі та рентабельності експлуатації основних засобів не вносились до жодної з сукупностей, тобто не враховувались в подальшому аналізі. Тобто, сукупність  $X$  сформували значення показників фондовіддачі та рентабельності основних засобів за ті звітні періоди, в яких підприємство досить ефективно використовувало основні засоби, які були на балансі, і, зокрема, активну частину таких основних засобів. Сукупність  $Y$  складають значення показників фондовіддачі та рентабельності експлуатації основних засобів за ті періоди, коли рівень ефективності експлуатації залишав бажати кращого через ті чи інші обставини.

Для формування множини найбільш значимих факторів, на основі яких можна робити висновки щодо ефективності управління тим чи іншим процесом, рекомендується проводити перевірку показників на мультиколінеарність із застосуванням статистичних критеріїв, згідно з якими перевіряється мультиколінеарність всього масиву пояснюючих змінних (критерій Пірсона), кожної пояснюючої змінної з рештою змінних (критерій Фішера), кожної пари пояснюючих змінних (критерій Стьюдента) [6, с. 76].

Зважаючи на той факт, що в нас є 2 максимально інформативних показники, які відображають рівень ефективності використання основного капіталу – фондовіддача та рентабельність основних засобів, була проведена перевірка 10 масивів даних таких показників, кожен з яких був сформований на основі інформації за 20 звітних періодів-кварталів. Результати розрахунку коефіцієнтів парної кореляції для кожного з 10 підприємств між показниками фондовіддачі та рентабельності основних засобів показали, що істотним виявився лінійний кореляційний зв'язок між аналізованими показниками тільки для двох підприємств (значення коефіцієнтів на рівні 0,894 та 0,732), що потенційно може погіршити аналітичні характеристики моделей для цих двох підприємств. Тим не менше, низькі та середні значення показників кореляції для решти підприємств дають підстави зробити висновок про прийнятність ідеї застосування показників фондовіддачі та рентабельності основних засобів для побудови дискримінантних функцій в якості факторів.

Згідно з початковим задумом, дискримінантну функцію планувалось будувати на основі сукупностей  $X$  та  $Y$ , які були сформовані на основі значень трьох інтегральних показників ефективності. Однак через методички їхнього обчислення, у разі збитковості підприємства за результатами діяльності в певному звітному періоді, значення таких показників в принципі неможливо було розрахувати (для подальшої класифікації і формування сукупностей аналізу, відповідні значення приймалися рівні нулю). Ще однією причиною неможливості отримання позитив-

них наукових результатів у разі застосування трьох інтегральних показників ефективності в якості факторів моделі є існування лінійного взаємозв'язку між значеннями цих показників практично для всіх підприємств.

На основі алгоритму дискримінантного аналізу, наведеного і детально описаного в праці [7, с. 97–99] розроблено дискримінантні функції для досліджуваних підприємств, котрі наведено в таблиці 1.

Таблиця 1

**Моделі аналізу та прогнозування ефективності управління капіталом підприємства**

Номер підприємства	Дискримінантна модель, межа дискримінації	Відсоток співпадання результатів класифікації
1.	$Z = 11,823F + 20,461R, c = 17,391$	100
2.	$Z = 150,121F + 652,112R, c = 77,2$	100
3.	$Z = 21,191F + 77,632R + 10,211$	90
4.	$Z = 6,755F + 3,542R, c = -2,745$	100
5.	$Z = 5,433F + 83,581R, c = 18,71$	100
6.	$Z = -52,831F + 289,223R, c = -33,84$	100
7.	$Z = 26,49F - 9,591R, c = 8,152$	86
8.	$Z = 110,023F - 16,294R, c = 15,12$	100
9.	$Z = 1,749F + 12,815R, c = 7,876$	100
10.	$Z = 19,136F + 15,508R, c = 10,579$	100

Апробація розроблених моделей на тих же підприємствах (за матеріалами передісторії) показала таке: 100% співпадіння класифікації було зафіксовано у випадку 8 підприємств, 90% – 1 підприємства, 86% – 1 підприємства.

**Висновки.** Проведений аналіз наукового та методичного забезпечення процесу аналізу, аудиту та прогнозування ефективності використання виробничого потенціалу підприємств підтвердив наявність значної кількості науково-методичних підходів до вирішення даної задачі. Водночас запропонований в рамках проведених досліджень механізм оцінки, аналізу, аудиту та прогнозування ефективності використання основних засобів підприємства, який ґрунтується на дискримінантних та поліноміальних економетричних моделях може стати додатковою методичною базою для планування заходів з підвищення ефективності управління капіталом підприємства.

Розроблені поліноміальні економетричні моделі для підприємств харчової промисловості є застосовними в практиці прогнозування ефективності управління капіталом тільки в короткостроковій перспективі.

Водночас перевірка 10 розроблених дискримінантних моделей для підприємств харчової промисловості Івано-Франківської області, проведена на основі інформації передісторії за 20 звітних періодів-кварталів дала значно кращі і більш обнадійливі результати: 100% збігу класифікації було зафіксовано у випадку 8 підприємств, 90% – 1 підприємства, 86% – 1 підприємства.

Це дає підстави робити висновок про можливість застосування розробленого в рамках дослідження науково-методичного підходу оцінки та прогнозування ефективності управління основними засобами підприємств в практиці операційного та фінансового менеджменту на підприємствах харчової промисловості. Зважаючи на набір фінансово-економічних показників, котрі використовуються в цьому підході, його застосування є можливим і на підприємствах інших видів господарської діяльності. Перспективною сферою практичного застосування запропонованого науково-методичного підходу є календарне планування капіталовкладень в розрізі існуючої та потенційної структури основних засобів підприємства, аудит ефективності використання капіталу підприємства та його відокремлених підрозділів, оцінка доцільності інвестування в розширене відтворення з урахуванням характеру явищ і процесів бізнес-середовища.

**БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:**

- Бобко Н.А. Особливості визначення показників ефективності використання основних засобів підприємства / Н.А. Бобко [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://www.zgia.zp.ua/gazeta/evzdia\\_6\\_105.pdf](http://www.zgia.zp.ua/gazeta/evzdia_6_105.pdf).
- Юрчишена Л.В. Аналіз ефективності використання основних засобів на підприємстві / Л.В. Юрчишена, С.М. Волинець // Електронне наукове фахове видання «Ефективна економіка» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=668>.
- Показники ефективності використання основних фондів [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://pidruchniki.com/10310208/ekonomika/pokazniki\\_efektivnosti\\_vikoristannya\\_osnovnih\\_fondiv](http://pidruchniki.com/10310208/ekonomika/pokazniki_efektivnosti_vikoristannya_osnovnih_fondiv).
- Терещенко О.О. Фінансова діяльність суб'єктів господарювання : навч. посібник / О.О. Терещенко. – К. : КНЕУ, 2003. – 554 с. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://buklib.net/books/28414/>.
- Пілько А.Д. Прогнозування змін фінансового стану підприємства: досвід використання економетричних та дискримінантних моделей / А.Д. Пілько, Б.Б. Потятинник // Materials of the X International scientific and practical conference, «Scientific horizons». – 2014. – Volume 1. Economic science. Sheffield. Science and education LTD. – 96 p.
- Матвійчук А.В. Нечіткі, нейромережеві та дискримінантні моделі діагностування можливості банкрутства підприємств / А.В. Матвійчук // Нейро-нечіткі технології моделювання в економіці. – 2013. – № 2. – С. 71–118.
- Кредитний ризик комерційного банку : навч. посібник / В.В. Вітлінський, О.В. Пернарівський, Я.С. Наконечний, Г.І. Великоіваненко ; за ред. В.В. Вітлінського. – К. : Знання, 2000. – 251 с.



УДК 330.47:001.57

Поданьова С.Ю.

*асистент кафедри економічної кібернетики і фінансів  
Бердянського державного педагогічного університету*

## МОДЕЛІ ОПТИМІЗАЦІЇ КУРОРТНО-РЕКРЕАЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ

Запропонована методологія створення адаптивних моделей управління курортно-рекреаційною сферою. Моделі представлені у вигляді спектру динамічних моделей побудови оптимальної програми виробництва курортно-рекреаційного продукту. Вони дозволяють реагувати на зміни матеріально-сировинних потоків, розраховувати оптимальне завантаження лікувальної бази та отримувати сценарії оновлення основних виробничих фондів.

**Ключові слова:** курортно-рекреаційна система, управління, системний підхід, адаптивні методи управління, оптимальне планування.

### Поданева С.Ю. МОДЕЛИ ОПТИМИЗАЦИИ КУРОРТНО-РЕКРЕАЦИОННОГО ПОТЕНЦИАЛА

Предложена методология создания адаптивных моделей управления курортно-рекреационной сферой. Модели представлены в виде спектра динамических моделей построения оптимальной программы производства курортно-рекреационного продукта. Они позволяют реагировать на изменения материально-сырьевых потоков, рассчитывать оптимальную загрузку лечебной базы и получать сценарии обновления основных производственных фондов.

**Ключевые слова:** курортно-рекреационная система, управление, системный подход, адаптивные методы управления, оптимальное планирование.

### Podanova S.Yu. THE MODELS OF THE OPTIMIZATION OF RESORT-RECREATION POTENTIAL

The article offers the methodology of creation of adaptive management models for resort-recreation sphere. The models are presented as a spectrum of dynamic models of the construction of optimum programs for production of resort-recreation products. They allow to react on changing material and supply streams and to evaluate the optimum load of medical base.

**Keywords:** resort-recreation system, management, system approach, adaptive methods of management, optimum planning.

**Постановка проблеми.** Реформування національної економіки пов'язане з глибокими структурними перетвореннями у всіх сферах суспільного життя. Важливим завданням цього процесу залишається пошук раціональних методів та способів активізації розвитку тих видів діяльності, для котрих існують всі необхідні умови і які по своїй соціальній результативності та економічній віддачі можуть скласти гідну конкуренцію традиційним галузям господарства. Серед таких своєрідних «ядер росту» пріоритетне місце займає курортно-рекреаційна сфера.

Україна володіє потужним курортно-рекреаційним потенціалом, ефективне освоєння якого може забезпечити не тільки більш повне задоволення потреб населення в оздоровленні і відпочинку, але й принести реальну економічну вигоду. Тому рекреаційна сфера в процесі ринкової трансформації економіки повинна зайняти одне з провідних місць в структурі господарського комплексу [1; 2].

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Протягом останніх десятиліть з'явилося достатньо багато робіт, які пов'язані із адаптивним управлінням економічними системами та закономірностями планування і використання ресурсів організації, регіону або потенціалу країни, перш за все промислового і виробничого. В різний час дослідженням питань оптимізації планів виробництва займалися такі вітчизняні і зарубіжні дослідники як А.Г. Аганбегян, В.С. Немчинов, Д. Месарович, Р. Коуз і багато інших [5; 6]. В той же час більшість представлених підходів заснована на західних теоріях моделювання, що не враховують питання планування і управління змінами, а також основні проблеми, пов'язані з практикою українських здравниць. Слід також зазначити відсутність дослідницьких проєктів на Україні, пов'язаних зі створенням та застосуванням моделей управління курортно-рекреаційною системою на основі динамічних моделей оптимальної програми виробництва курортно-рекреаційного продукту.

**Мета статті.** Дослідницький проєкт має своєю метою реалізацію системної методології управління стійким розвитком підприємств курортно-рекреаційного комплексу, яка базується на розвитку методів оптимізації планів виробництва системи послуг з урахуванням нових для України ринкових чинників і потреб таких підприємств в швидкій адаптації до змінних умов економічного середовища.

