

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

**НАУКОВИЙ ВІСНИК
ХЕРСОНСЬКОГО ДЕРЖАВНОГО
УНІВЕРСИТЕТУ**



Серія:
ЕКОНОМІЧНІ НАУКИ

Випуск 19

Частина 1

Херсон
2016

РЕДАКЦІЙНА КОЛЕГІЯ:

Головний редактор (виконуючий обов'язки):

Шашкова Ніна Ігорівна, доктор економічних наук, доцент (завідувач кафедри менеджменту і адміністрування Херсонського державного університету).

Заступник головного редактора:

Стратонов Василь Миколайович, доктор юридичних наук, професор (ректор Херсонського державного університету).

Відповідальний секретар:

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

Члени редакційної колегії:

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

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

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

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

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

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

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

Ушкаренко Юлія Вікторівна, доктор економічних наук, професор (завідувач кафедри економічної теорії Херсонського державного університету).

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

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 поширенням через мережу Internet
рішенням Вченої ради Херсонського державного університету
на підставі Протоколу № 3 від 26.09.2016 р.**

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

ЗМІСТ

СЕКЦІЯ 1

ЕКОНОМІЧНА ТЕОРІЯ ТА ІСТОРІЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ДУМКИ

Вашків О.П.

РЕЙДЕРСТВО ЯК ІНСТИТУЦІЙНА ПАСТКА:

МЕХАНІЗМ УТВОРЕННЯ ТА ПОШИРЕННЯ9

Вітренко А.О.

СИСТЕМНІ ПЕРЕТВОРЕННЯ ПРОЦЕСУ ОРГАНІЗАЦІЇ

ТА ЯКОСТІ НАДАННЯ ПОСЛУГ12

СЕКЦІЯ 2

СВІТОВЕ ГОСПОДАРСТВО

І МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ

Адамович М.П.

КРЕАТИВНИЙ СЕКТОР ЕКОНОМІКИ У СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОМУ

РОЗВИТКУ УКРАЇНИ.....17

Дзюбановська Н.В.

ПРОБЛЕМИ ВИМІРЮВАННЯ ЗОВНІШНЬОЇ ТОРГІВЛІ КРАЇНИ.....22

Дугінець Г.В., Морозова Є.П.

ТРАНСФОРМАЦІЯ КОРПОРАТИВНОЇ СТРУКТУРИ СВІТОВОГО РИНКУ

БУДІВЕЛЬНИХ ПОСЛУГ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ.....25

СЕКЦІЯ 3

ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ НАЦІОНАЛЬНИМ ГОСПОДАРСТВОМ

Гернего Ю.О.

ІДЕНТИФІКАЦІЯ ІМПЕРАТИВІВ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ КРАЇНИ.....29

Голюк В.Я.

МЕТОДОЛОГІЯ СИСТЕМНОГО АНАЛІЗУ ТА ЙОГО ВИКОРИСТАННЯ

У ФОРМУВАННІ ДЕРЖАВНОЇ ЕКОНОМІЧНОЇ ПОЛІТИКИ.....32

Дремлюк А.В.

НАПРЯМИ ФОРМУВАННЯ ЕФЕКТИВНОГО ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНОГО

МЕХАНІЗМУ ІНВЕСТИВАННЯ МОЛОЧНОГО СКОТАРСТВА.....35

Капітула С.В., Ільченко В.О.

ПРОБЛЕМА ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ НАЦІОНАЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА УКРАЇНИ

В УМОВАХ ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНОЇ КРИЗИ.....38

СЕКЦІЯ 4

ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ

Божкова В.В., Носонова Л.В.

КОМПЛЕКСНИЙ АНАЛІЗ КОНКУРЕНТНОЇ СТІЙКОСТІ

МАШИНОБУДІВНИХ ПІДПРИЄМСТВ.....42

Борисова О.О.

ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ СФЕРИ

РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ В УМОВАХ ІНФОРМАЦІЙНОЇ ЕКОНОМІКИ.....49

Вашечко Ю.В.

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ВИЗНАЧЕННЯ СУТНОСТІ КАТЕГОРІЙ «ІНВЕСТИЦІЇ»

ТА «ІНВЕСТИЦІЙНА ПРИВАБЛИВІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ».....52

Величко В.В., Гайденок С.М.

НАУКОВІ СКЛАДНИКИ РОЗРОБКИ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ

ПІДПРИЄМСТВ ЖИТЛОВО-КОМУНАЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА.....57

Маркова С.В., Головань О.О., Пилипчук Д.В.

УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВИМ РЕЗУЛЬТАТОМ

ЯК ІНФОРМАЦІЙНЕ ДЖЕРЕЛО ЯКІСНИХ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ.....62

Грицюк Н.О.

ОСОБЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ЕКОЛОГІЧНОЇ УПАКОВКИ ПРИ ФОРМУВАННІ

МІЖНАРОДНОЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ.....66

Гудзь Ю.Ф. НАУКОВО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ПІДХОДИ ДО ФОРМУВАННЯ СТРУКТУРИ ЕКОНОМІЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВ.....	69
Данілкова А.Ю. РОЛЬ ЕФЕКТИВ ЕНЕРГОЕФЕКТИВНОСТІ В ОЦІНЦІ ІНВЕСТИЦІЙНИХ ПРОЕКТІВ ДЛЯ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ.....	74
Демчук Н.І., Туболець І.І. ЕКОНОМІЧНА БЕЗПЕКА ТА РИЗИКИ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ.....	79
Жарська І.О., Анцупова М.Л. ОЦІНКА РІВНЯ ЗАЛУЧЕННЯ СПОЖИВАЧІВ У СФЕРІ ОСВІТНІХ ПОСЛУГ.....	83
Збарський В.К., Збарська А.В. СОЦІАЛЬНО-ПРАВОВІ АСПЕКТИ СІМЕЙНОГО ГОСПОДАРСТВА.....	88
Капталан С.М. КЛАСИФІКАЦІЯ АГРОПРОМИСЛОВИХ ФОРМУВАНЬ ЗА ВИДАМИ.....	92
Корнецький А.О., Ісхаков Є.Ш. АЛЬТЕРНАТИВНІ СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ: БІЗНЕС-МОДЕЛЬ ТА ПІДПРИЄМНИЦТВО.....	95
Корнілова Н.В. ЗАГАЛЬНА ПОСТАНОВКА ЗАВДАННЯ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ОРГАНІЗАЦІЙНИМ РОЗВИТКОМ ТУРИСТИЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА.....	99
СЕКЦІЯ 5	
РОЗВИТОК ПРОДУКТИВНИХ СИЛ І РЕГІОНАЛЬНА ЕКОНОМІКА	
Буторіна В.Б. ПРОБЛЕМИ І НАПРЯМИ РЕАЛІЗАЦІЇ ТУРИСТИЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ХМЕЛЬНИЧЧИНИ.....	103
Комліченко О.О. КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ТУРИСТИЧНИХ ДЕСТИНАЦІЙ ПІВДНЯ УКРАЇНИ.....	106
Рибачук В.П. КЛАСТЕРНА МОДЕЛЬ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ АГРОПРОМИСЛОВОГО ВИРОБНИЦТВА РЕГІОНУ НА ЗАСАДАХ «ЗЕЛЕНОЇ ЕКОНОМІКИ».....	110
СЕКЦІЯ 6	
ЕКОНОМІКА ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ ТА ОХОРОНИ НАВКОЛИШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА	
Вороненко В.І. ВИБІР СТРАТЕГІЙ ЕКОЛОГО-ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ РЕГІОНУ	114
Дребот О.І., Гадзало А.Я. НАПРЯМИ ІНВЕСТИЦІЙНО ІННОВАЦІЙНОГО МЕХАНІЗМУ ЗБАЛАНСОВАНОГО ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ	118
СЕКЦІЯ 7	
ДЕМОГРАФІЯ, ЕКОНОМІКА ПРАЦІ, СОЦІАЛЬНА ЕКОНОМІКА І ПОЛІТИКА	
Ровенська В.В., Лінник В.В. КОРПОРАТИВНА СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ЯК ОДИН ІЗ ФАКТОРІВ УСПІШНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ СУЧАСНОГО ПІДПРИЄМСТВА.....	122
СЕКЦІЯ 8	
ГРОШІ, ФІНАНСИ І КРЕДИТ	
Алексєєнко Л.М. ФІНАНСОВІ ТЕХНОЛОГІЇ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТАБІЛЬНОСТІ СТРАХОВОГО РИНКУ В КОНТЕКСТІ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ.....	126
Гризоглазов Д.В., Давидов І.А. ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД ЗДІЙСНЕННЯ ДЕРЖАВНИХ ЗАКУПІВЕЛЬ.....	129
Денис О.Б. ОЦІНКА РОБОТИ НАГЛЯДОВИХ РАД В БАНКАХ УКРАЇНИ.....	134



Закутняя А.О.

ОЦІНКА ІНФЛЯЦІЙНИХ ЗВІТІВ ЦЕНТРАЛЬНИХ БАНКІВ КРАЇН СВІТУ
З ПОЗИЦІЇ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ТРАНСПАРЕНТНОСТІ МОНЕТАРНОЇ ПОЛІТИКИ..... 138

Гляшенко А.Х.

АНАЛІЗ ТА РОЗВИТОК СИСТЕМИ АДМІНІСТРУВАННЯ ПОДАТКІВ
ДО ДЕРЖАВНОГО БЮДЖЕТУ..... 142

СЕКЦІЯ 9

БУХГАЛТЕРСЬКИЙ ОБЛІК, АНАЛІЗ ТА АУДИТ..... 149

Ковнір Д.А.

МЕТОДИКА Й ОРГАНІЗАЦІЯ АНАЛІЗУ ДОХОДІВ ЗА НАПРЯМАМИ ДІЯЛЬНОСТІ
ДЕРЖАВНИХ ВИЩИХ НАВЧАЛЬНИХ ЗАКЛАДІВ..... 149

СЕКЦІЯ 10

СТАТИСТИКА..... 154

Іщук Я.В.

СТАТИСТИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПРОДОВОЛЬЧОЇ БЕЗПЕКИ..... 154

СЕКЦІЯ 11

**МАТЕМАТИЧНІ МЕТОДИ, МОДЕЛІ
ТА ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ЕКОНОМІЦІ..... 159**

Білоцерківський О.Б.

ПРОГНОЗУВАННЯ ВИРОБНИЦТВА ЕЛЕКТРОЕНЕРГІЇ В УКРАЇНІ
ЗА ДОПОМОГОЮ ЕКОНОМЕТРИЧНИХ МОДЕЛЕЙ..... 159

Куруджи Ю.В.

РАЗРАБОТКА МЕТОДА ОЦЕНКИ РЫНОЧНОГО РИСКА
ПРИ ПЛАНИРОВАНИИ РАБОТЫ ЦЕПИ ПОСТАВОК С УЧЕТОМ ФАКТОРОВ
ВНУТРЕННЕЙ И ВНЕШНЕЙ НЕОПРЕДЕЛЕННОСТИ..... 162

Дорошкевич В.І.

ДЕРЖАВНЕ РЕГУЛЮВАННЯ РИНКУ ПРИРОДНОГО ГАЗУ:
АСПЕКТ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ..... 168

CONTENTS

SECTION 1

ECONOMIC THEORY AND HISTORY OF ECONOMIC THOUGHT

Vashkiv O.P.

RAIDING AS AN INSTITUTIONAL TRAP: THE MECHANISMS
OF EMERGENCE AND CONSOLIDATION.....9

Vitrenko A.A.

SYSTEMIC CONVERSION IN SERVICE PROVIDING AND SERVICE QUALITY.....12

SECTION 2

WORLD ECONOMY AND INTERNATIONAL ECONOMIC RELATIONS

Adamovych M.P.

THE CREATIVE SECTOR IN THE SOCIO-ECONOMIC DEVELOPMENT OF UKRAINE17

Dziubanovska N.V.

COUNTRY FOREIGN TRADE MEASUREMENT ISSUES.....22

Duginets A.V., Morozova E.P.

THE TRANSFORMATION OF THE CORPORATE STRUCTURE OF THE WORLD
MARKET FOR CONSTRUCTION SERVICES IN THE CONTEXT OF GLOBALIZATION.....25

SECTION 3

ECONOMY AND OPERATION OF NATIONAL ECONOMY

Gernego Iu.O.

IDENTIFICATION OF COUNTRY INNOVATIVE DEVELOPMENT IMPERATIVES.....29

Goliuk V.Y.

METHODOLOGY OF SYSTEM ANALYSIS AND ITS USE IN ELABORATION
OF THE STATE ECONOMIC POLICY.....32

Dremlyuk A.V.

THE WAYS OF FORMING EFFECTIVE ORGANIZATIONAL AND ECONOMIC
MECHANISM OF INVESTMENTS IN DAIRY CATTLE.....35

Kapitula S.V., Ilchenko V.A.

PROBLEM OF ECONOMIC SECURITY NATIONAL ECONOMY OF UKRAINE
IN CONDITIONS OF FINANCIAL AND ECONOMIC CRISIS.....38

SECTION 4

ECONOMY AND ENTERPRISE MANAGEMENT

Bozkova V.V., Nosonova L.V.

COMPLEX ANALYSIS OF COMPETITIVE SUSTAINABILITY
OF MACHINE-BUILDING ENTERPRISES.....42

Borisova E.O.

ENSURING THE ECONOMIC SECURITY OF BUSINESS ENTITIES
THE RESTAURANT BUSINESS IN AN INFORMATION ECONOMY.49

Vashechko Yu.V.

THEORETICAL ASPECTS DEFINING THE ESSENCE OF CATEGORIES
"INVESTMENTS" AND "INVESTMENT ATTRACTIVENESS OF ENTERPRISES".....52

Velychko V.V., Gaidenko S.N.

COMPONENTS OF SCIENTIFIC DEVELOPMENT STRATEGY
OF ENTERPRISES HOUSING AND COMMUNAL.....57

Markova S.V., Holovan O.O., Pulupchyk D.V.

MANAGEMENT OF FINANCIAL RESULTS AS AN INFORMATION SOURCE
OF QUALITATIVE MANAGEMENT DECISIONS.....62

Grytsyuk N.O.

FEATURES USING ENVIRONMENTAL PACKAGING OF FORMATION INTERNATIONAL
COMPETITIVENESS OF DOMESTIC ENTERPRISES.....66

Gudz Y.F.