**Виклад основного матеріалу.** Ринкові відношення, які склалися в курортно-рекреаційній сфері потребують досить ретельної розробки всіх керуючих дій та побудови ефективних планів діяльності. Водночас зростає динамічність зовнішнього середовища, що суттєво ускладнює процес планування виробництва послуг, оскільки при розробці планів доводиться враховувати не стільки поточну ситуацію, скільки прогноз на майбутнє. Відтак виробничий план виявляється складною системою, яку необхідно досліджувати для того, щоб ефективно управляти нею [7].

Досвід багатьох процвітаючих світових курортів показує, що в умовах ринку з його жорсткою конкуренцією планування виробничо-господарської діяльності є найважливішою умовою їх виживання, економічного зростання і процвітання. Серед багатьох чинників ефективного формування структури і змісту програми виробництва послуг є визначальним для оптимального планування виробничої діяльності курортно-рекреаційного комплексу. Одним з найбільш ефективних засобів планування, що дозволяє організувати виробництво з націленістю його на максимальну ефективність і, одночасно, на задоволення споживчого попиту, є оптимізація виробничої програми і виробничих ресурсів, необхідних для її реалізації. Аналіз багатьох досліджень демонструє, що далеко не всі аспекти названої проблеми розроблені як в теоретичній, так і в практичній площині. Досі не знайдено адекватної сучасним умовам господарювання комплексної моделі і технології формування оптимальної структури послуг, відповідної

особливостям функціонування курортно-рекреаційного комплексу в сучасних умовах. Це обумовлено зокрема тим, що за колишніх умов господарювання курортні установи мали обмежені можливості самостійної розробки виробничої програми, оскільки вона, як правило, значною мірою детально задавалася вищестоящою організацією. Нині на більшості курортно-рекреаційних підприємств склалася практика затвердження виробничої програми на основі дослідження споживчого ринку і міркувань вищого керівництва про політику в області асортименту рекреаційних послуг, тоді як техніко-економічний аспект використовується скоріше для аналізу, чим для розрахункового обґрунтування управлінських рішень в області формування структури випуску курортно-рекреаційного продукту. Відтак виникає необхідність в нових підходах до формування плану виробництва послуг на підприємствах курортно-рекреаційного комплексу, щоб запланована структура випуску курортно-рекреаційного продукту, з одного боку, максимально повно задовольняла б вимогам споживачів, а з іншого, забезпечила б підприємству можливість досягнення максимальних кінцевих результатів його діяльності з урахуванням внутрішніх і зовнішніх обмежень.

У зв'язку з цим виникає необхідність визначення поняття оптимальної структури виробництва курортно-рекреаційного продукту. Під оптимальною структурою виробництва пропонується розуміти таку структуру, яка в максимальному ступені відповідає рівню попиту, що склався на ринку, і в той же час забезпечує максимально можливі значення кінцевих цільових результатів виробничо-господарської діяльності курортно-рекреаційного комплексу. Під оптимізацією тоді слід розуміти пошук варіанту виробничої програми, що забезпечує найбільше наближення до максимуму доходу.

Технологічний (оздоровчий) процес надання курортно-рекреаційного продукту є строго визначеною сукупністю виконуваних в заданій послідовності лікувальних процедур. Вибір ресурсозберігаючого оздоровчого процесу полягає в оптимізації кожної процедури по мінімуму споживання матеріально-сировинних ресурсів. Хай на виробництво деякої кількості видів курортно-рекреаційних продуктів виділяється деякий об'єм матеріально-сировинних ресурсів. Розглянемо ситуацію, коли матеріально-сировинні ресурси динамічно поступають на вхід виробничої системи при однозначно заданій послідовності їх застосування по всіх процедурах лікувального циклу. Тобто, для того, щоб виробити курортно-рекреаційний продукт виду  $i$  ( $i = 1, \dots, m$ ), необхідно виконати застосування початкового матеріально-сировинного потоку на  $N_i$  послідовних лікувальних процедурах.

Застосування початкової сировини (лікувальна грязь, мінеральна вода, тощо) і матеріалів проходить в заданій технологічній послідовності з використанням ресурсів лікувальної бази (устаткування, фахівців і т.д.), об'єм яких задамо вектором  $c = (c_1, c_2, \dots, c_M)$ . Для того, щоб забезпечити одиничну продуктивність  $G_{ij}$  на процедурі  $j$  по  $i$  виду продукту, що виробляється, необхідно виділити на цю операцію об'єм виробничих ресурсів, заданий вектором  $a_{ij} = (a_{ij}^1, \dots, a_{ij}^M)$ . Якщо ж необхідно забезпечити продуктивність  $q_{ij}$  на процедурі  $G_{ij}$ , то відповідно об'єм виробничих ресурсів повинен становити  $a_{ij} q_{ij} = (a_{ij}^1 q_{ij}, \dots, a_{ij}^M q_{ij})$ . Припустимо, що відомі постійні витрати виробництва  $P_p$ , змінні витрати  $a_i$  на випуск однієї одиниці курортно-рекреаційного

продукту виду  $i$  та ціна реалізації  $s_i$  одиниці продукту виду  $i$ . Тоді для того, щоб задати виробничу програму, яка давала б найбільший валовий прибуток, необхідно максимізувати таку цільову функцію:

$$F = \sum_{i=1}^m c_i \int_0^T q_{iN_i}(t) dt - P_p \rightarrow \max, \quad c_i = s_i - a_i,$$

де  $q_{iN_i}$  – продуктивність на подальшій лікувальній процедурі по виду курортно-рекреаційного продукту,  $[0, T]$  – період планування.

Будемо вважати, що: прибуток, який отримується від реалізації будь-якого виду курортно-рекреаційного продукту, не залежить від того, яка кількість ресурсу була виділена по інших видах продукту і загальний прибуток складається з прибутків по окремих видах продуктів. Дослідження показують, що функція прибутку володіє такими особливостями: невелика кількість виділеного ресурсу не приносить скільки-небудь відчутного ефекту; для кожного виду продукту є точка, починаючи з якої подальше збільшення по цьому виду продукту даного ресурсу не ефективно. Тоді повинні бути виконані обмеження на об'єм використаних виробничих ресурсів в кожен момент часу і балансові обмеження на об'єм надання кожної процедури лікувальних циклів (курортно-рекреаційних продуктів)  $G_{ij}$ :

$$\sum_{i=1}^m \sum_{j=1}^{N_i} q_{ij}(t) a_{ij}^l \leq c_l, \quad l = (1, \dots, M); \quad t \in [0, T];$$

$$\int_0^t q_{ij}(t) dt \leq W_{ij}(0) + \int_0^t q_{ij-1}(t) dt, \quad i = 1, \dots, m; \quad j = 1, \dots, N_i;$$

де  $W_{ij}(0)$  – об'єм не повного надання всіх процедур лікувального циклу  $G_{ij}$ . Сформуємо також обмеження попиту на кожний вид курортно-рекреаційного продукту

$$\int_0^T q_{iN_i}(t) dt \leq z_i, \quad i = 1, \dots, m,$$

де  $z_i$  – об'єм попиту на курортно-рекреаційний продукт виду  $i$ . Рішенням вищевизначеної моделі є множина продуктивностей  $q_{ij}$ , що не порушує обмежень і максимізує функцію. У такому вигляді ця модель може бути вирішена з використанням методів теорії оптимального управління.

Динаміка надходження матеріально-сировинних потоків виробництва курортно-рекреаційних продуктів, яка задана в моделі безперервними функціями часу, у реальних умовах часто визначається динамікою фінансових потоків. В цьому разі модель приймає деяку видозмінену форму, а саме, на вхід виробничої системи, що виробляє  $m$  видів продуктів, поступає потік фінансових ресурсів  $R(t)$ . Необхідно так використовувати ці фінанси, купуючи матеріально-сировинні ресурси виробництва, щоб максимізувати цільову функцію при існуючих обмеженнях.

Будемо вважати, що ціна однієї одиниці матеріально-сировинних ресурсів виду  $i$  є величиною  $b_i$ . Тоді необхідно фінансовий потік  $R(t)$  розбити на  $m$  складових  $R_1(t), \dots, R_m(t)$  так, щоб  $\sum_{i=1}^m R_i(t) = R(t)$ . В цьому випадку інтенсивність матеріально-сировинних потоків буде задана величинами  $\frac{R_1(t)}{b_1}, \dots, \frac{R_m(t)}{b_m}$ . Позначимо  $\frac{R_i(t)}{b_i}$  через  $q_{io}(t)$  і додамо до існуючих обмежень нове обмеження  $\sum_{i=1}^m q_{io}(t) d_i = R(t)$ . В цьому разі отримаємо динамічну модель вибору оптимальної виробничої програми курортно-рекреаційного комплексу в умовах динамічного фінансового потоку, який використовується для закупівлі матеріально-сировинних ресурсів. Враховуючи складність розв'язання моделі в загальному вигляді, проведемо дослідження моделі

в умовах дискретизації вхідних і вихідних потоків виробничої системи. Вважатимемо, що матеріально-сировинні ресурси поступають щодня на вхід виробничої системи в об'ємах  $R_{ih}$ ,  $i=1, \dots, m; h=1, \dots, T$ . Тоді модель оптимізації виробничої програми може бути сформульована так:

$$\sum_{i=1}^m c_i \sum_{j=1}^T q_{ij}^{iN_i} \rightarrow \max, \quad W_{i1}(0) + \sum_{h=1}^T R_{ih} \leq \sum_{h=1}^T q_{ih}^h,$$

$$W_{ij}(0) + \sum_{t=1}^T q_{ij}^{t-1} \leq \sum_{t=1}^T q_{ij}^t, \quad \sum_{i=1}^m \sum_{j=1}^T \sum_{t=1}^T q_{ij}^t a_{ij}^t \leq c_i, \quad \sum_{t=1}^T q_{iN_i}^t \leq z_i.$$

Модель є лінійною відносно змінних  $q_{ij}^t$  і може бути розв'язана відомими методами математичного програмування, якщо інтервал планування  $[0, T]$  досить короткий. В іншому випадку рішення моделі перестає бути допустимим для будь-якого моменту  $t' > t$  і повинне бути скореговане.

Важливою складовою ефективного процесу виробництва курортно-рекреаційного продукту є оновлення основних виробничих фондів (ОВФ). Слід відмітити, що одним із чинників цього процесу є неминуча затримка в часі моменту введення нових ОВФ по відношенню до моменту виділення коштів на ці цілі.

Можливі два підходи до моделювання запізнювання в процесі освоєння капітальних вкладень. Перший підхід припускає наявність проміжку часу, після якого капіталовкладення перетворюються на основні фонди. В цьому випадку приріст ОВФ задамо наступним рівнянням

$$\frac{dK(t)}{dt} = I(t - \tau) - \mu K(t),$$

де  $I(t)$  – інвестиції в розвиток,  $K(t)$  – вартість ОВФ,  $\mu$  – коефіцієнт амортизації,  $\tau$  – проміжок часу, після закінчення якого відбувається приріст ОВФ. При  $I(t - \tau) = \text{const}$  отримуємо

$$K = \frac{I}{\mu} (1 - e^{-\mu t}).$$

Якщо  $\mu = 0$ , то фонди є нестаріючими. Тоді  $\frac{dK}{dt} = I$ , звідкіля  $K = K_0 + It$ , де  $K_0$  – вартість ОВФ на початку інвестування. Відтак приріст ОВФ йде прямо пропорційно часу  $t$  та розміру інвестицій  $I$ .

Другий підхід використовує поняття лага, розподіленого в часі освоєння ОВФ. У цьому випадку передбачається, що інвестиції, виділені на розвиток ОВФ, освоюються поступово. Так, якщо у момент часу  $\tau$  виділені інвестиції, то у момент часу  $t > \tau$  буде освоєна деяка частка  $N(t, \tau)$  фондів. Якщо розглянути весь час, то величина капітальних вкладень, що направляються на оновлення ОВФ, матиме такий вигляд:

$$V(t) = \int_{-\infty}^t N(t, \tau) I(\tau) d\tau,$$

де  $N(t, \tau)$  – інвестиційний лаг. Якщо частка інвестицій, що вводиться в дію у момент часу  $t$ , залежить від проміжку часу освоєння  $\theta = t - \tau$ , то  $N(t, \tau) = N(\theta)$ .

$$V(t) = \int_0^t N(\theta) I(t - \theta) d\theta.$$

Рівняння для швидкості введення капітальних вкладень має вигляд

$$\frac{dV(t)}{dt} = \int_0^{\infty} \frac{dI(t - \theta)}{dt} N(\theta) d\theta, \quad \frac{dI(t - \theta)}{dt} = - \frac{dI(t - \theta)}{d\theta},$$

$$\frac{dV(t)}{dt} = - \int_0^{\infty} N(\theta) dI(t - \theta),$$

$$\frac{dV(t)}{dt} = N(0)I(t) + \int_0^{\infty} I(t - \theta) \frac{dN(\theta)}{d\theta} d\theta.$$

Якщо апроксимуюча функція  $N(\theta)$  має вигляд  $N(\theta) = \lambda e^{-\lambda\theta}$ , де  $\lambda$  є параметром, чисельно рівним

$N(0)$ , то  $\frac{dN(\theta)}{d\theta} = -\lambda N(\theta)$  і  $N(0) = \lambda$ . Тоді

$$\frac{dV(t)}{dt} = -\lambda V(t) + \lambda I(t), \quad V(t) = I(1 - e^{-\lambda t}).$$

Приріст ОВФ знайдемо так:

$$\frac{dK}{dt} + \mu K = V = I(1 - e^{-\lambda t}), \quad K = \frac{V}{\mu} (1 - e^{-\mu t})(1 - e^{-\lambda t}).$$

Якщо  $\mu = 0$ , то  $\frac{dK}{dt} = V$ , звідки  $K = K_0 + It + \frac{I}{\lambda} e^{-\lambda t}$ .

Отже, при  $t \rightarrow \infty$   $K = K_0 + It$ .

Отже, можна зробити такий висновок: при великому часі запізнювання обидва підходи дають однаковий результат. При малому часі запізнювання другий підхід точніше описує рух основних виробничих фондів курортно-рекреаційного комплексу.

**Висновки з проведеного дослідження.** Дослідження в рамках проекту розробки системної методології управління стійким розвитком підприємств курортно-рекреаційного комплексу дозволили отримати такі результати:

- запропоновано теоретико-методологічний підхід до створення адаптивних моделей управління курортно-рекреаційною сферою, які представлені у вигляді спектру динамічних моделей оптимальної програми виробництва курортно-рекреаційного продукту; досліджено їх особливості та характеристики, які дозволяють реагувати на зміни економічного середовища;
- продемонстровано результати моделювання проблеми, які дозволяють будувати оптимальну виробничу програму надання послуг, а також виконувати оптимальну завантаження лікувальної бази курортно-рекреаційного комплексу;
- побудовано та досліджено моделі оновлення основних виробничих фондів курортно-рекреаційного комплексу на основі декількох теоретичних підходів, що дозволяє підвищити точність моделювання та їх практичну цінність.

#### БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Торохтин О.М. Діагностика, реабілітація, ефективність / О.М. Торохтин. – Ужгород : Карпати, 2009. – 206 с.
2. Боков М.А. Стратегическое управление рекреационными предприятиями в условиях переходной экономики / М.А. Боков. – СПб. : ЮНИТИ-ДАНА, 2011. – 368 с.
3. Лебедев В.В. Математическое моделирование социально-экономических процессов / В.В. Лебедев. – М. : Изограф, 2007. – 424 с.
4. Бирман И.Я. Оптимальная экономика / И.Я. Бирман. – М. : Экономика, 2008. – 327 с.
5. Александров А.Г. Оптимальные и адаптивные системы / А.Г. Александров. – М. : Высшая школа, 2009. – 482 с.
6. Левицкий Е.М. Адаптация и моделирование экономических систем / Е.М. Левицкий. – Новосибирск : Наука, 2007. – 208 с.
7. Захарченко П.В. Модели экономики курортно-рекреационных систем / П.В. Захарченко. – Бердянск : Издательство Ткачук, 2010. – 392 с.



УДК 338.22.021.2

**Сидорук Т.С.***студентка економічного факультету  
Київського національного університету  
імені Тараса Шевченка***ВПЛИВ ДЕРЖАВНОЇ ФІСКАЛЬНОЇ ТА МОНЕТАРНОЇ ПОЛІТИКИ  
НА ОСНОВНІ МАКРОЕКОНОМІЧНІ ПОКАЗНИКИ**

За допомогою DSGE моделі досліджено вплив державної економічної політики на основні макроекономічні показники у довгостроковій перспективі. Оцінка нової кейнсіанської моделі дала змогу проаналізувати взаємодію між фіскальними та монетарними шоками, а також визначити роль державного боргу в забезпеченні довгострокового економічного зростання. Особливу увагу приділено відмінності впливу різних важелів, що використовуються державою, на стан економічної системи.

**Ключові слова:** DSGE модель, державний борг, фіскальна та монетарна політика, економічне зростання, функції імпульсної реакції.

**Сидорук Т.С. ВЛИЯНИЕ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ФИСКАЛЬНОЙ И МОНЕТАРНОЙ ПОЛИТИКИ НА ОСНОВНЫЕ МАКРО-  
ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПОКАЗАТЕЛИ**

С помощью DSGE модели исследовано влияние государственной экономической политики на основные макроэкономические показатели в долгосрочной перспективе. Оценка новой кейнсианской модели дала возможность проанализировать взаимодействие между фискальными и монетарными шоками, а также определить роль государственного долга в обеспечении долгосрочного экономического роста. Особое внимание уделено различию влияния разных рычагов государственного влияния на состояние экономической системы.

**Ключевые слова:** DSGE модель, государственный долг, фискальная и монетарная политика, экономический рост, функции импульсной реакции.

**Sydoruk T.S. THE IMPACT OF THE GOVERNMENT FISCAL AND MONETARY POLICY ON THE MAIN MACROECONOMIC  
INDICATORS**

The impact of the state economic policy on the main macroeconomic indicators in the long-term period was investigated in this article with the help of DSGE model. The evaluation of the new Keynesian model allows us to analyze the interaction between fiscal and monetary shocks, and to estimate the role of state debt to provide long-term economic growth. Special attention is paid to the differences in the influence of various key factors used by the state in the economic system.

**Keywords:** DSGE model, government debt, fiscal and monetary policy, economic growth, impulse response functions.

**Постановка проблеми.** Аналіз впливу фіскальної та монетарної політики на економічну систему за допомогою моделі, що дає можливість теоретично пояснити такий вплив, є дуже актуальним у наш час, адже дає змогу обґрунтувати оптимальний, з погляду максимізації ефективності функціонування економіки у довгостроковому періоді, набір дій уряду для досягнення поставлених цілей.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** DSGE моделювання є достатньо новим та перспективним методом досліджень, основні засади створення таких моделей були описані Вудфордом в 1997, деякі зміни були внесені Galí [1] в 2008 та Woodford [2] в 2003. Удосконалені методи оцінки таких моделей були запропоновані у праці Peter Ireland [3]. Кілька останніх публікацій містили оцінку впливу фіскальної політики на економіку (Coenen and Straub [4], Forni, Monteforte, and Sessa [5], Lopez-Salido and Rabanal [6]), однак більшість з них не враховували опосередковану роль державного боргу в цьому процесі. Такі автори, як Leeper and Sims [7] and Kim [8] здійснювали аналіз впливу фіскальної та монетарної політики на економіку, однак без деталізації щодо конкретних важелів.

**Мета статті.** На основі викладеного можна сформулювати завдання, яке полягає в оцінці динамічної стохастичної моделі загальної економічної рівноваги для аналізу впливу різних важелів фіскальної та монетарної політики на основні макроекономічні показники у довгостроковому періоді з урахуванням прямої та опосередкованої ролі державного боргу.

**Виклад основного матеріалу.** Основним завданням економічної політики уряду є створення умов для досягнення стійкого економічного зростання

як у короткостроковому, так і у довгостроковому періоді. Використовуючи фіскальну та монетарну політику, держава здійснює вплив та корегує динаміку будь-яких макроекономічних показників. Але результати такої діяльності, як буде проілюстровано нижче, великою мірою залежать від обраних інструментів впливу.

Такі показники, як державний борг та дефіцит державного бюджету часто є причинами, які викликають ті чи інші дії уряду. Намагання збалансувати державний бюджет може мати негативні наслідки для функціонування економіки держави [4]. З іншого боку, обсяг державного боргу не є екзогенним або стохастичним фактором, а тому не може чинити прямого впливу на будь-які інші показники. Тому варто розглядати це як наслідок дій уряду, динаміка якого водночас визначає економічну політику держави.

У загальному це відбувається так: фіскальна та монетарна політика уряду в короткостроковому періоді, джерелом проведення якої є державні запозичення (динаміка яких визначає державний борг), спрямована на зростання сукупного попиту [9], збільшення приватних інвестицій та споживання, що відповідно до кейнсіанської економічної теорії призводить до збільшення обсягу виробництва, загального рівня життя та добробуту населення. В довгостроковій перспективі незадовільна динаміка державного боргу може відіграти трохи іншу роль: намагаючись зменшити державний борг та дефіцит державного бюджету уряд вдається до стримуючої економічної політики, а отже не зважаючи на короткострокові вигоди від таких дій уряду, у довгостроковому періоді інвестування, споживання та ВВП зменшується, рівень безробіття зростає.



Для аналізу причин фіскальної та монетарної політики уряду та динаміки державного боргу та інших показників ефективності діяльності національної економіки, як наслідків такої діяльності у статті використано динамічну стохастичну модель загальної економічної рівноваги (DSGE model). Альтернативою такої моделі можуть бути економетричні моделі (наприклад, VAR або VECM) або ж макроекономічні моделі часів Кейнса, Хікса, Самуельсона. Але, перший підхідне висвітлює логіку взаємозв'язків, розвитку процесів, тобто не пояснює, чому залежність саме така. Другий підхід часто виявляється статистично недостовірним, не підтвердження реальними даними. [10] DSGE моделі поєднують у собі переваги обох підходів і дають можливість комплексного аналізу макроекономічних процесів [13].

Ця модель дає змогу оцінити реакцію обсягу державного боргу та інших макроекономічних показників у відповідь на зміну різних важелів фіскальної та монетарної політики, а також прослідкувати динаміку обсягу інвестицій та ВВП, що супроводжують зміни обсягу державного боргу.

Модель становить нову Кейнсіанську модель із деталізацією частини щодо фіскальної політики уряду. В моделі розглядається два типи домогосподарств – ті, що мають змогу заощаджувати, та ті, що споживають весь свій дохід. Через те, що останні мають більшу граничну схильність до споживання, такі домогосподарства швидше та більшою мірою реагують на стимулюючу політику держави.

Модель має такий вигляд [5].

**Домогосподарства.** Економіка представлена континуумом домогосподарств на відрізку  $[0,1]$ , з яких частка  $\mu$  є домогосподарства, що не заощаджують,  $(1-\mu)$  – частка домогосподарств, що заощаджують.  $S$  – змінна, що асоціюється із кількістю заощаджувачів,  $N$  – із кількістю домогосподарств, що не заощаджують.