POSITIONING SCIENTIFIC AND METHODOLOGICAL APPROACHES
TO THE FORMATION OF THE ECONOMIC POTENTIAL OF ENTERPRISES.....69



Danilkova A.J. ROLE OF THE ENERGY EFFICIENCY EFFECTS IN EVALUATION OF THE INDUSTRIAL ENTERPRISES INVESTMENT PROJECTS	74
Demchuk N.I., Tubolets I.I. ECONOMIC SECURITY AND RISKS OF AGRICULTURAL ENTERPRISES.....	79
Zharska I.O., Antsupova M.L. MEASURING THE INVOLVEMENT LEVEL OF THE EDUCATIONAL SERVICES CONSUMERS.....	83
Zbarsky V.K., Zbarska A.V. SOCIAL AND LEGISLATIVE ASPECTS OF HOUSEHOLDS.....	88
Kaptalan S.M. CLASSIFICATION OF AGRO-INDUSTRIAL FORMATIONS.....	92
Kornetsky A.O., Iskhakov E.Sh. ALTERNATIVE SOCIAL NETWORKS: BUSINESS MODEL AND ENTREPRENEURSHIP.....	95
Kornilova N.V. GENERAL GOAL SETTING FOR STRATEGIC MANAGEMENT AND DEVELOPMENT OF TOURISM ENTERPRISES.....	99
SECTION 5 DEVELOPMENT OF PRODUCTIVE POTENTIAL AND REGIONAL ECONOMY	
Butorina V.B. PROBLEMS AND DIRECTIONS OF REALIZATION OF TOURISM POTENTIAL IN THE KHMELNITSKY REGION.....	103
Komlichenko O.A. COMPETITIVE TOURIST DESTINATION SOUTH OF UKRAINE.....	106
Rybachuk V.P. CLUSTER MODEL OF THE REGIONAL AGRO-INDUSTRIAL PRODUCTION'S INNOVATION DEVELOPMENT ON THE BASIS OF THE «GREEN ECONOMICS».....	110
SECTION 6 ECONOMY OF NATURAL RESOURCES MANAGEMENT AND ENVIRONMENT PROTECTION	
Voronenko V.I. THE SELECTION OF THE REGION'S ECOLOGICAL AND ECONOMIC DEVELOPMENT STRATEGY.....	114
Drebot O.I., Gadzalo A.Y. DIRECTIONS INVESTMENT INNOVATIVE MECHANISM OF BALANCED MANAGEMENT OF NATURE	118
SECTION 7 DEMOGRAPHY, LABOR ECONOMY, SOCIAL ECONOMY AND POLITICS	
Rovenska V.V., Linnik V.V. CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY AS ONE OF THE FACTORS OF SUCCESSFUL CONTEMPORARY ENTERPRISE.....	122
SECTION 8 MONEY, FINANCES AND CREDIT	
Alekseyenko L.M. FINANCIAL TECHNOLOGIES OF PROVIDING OF STABILITIES INSURANCE MARKET IN CONTEXT OF ECONOMIC SECURITY.....	126
Gryzoglazov D.V., Davydov I.A. FOREIGN EXPERIENCE OF PUBLIC PROCUREMENT.....	129
Denys O.B. THE ASSESSMENT OF THE SUPERVISORY BOARDS OF THE BANKS OF UKRAINE.....	134

Zakutniaia A.O. EVALUATION OF THE INFLATION REPORTS OF CENTRAL BANKS AROUND THE WORLD IN VIEW OF ENSURING MONETARY POLICY TRANSPARENCY.....	138
Ilyashenko A.H. THE ANALYSIS AND DEVELOPMENT OF SYSTEM ADMINISTRATION TAXES TO THE STATE BUDGET.....	142
SECTION 9 ACCOUNTING, ANALYSIS AND AUDIT	
Kovnir D.A. METHODOLOGY AND ORGANIZATION OF ANALYSIS OF INCOME FOR ACTIVITY DIRECTIONS OF STATE HIGHER EDUCATIONAL INSTITUTIONS.....	149
SECTION 10 STATISTICS	
Ishchuk Ya.V. STATISTICAL SUPPORT OF FOOD SECURITY.....	154
SECTION 11 MATHEMATICAL METHODS, MODELS AND INFORMATION TECHNOLOGIES IN ECONOMY	
Bilotserkivskiy O.B. FORECASTING OF ELECTRO-ENERGY PRODUCTION IN UKRAINE USING ECONOMETRIC MODELS.....	159
Kurudzhi Yu.V. DEVELOPMENT OF MARKET'S RISK ASSESSMENT METHOD FOR SUPPLY CHAIN ACTIVITY PLANNING TAKING INTO ACCOUNT THE FACTORS OF INTERNAL AND EXTERNAL UNCERTAINTY.....	162
Doroshkevych V.I. STATE REGULATION OF THE NATURAL GAS MARKET: AN ASPECT OF ECONOMIC SECURITY.....	168

СЕКЦІЯ 1 ЕКОНОМІЧНА ТЕОРІЯ ТА ІСТОРІЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ДУМКИ

УДК 336.71

Вашків О.П.
кандидат економічних наук,
доцент кафедри економіки підприємств і корпорацій
Тернопільського національного економічного університету

РЕЙДЕРСТВО ЯК ІНСТИТУЦІЙНА ПАСТКА: МЕХАНІЗМ УТВОРЕННЯ ТА ПОШИРЕННЯ

У статті розглядається рейдерство як інституційна пастка та механізм його виникнення і закріплення в економічній системі. Основу механізму формування рейдерства становлять ефект координації, ефект удосконалення, ефект поєднання, культурна інерція і лобіювання. Кожен з ефектів виявляється у зниженні транзакційних витрат у рейдерстві, що й спонукає до поширення цієї інституційної пастки.

Ключові слова: інституційні зміни, інституційна пастка, рейдерство, корупція, транзакційні витрати.

Вашків А.П. РЕЙДЕРСТВО КАК ИНСТИТУЦИОНАЛЬНАЯ ЛОВУШКА: МЕХАНИЗМ ОБРАЗОВАНИЯ И РАСПРОСТРАНЕНИЯ

В статье рассматривается рейдерство как институциональная ловушка и механизмы его возникновения и закрепления в экономической системе. Основу механизма формирования рейдерства составляют эффект координации, эффект усовершенствования, эффект сопряжения, культурная инерция и лоббирование. Каждый эффект проявляется в снижении транзакционных издержек рейдерства, что способствует распространению этой институциональной ловушки.

Ключевые слова: институциональные изменения, институциональная ловушка, рейдерство, коррупция, транзакционные издержки.

Vashkiv O.P. RAIDING AS AN INSTITUTIONAL TRAP: THE MECHANISMS OF EMERGENCE AND CONSOLIDATION

This article discusses the problem of raiding as an institutional trap, the mechanisms of its emergence and consolidation in the economic system. The basis of the formation mechanism of raiding is coordination effect, improving effect, coupling effect, the cultural inertia and lobbying. Every effect appears in reducing the transaction costs of raiding, which leads to the spread of institutional traps.

Keywords: institutional changes, institutional trap, raiding, corruption, transaction costs.

Постановка проблеми. Розвиток української економіки від початку 90-х років ХХ ст. супроводжується процесами, що часто не співвідносяться з прогнозованими результатами. Інституційні зміни часто призводили до появи і поширення неочікуваних економічних явищ. Серед них варто виділити таке явище, як інституційна пастка, тобто поява «неефективних, проте стійких інститутів економічних взаємовідносин» [1, с. 11]. Традиційно до інституційних пасток відносять ухилення від податків, тіньову економіку, корупцію, неплатежі, бартер, рейдерство та ін. Серед перелічених інституційних пасток саме рейдерство в сьогоденних умовах становить одну з найбільших загроз для повноцінного розвитку національної економіки. Проте низка проблемних питань, пов'язаних із механізмом формування рейдерства як інституційної пастки, залишаються нині поза увагою науковців.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблемні питання щодо рейдерства, його виникнення та поширення перебувають у полі зору як вітчизняних, так і зарубіжних науковців, серед яких: О. Бурбело, С. Васильчак, О. Вашків, О. Вічар, І. Мазур, С. Рамазанова, Д. Фальшовник, О. Юрченко та ін. У контексті нашого дослідження, але стосовно деяких інших аспектів рейдерства, а саме його особливостей, типів та причин виникнення, потрібно виділити праці Ю. Біляка, Д. Зеркалова, Г. Зіммерера, М. Копитко, О. Молдована, С. Молодецького, А. Поди, Л. Яструбецької.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Слід зазначити, що перелічені вище дослідження в царині рейдерства не торкаються питань механізму його виникнення і закріплення в економічній системі.

Саме ці дискусійні питання становлять предмет дослідження у пропонованій статті.

Мета статті полягає у розкритті механізму виникнення рейдерства і його поширення в національній економіці, в основі якого – низка ефектів, кожен з яких у свій спосіб сприяє зниженню транзакційних витрат рейдерів, пов'язаних з їхньою діяльністю. Розуміння цього механізму необхідне в процесі створення дієвої інституційної системи не лише щодо протидії рейдерству, але і його запобігання і викорінення.

Виклад основного матеріалу дослідження. Формування української економіки протягом останніх двох з половиною десятиліть супроводжувалось і супроводжується процесами, що часто не співвідносяться з прогнозованими результатами. Впроваджувані суспільно-політичні та економічні реформи нерідко призводять до неочікуваних інституційних змін та гальмування процесів розвитку через появу і поширення такого явища, як інституційна пастка. Традиційно до інституційних пасток відносять ухилення від податків, тіньову економіку, корупцію, неплатежі, бартер, рейдерство. Кожна з них вимагає свого окремого дослідження, а отже, створення дієвих механізмів для їх обмеження, а то й подолання. Проте сьогодні на тлі вітчизняних економічних реформ із новою силою і в нових формах проступають темні плями інституційних пасток. Цілком очевидним у цьому є й те, що нових обертів і поширення починає набувати рейдерство. «...Груба сила завше була частиною економіки – більшою, ніж нам хотілося б» [2, с. 56], – слушно зауважує Е. Тоффлер, говорячи про це явище, яке притаманне кожній економіці світу без огляду на його реальні масштаби та інтенсивність.

Загалом під поняттям рейдерства розуміють як звичайне і цілком законне поглинання підприємств проти волі їх власників чи керівників, так і силове їх захоплення з метою зміни власника. Іншими словами, рейдерство – це вилучення майна здебільшого на законних підставах чи їх імітації, в основі виникнення яких лежать законодавчі прогалини або системні недоліки функціонування державних інститутів (судової та правоохоронної систем, системи реєстрації юридичних осіб тощо).

На сьогодні в Україні рейдерські дії набули системного характеру, а останні роки характеризуються й посиленням інтенсивності. «Рейдерські атаки здебільшого спрямовані на найприбутковіші підприємства, що суттєво впливає на функціонування окремих галузей та народного господарства загалом, ускладнюють процес захисту прав власності, сприяють зниженню продуктивності праці та є однією з першопричин поширення негативного іміджу України на міжнародній арені, крім того, створюють перешкоди для розвитку малого та середнього бізнесу, гальмують розвиток конкурентного середовища і сприяють монополізації економіки» [3, с. 79]. За оцінками експертів інвестиційних компаній, щорічний обсяг поглинань і злиття становить близько 3 млрд. дол. Із них приблизно 70% мають яскраво виражений рейдерський характер. Симптоматичним є те, що до схем протиправного привласнення підприємств широко залучаються державні та правоохоронні органи, державна виконавча служба, суди [4, с. 80]. Кількість захоплень щорічно сягає до 3 тис. випадків [3, с. 79]. «За підрахунками представників Українського союзу промисловців і підприємців, наразі в країні функціонує 35–50 спеціалізованих рейдерських груп, при цьому щороку втрати для економіки України внаслідок функціонування рейдерства сягають 19,5–64,2 млрд. грн.» [5, с. 240], а рентабельність діяльності рейдерських груп сягає кількості відсотків, результативність – майже 90% [6, с. 263]. Серед таких груп багато й іноземних (російських, казахських та ін.). Найчастіше жертвами рейдерів стають промислові об'єкти (близько 50% усіх випадків), а також об'єкти нерухомості – 30% [7, с. 4].

Виникнення і поширення рейдерства є головною небезпекою у процесі здійснення інституційних змін. Основу механізму його формування в економічній системі, як і кожної інституційної пастки, становлять ефект координації, ефект удосконалення, ефект поєднання, культурна інерція і лобювання [1, с. 9].

Ефект координації у позитивному плані виявляється у зниженні транзакційних витрат економічної системи внаслідок чіткої взаємодії між інститутами, покликаними запобігати і не допускати рейдерських захоплень та поглинань. У більшості європейських країн рейдерство на законодавчому рівні визнається кримінальним злочином, відтак, усі причетні до спроби захоплення чужої власності ризикують опинитися за ґратами терміном до 10 років. «При цьому, оскільки право приватної власності в європейських країнах є майже священним, правоохоронці країн ЄС, намагаючись продемонструвати результативність своєї роботи, приділяють особливу увагу порушенням у цій сфері» [8]. Послідовне дотримання норм антирейдерського законодавства суттєво знижує ймовірність появи та інтенсивність рейдерської активності в європейських країнах.

В Україні ж ефект координації виявляє цілком протилежні тенденції. Так, за дослідженнями Світового економічного форуму, у 2015–2016 рр. Україна посіла 132-ге місце серед 140 обстежених країн за рівнем захисту прав власності [9, с. 355]. Не дивно,

адже поняття рейдерства у вітчизняному законодавстві, як і встановлення відповідальності за здійснення незаконного привласнення об'єктів власності, практично не прописані. Відповідно, негативна дія ефекту координації виявляється у зростанні суспільних транзакційних витрат (утрати від рейдерства) та у зниженні транзакційних витрат рейдерських угруповань. Останнє забезпечується узгодженістю дій усіх ланок рейдерської групи, підтримки і вдосконалення методів і прийомів злиття і поглинання атакованих компаній. Наслідком цього є системний характер рейдерства в Україні. Так, С. Васильчак стверджує, і з цим важко не погодитись, що «...разом з основними учасниками в процесі рейдерства все частіше беруть участь приватні охоронні підприємства, злочинні співтовариства і спеціально сформовані для захоплення агресивні групи, професійні консультанти цього сегменту бізнес-активності, компанії, що спеціалізуються тільки на організації та здійсненні рейдерських захоплень, засоби масової інформації» [11, с. 39].

Ефект удосконалення (як і попередній) може виявлятися і в позитивному плані, і в негативному. Зокрема, позитивний вплив ефекту вдосконалення проявляється у зниженні транзакційних витрат економічної системи внаслідок постійного вдосконалення інститутів, механізмів, методів та прийомів щодо недопущення і запобігання рейдерській активності. Негативний вплив ефекту удосконалення відображається у зниженні транзакційних витрат рейдерських угруповань за рахунок удосконалення і розширення технологій, форм організації та методів реалізації рейдерських атак.

Як наслідок ефекту вдосконалення, рейдери діють останнім часом усе витонченіше. «Якщо раніше за рейдерськими діями простежувалася якась одна компанія, то зараз усе набагато складніше. Сьогодні юридичне забезпечення рейдерських атак забезпечують одні компанії, силові дії – інша структура, судову підтримку забезпечує третя структура» [12].

Усе це є проявом ефекту вдосконалення. Згодом він доповнюється ефектом поєднання через появу специфічних форм організації, спотворення документації, взаємоузгодження з тіньовим сектором економіки, корупцією тощо.

Ефект поєднання відстежується у взаємодії нової норми з багатьма або й системою інших норм і правил. Із часом спроба відмовитись від дотримання такої норми зазвичай призводить до певної послідовності інших інституційних змін формального і неформального характеру, оскільки вона виявляється вбудованою в систему інших норм і правил. Такі зміни пов'язані з додатковими витратами (витрати інституційної трансформації), а отже, можуть бути невідгідними (економічно неефективними).

Стосовно рейдерства ефект поєднання виявляється в кількох взаємопов'язаних аспектах: рейдерська активність сьогодні залишається безкарною з боку держави. В останні роки в Україні жодна компанія чи організація, яка винна у незаконному захопленні власності, не була притягнута хоча б до адміністративної відповідальності. Це при тому, що більшість рейдерських захоплень підприємств мають повний склад кримінального злочину [6, с. 264].

Іншою причиною виникнення й поширення рейдерства є корупція. Так, «Антирейдерський союз підприємців України» зауважує, що окремі представники державних органів не лише не перешкоджають рейдерам, а й фактично виконують їх замовлення [13, с. 144]. Ефект поєднання тут є цілком очевидним.

В Україні і надалі бізнес не є відокремленим від політики, а недосконалість судової влади та корумпованість органів виконавчої влади є головними умовами підкріплення рейдерських дій (наприклад, постанови та рішення судів, які реалізуються за допомогою органів виконавчої влади та забезпечуються підтримкою правоохоронних органів) [14, с. 82].

Періодична повторюваність і тривалий характер дотримання норми перетворює її у стереотип поведінки. Відтак, у поведінці економічного агента простежується певна інерційність дій, що викликає ще один ефект – ефект культурної інерції.