*Домогосподарства, що заощаджують*, максимізують свою корисність, виражену як:

$$E_0 \sum_{t=0}^{\infty} \beta^t u_t^b \left[ \frac{c_t^S(j)^{1-\gamma} - 1}{1-\gamma} - \frac{L_t^S(j)^{1+k}}{1+k} \right],$$

де  $\beta \in (0,1)$  – дисконтує чий фактор,  $\gamma \geq 0$  – зворотна еластичність міжчасової заміни,  $k \geq 0$  – параметр переваги праці. Економіка має континуум диференційованих затрат праці, яким відповідають індекси  $l \in [0,1]$ . Загальна кількість годин, запропонована  $j$ -м домогосподарством можна виразити як

$$L_t^S j = \int_0^1 l_t^S(j, l) dl, \text{ де } l_t^S(j, l) \text{ – кількість затрат}$$

праці, запропонована  $j$ -м домогосподарством.

У загальному шок  $u_t^b$  описується AR(1) – процесом:

$$\ln(u_t^b) = \rho_b \ln(u_{t-1}^b) + \sigma_b \varepsilon_t^b, \quad \varepsilon_t^b \sim N(0,1).$$

Бюджетне обмеження має вигляд:

$$\begin{aligned} (1 - \tau_t^L) \int_0^1 \frac{W_t(l)}{P_t} l_t^S(j, l) dl + (1 - \tau_t^K) \frac{R_t^K v_t(j) k_{t-1}^S(j)}{P_t} + \\ + \frac{R_{t-1} b_{t-1}^S(j)}{\pi_t} + z_t(j) + d_t^S(j) = \\ = c_t^S(j) + \frac{i_t^S(j)}{1 + \tau_t^C} + b_t^S(j), \end{aligned}$$

де  $\tau_t^L, \tau_t^C, \tau_t^K$  податки на дохід, капітал та споживання,  $z_t(j)$  – сумарні трансферти уряду.  $W_t^L$  –

номінальна ставка заробітної плати,  $P_t$  – загальний рівень цін. Тоді  $\int_0^1 \frac{W_t(l)}{P_t} l_t^S(j, l) dl$  – загальна реальна заробітна плата. В період часу  $t$   $j$  – те домогосподарство придбає  $b_t^S$  одиниць державного боргу, чим можна оплатити  $\frac{R_{t-1} b_{t-1}^S(j)}{\pi_t}$  одиниць товару, де  $\pi_t = \frac{P_t}{P_{t-1}}$  – загальний рівень інфляції.  $d_t^S(j)$  – отримані дивіденди,  $i_t^S(j)$  – інвестиції  $j$  – того домогосподарства.

Домогосподарства, що заощаджують, контролюють обидві сторони капіталу  $k_{t-1}^S$  та коефіцієнт використання капіталу  $v_t$ . Чим більший рівень використання капіталу, тим більший рівень амортизації:

$$\delta[v_t(j)] = \delta_0 + \delta_1(v_t(j) - 1) + \frac{\delta_2}{2}(v_t(j) - 1)^2$$

$R_t^K$  – номінальна відсоткова ставка за оренду капіталу  $v_t(j) k_{t-1}^S(j)$ .

Закон руху капіталу представлений як:

$$k_t^S(j) = (1 - \delta[v_t(j)]) k_{t-1}^S(j) + \left[ 1 - s \left( \frac{u_t^i i_t^S(j)}{i_{t-1}^S(j)} \right) \right] \times i_t^S(j).$$

*Домогосподарства, що не заощаджують*, мають такі ж переваги, як і домогосподарства, що заощаджують, отримують такі ж трансферти від держави, споживають весь свій дохід. Бюджетне обмеження для таких домогосподарств має вигляд:

$$c_t^N(j) = (1 - \tau_t^L) \int_0^1 \frac{W_t(l)}{P_t} l_t^N(j, l) dl + z_t(j).$$

**Встановлення заробітної плати.** Сумарний обсяг праці обчислюється як

$$L_t = \left[ \int_0^1 l_t(l)^{\frac{1}{1+\eta_t^\omega}} dl \right]^{1+\eta_t^\omega},$$

де  $\eta_t^\omega$  позначає розмітку заробітної плати та описується AR(1) процесом:

$$\ln(\eta_t^\omega) = \rho_\omega \ln(\eta_{t-1}^\omega) + \sigma_\omega \varepsilon_t^\omega, \quad \varepsilon_t^\omega \sim N(0,1).$$

Функція попиту на працю має вигляд:

$$l_t(l) = L_t^d \left( \frac{W_t(l)}{W_t} \right)^{\frac{1+\eta_t^\omega}{\eta_t^\omega}},$$

де  $L_t^d$  – сукупний попит на працю,  $W_t$  – агрегований рівень заробітної плати.

Питання щодо рівня заробітної плати вирішуються певними об'єднаннями. Кожен період такі об'єднання отримують сигнал щодо зміни рівня заробітної плати із імовірністю  $(1 - \omega_\omega)$ . Залежно від інфляції заробітна плата змінюється за правилом:

$$W_t(l) = W_{t-1}(l) \pi_{t-1}^{\chi^\omega},$$

де  $\chi^\omega \in [0,1]$  – компонент, що стосується рівня інфляції у попередньому періоді.

Об'єднання, що отримують сигнал, вибирають оптимальну ставку заробітної плати з погляду максимізації загальної корисності всіх домогосподарств:

$$E_t \sum_{i=0}^{\infty} (\beta \omega_\omega)^i \left\{ u_{t+i}^b \left[ (1 - \mu) \frac{(c_{t+i}^S)^{1-\gamma} - 1}{1-\gamma} + \mu \frac{(c_{t+i}^N)^{1-\gamma} - 1}{1-\gamma} - \frac{L_{t+i}^{1+k}}{1+k} \right] \right\}.$$

**Фірми.** Сектор виготовлення продукції складається із двох частин: виробники проміжної продукції ( $y_t(i)$  – обсяг проміжного продукту) та виробники кінцевої продукції ( $Y_t(i)$  – обсяг кінцевого продукту). Виробники кінцевого продукту використовують

ють континуум проміжних товарів у відповідності до правила:

$$\left[ \int_0^1 y_i(i)^{\frac{1}{1+\eta_i^p}} di \right]^{1+\eta_i^p} \geq Y_t,$$

де  $\eta_i^p$  – компонент, що стосується цін на товари у попередньому періоді та описується AR(1) процесом:

$$\ln(\eta_i^p) = \rho_p \ln(\eta_{i-1}^p) + \sigma_p \varepsilon_i^p, \quad \varepsilon_i^p \sim N(0,1).$$

Позначимо ціну на проміжні товари  $\bar{p}_t(i)$ , ціну на кінцеві товари –  $P_t$ . Фірма – кінцевий виробник обирає кількість товарів  $Y_t$  та  $y_t(i)$  з точки зору максимізації прибутку відповідно до наявної технології. Попит на  $y_t(i)$  задається як:

$$y_t(i) = Y_t \left( \frac{\bar{p}_t(i)}{P_t} \right)^{\frac{1+\eta_i^p}{\eta_i^p}},$$

де  $\frac{1+\eta_i^p}{\eta_i^p}$  – норма еквівалентної заміни між проміжними товарами.

Виробники проміжного продукту взаємодіють на ринку монополістичної конкуренції та виготовляють свої товари у відповідності до виробничої функції Кобба-Дугласа:

$$y_t(i) = u_t^a (v_t k_{t-1}(i))^\alpha (l_t(i))^{1-\alpha} (K_{t-1}^G)^{\alpha^G},$$

де  $\alpha \in [0,1]$  та  $\alpha^G \geq 0$ ,  $K_{t-1}^G$  – державний капітал,  $u_t^a$  – технологічний шок:

$$\ln(u_t^a) = \rho \ln(u_{t-1}^a) + \sigma_a \varepsilon_t^a, \quad \varepsilon_t^a \sim N(0,1).$$

Аналогічно до об'єднань, що встановлюють розмір заробітної плати, середня монополістична фірма з імовірністю  $(1-w_p)$  змінює свої ціни. Фірми, які не можуть оптимізувати свої ціни, корегують їх залежно від інфляції за правилом:

$$\bar{p}_t(i) = \bar{p}_{t-1}(i) \pi_{t-1}^{\chi^p}.$$

Фірми, які можуть встановити оптимальні ціни, обирають їх з точки зору максимізації майбутнього дисконтованого реального прибутку:

$$\max E_t \sum_{j=0}^{\infty} (\omega_p \beta)^j \frac{\lambda_{t+j}^S}{\lambda_t^S} Y_{t+j} \left[ \left( \frac{\bar{p}_t(i)}{P_t} \right) \prod_{k=1}^j \left( \frac{\pi_{t+k}^{\chi^p}}{\pi_{t+k}} \right) \right]^{\frac{1+\eta_i^p}{\eta_i^p}} \cdot \left\{ \left( \frac{\bar{p}_t(i)}{P_t} \right) \prod_{k=1}^j \frac{\pi_{t+k}^{\chi^p}}{\pi_{t+k}} - \frac{MC_{t+j}}{P_{t+j}} \right\}.$$

**Монетарна політика.** Номінальна відсоткова ставка  $R_t$  корелює зі своїм попереднім значенням, рівнем інфляції, обсягом виробітку. Ми позначимо відсоткове відхилення від стану рівноваги знаком  $\bar{\phantom{x}}$ , наприклад  $\bar{R}_t$ . Відсоткова ставка визначається як:

$$\bar{R}_t = \rho_r \bar{R}_{t-1} + (1-\rho_r) \left[ \phi_\pi \bar{\pi}_t + \phi_y \bar{Y}_t \right] + \sigma^m \varepsilon_t^m, \quad \varepsilon_t^m \sim N(0,1).$$

**Фіскальна політика.** Кожного періоду уряд отримує податкові надходження та запозичені кошти для фінансування державних витратків  $G_t^C$  та державних інвестицій  $G_t^I$ , а також трансферти, що сплачуються домогосподарствам. Так, існує таке бюджетне обмеження в одиницях споживчих товарів:

$$B_t + \tau_t^K \frac{R_t^K}{P_t} v_t K_{t-1} + \tau_t^L \frac{W_t^L}{P_t} L_t + \frac{\tau_t^C}{1+\tau_t^C} C_t = \frac{R_{t-1} B_{t-1}}{\pi_t} + G_t^C + G_t^I + Z_t.$$

Закон руху державного капіталу має вигляд:

$$K_t^G = (1-\delta^G) K_{t-1}^G + G_t^I.$$

Фіскальні змінні реагують на зміну економіки так:

$$\hat{\tau}_t^K = \rho_K \hat{\tau}_{t-1}^K + (1-\rho_K) \left( \phi_K \bar{Y}_t + \gamma_K \hat{s}_{t-1}^b \right) + \sigma_K \varepsilon_t^K + \phi_{KL} \sigma_L \varepsilon_t^L,$$

$$\hat{\tau}_t^L = \rho_L \hat{\tau}_{t-1}^L + (1-\rho_L) \left( \phi_L \bar{Y}_t + \gamma_L \hat{s}_{t-1}^b \right) + \sigma_L \varepsilon_t^L + \phi_{KL} \sigma_K \varepsilon_t^K,$$

$$\bar{G}_t^C = \rho_{GC} \bar{G}_{t-1}^C - (1-\rho_{GC}) \gamma_{GC} \hat{s}_{t-1}^b + \sigma_{GC} \varepsilon_t^{GC},$$

$$\bar{G}_t^I = \rho_{GI} \bar{G}_{t-1}^I - (1-\rho_{GI}) \gamma_{GI} \hat{s}_{t-1}^b + \sigma_{GI} \varepsilon_t^{GI},$$

$$\bar{Z}_t = \rho_Z \bar{Z}_{t-1} - (1-\rho_Z) \gamma_Z \hat{s}_{t-1}^b + \sigma_Z \varepsilon_t^Z,$$

$$\hat{\tau}_t^C = \rho_C \hat{\tau}_{t-1}^C + \sigma_C \varepsilon_t^C,$$

де  $s_{t-1}^b \equiv \frac{B_{t-1}}{Y}$ ,  $\varepsilon_t^S \sim i.i.d.N(0,1)$  для  $S = \{K, L, GC, GI, C, Z\}$ .

Коли рівень боргу до ВВП перевищує рівноважний рівень, уряд може збільшити податкові надходження, зменшити державні витрати, трансферти або державні інвестиції задля зменшення зростання боргу.

**Агрегування.** Агреговане значення показника  $x_t$  позначено великою літерою ( $X_t$ ). Агреговане споживання має вигляд:

$$C_t = \int_0^1 c_t(j) dj = (1-\mu) c_t^S + \mu c_t^N.$$

Сумарні трансферти для усіх домогосподарств:

$$Z_t = \int_0^1 z_t(j) dj = z_t.$$

Враховуючи те, що лише домогосподарства, що заощаджують, володіють фінансовими активами, агрегований обсяг облигацій, приватного капіталу, інвестицій та дивідендів розраховується як:

$$B_t = \int_0^1 b_t(j) dj = (1-\mu) b_t^S,$$

$$K_t = \int_0^1 k_t(j) dj = (1-\mu) k_t^S,$$

$$I_t = \int_0^1 i_t(j) dj = (1-\mu) i_t^S,$$

$$D_t = \int_0^1 d_t(j) dj = (1-\mu) d_t^S.$$

Умова рівноваги має вигляд:

$$Y_t = C_t + I_t + G_t^C + G_t^I.$$

Модель була оцінена з використанням квартальних даних США з 1983 до 2013 [11] року методом максимальної правдоподібності за допомогою програмної платформи Dynare та Matlab. Для оцінки моделі використовувалися такі показники, як агрегований обсяг споживання, інвестиції, праця, заробітна плата, номінальна відсоткова ставка, рівень інфляції, а також фіскальні змінні – капітал, праця, податкові надходження, інвестиції, державні витрати та трансферти. Перед оцінкою була здійснена декомпозиція логарифмів рядів даних та отримано показники, очищені від тренду.

Побудована модель дає можливість проаналізувати вплив основних елементів фіскальної та монетарної політики на деякі макропоказники, а саме обсяг державного боргу, обсяг ВВП, інвестицій та рівень реальної відсоткової ставки. Серед основних важелів

фіскальної політики варто розглядати обсяг державного споживання, державних інвестицій, державних трансфертів, податку на капітал, працю та споживання (фіскальна політика), а також рівень номінальної відсоткової ставки (монетарна політика). Причини такого впливу обґрунтовані за допомогою наведених рівнянь. Для кількісного аналізу взаємозв'язків було побудовано функції імпульсних реакцій (рис. 1–4). Варто зазначити, що на рисунках зображено імпульсну реакцію ендогенних змінних у відповідь на зростання екзогенних змінних. Зрозуміло, що зростання  $i$ -тої змінної у відповідь на зростання  $j$ -ї на певну кількість процентних пунктів означає, що за умови змен-

шення  $j$ -ї змінної відбуватиметься зменшення  $i$ -тої на таку саму кількість процентних пунктів. Для комплексного аналізу далі буде розглядатися поведінка залежних змінних у відповідь на певний вид політики (стимулююча або стримуюча), а отже буде аналізуватися не імпульсна реакція на зростання усіх екзогенних змінних, а відповідь ендогенних змінних на зростання (падіння) державних закупівель та трансфертів та падіння (зростання) податків.

Як уже було зазначено раніше, коли шок фіскальної політики діє на економіку, він насамперед здійснює прямий вплив на економічні змінні, а також опосередкований вплив через майбутнє фінансування

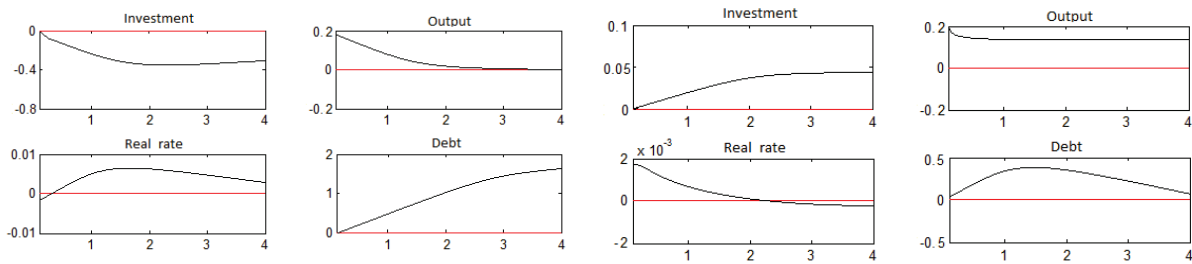


Рис. 1. Вплив шоку державного споживання та державних інвестицій на макроекономічні показники

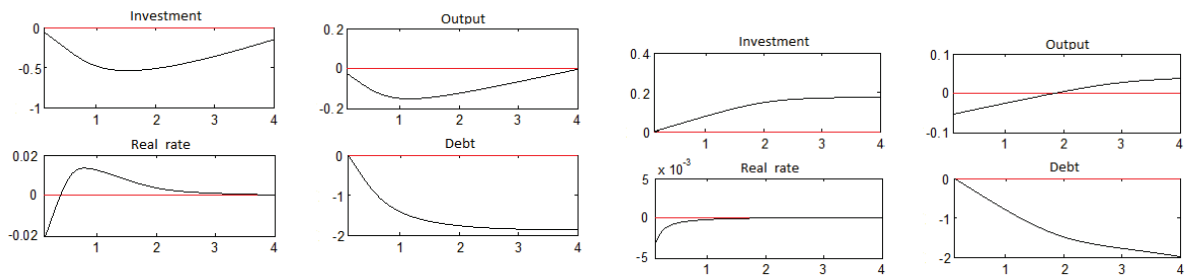


Рис. 2. Вплив шоку податків на капітал та на працю на макроекономічні показники

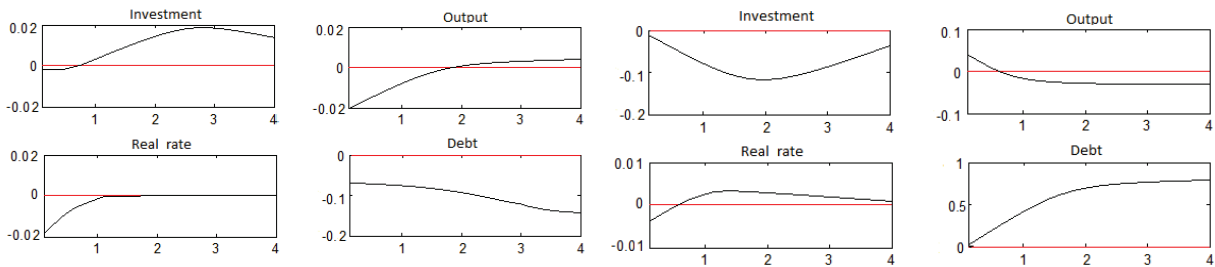


Рис. 3. Вплив шоку податків на споживання та трансфертів на макроекономічні показники

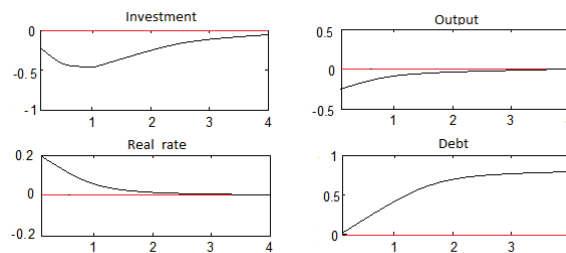


Рис. 4. Вплив шоку відсоткової ставки на макроекономічні показники

державного боргу. Збільшення фінансування у поточному періоді призводить до зростання обсягу державного боргу, що означає майбутнє скорочення фінансування та впливає як на майбутній стан економіки, так і на теперішній стан через раціональні очікування. Функції імпульсної реакції дають змогу оцінити загальний вплив шоків державної політики на динаміку державного боргу та інших макропоказників.

Як видно із рисунків, будь-які засоби експансіоністської державної політики призводять до зростання обсягу державного боргу. Причому, найбільше зростання у довгостроковій перспективі викликають зростання обсягу державного споживання, зменшення податків на капітал та працю. Єдиним важелем державної політики, що веде до зростання державного боргу лише у короткостроковому періоді є збільшення обсягу державних інвестицій. Не зважаючи на зростання реальної відсоткової ставки, лише за таких умов спостерігається стабільне збільшення обсягу ВВП та інвестицій (без тенденції до зменшення у довгостроковому періоді).

Водночас важливим висновком є те, що не завжди зростання державного боргу означає зменшення обсягу інвестицій через зростання відсоткової ставки, а отже і зменшення обсягу ВВП у довгостроковому періоді. Розглянемо це питання детальніше.

За умови зростання обсягу державних інвестицій або зменшення податків на капітал вищий обсяг державного боргу асоціюється із вищим обсягом інвестицій, не зважаючи на зростання відсоткової ставки. Зменшення податку на працю призводить до зменшення обсягу приватних інвестицій. Це може пояснюватися тим, що фірми починають залучати більшу кількість працівників та менше інвестувати, адже граничні витрати на працю стають меншими. Зменшення обсягу податку на працю веде до зменшення обсягу інвестицій, адже інвестиційні товари стануть дорожчими порівняно із споживчими товарами. Невелике зростання обсягу інвестицій у короткостроковому періоді пояснюється зменшенням рівня реальної відсоткової ставки (у відповідь на зменшення цін на споживчі товари). Державні закупівлі та трансферти збільшують споживання товарів, а отже і зростання відсоткової ставки, що, своєю чергою, призводить до зменшення інвестицій. При зростанні номінальної відсоткової ставки відбувається зростання реальної відсоткової ставки, що веде до суттєвого зменшення обсягу інвестицій. Водночас відбувається також зростання відсоткової ставки за державні облигації, що означає зростання державного боргу. Також варто зазначити, що будь-яка стимулююча політика, така як зменшення номінальної відсоткової ставки, збільшення обсягу державних видатків або зменшення податків веде до зростання обсягу ВВП у короткостроковому періоді. Проте у довгостроковому періоді зростання ВВП суттєво зменшується, подекуди навіть спостерігається зменшення його обсягу (окрім випадку зростання державних інвестицій, як було описано вище).

Найбільше зростання обсягу ВВП спостерігається після збільшення обсягу державного споживання (на 0,2 процентних пункти від рівноважного стану). Це пояснюється тим, що збільшення обсягу державних закупівель має прямий, а не опосередкований вплив на обсяг ВВП на відміну від інших факторів. Зменшення податку на капітал досягає максимального впливу на обсяг ВВП через один період після шоку. Це пояснюється тим, що податок на капітал впливає на майбутні очікування та приватні інвестиції. Також варто зазначити, що зміна обсягу податку на

працю і на споживання, а також обсяг державних трансфертів мають короткостроковий вплив на обсяг виробітку. В середньому через два періоди після здійснення такого впливу обсяг ВВП стає меншим, ніж рівноважний рівень.

**Висновки.** Отже, використання DSGE моделі дає змогу оцінити ефективність збільшення державного боргу та його вплив на основні макроекономічні показники через різні важелі фіскальної та монетарної політики. У результаті оцінки та аналізу моделі було виявлено, що державний борг по-різному впливає на результати функціонування економіки у короткостроковому і довгостроковому періоді. У короткостроковому періоді зростання державного боргу зазвичай означає застосування стимулюючої політики держави, що призводить до збільшення валового виробітку. Водночас у динаміка державного боргу у довгостроковому періоді може бути причиною застосування стримуючої політики, що призводить до негативних змін в економіці.