Культурна інерція розглядається як небажання економічних агентів змінювати стереотипи поведінки. У контексті розглядуваного питання це виявляється, по-перше, у правовому нігілізмі, що сформувався в суспільстві; по-друге, у недостатньому висвітленні у ЗМІ проблем, пов'язаних із рейдерством; по-третє, у відсутності активної позиції громадянського суспільства щодо його протидії рейдерству [14, с. 82].

Культурна інерція, як і попередньо розглянуті ефекти, сприяє закріпленню норми в суспільних відносинах. У процесі закріплення норми транзакційні витрати і витрати інституційної трансформації змінюються у протилежних напрямках. За зміни норми витрати інституційної трансформації розподіляються між економічними агентами нерівномірно. Наслідком цього, а також культурної інерції і невизначеності величини витрат інституційної трансформації може бути виникнення групи протидії, що чинить перешкоди впровадженню нормам [1, с. 10]. Така інституційна інерційність є своєрідною захисною реакцією системи на впровадження інституційні зміни. Культурна інерція у такій системі призводить до того, що як позитивні, так і негативні зміни можуть супроводжуватися кумулятивним ефектом унаслідок закріплення порівняно неефективних інститутів. Останні визначатимуть характер взаємовідносин економічних агентів, не даючи змоги створювати в таких взаємодіях сигнали щодо доцільності зміни існуючої ситуації. Рейдерські угруповання, яким вигідно дотримуватись неефективних норм і правил, утворюють групу лобіювання цих норм і правил. Так, В. Мамутов звертає увагу на шокуючі факти нормативно-правового лобіювання інтересів рейдерів. На його переконливу думку, у вищих ешелонах законодавчої влади створюється законодавство, сформоване для полегшення рейдерських схем привласнення чужого майна. Науковець безпосередньо підкреслює факт «переходу рейдерства зі стадії захоплення окремих об'єктів у стадію захоплення всього правового поля у сфері економіки» [11, с. 39].

Результатом дії ефектів координації, вдосконалення, поєднання, культурної інерції і лобіювання є те, що рейдерство як інституційна пастка набуло в Україні системного характеру і є серйозною перешкодою на шляху повноцінного розвитку її економіки. «Подолання сил інституційної пастки на рівні підприємства, фірми чи будь-якого іншого економічного агента є процесом доволі складним і неоднозначним. Він повинен безпосередньо вписуватись у відповідні інституційні зміни, що реалізуються на макроекономічному рівні, і бути доволі мотивованим» [15, с. 122]. І хоча в Україні для боротьби з незаконним рейдерством діють Міжвідомча комісія з питань протидії протиправному поглинанню та захопленню підприємств при КМУ, Антирейдерський союз під-

приємств України (ще з 2007 р.), питання ефективної протидії рейдерству і ліквідації його як економічної пастки перебувають лише на етапі становлення.

Висновки. Аналіз дискусійних питань щодо інституціоналізації рейдерства в Україні, зокрема його виникнення, розвитку та поширення, дає змогу дійти висновку, що це явище, як і інші інституційні пастки, базується на конкретному механізмі. Основу цього механізму формують ефект координації, ефект удосконалення, ефект поєднання, культурна інерція та лобіювання, кожен з яких в особливий спосіб сприяє зниженню транзакційних витрат у рейдерстві. Розуміння цього механізму необхідне в процесі створення дієвої інституційної системи, зорієнтованої не лише на протидію рейдерству, але й на його запобігання і викоринення. Отже, перспектива подальших наукових досліджень лежить у площині таких інституційних змін, які б дали змогу знищити механізм формування інституційних пасток і рейдерства зокрема.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Полтерович В.М. Институциональные ловушки и экономические реформы / В.М. Полтерович. – М. : ЦЭМИ РАН и РЭШ, 1999. – 37 с.
2. Тоффлер Е. Нова парадигма влади. Знання, багатство, сила / Е. Тоффлер ; пер. з англ. Н. Бурдукової. – К. : АКТА, 2003. – 688 с.
3. Копитко М.І. Рейдерство як проблема для функціонування бізнесу в Україні / М.І. Копитко // Вісник ОНУ ім. І.І. Мечникова. – 2013. – Т. 18. – Вип. 4/2. – С. 78–81.
4. Мазур І.І. Детінізація економіки як пріоритет економічної безпеки України / І.І. Мазур // Стратегічні пріоритети. – 2008. – № 3. – С. 76–83.
5. Яструбецька Л.С. Аналіз особливостей злиття та поглинання підприємств в Україні / Л.С. Яструбецька, М.М. Яремик // Науковий вісник НЛТУ України. – 2015. – Вип. 25.7. – С. 239–245.
6. Васильчак С.В. Рейдерство та його вплив на фінансово-економічну безпеку підприємства / С.В. Васильчак, Е.О. Вашкеба // Науковий вісник НЛТУ України. – 2009. – Вип. 19.112. – С. 261–268.
7. Вівчар О.І. Перманентна генерація розвитку рейдерства в контексті деструктивних економічних явищ / О.І. Вівчар [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://dspace.tneu.edu.ua/bitstream/316497/1247/1/24.pdf>.
8. Молдован О. Умови для бізнесу: ТОП – 7 відмінностей ЄС від України / О. Молдован // Forbes-Україна. – 5.02.2014 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://forbes.ua/ua/nation/1364622-umovi-dlya-biznesu-top-7-vidminnostej-es-vid-ukrayini>.
9. The Global Competitiveness Report 2015-2016 // World Economic Forum [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.weforum.com.
10. Вашків, О.П. Підприємство як суб'єкт і об'єкт інституційної пастки / О.П. Вашків, А.К. Пода // Вісник Тернопільського національного економічного університету. – 2010. – № 4. – С. 98–110.
11. Економічна безпека підприємства в умовах рейдерських загроз: [колективна монографія] / О.А. Бурбело [та ін.] ; за наук. ред. О.А. Бурбело, С.К. Рамазанова. – Северодонецьк : СНУ ім. В. Даля, 2015. – 285 с.
12. Антирейдерський союз підприємств стурбований активізацією казахських рейдерських структур в Україні // Новини України від 9 липня 2009 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://ua.pr.ua.com/news/2009/07/09/134357.html>.
13. Фальшовник Д. Рейдерство як різновид протидії законній господарській діяльності / Д. Фальшовник // Національний юридичний журнал: теорія і практика. – 2014. – № 6. – С. 142–145.
14. Юрченко О.М. Рейдерство в Україні / О.М. Юрченко // Боротьба з організованою злочинністю і корупцією (теорія і практика). – 2012 – № 2. – С. 80–87.
15. Вашків О.П. Шляхи та перешкоди виходу з інституційних пасток / О.П. Вашків // Регіональна економіка та проблеми муніципального розвитку : зб. мат. Міжнародної науково-практичної конференції : у 2-х ч. Ч. 2. – К. : Київський економічний науковий центр, 2014. – С. 122–124.

УДК 330.12

Вітренко А.О.

кандидат економічних наук, доцент,
докторант кафедри економічної теорії, макро- і мікроекономіки
Київського національного університету імені Тараса Шевченка

СИСТЕМНІ ПЕРЕТВОРЕННЯ ПРОЦЕСУ ОРГАНІЗАЦІЇ ТА ЯКОСТІ НАДАННЯ ПОСЛУГ

Статтю присвячено емпіричному дослідженню економічної категорії «якість послуги». Розглянуто системні перетворення процесу організації та якості надання послуги, які відбуваються протягом постіндустріальної трансформації економічної системи. Надано рекомендації щодо кількісного визначення якості послуги в умовах постіндустріальної економіки.

Ключові слова: послуга, якість, зворотність реакції, кастомізація, компетентність.

Витренко А.А. СИСТЕМНЫЕ ПРЕОБРАЗОВАНИЯ ПРОЦЕССА ОРГАНИЗАЦИИ И КАЧЕСТВА ПРЕДОСТАВЛЕНИЯ УСЛУГ

Статья посвящена эмпирическому исследованию экономической категории «качество услуги». Рассмотрены системные преобразования процесса организации и качества предоставления услуг, которые происходят во время постиндустриальной трансформации экономической системы. Представлены рекомендации касательно количественного определения качества услуги в условиях постиндустриальной экономики.

Ключевые слова: услуга, качество, оборотность реакции, кастомизация, компетентность.

Vitrenko A.A. SYSTEMIC CONVERSION IN SERVICE PROVIDING AND SERVICE QUALITY

The article deals with empirical study of the economic category "service quality". We consider the transformation process in organization and service quality which took place during the post-industrial economic system transformation. We made some recommendations regarding the quantification of service quality in terms of post-industrial economy.

Keywords: service, quality, reversible reaction, customization, competence.

Постановка проблеми. Протягом останніх років дослідження сфери послуг питання їх якості стає основним та звертає на себе особливу увагу збоку дослідників та практиків. Основною причиною цього процесу, на нашу думку, є значний вплив якості сучасних послуг на рівень задоволення потреби споживача, рівень його споживчої лояльності до виробника та ступінь рентабельності процесу виробництва послуги. В умовах переходу до постіндустріального суспільства змінюється основна мета діяльності суб'єктів економічних взаємовідносин – від простої максимізації прибутку до максимізації прибутку через максимізацію рівня задоволення потреби споживача. Крім того, вплив глобальної конкуренції змушує підприємців зосереджувати свою увагу не лише на самому процесі виробництва послуги, а й на процесах постійної взаємодії зі споживачем та його ресурсами. У цих умовах механізм функціонування сервісних організацій значно трансформується. До основних трансформаційних перетворень, на нашу думку, слід віднести:

- зростання швидкості та ареалу поширення інформації серед споживачів;
- зміщення уваги товаровиробників на гнучкість організаційних та виробничих процесів;
- виникнення необхідності одночасної координації значної кількості виробничих процесів;
- зростання масштабів залучення до основних процесів прийняття управлінських рішень найманих працівників;
- виникнення необхідності контролю над операційною діяльністю підприємства в режимі реального часу;
- зростання впливу конкурентної боротьби на інноваційний розвиток підприємства та необхідність постійного оновлення асортименту продукції;
- інтеграція до виробничого процесу ресурсів споживача та підвищення швидкості реагування на його потреби;
- полегшення доступу до економічної інформації завдяки сучасним телекомунікаційним системам;
- підвищення інтенсивності світових економічних взаємозв'язків;

- інтенсифікацію процесів кастомізації, підвищення гнучкості та зростання ефективності процесів кастомізації послуг.

Своєю чергою, такі фактори трансформації постіндустріальної ринкової системи, як відкриття ринків, підвищення інтенсивності використання інформаційних технологій, зростання рівня освіти, знань та інформованості споживачів, роблять якість послуг основною конкурентною перевагою, а високу якість послуг – основною умовою її виробництва та споживання.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Загально-теоретичні погляди автора статті у дослідженні визначеної актуальної проблеми економічної теорії ґрунтуються на власних емпіричних дослідженнях, критичному аналізі та узагальненні результатів наукових доробок вітчизняних та іноземних учених-економістів у сфері дослідження постіндустріальних змін та сфери послуг, серед яких: В. Базилевич, В. Ільїн, А. Чухно, П. Кросбі, Г. Тагучі, І. Майлс, К. Гронрус та ін.

Мета статті полягає у розгляді основних поглядів на економічну категорію «якість послуги» та структурно-логічної схеми формування та визначення якості послуги в умовах постіндустріальної економіки. Дане економічне дослідження буде сприяти кращому розумінню відповідних проблем, пов'язаних з якістю обслуговування в умовах постіндустріалізму, може стати передумовою для поліпшення стратегій функціонування відкритих сервісних організацій.

Виклад основного матеріалу дослідження. Економічна категорія «якість» має безліч визначень, а різні економічні школи та їх представники під «якістю послуги» розуміють різні речі та приходять до різноманітних висновків. Проведене нами дослідження дає змогу стверджувати, що в доступній для нас економічній літературі існує п'ять основних підходів до визначення категорії «якість послуги», що орієнтуються на різні властивості послуги, процеси надання або результати послуги:

1) *досконалоорієнтований підхід*. Категорія якості розглядається з точки зору філософії Платона та його визначення категорії «краса», яка асоцію-

ється з якістю. Якість послуги виступає як синонім досконалості. Послуга в цьому разі має особливі неперершені властивості. Даний підхід ґрунтується на філософських дослідженнях та, на нашу думку, не має значного практичного економічного значення, оскільки попередній розрахунок рівня якості з боку споживача неможливий. Тим не менше, важливим для економістів у цьому підході є підтвердження існування взаємозв'язку між властивістю гетерогенності послуги та сприйняття її якості, адже існування такого взаємозв'язку має значний вплив на визначення рівня якості послуги;

2) *продуктоорієнтований підхід*. У цьому разі якість розглядається як набір корисних властивостей, які притаманні кінцевому результату надання послуги. Результат надання якісної послуги має більший набір корисних властивостей, ніж неякісної. Даний підхід ґрунтується на можливості кількісного розрахунку корисних властивостей надання послуги або на її матеріальних елементах. На практиці зазвичай дуже важко виділити та ідентифікувати матеріальні результати надання послуги. Крім того, категорія «корисна властивість» є суб'єктивною та залежить від визначених обставин. Якість послуги, таким чином, тим вища, чим сильніше її результат відповідає потребам та уяві споживача про можливість задоволення цих потреб. Окрім того, слід відзначити, що велика кількість споживачів ототожнюють критерії «якість послуги» та «властивість послуги», що робить даний підхід занадто суб'єктивним;

3) *процесоорієнтований підхід*. Якість послуги розглядається як відповідність стандартам її надання. Такі визначення якості послуг ми можемо знайти в роботах П. Кросбі [3] та Г. Тагучі [14]. Вчені акцентують увагу на необхідності контролю та управління якістю послуги в процесі її виробництва та надання, вони фокусуються переважно на внутрішніх факторах забезпечення якості послуги. Практичне значення цього підходу полягає в можливостях його застосування для оцінки якості послуг із трансформації особливих власних ресурсів споживача або стандартизованих масових послуг (пошта, громадський транспорт, громадське харчування, фінансові послуги тощо);

4) *споживачорієнтований підхід*. Тут основна увага приділяється зовнішнім факторам забезпечення якості послуг. Якість послуги – рівень задоволення потреби споживача. Таке визначення ми можемо знайти в працях В. Демінга [4], А. Фігелябаума [5], К. Ішекави [9]. Їхні дослідження ґрунтуються на твердженнях щодо можливості ідентифікації потреби споживача та технології її задоволення. Частково цей підхід можна порівняти з процесоорієнтованим підходом до визначення якості послуги. Дане порівняння можливе завдяки факту, що потреби споживача безпосередньо вмонтовані в технологію надання послуги, але на стадії трансформації ресурсів рівень якості послуги вже визначається по-іншому. Даний підхід до визначення якості послуги найбільш практично значущий для послуг у постіндустріальній економіці – висококонтактних із споживачем, знаннямістких, висококастомізованих (лікування, освіта, правові та консультативні послуги тощо);

5) *вартісноорієнтований підхід*. Якість послуги асоціюється з витратами товаровиробника та ціною для споживача. Фокусування даного підходу також спрямовано на внутрішні фактори забезпечення якості. Стверджується, що завжди існує компроміс між якістю, ціною та доступністю послуги. Товаровиробники, зі свого боку, використовуючи ці категорії, створюють

алгоритм оцінки її якості. Крім того, дуже важливими в даному підході є визначення ринкових сегментів та високий рівень технології надання послуги. Даний підхід характерний для робіт Дж. Грукко [8].

Відзначимо, що в умовах постіндустріального суспільства основною властивістю послуги визначається її нематеріальність. Споживач послуги не може оцінити її якість до моменту купівлі та споживання. Наприклад, Дж. Мейстер [11] у своїх роботах відзначає, що споживач оцінює якість послуги, порівнюючи сприйняття того, що він отримав, зі своїми сподіваннями на отримання тих чи інших результатів та переваг. Сподівання та сприйняття є емпіричними відчуттями та за своєю сутністю є нематеріальними та такими, які неможливо стандартизувати або виміряти. На нашу думку, у теорії послуг є доцільним змінити категорію «сподівання» на категорію «вимога», що дасть можливість кількісного аналізу якості послуги. Відзначимо також, що враховуючи нематеріальну характеристику послуги та особливості становлення та розвитку постіндустріальної економіки, ми приєднуємося до думки тих учених-економістів, які підтримують клієнтоорієнтований підхід до визначення категорії «якість послуги». Сформуємо таке визначення: якість послуги – послідовна відповідність основних ознак, процесу та результатів надання послуги потребам споживача.

Визначивши сутність економічного явища, необхідно звернути увагу також на основні фактори, що на нього впливають. Якість послуги – категорія багатовимірна. Зміни, що відбуваються в сучасному суспільстві, також вносять постійні корективи в наукові дослідження економічних явищ та процесів. Ураховуючи це, розглянемо та обговоримо декілька підходів до визначення генетичних детермінант якості послуги в економіці та їх еволюції в постіндустріальному суспільстві.

Один із найавторитетніших дослідників послуг К. Гронрус [7] визначав, що якість послуги є сумуючим показником із трьох факторів:

1) *технічна якість результату надання послуги* – тобто це фактичний результат сервісної дії. Часто фізичний результат надання послуги може бути оцінений споживачем об'єктивно. На прикладі послуги з ремонту автомобіля ми можемо віднести до фактичного результату сервісної дії наявність у визначений час придатного до використання охайного автомобіля;

2) *функціональна якість процесу надання послуги* – цей елемент якості послуги є результатом безпосередньої взаємодії між виробником і споживачем та часто сприймається обома сторонами суб'єктивно. До цього елементу якості можна віднести: ступінь ввічливості обслуговуючого персоналу, фізичний стан надання послуги, супутні процеси обслуговування тощо;

3) *корпоративний імідж сервісної організації* – фактор, що безпосередньо пов'язаний із рівнем та якістю сприйняття споживачем сервісної організації. До нього належать технічне та функціональне оснащення сервісної організації, ціна послуги, фізичне розташування сервісної організації, наявність сайту, компетентність найманих працівників тощо.

У подальших дослідженнях якості послуг, які ми можемо знайти в роботах Ю. Літінена та Дж. Літінена [10], також стверджується, що якість послуги має три виміри, це:

1) *фізична якість* – складається з якості залучених до процесу її виконання ресурсів, обладнання та приміщення виробника;

2) *корпоративна якість* – складається з іміджу товаровиробника серед споживачів;

3) *інтерактивна якість* – відтворюється в процесі взаємодії між споживачем та працівниками сервісної організації та може відтворюватися також у процесі взаємодії між споживачами послуги. Вдалим прикладом відтворення інтерактивної якості послуги можуть бути освітні послуги післядипломної освіти (наприклад програми «Executive MBA»), коли висока якість надання послуги є сумою впливів на студента як викладачів або лекторів, так і в процесі поширення досвіду між студентами – учасниками процесу навчання.

Вчені у своїх роботах стверджують, що в процесі визначення якості послуги необхідно чітко розрізняти якість процесу надання послуги та якість результату надання послуги. Цей розподіл, на їхню думку, і призводить до визначення вищезгаданих трьох детермінант якості послуги.

На нашу думку, на сучасному етапі розвитку економічної системи виникає необхідність щодо значного розширення переліку факторів, які впливають на якість послуги, адже швидкі темпи науково-технічного прогресу та зростаюча роль інновацій в економічному житті людини призводять до постійної трансформації технології надання більшості традиційних та виникненню нових видів послуг. Відзначимо, що якість послуги забезпечується її виробником, отже, всі визначені детермінанти відносяться до виробника послуги.

До основних детермінант, які визначають якість послуги в умовах постіндустріального суспільства, слід віднести:

1) *надійність послуги* – здатність виробника забезпечити надання послуги в запланований час, у запланованому місці та незалежно від несприятливих обставин, що були зумовлені внутрішніми чинниками та/або факторами зовнішнього середовища;

2) *зворотність реакції* – здатність забезпечити оперативне реагування на погіршення якості послуги під час її надання або на трансформацію структури (інтенсивності) потреби споживача;

3) *кастомізацію послуги* – готовність та здатність виробника підлаштовувати технологію та/або результат надання послуги з метою максимізації рівня задоволення потреби споживача;

4) *достовірність послуги* – ступінь довіри до технології надання послуги з боку споживача; до цього фактору можна також віднести репутацію та довіру до виробника послуги;

5) *компетентність* – здатність виробника забезпечити необхідний для технології рівень освіти, знань, професійних навичок, інформаційного забезпечення найманих працівників;

6) *доступність послуги* – здатність забезпечити фізичну та просторову доступність, швидкий контакт споживача з послугою;

7) *якість персоналу* – здатність обслуговуючого персоналу забезпечити високий рівень люб'язності,

ввічливості з боку найманих працівників виробника в процесі надання послуги;

8) *безпечність послуги* – здатність забезпечити фізичну та фінансову безпеку споживача, високий рівень конфіденційності;

9) *комунікативність послуги* – здатність виробника забезпечити швидку та адекватну комунікацію та інформування споживачів, подолання мовних бар'єрів споживача і виробника;

10) *матеріальну забезпеченість* – здатність виробника забезпечити необхідний для технології надання стан будівель, обладнання, персоналу;

11) *споживчу орієнтованість* – здатність виробника забезпечити високий рівень розуміння потреб споживача, індивідуальну увагу до споживача, розподіл споживачів за еластичністю попиту тощо.

Важливість та питома вага кожного з детермінантів якості у визначенні кінцевого результативного її рівня залежить від природи послуги, рівня її стандартизації та масовості.

Дані детермінанти якості послуги є синтетичними факторами, які були визначені в результаті досліджень робіт учених-економістів А. Парасумана, В. Цейсамла, Л. Беррі [12], Д. Гарвіна [6], Дж. Стюарда та К. Волша [13], що приділяли особливу увагу питанню якості послуги.



Рис. 1. Структурно-логічна схема формування та визначення якості послуги в умовах постіндустріальної економіки

На основі описаних нами детермінант якості послуги можна розробити графічну модель формування та визначення якості послуги в умовах постіндустріальної економіки. У цій моделі ми маємо можливість визначити проблеми формування якісної послуги та віднайти можливі резерви підвищення її якості. У моделі ми будемо намагатися відобразити основні етапи формування якості послуги. Крім того, модель показує взаємодію між цими етапами і визначає зв'язок між ключовими фазами діяльності сервісної організації – виробника послуги, які мають безпосереднє відношення до забезпечення високого рівня якості послуги. Етапи, які визначені в моделі як «проблема», є основними бар'єрами для досягнення високого рівня обслуговування та, відповідно, високої якості послуги.

Розглянувши рис. 1, звернемо особливу увагу на ті недоліки, які характерні для процесу надання послуг в умовах постіндустріалізму.

Проблема № 1. Невідповідність споживчих очікувань та їх сприйняття виробником послуги. У реальній економіці завжди може виникнути ситуація, коли виробник має невірні дані про потреби та очікування споживачів. Це призводить до неякісного планування самого процесу надання послуги починаючи з самого початку організації сервісної діяльності. Основною причиною цієї ситуації є низький рівень уваги виробника до потреб індивідуального споживача або ринку в цілому. Виправлення цього недоліку потребує застосування особливих інструментів аналізу кон'юнктури ринку, методів управління підприємством, фокусування на потребах індивіда.

Проблема № 2. Неможливість трансформації споживчих очікувань у технологію надання послуги. Виникає з причини нездатності виробника послуги максимально підлаштувати технологію її надання під особливі індивідуальні потреби споживача. Виникає в процесі створення технології надання послуги. До основних причин її виникнення можна віднести: застарілі технології надання послуги, низький рівень кастомізації, масовий характер послуги, зміну індивідуальної потреби споживача протягом короткострокового періоду. Методом вирішення даної проблеми є ретельне дослідження структури потреби споживача в процесі організації та планування технології надання послуги, зміна технології надання послуги з використанням іншого набору факторів виробництва.

Проблема № 3. Недотримання технології виконання послуги. Навіть існування чітких та зрозумілих стандартів або логічної та послідовної технології виконання послуги не може гарантувати забезпечення її максимальної якості. Основними причинами цієї ситуації можуть бути: невідповідний фізичний або емоційний стан людини, низька кваліфікація обслуговуючого персоналу, плинність виробничих кадрів, похибки в процесі виконання послуги. Шляхи вирішення цієї проблеми лежать у площині підвищення якості трудових ресурсів або поліпшенні залученого до процесу технологічного обладнання.

Проблема № 4. Неякісна зовнішня комунікація в процесі надання послуги. Споживчі очікування доводяться до виробника завдяки каналам його зовнішньої комунікації з ринком. Реалістичні очікування індивіда зазвичай сприяють більш позитивному оцінюванню ним якості послуги. Саме тому для сервісних організацій дуже важливо надати споживачу через канали своїх зовнішніх зв'язків вичерпну та адекватну інформацію про якісні характеристики власної послуги.

Проблема № 5. Невідповідність споживчих очікувань та отриманих результатів від послуги. Сприйняття якості послуги споживачем залежить від вирішення проблеми відповідності споживчих очікувань та кінцевого результату надання послуги. Подолання вищевказаної невідповідності у кінцевому рахунку залежить від вирішення всіх виробничих проблем, проблем комунікації, якісної оцінки та сприйняття потреби споживача або ринку, повної та достовірної інформації про природу та характеристику послуги.

Розглянувши вищеописану модель формування та визначення якості послуги, ми можемо охарактеризувати її як основний діагностичний інструмент якості послуги в теоретичних дослідженнях та на практиці. Іншими словами, її використання полегшує процес ідентифікації проблеми всередині великої кількості змінних чинників, які впливають на формування якості послуги з боку її пропозиції. Особливістю цієї моделі є високий рівень концентрації на потребах споживача, а її використання дасть змогу визначити основні чинники, які впливають на якість послуги з точки зору споживача.

Зважаючи на суб'єктивність сприйняття якості з боку споживача та товаровиробника, особливою проблемою є кількісний вимір якості та його можливе аналітичне або графічне моделювання. Враховуючи вищевикладені результати досліджень, ми можемо визначити, що якість послуги – це суб'єктивна категорія виміру відповідності процесу та результату послуги потребам споживача. Ступінь задоволення потреб споживача є основним мірилом її якості. Більшість послуг у постіндустріальній економіці надаються в безпосередній присутності споживача, тому ми стверджуємо, що їх якість формується не лише під впливом результату, а й також у процесі виконання та споживання. На основі даного твердження можна сформувати модель певного континууму, який складається з трьох частин (рис. 2).



Рис. 2. Графічна модель континууму визначення якості послуги в постіндустріальному суспільстві

Незадовільна якість – початок цього континууму. Ідеальна якість – кінець. Задовільна якість знаходиться впродовж усього континууму. Множинність точок континууму являють собою різні градації якості. На нашу думку, використовуючи цю модель, ми можемо запропонувати особливий підхід до кількісного визначення якості послуги в умовах постіндустріальної економіки.

Аналітично ми можемо визначити якість послуги формулою (1).

$$PCE + APQ + AOQ = PQ, \quad (1)$$

де PCE – попередні споживчі очікування;

APQ – фактична якість процесу надання послуги;

AOQ – фактична якість результату надання послуги;

PQ – отримана якість послуги.

Дана модель припускає, що попередні споживчі очікування порівнюються з фактичною якістю процесу надання та результату надання послуги, у результаті цього формується кінцевий результуючий показник якості наданої та спожитої послуги. Детальніше визначимо ці категорії:

1) *попередні споживчі очікування* – ідеальний образ індивіда щодо його майбутніх результатів від споживання послуги. На його формування впливають такі

фактори: сутність, структура та інтенсивність потреби; інформація та знання, що отримані в результаті минулого споживання; інформація та знання, що отримані в результаті спілкування з іншими споживачами; ринкова інформація; ціна. Виходячи зі структури детермінант попередніх споживчих очікувань, відзначимо, що виробник послуги має можливість значного безпосереднього впливу на очікування споживача;

2) *фактична якість* – реальний рівень якості обслуговування, який формується в режимі реального часу. Визначається та контролюється виробником послуги. Однак, незважаючи на можливість установлення стандартів обслуговування, якість послуги все ж таки визначається її споживачем, а не виробником. Таким чином, дуже важливо правильно визначити потреб споживача, а технологію надання послуги та її результат максимально наблизити до визначених потреб;

3) *отримана якість* – характеризує та визначається рівнем задоволення споживача послуги процесом її надання та результатом.

Охарактеризувавши ці категорії, визначимо можливі результати кількісного виміру якості в результаті використання даної моделі:

1) задовільна якість послуги – $PCE = PQ$;

2) ідеальна якість послуги – $PCE < PQ$;

3) незадовільна якість послуги – $PCE > PQ$.

Виробник у процесі надання послуги має забезпечити виконання умови (2) або мінімум умови (1). Досягнення цих умов можливе лише через розуміння споживчих очікувань індивіда, а не через простий математичний аналіз даного континууму. Більш того, у постіндустріальному суспільстві конкурентні переваги досягаються через визначення та встановлення максимального граничного рівня задоволення споживача порівняно з конкурентами. Це, своєю чергою, потребує повного розуміння структури, природи, інтенсивності, платоспроможності потреб споживача та детермінант якості послуги, які були описані вище.

Висновки. Підсумовуючи все вищевикладене, відзначимо, що якість послуги є теоретично та практично актуальною категорією виходячи з кількості якості тих досліджень, які ми зустрічали в доступних нам наукових джерелах. Аналіз робіт авторів дав нам змогу визначити та сформулювати основні детермінанти кінцевої якості послуги. Відзначимо, що у визначенні кінцевої якості послуги основну роль відіграє не виробник послуги, який формує об'єктивну якість послуги в процесі її розробки, виготовлення та виведення її на ринок, а суб'єктивна думка споживача цієї послуги, ступінь задоволення його попередніх очікувань. Тобто кінцевий споживач стає сутністю та метою якості послуги.

На основі запропонованих детермінант якості послуги була запропонована модель формування та покращання якості послуг в умовах постіндустріальної економіки. Дана модель має значний потенціал до теоретичного та практичного застосування у поєднанні з теоретичним аналізом детермінант якості послуги. Для повноти дослідження якості послуги доречним, на нашу думку, є запропонований метод кількісного аналізу кінцевої якості послуги.