Варто також зазначити, що поширена думка щодо збільшення реальної відсоткової ставки та зменшення обсягу інвестицій у відповідь на зростання обсягу державного боргу підтверджується не у всіх випадках. Застосування таких важелів, як зменшення податку на капітал та збільшення обсягу державних інвестицій веде до зростання приватного інвестування, не зважаючи на зростання рівня реальної відсоткової ставки. Причому збільшення обсягу державних інвестицій веде до довгострокового зростання не тільки приватних інвестицій, а і обсягу ВВП. Тож, можна зробити висновок, що політика держави повинна бути спрямована не на короткострокове пожвавлення, а збільшення ефективних інвестицій, що дають поштовх до подальшого зростання економіки.

#### БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК

1. Gali Jordani. Monetary policy, inflation, and the business cycle. / Jordani Gali, Princeton University Press, 2008.
2. Woodford Michael. Interest and prices. / Michael Woodford // Princeton University Press, 2003.
3. Ireland P. A method for taking models to the data. [Електронний ресурс]. – Режим доступу :<http://sciencedirect.com>.
4. Coenen, G., and R. Straub (2005): «Does Government Spending Crowd In Private Consumption? Theory and Empirical Evidence for the Euro Area,» *International Finance*, 8(3), 437–470.
5. Forni L. The general equilibrium effects of fiscal policy: Estimates for the euro area / L. Forni, L. Monteforte, L. Sessa // *Journal of Public Economics*, 2009, p. 559 – 558.
6. Lopez – Salido J.D. Government spending and consumption – hours preferences / J.D. Lopez – Salido, P. Rabanal // *Journal of the European Economic Association*, 2009, p. 227-270.
7. Leeper, E. M., and C. A. Sims (1994): *Toward a Modern Macroeconomic Model Usable for Policy Analysis*, NBER Macroeconomics Annual 1994. MIT Press, Cambridge, MA.
8. Kim, J. (2000): «Constructing and Estimating a Realistic Optimizing Model of Monetary Policy,» *Journal of Monetary Economics*, 45(2), 329–359.
9. Кейнс Дж. М. Общая теория занятости, процента и денег / Дж. М. Кейнс. – М. : Гелиос АРМ, 1999. – 352 с.
10. Mayer Eric. Government expenditures and unemployment: a DSGE perspective. / Eric Mayer, Stephane Moyer, Nikolai Stahler // *Deutsche Bank Discussion Paper*, 2010. – № 18. – 48 p.
11. Європейська комісія статистики [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://epp.eurostat.ec.europa.eu>.
12. Базилевич В. Д. Макроекономіка : підруч. / В.Д. Базилевич, К.С. Базилевич, Л.О. Баластрик; за ред. В.Д. Базилевича. – К. : Знання, 2007. – С. 59–96.
13. Иващенко С.М. Динамическая стохастическая модель общего экономического равновесия. / С.М. Иващенко. – М. : Альфа-книга, 2012. – 182 с.



УДК 631.1.016

**Халатур С.М.***кандидат економічних наук, доцент,  
доцент кафедри фінансів**Дніпропетровського державного аграрно-економічного університету*

## КОНЦЕПЦІЯ ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА УКРАЇНИ

Для з'ясування наслідків альтернативної політики державного регулювання сільського господарства на національному рівні, необхідно констатувати, що система включає агрегацію результатів різноманітних типових господарств сільськогосподарської галузі. Підприємницькі рішення обумовлені взаємодією між зовнішніми детермінантами (технічними та інституціональними), внутрішніми детермінантами (технічний та фінансовий стан, якість управління та цілі розвитку) та природними умовами. Запропонована модель системи, що імітує зміну виробництва підприємства сільськогосподарської галузі має мати такі загальні якості: елементи динамічного характеру, що вказують на процес адаптації; зміни повинні відображатися на виробництві, інвестиціях та фінансуванні у зв'язку з технічними, інституційними та капітальними обмеженнями, і необхідно враховувати той факт, що на прийнятті рішень сільськогосподарськими товаровиробниками впливають невизначеність і поведінкові обмеження.

**Ключові слова:** моделювання, сталий розвиток, стратегія, стратегічне планування, аграрна політика.

### **Халатур С.Н. КОНЦЕПЦИЯ ФОРМИРОВАНИЯ СТРАТЕГИИ ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА УКРАИНЫ**

Для выяснения последствий альтернативной политики государственного регулирования сельского хозяйства на национальном уровне, необходимо констатировать, что система включает агрегацию результатов различных типовых хозяйств сельскохозяйственной отрасли. Предпринимательские решения обусловлены взаимодействием между внешними детерминантами (техническим и институциональными), внутренними детерминантами (техническое и финансовое состояние, качество управления и цели развития) и природными условиями. Предложенная модель системы, имитирующей изменение производства предприятия сельскохозяйственной отрасли должна иметь такие общие качества: элементы динамического характера, указывающие на процесс адаптации; изменения должны отражаться на производстве, инвестициях и финансировании в связи с техническими, институциональными и капитальными ограничениями. И необходимо учитывать тот факт, что на принятие решений сельскохозяйственными товаропроизводителями влияют неопределенность и поведенческие ограничения.

**Ключевые слова:** моделирование, устойчивое развитие, стратегия, стратегическое планирование, аграрная политика.

### **Khalatur S.M. THE CONCEPT OF FORMATION OF THE STRATEGY OF ECONOMIC DEVELOPMENT OF AGRICULTURE OF UKRAINE**

To ascertain the consequences of the alternative policy of state regulation of agriculture at the national level, it should be noted that the system includes the aggregation of the results of various typical agricultural holdings in the agricultural sector. Business decisions are due to the interaction between external determinants (technical and institutional), internal determinants (technical and financial status, quality of management and development goals) and natural conditions. The proposed model of a system simulating a change in the production of an agricultural enterprise must have the following general qualities: dynamic elements indicative of the process of adaptation; changes must be reflected in production, investment and financing in connection with technical, institutional and capital constraints, and it is necessary to take into account the fact that decision making by agricultural producers is affected by uncertainty and behavioral constraints.

**Keywords:** modeling, sustainable development, strategy, strategic planning, agrarian policy.

**Постановка проблеми.** З метою виконання інноваційної доктрини економічного розвитку сільського господарства необхідно використовувати метод моделювання. Моделюючи кількісні та якісні наслідки розвитку сільського господарства можливо сприяти цьому, шляхом пошуку рішення для проблем, що склалися в сільському господарстві. В нашому дослідженні була розглянута система MIMOSA (мікро моделювання імітації змін в сільському господарстві). Основною метою є з'ясування можливостей розвитку підприємства сільськогосподарської галузі у відповідь на зміни в соціально-економічному навколишньому середовищі, вихідний пункт системи був обраний на рівні підприємства сільськогосподарської галузі.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Теоретичні та прикладні аспекти підвищення ефективності сільського господарства України детально розглянуті в працях таких вчених-економістів як: В.Г. Андрійчук, Н.К. Васильєва, В.К. Збарський, І.О. Іртищева, А.Я. Сохнич, А.В. Ключник, В.І. Колесников, Ю.О. Лупенко, М.Ф. Кропивко, О.В. Мороз, В.М. Семцов, Г.С. Кужель, М.І. Стегней [1-13] та іншими.

**Формулювання цілей статті.** Метою статті є обґрунтування концепції формування стратегії економічного розвитку сільського господарства України як складової державного регулювання економіки України, а також виявлення перспективних напрямків подальших досліджень державного регулювання соціально-економічного розвитку сіл на основі аналізу наукової літератури українських і зарубіжних вчених.

**Виклад основного матеріалу.** Для з'ясування наслідків альтернативної політики державного регулювання сільського господарства на національному рівні, необхідно констатувати, що система включає агрегацію результатів різноманітних типових господарств сільськогосподарської галузі.

Перш ніж розвивати будь-яку модель сільськогосподарської зміни, має бути зроблені два рішення: (а) які основні детермінанти змін в сільському господарстві повинні бути частиною моделі, і (б) визначити який тип моделі потрібен.

Концепція індивідуального керівника підприємства сільськогосподарської галузі як "адаптивної людини" повинна бути переглянута. Згідно з цією концепцією індивідуальний сільськогосподарський

товаровиробник намагається адаптуватися до змінного середовища - в тому числі за рахунок розвитку технологій, зміни цін, обмеження виробництва, екологічних нормативів тощо - з урахуванням його цілей та завдань. Так, моделювання таких адаптивних процесів повинно починатися з розбиття реальності на дві частини, одна з яких відображає поведінку окремого підприємства сільськогосподарської галузі та інша, позначена як "середовище", що представляє зовнішні детермінанти.

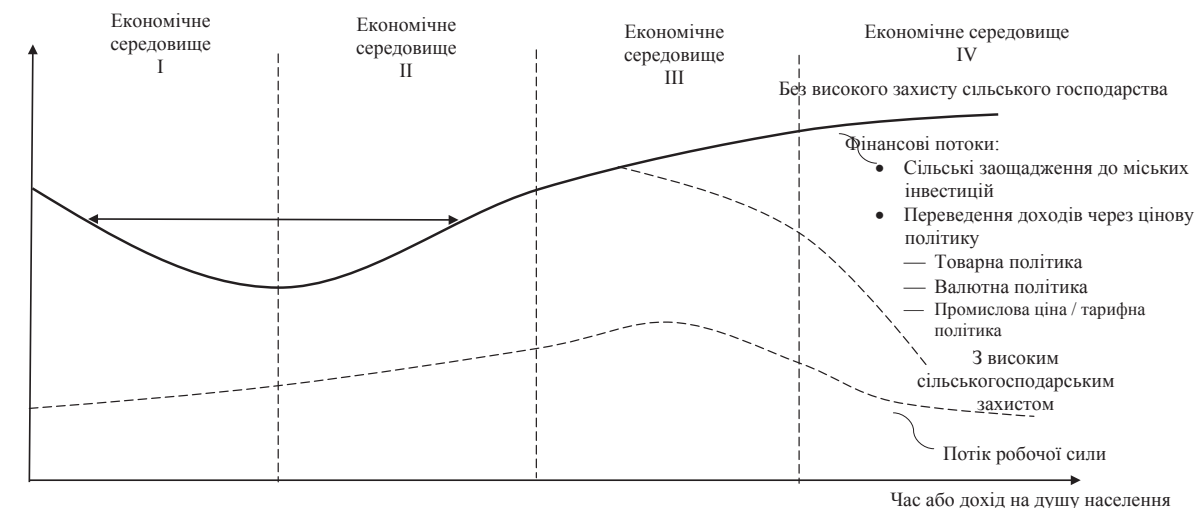
Підприємницькі рішення обумовлені взаємодією між зовнішніми детермінантами (технічними та інституціональними), внутрішніми детермінантами (технічний та фінансовий стан, якість управління та цілі розвитку) та природними умовами. Модель системи, що імітує зміну виробництва підприємства сільськогосподарської галузі має мати такі загальні якості: елементи динамічного характеру, що вказують на процес адаптації; зміни повинні відображатися на виробництві, інвестиціях та фінансуванні у зв'язку з технічними, інституційними та капітальними обмеженнями, і необхідно враховувати той факт, що на прийнятті рішень сільськогосподарськими товаровиробниками впливають невизначеність і поведінкові обмеження.

Модель повинна вказувати на розвиток на рівні суб'єктів господарювання, рівень змінних витрат, інвестиції, забруднення навколишнього середовища, зумовлене виробничою діяльністю та чистим результатом господарства або доходом для різних сценаріїв розвитку. Крім того, модель повинна вказувати на розвиток цих змінних на регіональному рівні: кількість сільськогосподарських товаровиробників на одну категорію, регіональні схеми рівнів виробництва, загальна сума змінних витрат, а також різниця в доходах сільськогосподарських підприємств, екологічні забруднення та прийняття нововведень. Невизначеності не були включені в систему MIMOSA.