Відзначимо, що дане концептуальне дослідження якості послуги в сучасній економіці та її моделювання має важливе значення з багатьох причин. По-перше, воно визначає фактори якості з точки зору виробника та з точки зору споживача, не протиставляє їх, а використовує паралельно. По-друге, воно допомагає зрозуміти природу та наслідки дефіциту якості послуги як для споживача, так і для виробника. По-третє, воно може стати фундаментальною основою для подальшого дослідження шляхів та методів підвищення якості послуги. Однак, як і будь-яке інше дослідження та модель, має свої обмеження. Модель завжди – спрощена версія реальності. Вона ґрунтується на спрощенні взаємовідносин усередині та ззовні складного та багатоаспектного явища, реагуючи на його основні причинно-наслідкові зв'язки. Проте, на нашу думку, вона є соціально узгодженою з теорією становлення та розвитку постіндустріального суспільства, адже ми ґрунтуємося на тому, що поведінка та потреби людини значно впливають на пропозицію послуги та рівень формування її якості. Цим дослідженням не можна охопити всі складнощі даного процесу, але воно може стати корисним інструментом впливу на формування високого рівня якості будь-якої послуги в умовах постіндустріальної економіки незалежно від її природи та основних характеристик. Наше дослідження не виключає раніше проведених, а може використовуватися як паралельне та доповнює їх.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Базилевич В.Д. Інтелектуальна власність : [підручник] / В.Д. Базилевич. – К. : Знання, 2014. – 671 с.
2. Базилевич В.Д., Ильин В.В. Метафизика экономики / В.Д. Базилевич, В.В. Ильин ; 2-е изд., испр. и доп. – К. : Знання, 2010. – 925 с.
3. Crosby P.B., Quality Is Free, Mentor, McGraw-Hill, New York, NY, 1980.
4. Deming W.E., Out Of Crisis, Massachusetts Institute of Technology, Cambridge, MA, 1986.
5. Feigenbaum A.V., Total Quality Control, McGraw-Hill, New York, NY, 1986.
6. Garvin D.A., «What Does Product Quality Really Mean?», Sloan Management Review, Vol. 76 No. 1, Autumn 1984.
7. Grönroos C., «A Service Oriented Approach to Marketing of Service», European Journal of Marketing, Vol. 12. – № 8, 1978.
8. Grocock J.M., The Chain Of Quality: Market Dominance Through Superior Product Quality, Wiley, Chichester, New York, NY, 1986.
9. Ishikawa K., What is Total Quality Control? The Japanese Way, Prentice-Hall, Englewood Cliffs, NJ, 1985.
10. Lehtinen U. and Lehtinen J.R., Service Quality: A Study of Quality Dimensions, working paper, Service Management Institute, Helsinki, 1992.
11. Meister J., «Service Marketing – Rewards Reap Results», Marketing News, Vol. 24 No. 13, 1990.
12. Parasuraman A., Zeithaml V.A. and Berry L.L., «A Conceptual Model of Service Quality and its Implications for Future Research», Journal of Marketing, Vol. 49, Autumn 1985.
13. Stewart J.D. and Walsh K., In Search of Quality, Local Government Training Board, Luton, November 1989.
14. Taguchi G., Introduction To Quality Engineering, Asian Productivity Organization, Tokyo, 1986.

СЕКЦІЯ 2 СВІТОВЕ ГОСПОДАРСТВО І МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ

УДК 332.1-026.15(477)(045)

Адамович М.П.
*аспірант кафедри міжнародних економічних відносин і бізнесу
Національного авіаційного університету*

КРЕАТИВНИЙ СЕКТОР ЕКОНОМІКИ У СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОМУ РОЗВИТКУ УКРАЇНИ

Статтю присвячено аналізу креативного сектора економіки України. Обґрунтовано вибір на користь креативного вектору у забезпеченні соціально-економічного розвитку України. Дано оцінку поточному стану креативних індустрій України, визначено їх роль у генеруванні ВВП та визначальні проблеми розвитку. Запропоновано ключові орієнтири оптимізації стратегії соціально-економічного розвитку України у напрямі розбудови «креативної економіки».

Ключові слова: креативна економіка, креативні індустрії, креативний клас, креативність, творчий потенціал, соціально-економічний розвиток.

Адамович М.П. КРЕАТИВНЫЙ СЕКТОР ЭКОНОМИКИ В СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОМ РАЗВИТИИ УКРАИНЫ

Статья посвящена анализу креативного сектора экономики Украины. Обоснован выбор на пользу креативного вектора в обеспечении социально-экономического развития Украины. Дана оценка текущему состоянию креативных индустрий Украины, установлена их роль в генерировании ВВП и основные проблемы развития. Предложены ключевые ориентиры оптимизации стратегии социально-экономического развития Украины в направлении становления «креативной экономики».

Ключевые слова: креативная экономика, креативные индустрии, креативный класс, креативность, творческий потенциал, социально-экономическое развитие.

Adamovych M.P. THE CREATIVE SECTOR IN THE SOCIO-ECONOMIC DEVELOPMENT OF UKRAINE

The article analyzes the creative economy of Ukraine. The choice for the creative sector in the socio-economic development of Ukraine was substantiated. The estimate of current state of Ukrainian creative industries was done, as also their role in generating GDP and development problems was defined. The key benchmarks of optimization the strategy of socio-economic development of Ukraine towards building the «creative economy» were suggested.

Keywords: creative economy, creative industries, creative class, creativity, creative potential, socio-economic development.

Постановка проблеми. Висхідний вектор глобального економічного розвитку на початку ХХІ ст. обумовлений зростанням ролі та значення соціокультурних чинників суспільного та цивілізаційного розвитку, становленням «економіки знань» та інформаційного суспільства. Заразом відбулася зміна виробничої спеціалізації країн, що претендують на глобальне економічне лідерство, із промисловості на сферу послуг, із низькопродуктивних галузей народного господарства на високопродуктивні чи відносно продуктивніші.

Висока продуктивність праці у розвинених країнах нині забезпечується за рахунок упровадження нових методів виробництва та управління, нових форм організації виробництва, ефективного використання всіх переваг науково-технічного прогресу та людського капіталу, а не максимального використання фізичного ресурсу робочої сили. Так, уже у другій половині ХХ ст. приріст реального національного доходу розвинених країн тільки на третину забезпечувало збільшення затрат праці, тоді як дві третини – підвищення продуктивності праці.

На початку ХХІ ст. взаємозв'язок між зростанням національного доходу і підвищенням продуктивності праці як зберігає свою актуальність, так і знаходить нове вираження через призму соціокультурного компоненту економічного розвитку національних економік. Основу останнього становить людина-індивід – яскрава особистість, що може творчо підходити до

вирішення поставлених завдань, суттєво підвищувати додану вартість продукту через утілення нових ідей та рішень, забезпечувати унікальність продукту шляхом підвищення його креативної складової.

Україна, що нині здійснює важливий цивілізаційний вибір між Заходом та Сходом, прогресом та поверненням у минуле, демократичними цінностями та усталеним пострадянським укладом усіх сфер суспільного життя, ринковою економікою та адміністративно-командною системою, потребує нових шляхів розвитку, які б відповідали її національним інтересам та навколишнім реаліям, однією з яких є формування та динамічний розвиток креативного сектору світової економіки.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дж. Хокінс [1] – один з основоположників концепції «креативної економіки» (2001 р.) – обґрунтував застарілість традиційної економіки, основу якої становлять традиційні фактори виробництва (земля, праця та капітал), і невідмінний перехід до «креативної економіки», в основу якої покладено творчі здібності особистості.

Р. Флоріда [9] виокремив креативний клас робочої сили і здійснив його ґрунтовний аналіз.

Проблематику «креативної економіки» та «креативних індустрій» піднімали й українські дослідники. І. Вахович та О. Чуль [8] досліджено теоретичні засади розвитку креативних індустрій та розроблено практичні рекомендації із забезпечення їх розвитку на регіональному рівні та в Україні. Л.І. Антошкіна [11]

обґрунтувала необхідність розвитку креативного сектору України. С.В. Киристюк [10] здійснив детальний аналіз міжнародних та вітчизняних тенденцій розвитку креативної економіки.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Однак деякі аспекти розвитку креативних індустрій та «креативної економіки» в Україні досі залишаються недостатньо дослідженими, а саме: поточний стан розвитку креативних індустрій та їх вклад у формування ВВП, доцільність підвищення творчого складника національної економіки, роль «креативної економіки» у забезпеченні соціально-економічного зростання України.

Мета статті полягає в оцінці доцільності та визначенні напрямів використання інструментарію «креативної економіки» у забезпеченні соціально-економічного розвитку України.

Виклад основного матеріалу дослідження. Початок ХХІ ст. ознаменувався як низкою економічних потрясінь, так і новими тенденціями глобального економічного розвитку. Серед них – перетворення «економіки знань» на невід’ємну складову частину глобального економічного лідерства країн та перехід до розвитку вже «креативної економіки», яку розглядають як сповісника початку постінформаційної епохи. Зокрема, Дж. Хокінс [1] у концепції «креативної економіки» наголошує на тому, що саме «креативна економіка» у майбутньому неодмінно перетвориться на панівну форму національної економіки. Основна відмінність «креативної економіки» від «економіки знань» полягає у тому, що для неї знання та інформація – ресурси, а от рушійною силою та ключовим елементом є творчість та творчий процес.

Поняття «креативна економіка» часто зустрічається в одному синонімічному ряду з такими поняттями, як «креативні індустрії» чи «культурні індустрії». Але вони все ж таки відмінні між собою, спираючись на основоположні принципи концепції «креативної економіки» Дж. Хокінса [1].

Креативна індустрія відповідає певній галузі народного господарства, і, відповідно, творчий процес обмежується межами галузі, рушієм виокремлення та розвитку якої виступають індивідуальна творчість, талант та вміння індивіда. До креативних індустрій належать реклама та маркетинг, архітектура, ремесла, дизайн (продукту, одягу та графічний), кіно- та відеоіндустрія, телебачення, радіомовлення, фотографія, ІТ, обслуговування комп’ютерного обладнання та програмного забезпечення, видавнича справа, музеї, галереї, бібліотеки, музика та візуальне мистецтво [2, с. 32].

У межах креативних індустрій відбувається продукування креативних товарів та креативних послуг (рис. 1).

Частка креативних індустрій у світовому ВВП та світовій торгівлі демонструє позитивну динаміку у довгостроковому періоді. Найбільш розвинутим є креативний сектор розвинених країн, що повною мірою відповідає їх постіндустріальній фазі розвитку. Так, в ЄС креативні індустрії генерують 4,5% ВВП і близько 8,5 млн. робочих місць. У деяких країнах – членах ЄС роль креативних індустрій у формуванні ВВП є ще вищою. Наприклад, у Великій Британії в 2013 р. креативні індустрії продукували 5,04% валової доданої вартості [2, с. 19].

Поняття «креативна економіка» є значно ширшим за поняття «креативні індустрії» і ґрунтується на визнанні того факту, що творчість має місце в усіх галузях народного господарства і творчість, талант та індивідуальні уміння особистості повинні превалювати у прийнятті нестандартних рішень усім фахівцями незалежно від сфери їх зайнятості, що й забезпечує динамічне та комплексне соціально-економічне зростання країни.

У світі, що стоїть на порозі переходу до постінформаційної епохи, Україна не може залишатися осторонь вищезазначених процесів, оскільки в такому разі остаточно перетвориться на світову периферію і закріпиться як аграрно-індустріальний придаток уже не тільки розвинених країн, але й країн, що розвиваються. Крім того, розвиток як креативних індустрій, так і «креативної економіки» повністю відповідає задекларованим принципам та векторам соціально-економічного розвитку України.

Так, метою Стратегії сталого розвитку «Україна – 2020» визначено впровадження європейських стандартів життя та вихід країни на провідні позиції у світі [4], що нині неможливо здійснити без розвитку «креативної економіки», що створює високу додану вартість продукції на основі винятково творчості, таланту та індивідуальних умінь особистості і яка становить вагомий частку найбільш розвинених економік світу.

Крім того, нині Україна опинилася у складних життєвих обставинах, але в умовах, що сприяють розвитку як креативних індустрій, так і креативності у забезпеченні зростання національної економіки. Найбільш вагомими з них такі.

1. Питання національної ідентифікації та цивілізаційного вибору, одним з вимірів якого є економічний, постало з новою гостротою. Це і вибір між приналежністю до європейського

суспільства, що сповідує демократичні за своєю суттю цінності, чи до сім’ї слов’янських народів, де зберігається пострадянський (видозмінений радянський) уклад усіх сфер суспільного життя. Це і вибір між ринковою економікою західного зразка та адміністративно-командною системою пострадянського типу, що превалює в економіках східних та північно-східних сусідів України. Це і вибір між приналежністю до числа країн «золотого мільярду» чи таких, що наближаються до них, і рештою країн світу, що означає для України розвиток до

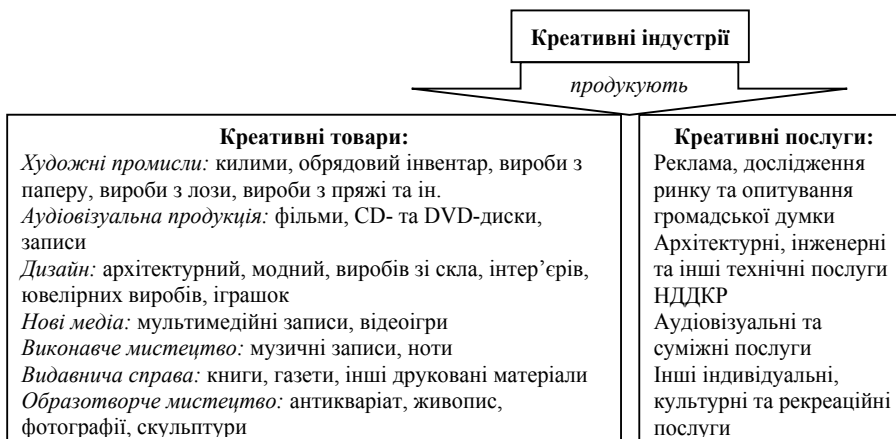


Рис. 1. Креативні товари та креативні послуги

Джерело: складено автором на основі [3]

рівня постіндустріального суспільства чи збереження застарілої технологічної укладності національної економіки, що відповідає індустріальній епосі.

2. Економічна криза, основні причини якої: окупація частини території України, на якій сконцентровано потужні промислові підприємства галузей традиційного експорту та значні обсяги природних енергетичних ресурсів; розрив традиційних внутрішньоекономічних зв'язків унаслідок окупації частини території; знищення потужних промислових об'єктів у зоні проведення АТО; суттєве скорочення зовнішньоторговельного обороту та загострення політичних протиріч із Російською Федерацією; переорієнтація економіки на принцип ринкового ціноутворення та ін. Вихід з економічної кризи потребує пошуку нових шляхів економічного зростання та забезпечення економічного процвітання, оскільки характер кризи відмінний від традиційного (несприятлива ринкова кон'юнктура, перевиробництво та ін.).

3. Особливості ресурсного забезпечення економіки. Основною проблемою залишається енергетична залежність України від імпорту енергоресурсів, що у поєднанні з великою енергоємністю виробництва знижує конкурентоспроможність українських товарів на світових ринках. Окрім того, запаси природних ресурсів країни обмежені, і велика їх частина зосереджена на окупованих територіях та у зоні проведення АТО, що робить їх недоступними. Тоді як недооціненим залишається людський капітал – майже необмежений ресурс. Так, конкурентною перевагою України протягом багатьох років була відносно дешева робоча сила, яку використовували іноземні компанії (наприклад, розвиток виробництва на основі давальницької сировини). А висококваліфіковані кадри емігрували до інших країн, з оплатою праці суттєво вищою, ніж в Україні. Тобто, незважаючи на задекларовану у різні роки у стратегіях соціально-економічного розвитку країни орієнтацію на побудову інформаційного суспільства, інноваційної економіки, «економіки знань» та ін., у дійсності керівництво держави спиралося на приваблення іноземних інвесторів відносно дешевими факторами виробництва, а не здійснювало розбудову національної економіки на основі повноцінного використання внутрішнього ресурсу – людського капіталу, адже рівень людського розвитку України – високий (81-е місце за Індексом людського розвитку у 2015 р. із числовим показником 0,747 [5, с. 209]), рівень освіти та грамотності населення – достатній для продукування та споживання креативних товарів та послуг.

Окрім обставин, сприятливих для здійснення вибору на користь розвитку «креативної економіки» в Україні, цьому сприяє й менталітет українців, прикметними рисами яких є кмітливість, винахідливість, працьовитість, хитрість тощо. Здавна українська нація відома по всьому світі і своїми талантами у сфері культури. Тобто Україна має сприятливу базу для зростання частки креативного сектору у ВВП, підвищення творчого складника всіх процесів, товарів та послуг і проникнення креативних та нестандартних рішень у всі галузі народного господарства, що суттєво підвищить створювану у них додану вартість.

Креативні індустрії розвиваються в Україні, але оцінити їх дійсний внесок у ВВП країни складно виходячи зі специфіки представлення статистичної інформації Державною службою статистики України. Так, згідно з КВЕД-2010, креативні індустрії належать до таких секцій видів економічної діяльності, як «інформація та телекомунікації», «професійна, наукова та технічна діяльність», «мистецтво, спорт, розваги та

відпочинок». Але до цих секцій також належить діяльність, що не відповідає ємності поняття «креативні індустрії». Наприклад, до секції «наукова та технічна діяльність» також належить діяльність у сферах права та бухгалтерського обліку, ветеринарна діяльність та діяльність головних управлінь (хед-офісів).

Внесок креативних індустрій у ВВП України вимірюється як обсяг валової доданої вартості, яку вони створюють, що демонструє сталу тенденцію до зростання у довгостроковому періоді у фактичних цінах (табл. 1).

Таблиця 1

Обсяг валової доданої вартості, створеної креативними індустріями України, млрд. грн. (у фактичних цінах)

Секція видів економічної діяльності за КВЕД-2010	2010	2011	2012	2013	2014
Інформація та телекомунікації	33,01	38,39	43,38	48,37	52,72
Професійна, наукова та технічна діяльність	27,27	30,47	41,97	47,71	47,14
Мистецтво, спорт, розваги та відпочинок	6,07	7,16	9,73	12,70	12,34

Джерело: складено на основі [6, с. 51]

Серед секцій видів економічної діяльності, що відображають активність креативних індустрій України, найбільший внесок у ВВП здійснює «інформація та телекомунікації», частка якої у ВВП була наближеною до 3% у 2010–2013 рр., а в 2014 р. становила 3,32%. Далі йде секція «професійна, наукова та технічна діяльність» (не повністю може бути віднесена до креативних індустрій), частка якої у ВВП була наближеною до 3% у 2010–2012 рр. та в 2014 р. і досягла 3,26% у 2013 р. І менше 1% ВВП формує секція «мистецтво, спорт, розваги та відпочинок» (рис. 2).

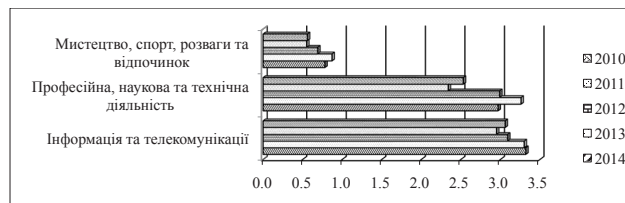


Рис. 2. Частка креативних індустрій у ВВП України, %

Джерело: складено на основі [6, с. 51]

Найбільший обсяг реалізованої продукції підприємствами сфери послуг за видами економічної діяльності, що відповідають креативним індустріям, у І кварталі 2016 р. також припадає на секцію «інформація та телекомунікації», з якого більше двох третин – на «комп'ютерне програмування та надання інших інформаційних послуг». Користувалися попитом також рекламна діяльність та дослідження кон'юнктури ринку, інша професійна, наукова та технічна діяльність, діяльність у сферах архітектури та інжинірингу, технічні випробування та дослідження (табл. 2).

Функціонування креативних індустрій забезпечує робоча сила, а отже, розвиток креативного сектору економіки супроводжується створенням нових робочих місць і разом із тим підвищенням соціального добробуту країни. Однак креативний робочий клас суттєво відрізняється від інших робочих класів, оскільки креативність спирається на прикладну уяву,

інтелект, винахідливість та самонавчання [8, с. 18]. І, як влучно відмітив Р. Флоріда, робочий клас отримує заробітну плату за виконання роботи згідно з планом, а креативний клас – проектує та створюючи щось нове [9, с. 24]. Для цього креативні особистості потребують сприятливого середовища для творення, невід’ємною рисою якого є готовність суспільства сприймати та споживати креативний товар чи послугу (обумовлено рівнем соціально-економічного розвитку, менталітетом, передусім толерантністю та схильністю до сприйняття нового тощо), зовнішньої та передусім внутрішньої мотивації, певної автономності, незалежності та гнучкості у роботі.

Незважаючи на те що економіку України не можна назвати сприятливим середовищем для комфортної творчої діяльності креативної особистості, деякі зрушення у бік покращання ситуації все ж таки мають місце. Велику роль у цьому відіграють потужні ТНК та іноземні роботодавці, що вийшли на ринок України. Зокрема, відбувається зростання самозайнятості, поступовий перехід від фіксованого до гнучкого графіку роботи, переорієнтація зі знаходження на робочому місці у чітко встановлений робочий час на виконання поставленого завдання чи досягнення певної мети, перехід до проектного підходу до організації праці та ін.

Найбільш сприятливим середовищем для розвитку творчого потенціалу в Україні є сфера ІТ, де замовниками виступають іноземні інвестори. Це і високий рівень оплати праці, і комфортні умови працевлаштування для ІТ-фахівців (гнучкий графік роботи, проектний підхід, увага до соціалізації працівників, постійного навчання та вдосконалення навичок тощо).

Рівень автономності, незалежності та гнучкості, а також специфіка зовнішньої та внутрішньої мотивації зайнятого у креативній індустрії визначаються специфікою його роботи та самої індустрії. Р. Флоріда [9] запропонував власну структуру креативного класу, побудовану на основі ступеня творчості виробничого процесу, і виокремив «суперактивне ядро» – професії, пов’язані з програмуванням, архітектурою, математикою та інженерією, професії у сфері соціальних та природничих наук, розваг, мистецтва, дизайну, спорту та ЗМІ, та «креативних професіоналів» – професії у сфері бізнесу, фінансів, маркетингу, права та охорони здоров’я. Відповідно, «суперактивне ядро» як професії найвищого рівня креативності потребує більшої автономності, гнучкості та незалежності, тоді як «креативні професіонали» – меншої.

Креативний сектор економіки об’єднує бізнес-структури незалежно від їх розміру та організаційно-правової форми, традиційні організації культури

(музеї, театри, бібліотеки тощо) та посередницькі агенції між органами державної влади та бізнесом. Значення мікро-, малих та середніх підприємств, навіть в індустріях, де домінують ТНК, є великим, а часто і визначальним для розвитку галузі [10, с. 69]. Ці тенденції – актуальні як для світової економіки, так і національної економіки України.

Розвиток креативних індустрій в Україні має яскраво виражену урбаністичну орієнтацію (центри розвитку – Київ, Львів, Дніпро, Одеса, Харків, Запоріжжя та інші великі міста) та кластерну організацію (ІТ-сфера, мистецтво, мода, дизайн) [11, с. 9].

Разом із тим креативний сектор України зазнає впливу низки проблем розвитку креативних індустрій та «креативної економіки», основні з яких:

- недостатньо розвинена законодавча база: неврегульована низка питань, пов’язаних з функціонуванням креативних індустрій, законодавство не сприяє розвитку «креативної економіки», низка креативних професій відсутня у класифікаторі професій, особливо гостро стоїть питання захисту авторських прав;

- бюрократія: це і складність та довготривалість реєстрації приватного підприємства та оформлення інших дозвільних документів, і бюрократія у прийнятті рішень (ідея повинна пройти складне обговорення та ухвалення на багатьох рівнях, перш ніж буде втілена, що часто призводить до суттєвої трансформації першочергового задуму в бік зниження його інноваційності та радикальності чи застарілості рішення на момент його виходу на ринок). Тоді як визначальною характеристикою «креативних економік» є гнучкість в управлінні та відкритість інноваціям;

- відсутність єдиної державної стратегії / програми / політики розвитку «креативної економіки» та креативних індустрій і дієвих та ефективних механізмів та інструментів її реалізації, а також механізмів та інструментів реалізації вже прийнятих стратегій / програм / політик розвитку національної економіки України та її окремих галузей, що визначають творчий підхід, знання, інформацію та інновації ключовими факторами розвитку та зростання;

- велика частка тіньового сектору креативних індустрій (наприклад, креативні товари та послуги безперешкодно поширюються через соціальні мережі та Інтернет-сайти без юридичного оформлення підприємницької діяльності), що зумовлено як перерахованими вище проблемами, так і фактичною відсутністю юридичної відповідальності за роботу без дозвільних документів та ухиляння від сплати податків;

- низький споживчий попит на креативні товари та послуги на внутрішньому ринку та їх низька диференціація за регіонами. Основні при-

Таблиця 2

Обсяг реалізованої продукції підприємствами сфери послуг за видами економічної діяльності, що відповідають креативним індустріям, у І кварталі 2016 р., млрд. грн.

Вид економічної діяльності за КВЕД-2010	Обсяг
Інформація та телекомунікації	24,10
Видавнича діяльність, виробництво кіно- та відеофільмів, телевізійних програм, видання звукозаписів, діяльність у сфері радіо та телевізійного мовлення	3,08
Комп’ютерне програмування та надання інших інформаційних послуг	7,60
Професійна, наукова та технічна діяльність	10,86
Діяльність у сферах права, бухгалтерського обліку, архітектури та інжинірингу, технічні випробування та дослідження, діяльність головних управлінь (хед-офісів), консультування з питань керування	4,31
Наукові дослідження та розробки	1,58
Рекламна діяльність і дослідження кон’юнктури ринку, інша професійна, наукова та технічна діяльність, ветеринарна діяльність	4,97
Мистецтво, спорт, розваги та відпочинок	0,84

Джерело: складено на основі [7, с. 5]

чини: низький рівень доходів українців та висока вартість життя в Україні – відсутність чи невеликий обсяг бюджету на креативні товари та послуги українського виробництва; одновекторність світосприйняття і слідування застарілим поведінковим моделям та прийнятому укладу життя, особливо в регіонах; відсутність толерантності до незвичного та екстраординарного;

- кадрове забезпечення та застарілість системи освіти. Особливо відчутні нестача професіоналів у сфері мистецтва, моди та дизайну (арт-менеджери, продюсери, дизайнери міжнародного рівня, куратори творчих проєктів та ін.), відсутність посередників між творцями та споживачами (критики, колекціонери, цінителі-професіонали). Система освіти в Україні орієнтована на підготовку кадрів, що діють за шаблоном, а не спонукає до вираження креативності та творчого підходу до вирішення поставлених завдань.

Отже, креативний сектор в економіці України є сформованим, розвивається та збільшує вклад у генерування ВВП. Але вектор на побудову повноцінної «креативної економіки» ще не обраний до реалізації, хоча її привабливість як основи стратегії соціально-економічного зростання України нині, в умовах, що склалися, є надзвичайно високою. Очікувані ефекти від усебічного розвитку та динамічного зростання креативного сектору економіки України: вихід країни із перманентної економічної кризи, соціально-економічне зростання, підвищення інноваційності економіки, створення нових робочих місць, зменшення розриву у рівнях соціально-економічного розвитку з розвиненими країнами, зміна суспільної свідомості та закріплення нового типу мислення, що відповідає сучасним реаліям. Але отримати такі ефекти можна тільки в разі переорієнтації країни на розбудову «креативної економіки», що передбачає внесення змін до стратегії соціально-економічного розвитку України (рис. 3), вироблення дієвих механізмів та інструментів її реалізації.

Висновки. Побудова «креативної економіки» та розвиток креативних індустрій, незважаючи на відносно новизну наукової концепції, вже перетворилися на неодмінну складову частину соціально-економічного зростання та вектор розвитку не тільки розвинених країн, але й низки країн, що розвиваються і претендують на глобальне економічне лідерство.

Для України розбудова креативного сектору економіки – не тільки наслідування актуальних трендів глобального економічного розвитку, що дасть змогу зберегти поточні позиції у світовому господарстві, а можливо, й покращити їх, але й шлях до виходу зі складної внутрішньоекономічної ситуації та забезпечення соціально-економічного зростання за рахунок максимального використання вже наявного і практично необмеженого ресурсу, а саме людського капіталу, якість якого є достатньою для продукування та споживання креативних товарів та послуг.

Креативні індустрії сформовані в економіці України, але потребують подальшого становлення, закріплення позицій та розвитку. Крім того, відчутні диспропорції в бік більшого розвитку одних індустрій і формування тільки слабких обрисів інших. А креативність та творчий підхід до пошуку рішень пови-



Рис. 3. Складові частини стратегії соціально-економічного розвитку України, орієнтованої на побудову «креативної економіки», у порядку їх логічної реалізації

Джерело: розроблено автором

нні бути закладені не тільки в основу креативних індустрій, але й перетворитися на ключову компоненту національної економіки України. Для досягнення такого результату передусім повинні бути подолані проблеми, що стримують, а іноді й унеможливають становлення та розвиток креативних індустрій та «креативної економіки», і внесені корективи у стратегію соціально-економічного розвитку України щодо обрання креативного вектору ключовим у забезпеченні соціально-економічного зростання.

Проблематика як теоретичного осмислення «креативної економіки» та креативних індустрій, так і їх практичне втілення на рівні світової, регіональної та національних економік (у тому числі економіки України), що знаходиться у постійній динаміці, потребує подальшого дослідження та опрацювання, що становить нові ніші та напрями наукового пошуку.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Хокинс Дж. Креативная экономика. Как превратить идеи в деньги / Дж. Хокинс. – М. : Классика-XXI, 2011. – 256 с.
2. Creative Industries Economic Estimates. Statistical Release / UK Department for Culture, Media and Sport. – January, 2015. – 46 p.
3. Creative economy / UNCTADSTAT [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://unctadstat.unctad.org/wds/ReportFolders/reportFolders.aspx>.
4. Стратегія сталого розвитку «Україна-2020» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/5/2015>.
5. Human Development Report 2015 Work for Human Development / United Nation Development Programme. – New York, 2015. – 273 p.
6. Національні рахунки України за 2014 рік: статистичний збірник / За ред. І.М. Нікітіної. – К. : Державна служба статистики України, 2014. – 179 с.
7. Діяльність підприємств сфери послуг у I кварталі 2016 року: статистичний збірник / За ред. О.О. Кармазіної. – К. : Державна служба статистики України, 2016. – 57 с.
8. Вахович І. Розвиток креативних індустрій: регіональний вимір : [монографія] / І. Вахович, О. Чуль. – Луцьк : Вежа-Друк, 2014. – 288 с.
9. Флоріда Р. Креативный класс: люди, которые меняют будущее / Р. Флоріда. – М. : Классика-XXI, 2007. – 421 с.
10. Киризиук С.В. Міжнародні та вітчизняні тенденції розвитку креативної економіки / С.В. Киризиук // Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія «Економічні науки». – 2014. – Вип. 6. – Ч. 1. – С. 68–72.
11. Антошкіна Л.І. Креативні індустрії: проблеми і перспективи розвитку / Л.І. Антошкіна // Формування ринкової економіки. – 2011. – Спец. вип.: Регіональний розвиток України: проблеми та перспективи. – Ч. 2. – С. 8–13.

УДК 339.5

Дзюбановська Н.В.

кандидат економічних наук,

старший викладач кафедри економіко-математичних методів
Тернопільського національного економічного університету

ПРОБЛЕМИ ВИМІРЮВАННЯ ЗОВНІШНЬОЇ ТОРГІВЛІ КРАЇНИ

У статті розглянуто поняття «вимірювання зовнішньої торгівлі». Виявлено, що визначальними серед систем основних показників зовнішньої торгівлі є обсяги експорту та імпорту, що складають основу для розрахунку інших показників розвитку зовнішньої торгівлі. Описано інфраструктуру забезпечення вимірювань зовнішньої торгівлі. Узагальнено ряд проблем, які ускладнюють вимірювання зовнішньої торгівлі країни.

Ключові слова: вимірювання, зовнішня торгівля, експорт, імпорт, інфраструктура, міжнародна торгівля, показники.