Дослідження спочатку оцінює оптимальні стратегії організації сільськогосподарських товаровиробників для різних зовнішніх умов (планування на рівні окремих суб'єктів господарювання), а по-друге, підтримувати сільськогосподарську політику шляхом аналізу та оцінки впливу потенційних заходів політики (умовне прогнозування на рівні групи однорідних господарств, на регіональному або галузевому рівні, що передбачає агрегацію різних груп сільськогосподарських товаровиробників). В першій орієнтації опису співвідношення змінних також важливо враховувати економічні та екологічні аспекти сільськогосподарського виробництва розглянуті в моделі.

Оптимізаційні моделі представляють особливий інтерес для даного дослідження, оскільки вони часто призначені для планування. Тобто для оцінки оптимальної стратегії сільськогосподарського товаровиробника вони добре підходять для екологічних та економічних досліджень, тому що: обмеження можуть розглядатися одночасно, забезпечується ефективна процедура пошуку оптимальної ситуації; як тільки сформульовано результати змінних, їх можна легко розрахувати і нове виробництво може бути включене шляхом додавання додаткових заходів до моделі. Оптимізаційна модель ґрунтується на припущенні, що поведінка керується оптимальною стратегією та на основі досконалої інформації.

Розглянемо інтеграцію екологічних аспектів. Забруднення навколишнього середовища раніше не розглядалося при прийнятті рішень на рівні суб'єкта господарювання, або при моделюванні цього процесу, оскільки не вистачало відповідних ринкових стимулів, а екологічні норми для сільського господарства не були загальними до недавнього часу. Отримати можливість оцінити ефекти альтернативного середовища - взаємодія між виробничою практикою та інтенсивністю діяльності, екологічні аспекти та доходи повинні бути зрозумілими. Отри-



**Налаштування політики**  
"Перехід до сільського господарства"  
Інституційні зміни: нові технології; Структура ринків і стимулів; Значні інвестиції в сільську інфраструктуру

«Сільське господарство як учасник росту»- встановлення ринкових зв'язків з галуззю: технології та стимули для створення здорової сільськогосподарської галузі, покращення ресурсних ринків з метою мобілізації сільських ресурсів

«Інтеграція сільського господарства в макроекономіку», яка визначає частку харчування у міських бюджетах: прагне зробити сільське господарство ефективним, зміщує ресурси, але істотні проблеми розподілу доходів від відставання сільської продуктивності праці галузі, покращення ресурсних ринків з метою мобілізації сільських ресурсів

«Сільське господарство в промислових економіках» - невелика частка продовольчих товарів у споживчих бюджетах: розподіл доходів політична проблема: безробіття в промисловій галузі створює тиск на збереження праці в сільському господарстві; Екологічні проблеми та «спосіб життя»

Рис. 1. Зміна середовища для вкладу сільського господарства в економічне зростання

мати таке розуміння в економічній моделі, що використовується в дослідженні, повинна бути розширена за параметрами екологічних наслідків виробничої діяльності. Забруднення навколишнього середовища в сільському господарстві обумовлено використанням таких речовин, як азот, і пестициди. Залежно від способу застосування і характеристики конкретних матеріалів вони можуть мати несприятливий вплив на навколишнє середовище, а саме: викиди в підземні та поверхневі води, викиди в повітря і накопичення в ґрунті. Виміряти шкоду навколишньому середовищу дуже важко. Замість цього критерії зазвичай вибираються як індикатори фактичного або очікуваного збитку. Визначення параметрів навколишнього середовища виробничої діяльності, вимагає використання екологічних моделей. Ці моделі переводять вхідні величини на один урожай на рівні екологічних забруднень, наприклад, концентрація нітратів в ґрунтових водах.

Оцінка варіантів аграрної політики для моделювання використовуємо аналіз сценаріїв майбутньої аграрної структури, який має включати дослідження зовнішніх чинників. Для такого аналізу краще використовувати метод сценаріїв, оскільки зовнішні детермінанти взаємопов'язані і повинні розглядатися як один пакет. Оцінивши ці сценарії, вони перекладаються на обмеження екологічної моделі лінійного програмування, коефіцієнти та цільові функції

Загальний дослідницький проект був заплановано в такі фази:

1) порівняльні розрахунки статичної моделі для різних типів сільськогосподарських товаровиробників для оцінки оптимальної організації підприємства сільськогосподарської галузі для різних зовнішніх умов і з'ясувати, як працюють моделі екологічної економіки;

2) розрахунки для категорій господарств з метою аналізу їх шляху розвитку через деякий час. Можуть бути зміни в внутрішніх і зовнішніх детермінантах, а також вплив зворотного зв'язку у сільськогосподарських товаровиробників;

3) розширення до агрегованого рівня шляхом зваженого підсумовування результатів різних категорій сільськогосподарських товаровиробників.

Згідно з цими етапами побудова системи MIMOSA включає: оцінку сценаріїв для зменшення різних політичних поглядів на майбутню цінову та екологічну політику (і очікувані технічні нововведення); розробка та реалізація моделі екологічної економіки на рівні сільськогосподарських товаровиробників; розробка модулів зворотного зв'язку у сільськогосподарських товаровиробників, щоб оцінити результати нормативної процедури лінійного програмування; розвиток агрегаційної процедури обліку регіональної взаємозалежності між сільськогосподарськими товаровиробниками.

Першою вимогою системи MIMOSA було вкати зміни в стратегії сільськогосподарського товаровиробника, спричинені мінливими стимулами, котрі сприймаються кожним періодом діяльності. Ми моделювали цей процес, поєднуючи модель нормативного лінійного програмування, яка охоплює рішення сільськогосподарського товаровиробника, з додатковими модулями зворотного зв'язку. Для даного дослідження була розроблена модель одноступеневий оптимізації. Система на базі програми одноночного періоду краще відповідає короткому плануванню, модулі зворотного зв'язку представляють рішення сільськогосподарських товаровиробників та впровадження інновацій).

Часовий інтервал  $t$ , який використовується при моделюванні, повинен був бути вибраний. В дослідженнях використовується моделювання програм змін у сільському господарстві за період 2005- 2016 роки. Сценарії визначалися щорічно, оскільки рік є природним часом у виробничому циклі сільського господарства.

Модель лінійного програмування імітує рішення про сільськогосподарського товаровиробника нормативно. Так само як звичайні предмети виробництва, пропозиція робочої сили та потреби в інвестиціях модель лінійного програмування містить екологічну складову, яка бере до уваги перелік параметрів навколишнього середовища діяльності. Що стосується виробничої діяльності, то різні виробничі операції і пов'язані трудові вимоги повинні бути детально проаналізовані, щоб з'ясувати наслідки адаптації в практиці вирощування до технічних нововведень та екологічних норм. Модель лінійного програмування орієнтована на ці аспекти та тому іншим елементам прийняття рішень приділено менше уваги. Наприклад, інвестиції в розширення можливостей були знехтувані. Модель лише презентує інвестиції у технічно вищу техніку та заміну існуючого обладнання. Передбачалося, що інвестиції в заміну обладнання фінансуються з амортизаційних відрахувань щороку.

Модель лінійного програмування оптимізує чистий фінансовий результат окремого сільськогосподарського товаровиробника, являючи собою різницю загальної суми валової маржі сільськогосподарських культур в оптимальному плані та витрати на пестициди, контрактні роботи, додаткові інвестиції, випадкові витрати, трудові та фіксовані витрати. Для конкретного сценарію, року  $t$  та сільськогосподарського товаровиробника типу  $i$ , процедура лінійного програмування оцінює оптимальну організацію підприємства, вказуючи: чистий фінансовий результат господарства, схема сільськогосподарського виробництва та техніка сільськогосподарського виробництва, витрати часу, а також введення та застосування пестицидів та нітратів.

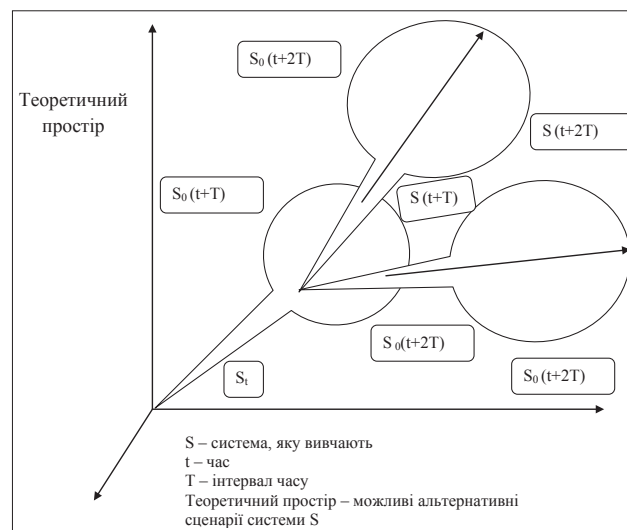


Рис. 2. Діаграма процедури розробки сценаріїв

Ядро системи MIMOSA – це окрема проблема лінійного програмування для кожного зі сценаріїв  $S$ , періоду  $t$  та представленого типу сільськогосподарського товаровиробника  $i$ , віддалені за допомогою додавання індексів  $S$ ,  $t$  та  $i$  до змінних та параметрів: Масксимізуємо:  $\{Z_{s,t,i} = C'_{s,t,i} X_{t,i}\}$

Обмеження:  $A_1 X_{t,i} \leq b_{s,t,i}$   
 $X_{t,i} \geq 0$

де  $Z_{s,t,i}$  - значення функції мети сільськогосподарського товаровиробника типу  $i$ , періоду  $t$  та сценарію  $s$ ;

$X_{t,i}$  - вектор діяльності сільськогосподарського товаровиробника типу  $i$  в період  $t$ ;

$C'_{s,t,i}$  - вектор валової маржі або витрати на одиницю діяльності;

$A_1$  - матриця коефіцієнтів затрат-результатів (набір технологій);

$b_{s,t,i}$  - вектор коефіцієнтів обмеження, що відображають потужності, технічні характеристики та інституційні обмеження.

Необхідно звернути увагу, що вектори можливих дій  $X$  та технологій  $A$  встановлені для певного сільськогосподарського товаровиробника типу  $i$  за певний період  $t$  є однаковими при всіх сценаріях, вектори  $c$  і  $b$ , відрізняються. Спочатку вираховується результат  $X_i^*$ , який вказує на основну ситуацію, оптимальний сільськогосподарський план для типового господарства типу  $i$  оцінювався шляхом оптимізації за стандартними сільськогосподарськими видами діяльності. Другий крок - оцінити  $X_{t,i,s}^*$ , оптимальне рішення окремого сільськогосподарського товаровиробника для різних сценаріїв  $s$  та періодів  $t$ .

Розглянемо додатковий модуль в системі MIMOSA, в якому можливість економічного розвитку залежить від розміру сільськогосподарського товаровиробника:

$$P_{s,t,i} = d_0 + d_1 \ln(sfu_{s,t,i}),$$

де  $P_{s,t,i}$  - ймовірність того, що сільськогосподарський товаровиробник категорії  $i$  в періоді  $t$  продовжить діяти та розвиватися;

$sfu_{s,t,i}$  - стандартні сільськогосподарські заходи оптимальної схеми виробництва для категорії  $i$ , періоду  $t$ , сценарію  $s$ .