Дзюбановская Н.В. ПРОБЛЕМЫ ИЗМЕРЕНИЯ ВНЕШНЕЙ ТОРГОВЛИ СТРАНЫ

В статье рассмотрено понятие «измерение внешней торговли». Обнаружено, что определяющими среди систем основных показателей внешней торговли являются объемы экспорта и импорта, составляющих основу для расчета других показателей развития внешней торговли. Описана инфраструктура обеспечения измерений внешней торговли. Обобщен ряд проблем, которые затрудняют измерения внешней торговли страны.

Ключевые слова: внешняя торговля, измерение, импорт, инфраструктура, международная торговля, показатели, экспорт.

Dziubanovska N.V. COUNTRY FOREIGN TRADE MEASUREMENT ISSUES

In this article we try to examine theoretical principles of «foreign trade measurement». It is discovered that export and import turnovers, that form the basis for the calculation of other indicators of foreign trade are determinant among the system of the key indicators of foreign trade. It is described the infrastructure for providing of foreign trade measurement. Number of issues that make difficulties in measurement of foreign trade is generalized.

Keywords: export, foreign trade, figures, import, infrastructure, international trade, measurement.

Постановка проблеми. Сьогодні існує проблема вимірювання зовнішньої торгівлі, що є однією з основних як у методологічному, так і у практичному аспектах. Постає необхідність подальшого поглиблення теоретичних досліджень, оскільки вирішення цієї проблеми є надзвичайно важливим для вирішення практичних задач зовнішньоторговельної політики. Зовнішню торгівлю будемо розглядати як торгівлю однієї країни з іншими, що складається з експорту та імпорту товарів і послуг. Зовнішня торгівля має велике значення для економіки кожної країни, і правильне її ведення зумовлює загальне економічне зростання.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Даній проблемі присвячено багато наукових публікацій таких фахівців, як П. Крістофферсон, П. Дойл, А. Берг, Х. Куаресма, Д. Вюрц, Б. Хокман, С. Дянков, О. Ляшенко, З. Яремко, Т. Мельник та ін. Незважаючи на великий інтерес науковців до проблеми вимірювання зовнішньої торгівлі, деякі її аспекти ще недостатньо досліджені. Зокрема, існує ряд недоліків при застосуванні певних показників вимірювання зовнішньої торгівлі, які ускладнюють ведення країною міжнародних економічних відносин.

Метою статті є оцінка ефективності основних показників зовнішньої торгівлі для виявлення недоліків їх застосування при дослідженні економічного стану країни.

Виклад основного матеріалу дослідження. Однією із проблем вимірювання економічних процесів є їх динамічність, мінливість параметрів і структурних взаємозв'язків. Тобто економічні процеси необхідно завжди тримати під наглядом, потрібно мати стійкий потік нових даних. Існує велика кількість способів, методів, теорій оцінки та аналізу в економіці, проте вимірювання ознак об'єкта поділяють на дві групи: натуральні величини ознак і вартісні ознаки об'єкта, не кількісні ознаки. Окрім того, за процедурою вимірювання розрізняють перший рівень – етап формування первинних даних, і другий рівень, коли обчислюються похідні показники. Розглянуті дві про-

цедури вимірювання (натуральних і вартісних елементарних ознак об'єкта) утворюють етап первинного вимірювання та є предметом управлінського обліку. За результатами первинного вимірювання складають базу даних, на основі якої виконують процедури вторинного вимірювання для подальшого дослідження об'єкту. Саме ці ознаки нас найбільше будуть цікавити при вимірюванні зовнішньої торгівлі країни.

Під вимірюванням зовнішньої торгівлі країни будемо розуміти упорядкування, зіставлення основних показників зовнішньої торгівлі, що характеризують ведення зовнішньоторговельної політики та її наслідки для економіки цієї країни.

Існує багато різних класифікацій та систем основних показників зовнішньої торгівлі, однак визначальними серед них є обсяги експорту та імпорту, що складають основу для розрахунку інших показників розвитку зовнішньої торгівлі.

Статистичні дані із зовнішньої торгівлі містять інформацію про кількість і вартість експорту та імпорту, про сальдо зовнішньоторговельних балансів тощо.

Експорт і імпорт, обчислені в грошовому виразі, є основними економічними показниками при розрахунку середніх цін, ефективності зовнішньої торгівлі, визначенні сальдо зовнішньоторговельного балансу, а також ролі та місця, що відводиться зовнішній торгівлі в платіжному балансі країни.

Якщо при розрахунку експорту та імпорту статистично враховуються їх вартісні показники, то виникає проблема валюти та валютних паритетів. Для розрахунку вартісних показників використовується національна валюта, а потім розрахунки конвертують в долари США для того, щоб можна було здійснити міжнародне порівняння. Деякі країни, насамперед ті, що мають високий рівень інфляції, проводять розрахунки експорту та імпорту відразу в доларах США.

До статистики зовнішньої торгівлі надходять дані з двох основних підрозділів (рис. 1): статистики зовнішньої торгівлі товарами та статистики зовнішньої торгівлі послугами. Використовуючи спеціальну

методологію, розроблено особливі методи приведення різноманітних показників національної вихідної статистичної інформації до зіставного виду на основі виро-блення однакового кількісного та якісного вираження зіставлюваних показників і їх змісту в однакових одиницях виміру. Важливим завданням міжнародної статисти-ки є упорядкування інформації про різні аспекти міжнародних процесів з метою виявлення загаль-ного стану та головних наслідків процесу, а також структури економіки, що досягається за допомогою класифікацій. Класифікації як найважливіший і один із найскладніших елементів, особливо при міжнародних зіставленнях даних, є другим після спостереження ета-пом економіко-статистичних досліджень.

Маючи ці дані, можна з'ясувати результати роз-витку країни, розвитку міжнародних економічних зв'язків з іншими країнами, темпи зростання ек-спорту, імпорту та товарообороту. За допомогою ста-тистики зовнішньої торгівлі складають платіжний баланс і розробляють основні напрями та цілі зовніш-ньоекономічної політики. Окрім того, незважаючи на багатоплановість заходів регулювання зовнішньої торгівлі, важливе місце посідають митно-тарифні інструменти, що використовуються, насамперед, при аналізі даних митної статистики зовнішньої торгівлі, яка є важливою складовою статистики зовнішньое-кономічних зв'язків країни.

Показники митної статистики дозволяють забез-печити підготовку різноманітних аналітичних дослі-джень для одержання даних, на основі яких ведеться регіональна статистика, аналізуються експортно-імпортні операції за певними категоріями учасників зовнішньоекономічних зв'язків тощо.

Необгрунтоване використання митно-тарифних регуляторів, що не враховують загальноекономічні інтереси держави, може привести до економічного спаду країни. Користуючись митно-тарифними регуля-торами, країна має можливість коригу-вати товаропотік і географічну структуру експорту та імпорту для забезпечення довгострокових цілей розвитку країни, макроекономічної стабільності, стабіль-ного курсу національної валюти та під-тримання платіжного балансу.

Доцільно пригадати той факт, що, окрім митних тарифів, при вимірю-ванні зовнішньої політики країни беруться до уваги ще й нетарифні обмеження. Останні є менш відкри-тими, а отже, уряд країни має більше влади при здійсненні зовнішньотор-гівельної політики, і, таким чином, при вимірюванні зовнішньої торгівлі виникає певна невизначеність, що, в свою чергу, дає недостовірну інформа-цію про економічний стан країни. При нетарифних обмеженнях видається ліцензія на експорт чи імпорт, також проводиться обмеження на обсяг про-дукції або вводиться заборона на нелі-цензовану торгівлю. Тобто, насам-перед, Світова організація торгівлі повинна переглянути нетарифні обме-ження і з часом замінити кількісні обмеження еквівалентними їм за рів-нем захисту митними тарифами.

У даний час існує поділ на певні види валютних курсів, що застосову-ються у міжнародній валютній системі [3, с. 137]:

1. Тверді валютні курси щодо однієї національної валюти.

2. Тверді валютні курси щодо групи валют (змішана форма твердих і плаваючих курсів). Вони встановлю-вались щодо валют групи країн-торгових партнерів.

3. Вільно плаваючі валютні курси.

Офіційно встановлені валютні курси опублікову-ються в періодичних виданнях МВФ та інших спеці-алізованих журналах.

Часто зміна валютного курсу є інструментом еко-номічної політики держави.

Щоб експорт та імпорт різних країн можна було порівняти в міжнародній системі, на той момент, коли товар перетинає кордон, експорт розрахову-ється у світових цінах на базі ФОБ, а імпорт – на базі цін СІФ. Враховуючи, що більшість товарів в між-народній торгівлі транспортується морем, ціни ек-спорту та імпорту розраховуються, беручи за основу перевезення морським транспортом.

Вже через відмінності в базах розрахунків статис-тично сукупна вартість світового експорту завжди буде меншою, ніж вартість світового імпорту на певну величину. Все це визначається взаємовідноси-нами між країнами, конкурентоспроможністю про-дукції цих країн на світовому ринку, обсягом та напрямиами зовнішньоторговельних потоків. Вимі-рювання обсягу експорту та імпорту може вестись також і у натуральних одиницях, що дає змогу одержувати середньостатистичні ціни або дані про ціни конкретних угод. Тобто існують індекси фізич-ного обсягу експорту та імпорту, що характери-зують динаміку зовнішньоторговельного товаро-обороту. Ці індекси вказують на зміни обсягів реаль-них мас товарів. Фізичний обсяг міжнародної торгівлі може бути оцінений як у вагових одиницях, тобто у тоннах, кілограмах, фунтах тощо, так і у специфіч-них одиницях вимірювання, наприклад у мішках,

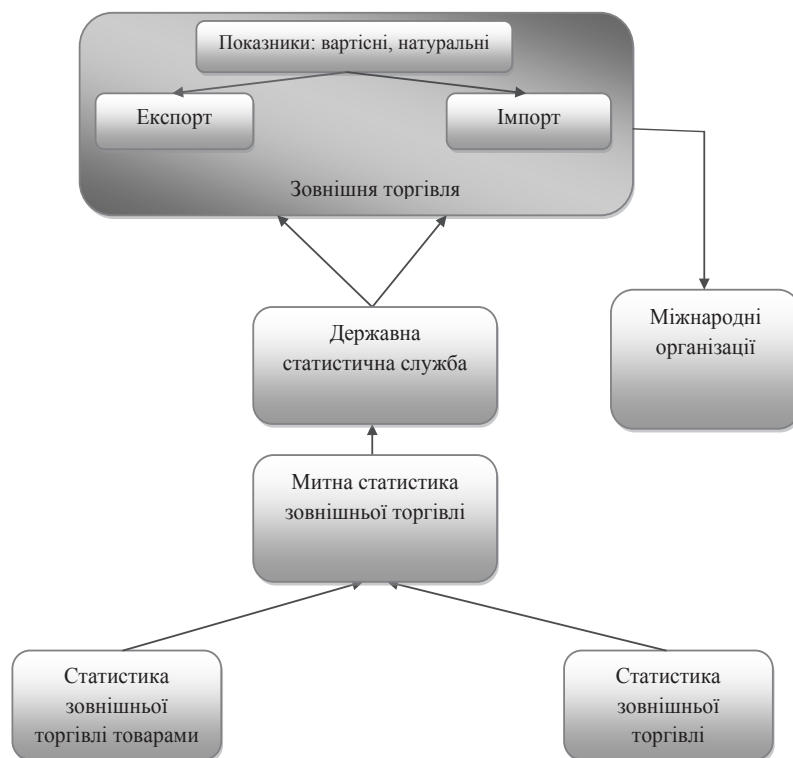


Рис. 1. Інфраструктура забезпечення вимірювань зовнішньої торгівлі

барелях, бушелях. Така невідповідність одиниць вимірювання спричиняє суттєві труднощі при вимірюванні основних показників зовнішньої торгівлі країни. І навіть незначна похибка може призвести до неправильного висновку щодо економічного стану країни, а отже, і до невірної ведення зовнішньоторгівельної політики.

Не меншій уваги заслуговує торгівля послугами. У зв'язку зі швидким розвитком інформаційних технологій та нових засобів комунікації на ринках з'явився цілий ряд нових послуг. І знову постає проблема вимірювання обсягу послуг. Складність вартісного вимірювання полягає у виборі найбільш прийнятної способу обчислення обсягу послуг для конкретних умов. На відміну від товарів, послуги враховуються тільки у вартісному вираженні; послуги виробляються та споживаються одноразово і не потребують зберігання; більшість послуг базується на безпосередньому прямому контакті між їх виробниками і споживачами (за винятком послуг, які надають за допомогою ЕОМ).

Вважається, що процедура експорту (імпорту) послуг здійснена на момент дати їх фактичного надання або одержання. Документами, що підтверджують первинний облік експорту (імпорту) послуг, є рахунки на виконання, оформлені згідно з контрактами послуги.

Після отримання вихідної статистичної інформації певними службами розробляється міжнародна статистика, яка узагальнюється і приводиться до зіставного вигляду для детальної оцінки та аналізу.

Основним завданням міжнародних зіставлень є переведення національних рахунків різних країн у вартісні показники в єдиній валюті для того, щоб забезпечити їх пряму порівнянність. Одержання погоджених між собою результатів, що відповідали б визначеним вимогам, ускладнюється проведенням багатобічних зіставлень.

Існує п'ять основних вимог до міжнародних індексів [2, с. 143]:

1. Відповідність результатів. Це означає, що для певних країн результати порівняння повинні залежати від цін, кількості і вагів тільки тих країн, що порівнюються. Цю умову можна виконати, наприклад, якщо порівнювати ВВП двох країн і користуватися цінами або однієї, або другої, або середніми цінами цих країн. Якщо ж говорити про багатобічні зіставлення, то вони лише частково відповідають даній умові, оскільки базуються на використанні інформації з усіх країн, що порівнюються.

2. Незалежність від обраної базової країни (інваріантність індексів) означає, що від вибору країни, яку беруть за базу порівняння, не повинні залежати кінцеві результати порівняння. Базова країна повинна бути лише початком відліку. Результати зіставлення певним чином залежатимуть від вибору базової країни при використанні методів, що не забезпечують інваріантності індексів. Дану вимогу можна представити в аналітичному вигляді:

$$I_{A/B} \cdot I_{B/A} = 1, \quad (1)$$

тобто добуток індексу, що виражає співвідношення показників країни А до країни В, та індексу, що виражає співвідношення показників країни В до країни А, повинен бути рівний 1.

3. Транзитивність (переведення індексів), тобто логічне взаємоузгодження індексів, що має на меті виключити суперечливі результати. Аналітично дана вимога виражається так: результати прямого зіставлення (країни А і В) повинні дорівнювати результатам зіставлення через третю країну С :

$$I_{A/B} = I_{A/C} / I_{B/C}, \quad (2)$$

де $I_{A/B}$ – індекс прямого зіставлення показників країн А і В;

$I_{A/C}$ – індекс прямого зіставлення показників країн А і С;

$I_{B/C}$ – індекс прямого зіставлення показників країн В і С.

Вимога транзитивності є надзвичайно важливою для багатобічних порівнянь, оскільки обчислені індекси для певної групи країн повинні бути взаємоузгоджені й не давати суперечливих відповідей.

4. Внутрішня узгодженість індексів. Тобто індекси для показника загалом повинні бути погоджені з індексами для його компонентів (частин). Іншими словами, обсяг показника повинен дорівнювати сумі обсягів його елементів (складових).

5. Вимога незалежності індексів від обраної системи одиниць вимірювання. Результати порівняння повинні бути однаковими, тобто не залежати від того, одиницями виміру якої країни користуються. А це означає, що для порівняння повинна використовуватися одна система виміру.