Виключення сільськогосподарського товаровиробника з категорії  $i$  впливає з:

$$Diss_{s,t,i} = f(Ftot_{s,t,i}, P_{s,t,i}, \varpi_t, OC_{s,t,i}, S_{s,t,i})$$

де  $Diss_{s,t,i}$  - кількість ліквідованих господарств

для категорії  $i$ , період  $t$  та сценарій  $s$ ;

$Ftot_{s,t,i}$  - загальна кількість одиниць у категорії  $i$ , період  $t$ , сценарій  $s$ ;

$\varpi_t$  - мінімальний розмір у гектарах для сільськогосподарського підприємства в регіоні, яке буде продовжувати функціонувати;

$OC_{s,t,i}$  - рівень власного капіталу для категорії  $i$ , періоду  $t$  та сценарію  $s$ ;

$S_{s,t,i}$  - збереження підприємства для категорії  $i$ , періоду  $t$  та сценарію  $s$ .

Далі розглянемо модуль адаптації інновацій. Що стосується прийняття інновацій на рівні окремих сільськогосподарських товаровиробників, інформаційне забезпечення та економічні аспекти є актуальними в Україні для розуміння цього процесу. Основною передумовою концепції дифузії є те, що доступ до інформації є головним фактором, що впливає на прийняття рішення.

Фактор економічних обмежень в основному ґрунтується на існуванні економічних бар'єрів, які забороняють фактичне використання після того, як вони проінформовані про інновації. До цього аналізу слід додати, що навіть якщо є інновація рентабельна для сільськогосподарських товаровиробників, вона не одразу ж приймається усіма. Це може бути названо фактором поведінкових обмежень.

При побудові модуля прийняття інновацій було передбачено, що процес прийняття інновації суб'єктом господарювання можна розділити на три послідовні підпроцеси: а) усвідомлення необхідності інновацій, б) бажання прийняти нововведення та в) здійснення нововведення. Ці три підпроцеси охоплюють три фактори, згадані вище.

У системі MIMOSA перший підпроцес представлений модулем сценарію та оновленням матриці витрати-випуск моделі лінійного програмування для технічних новинок. Передбачається, що всі сільськогосподарські товаровиробники однаково піддаються впливу інформації; це означає таку ж технологію, яка встановлена для кожної категорії суб'єктів господарювання. В реальному житті може бути очікуваним причинним циклом: ті, хто, швидше за все, прийматимуть нововведення також споживають більше інформації, що збільшує ймовірність того, що вони приймуть подальші інновації.

Обізнаність є необхідною умовою для другого підпроцесу, а саме готовності прийняти нововведення. Вирішальним фактором у цьому процесі є перевага, яку можна отримати через використання інновацій. У системі MIMOSA економічної рентабельності нововведення, мається на увазі технічний статус сільськогосподарського товаровиробника, який впливає з нормативного модуля лінійного програмування як різниця між ситуацією "з" і "без".

Третій підпроцес охоплює фактичне використання інновацій. Не тільки інновації, специфічні чинники, такі як економічна перевага інновації, а також адаптація до конкретних характеристик важливі в цьому процесі, оскільки вони впливають на швидкість дифузійного процесу для конкретної категорії сільськогосподарських товаровиробників.

Модуль підсумовування збирає регіональні підсумки з підсумків моделей сільськогосподарських товаровиробників типу і сільськогосподарських виробництв, розглядаючи сценарій  $s$  та рік  $t$ . Загальні резуль-

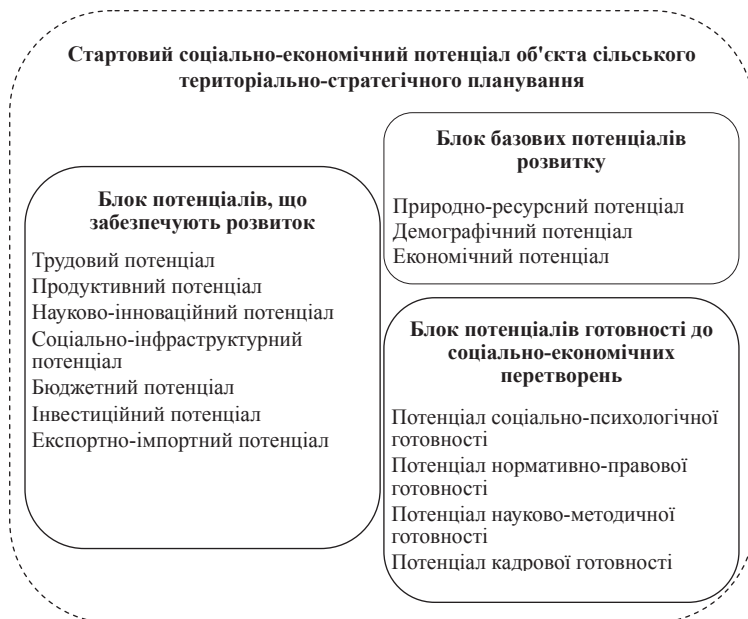


Рис. 3. Стартовий соціально-економічний потенціал об'єкта сільського територіально-стратегічного планування



тати можна оцінити для: розподілу сільськогосподарських товаровиробників за розміром, регіональні рівні випуску, розподіл щодо вхідних даних та використання пестицидів і азоту, введення випадкової праці, розподіл доходів та диверсифікація інновацій.

Через динамічний підхід кількість господарств певного типу і буде змінюватися з періоду на період, як наслідок ліквідації окремих суб'єктів господарювання або переходу до іншої категорії. Результат продовження модуля для категорії сільськогосподарських товаровиробників  $i$  в період  $t$  вказує кількість одиниць, які будуть представлені в період  $t + 1$ .

У регіональній моделі модуль підсумовування збирає регіональні підсумки з категорії результатів для всіх категорій  $i$ . Крім того, модуль підсумовування оцінює  $F_{tot_{s,t+1,i}}$ :

$$F_{tot_{s,t+1,i}} = F_{tot_{s,t,i}} - Diss_{s,t,i}$$

Модуль передачі землі дає змогу розподілити землю, доступну з ліквідації окремих сільськогосподарських товаровиробників серед інших господарств.

Модуль передачі землі перерозподіляє землю з ліквідованих господарств за формулою:

$$S_{land_{s,t}} = \sum Diss_{s,t,i} * S_i$$

де  $S_{land_{s,t}}$  - поставка землі в гектарах, період  $t$  для сценарію  $s$ ;

$S_i$  - площа окремого сільськогосподарського товаровиробника категорії  $i$  в гектарах;

Оскільки пропозиція землі надається для  $s$  та  $t$ , ринкова рівновага встановлюється шляхом зміни загального попиту.

Проведені дослідження можна підсумувати таким чином: для оцінки оптимальної стратегії організації сільськогосподарського виробництва (планування) необхідний нормативний підхід, для умовного прогнозування на регіональному або галузевому рівні впливає додаткова інформація; з міркувань виконання, перевірки та застосування системи MIMOSA було обрано модульні структури; комбінація одного періоду застосування моделі лінійного програмування з додатковим зворотним зв'язком на основі зовнішньої інформації обрано в якості методу моделювання для системи MIMOSA, і (4) для реалізації та перевірки MIMOSA необхідна системна інтенсивна співпраця з іншими дисциплінами та політиками, зокрема, з екологічною складовою модуля лінійного програмування та для оцінки сценаріїв.

**Висновки.** Рішення про використання моделі лінійного програмування на рівні окремих сільськогосподарських товаровиробників є досить очевидним, оскільки це практично єдиний підхід, який може виробляти прогнози структурних змінних в умовах поза діапазоном минулого досвіду (наприклад, майбутні технологічні та інституційні зміни). Важлива перевага методу лінійного програмування - це його здатність досліджувати детальні технічні та екологічні аспекти.

Модульна побудова системи MIMOSA дає змогу комплексно досліджувати проблему сільськогосподарських змін за допомогою зовнішньо-спірального способу, по-перше на рівні окремого сільськогосподарського товаровиробника, а потім на агрегованому рівні. Ефективність такої описаної системи для умовного прогнозування залежить від зовнішніх детермінант і від реакції окремих сільськогосподарських товаровиробників на зміни зовнішніх детермінант. Використання сценаріїв є відповідною альтернативою сформульованою стосовно технічних та інституційних розробок, які дозволяють оцінити протиріччя майбутнього стану сільськогосподарського виробництва.

#### БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Андрійчук В.Г. Проблемні аспекти регулювання функціонування агропромислових компаній / В.Г. Андрійчук // Економіка АПК. – 2014. – № 2. – С. 5–22.
2. Андрійчук В.Г. Агропромислові формування нового типу в контексті стратегії розвитку вітчизняного сільського господарства. / В.Г. Андрійчук // Економіка АПК, 2013, №1. – С. 3–15.
3. Васильєва Н.К. Моделювання розвитку аграрних підприємств регіонального кластера сільського господарства / Н.К. Васильєва // Агросвіт. – № 8, 2012. – С. 11–14.
4. Васильєва Н.К. Галузеві й регіональні аспекти інноваційно-інвестиційної моделі розвитку аграрних підприємств / Н.К. Васильєва // Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємство. – 2011. – № 3. – С. 264–268.
5. Васильєва Н.К. Інтегрований інноваційно-інвестиційний розвиток аграрних підприємств з застосуванням інформаційних технологій / Н.К. Васильєва // Економічний простір. – Дніпропетровськ: ПДАБА, 2011. – № 49. – С. 173–180.
6. Збарський В.К. Сталій розвиток сільських територій: проблеми і перспективи / В. К. Збарський // Економіка АПК. 2010. № 11. С. 129–136.
7. Іртицева І.О., Сохнич А.Я. Інноваційний розвиток сільських територій: адаптація міжнародного досвіду в національних реаліях: Монографія. – Миколаїв: Дизайн та поліграфія, 2012. – 172 с.
8. Ключник А.В. Зайнятість населення сільських територій: проблеми та стратегічні напрями їх вирішення / А.В. Ключник // Регіональна економіка. – 2011. – №1. – С. 134–139
9. Колесников В. І. Світовий досвід розвитку сільських територій// Ефективна економіка: електрон. наук. фахове вид. 2014. № 4. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=2956>.
10. Лупенко Ю.О. Агрохолдинги в Україні та посилення соціальної спрямованості їх діяльності / Ю.О. Лупенко, М.Ф. Кропивко // Економіка АПК. – 2013. – № 7. – С. 5–21.
11. Мороз О.В. Моделювання впливу агрохолдингів на розвиток сільського господарства і сільських територій України / О.В. Мороз, В.М. Семцов, Г.С. Кукель // Економіка та держава. – 2015. – № 12. – С. 62–66.
12. Про схвалення Концепції Державної цільової програми сталого розвитку сільських територій на період до 2020 року: Розпорядження Кабінету Міністрів України 03.02.2010 №121-р // zakon1.rada.gov.ua.
13. Стегней М.І. Сучасні напрями забезпечення сталого розвитку сільських територій: європейський досвід і українські реалії / М.І. Стегней // Актуальні проблеми економіки. – №3(141), 2013. – С. 125–133

Наукове періодичне видання

**НАУКОВИЙ ВІСНИК  
ХЕРСОНСЬКОГО ДЕРЖАВНОГО УНІВЕРСИТЕТУ**

**Серія ЕКОНОМІЧНІ НАУКИ**

**Випуск 10**

**Частина 4**

Коректура • *О.А. Скрипченко*

Комп'ютерна верстка • *Н.М. Ковальчук*

Формат 64x90/8. Гарнітура SchoolBook.  
Папір офсет. Цифровий друк. Ум.-друк. арк. 23,48  
Замов. № 21/15. Наклад 100 прим.

Видавничий дім «Гельветика»  
E-mail: [mailbox@helvetica.com.ua](mailto:mailbox@helvetica.com.ua)  
Свідоцтво суб'єкта видавничої справи  
ДК № 4392 від 20.08.2012 р.