Таким чином, при проведенні міжнародних зіставлень макроекономічних вартісних показників виникає дві основні проблеми, що потребують вирішення. Першою проблемою є уніфікація економічного змісту порівнюваних показників, а другою – вибір методу розрахунку результатів зіставлень, тобто методу перерахунку показників національних валют в єдину грошову одиницю. Якщо для вирішення першої проблеми використовують стандартні міжнародні класифікації та застосовують єдину методологію, то для вирішення другої проблеми враховують економічний зміст, цілі й завдання порівнювання, початкову інформацію, рівень її деталізації, точності й порівнянності та аналітичні вимоги, пред'явлені до результатів (індексів) міжнародних зіставлень.

Визначення рівня розвитку країни у співвідношенні до інших країн дає змогу розробити рекомендації для всіх країн і територій щодо уніфікованого розрахунку системи показників, побудованих за єдиною методологією. Саме тому надзвичайно важливим є максимально точно провести розрахунки основних показників вимірювання зовнішньої торгівлі. Одного показника не достатньо для аналізу зовнішньої торгівлі країни, тобто їх завжди треба розглядати в сукупності. І на перспективу, доцільно було б підкоректувати систему показників міжнародної торгівлі з метою отримання більш точних характеристик економічного стану країни.

Висновки. Підсумовуючи викладений матеріал, доходимо висновку, що існує ряд проблем, які ускладнюють вимірювання зовнішньої торгівлі країни. Це, насамперед, методологічні проблеми, а саме:

– Проблема співставності даних. Для того, щоб досягнути порівнянності одних даних з іншими, використовують кілька класифікацій. Проте, не завжди враховується, що дані, одержані з різних обстежень, при зіставленні можуть дуже суттєво відрізнятися методологічно. Принципами, покладеними в основу використовуваних класифікацій, можуть бути: виробничо-технічні ознаки, призначення товару тощо.

– Проблема вимірюваності. Вимірювання обсягу експорту та імпорту може вестись у вартісних, натуральних або трудових одиницях. Така невідповідність одиниць вимірювання спричиняє суттєві труднощі при вимірюванні основних показників зовнішньої торгівлі країни. І навіть незначна похибка може призвести до неправильного висновку щодо економічного стану країни, а отже, і до невірної ведення зовнішньоторгівельної політики.

Також існує інституційна проблема. При переміщенні товарів з країни походження до країни призначення через треті країни дуже часто виникають розбіжності між статистичними даними. А це істотно впливає на показники зовнішньої торгівлі. У міжнародній статистиці при імпорті критерієм формування даних вважається країна походження товару, а при експорті – країна останнього відомого призначення. Враховуючи, що між багатьма європейськими країнами зникли кордони, для багатьох інших країн постала проблема, пов'язана з непрямым переміщенням.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Водяний А.Н. Митно-тарифна політика в контексті нових макроекономічних реальностей / А.Н. Водяний // РЕЖ, 2005, № 5–6.
2. Національна економіка : [навч. посіб.] / [А.Ф. Мельник, А.Ю. Васіна, Т.Л. Желюк, Т.М. Попович] ; за ред. А.Ф. Мельник. – К. : Знання, 2011. – 463 с.
3. Підгорний А.З., Милашко О.Г., Русева О.П. Міжнародна статистика : [навчальний посібник] / [А.З. Підгорний, О.Г. Милашко, О.П. Русева]. – Одеса: ОНЕУ, Ротапринт, 2012. – 162 с.
4. Савельєв Є.В. Міжнародна економіка : [підручник] / Є.В. Савельєв – 3-тє вид., перероб. і доп. – К. : Знання, 2008. – 622 с.
5. Шевчук В.О. Міжнародна економіка: теорія і практика : [підручник] / В.О. Шевчук. – 2-ге вид., перероб. і доп. – К. : Знання, 2008. – 663 с.
6. Caves R.E., Jones R.W. World Trade and Payments. An Introduction / R.E. Caves, R.W. Jones // Little Brown Series in Economics. – Boston, 1973.
7. Posner M. International Trade and Technical Change / M. Posner // Oxford Economic Papers, N.S. – Vol. 13. – Oxford, 1961. – P. 323–341.
8. Vernon R. International Investment And International Trade In The Product Cycle / R. Vernon // Quarterly Journal Of Economics [electronic journal], 1966. – v. 80 (2). – P. 190–207.

УДК 339.56.055

Дугінець Г.В.

*кандидат економічних наук,
доцент кафедри міжнародної економіки
Київського національного торговельно-економічного університету*

Морозова Є.П.

*кандидат економічних наук,
доцент кафедри обліку, економіки
і управління персоналом підприємства
Придніпровської державної академії будівництва та архітектури*

ТРАНСФОРМАЦІЯ КОРПОРАТИВНОЇ СТРУКТУРИ СВІТОВОГО РИНКУ БУДІВЕЛЬНИХ ПОСЛУГ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

Статтю присвячено дослідженню специфіки трансформації корпоративної структури світового ринку будівельних послуг в умовах глобалізації. Визначено, що така транснаціоналізація проявляється в диверсифікації діяльності інженерно-будівельних транснаціональних компаній, зростаючій динаміці діяльності зарубіжних філій будівельних ТНК та виділенні відокремленого положення універсальних компаній-підрядників на ринку. Зазначено, що на світовому ринку також продовжують активно та відокремлено діяти малі та середні спеціалізовані субпідрядні компанії, що концентрують свої зусилля на певних сегментах ринку.

Ключові слова: глобалізація, трансформація, корпоративна структура ринку, світовий ринок будівельних послуг.

Дугінець А.В., Морозова Е.П. ТРАНСФОРМАЦИЯ КОРПОРАТИВНОЙ СТРУКТУРЫ МИРОВОГО РЫНКА СТРОИТЕЛЬНЫХ УСЛУГ В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ

Статья посвящена исследованию специфики трансформации корпоративной структуры мирового рынка строительных услуг в условиях глобализации. Определено, что такая транснационализация выражается в диверсификации деятельности инженерно-строительных транснациональных компаний, возрастающей динамике деятельности зарубежных филиалов строительных ТНК и выделении обособленного положения универсальных компаний-подрядчиков на рынке. Указано, что на мировом рынке также продолжают активно и обособленно действовать малые и средние специализированные субподрядные компании, которые концентрируют свои усилия на определенных сегментах рынка.

Ключевые слова: глобализация, трансформация, корпоративная структура рынка, мировой рынок строительных услуг.

Duginets A.V., Morozova E.P. THE TRANSFORMATION OF THE CORPORATE STRUCTURE OF THE WORLD MARKET FOR CONSTRUCTION SERVICES IN THE CONTEXT OF GLOBALIZATION

The article investigates the specifics of global market transformations of the corporate structure of construction services enterprises in the context of globalization. it is determined that this transnationalization is reflected in the diversification of engineering tncs, increasing construction activities' dynamics of tncs' foreign affiliates, and the emergence of a discrete state of universal contracting companies in the market. it is indicated that small and medium specialized subcontracting companies, which focus their efforts on specific market segments, also continue to actively and individually operate on the world market.

Keywords: globalization, transformation, corporate structure of the market, global market for construction services.

Постановка проблеми. Світовий розвиток послідовно рухається шляхом міжнародної глобалізації, яка відрізняється високим динамізмом і взаємозалежністю подій. Процес глобалізації є потужною рушійною силою інноваційної активності й впливає на інноваційну діяльність на багатьох каналах

через зростання міжнародної конкуренції, збільшення інтенсивності потоків товарів, послуг і знань через національні кордони і розширення різноманітних міжнародних взаємодій, ключову роль в яких відіграють транснаціональні корпорації (далі – ТНК).

Будівельна галузь характеризується меншим рівнем глобалізації через тривалість циклу будівельного виробництва і його жорстку залежність від діючих національних стандартів і правил проектування та будівництва. З одного боку, та ж сама інерційність і тривалість будівельного виробництва забезпечує більшу незворотність процесів взаємного проникнення на ринки різних країн конкурентних матеріалів і технологій, з іншого – призводить до значної трансформації корпоративної структури світового будівельного ринку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженню відносин, що виникають на світовому ринку будівельних послуг, присвячено праці таких іноземних вчених, як Р. Акофф, В. Беренс, Р. Данн, П. Друкер, Д. Кларк та ін. У вітчизняній економічній літературі в основному досліджуються окремі аспекти міжнародної торгівлі послугами, відображені в працях Т. Циганкової, А. Поручника, В. П'ятницького, О. Рогача, А. Румянцева, В. Сіденка, А. Філіпенка та інших.

Постановка завдання. Під час проведення дослідження було визначено, що в українській науці значна увага найчастіше приділяється аналізу проблем розвитку внутрішнього ринку будівельних послуг. Разом з тим, змін, які відбуваються в сучасних умовах на світовому ринку будівельних послуг, присвячено незначну кількість наукових праць, тому проведення досліджень у цьому напрямку дозволить обґрунтувати заходи щодо інтеграції українського ринку будівельних послуг в світову спільноту.

На основі викладеного можна сформулювати мету дослідження, яка полягає у визначенні специфіки трансформації корпоративної структури світового ринку будівельних послуг в умовах глобалізації.

Виклад основного матеріалу дослідження. Ключовими суб'єктами світового ринку будівельних послуг є великі будівельно-підприємні ТНК, конкурентоспроможність яких на цьому ринку визначається такими факторами, як структура та характер пропонованих компаніями послуг, рівень цін та умови платежу і фінансування, використовувані технології проектування, будівництва та передачі об'єкта та наявність досвіду й кваліфікації в галузях управління будівництвом й управління проектом. Крім цього, важливу роль відіграють форми контрактів, що переважають на ринку в певний час та визначають ступінь і форму участі компаній-підприємців у реалізації зарубіжних будівельних проектів.

Протягом останніх тридцяти років попит на світовому ринку будівельних послуг має тенденцію зміцнення до реалізації відносно невеликих проектів сукупним обсягом інвестицій до 200 млн. дол. США. Найбільші будівельні ТНК за даних умов були вимушені включатися в конкуренцію за малі та середні об'єкти будівництва, на які в попередні періоди вони зовсім не звертали уваги. В умовах, що склалися, переваги ТНК в сфері управління великими проектами та мобілізації істотних ресурсів вже не гарантували їм безсумнівну конкурентоспроможну позицію на ринку. У не менш складній ситуації опинилися і компанії середніх розмірів, у сферу інтересів яких почали інтенсивно втручатися великі підприємні ТНК, тому зберегти свої конкурентні позиції на ринку могли тільки компанії, що мали яскраво виражену технологічну спеціалізацію.

Практика функціонування світового ринку будівельних послуг свідчить, що замовники часто використовують позикове фінансування для реалізації проектів. Висока частка замовників з країн, що розвиваються, в структурі сукупного попиту зумовила значне поширення кредитування на світовому ринку,

при цьому основними кредиторами не обов'язково є класичні банки. В останні роки звичайною практикою в країнах, що розвиваються, стало фінансування підприємствами споруджуваних об'єктів. Це також стало характерним в 1990-х рр. і в східноєвропейських країнах з перехідною економікою. Поряд з кредитуванням широко почали використовуватися альтернативні методи фінансування, проте навіть зараз далеко не всі будівельні компанії можуть комбінувати в собі функції інвестора та підприємця. Так, крупними ТНК іноді використовуються так звані «пай лоти» (англ. – «Sweat share»), що передбачає отримання частки акціонерного капіталу в обсязі частини виконаних робіт, яка не оплачується замовником. Ця частка, як правило, не перевищує 10%. Криза заборгованості країн, що розвиваються, яка загострилася з 1980-х рр., призвела до широкого використання альтернативного фінансування будівельних проектів у вигляді бартерних та компенсаційних угод, незважаючи на підвищення ризиків використання таких методів.

Взагалі, організація фінансування, що стала одним з ключових чинників розвитку світового ринку будівельних послуг, часто є найважливішою умовою отримання підрядів для будівельних фірм. Причому широке застосування принципу фінансових гарантій характерне як для розвинених країн (Японія, Італія), так і для країн, що розвиваються. При цьому, наприклад, в Японії та Італії акцент зроблено на державне фінансування, яке носить в основному непрямий характер (на основі страхування кредитів комерційних банків, субсидування процентних ставок). Підприємці з США, навпаки, не можуть спиратися на фінансову підтримку держави, проте не варто забувати, що американські підприємні ТНК сильно перевершують своїх зарубіжних конкурентів з ряду параметрів і багато питань можуть вирішувати самостійно.

Всього на даний час в структурі світового транснаціонального капіталу, який налічує 2 000 найбільших компаній світу, представлено лише 49 будівельних компаній (і це з урахуванням всіх секторів будівельної галузі), причому на світовому ринку будівельних послуг в останні роки посилюються позиції китайських будівельних компаній. Але більшість існуючих рейтингів засновано на аналізі таких класичних показників, як активи, продажі та ринкова капіталізація, і тому вони не відображають всю специфіку ринку будівельних послуг, його динаміку і структуру, інноваційні параметри розвитку, а також інші показники галузевого характеру.

Транснаціональний характер діяльності багатьох будівельних компаній світу, що передбачає наявність великої мережі дочірніх компаній і філій за кордоном, дозволяє їм здійснювати необхідні маневри з точки зору залучення найбільш сприятливих джерел фінансування проектів. Нерідко отримання контрактів в третій країні через філію за кордоном зумовлене діючими міждержавними угодами про фінансування експорту, а також більш пільговим режимом страхування експортних кредитів і субсидування та загальною стійкістю відносин країни-замовника і країни базування філії. Так, наприклад, в Німеччині близько 90% контрактів національних будівельних компаній припадає на їх філії та спільні підприємства і лише близько 10% – на прямий експорт [1].

Найважливішим чинником міжнародної конкуренції на ринку будівельних послуг є здатність підприємної ТНК запропонувати потенційному замовнику комплексне фінансування разом з інженерно-будівельними послугами, проте ця практика в останні

роки зазнала ряд змін, оскільки платоспроможність замовників з країн, що розвиваються, вже не має такого стабільного характеру, як це було раніше. Організація фінансування будівельних проектів, як і раніше, вимагає ініціативи з боку підрядних компаній, що перш за все стосується країн, що розвиваються, за винятком нафтовидобувних країн Близького Сходу, де проектне фінансування в принципі не вимагає участі іноземних банків.

Крім того, успішну конкуренцію на світовому ринку будівельних послуг забезпечує застосування відповідних будівельних технологій. Так, в період активного підйому ринку в 1970–80-і рр. технологія будівництва не була особливо значущим фактором конкурентоспроможності і компанії легко знаходили попит на свої послуги. У свою чергу, реалізація великих проектів в будівництві вимагала від компаній здібностей до концентрації фінансових і матеріальних ресурсів. До цього слід додати, що в той час ще був досить великий технологічний розрив між підрядниками з основних країн-експортерів і підрядниками з країн, що розвиваються, тому не викликала сумнівів необхідність залучення зарубіжних підрядних ТНК.

Трохи пізніше попит на послуги будівельних ТНК змістився в бік реалізації проектів, які вимагають спеціальної кваліфікації. Слід зазначити, що в останні десятиліття зміни технології будівництва, в порівнянні з іншими галузями економіки, були менш істотні, що властиво навіть для США і Японії. Одночасно в структурі будівельних витрат відбувається зростання частки послуг і зменшення матеріального компонента, що свідчить про поступову постіндустріалізацію галузі та прагнення будівельних ТНК розвинути країн відмовитися від виконання трудомістких видів робіт і все більше концентруватися на невиробничих операціях, зокрема, надання послуг з управління будівництвом.

Особлива роль в трансформації світового ринку будівельних послуг, як і в розвитку інших галузей економіки, належить технологічним інноваціям, оскільки в останні десятиліття відбувалися серйозні зміни в обладнанні та матеріалах, що використовуються в будівництві. Разом з тим, саме володіння конкретними технологіями істотно впливало на спеціалізацію окремих країн на світовому ринку будівельних послуг (наприклад, будівельні ТНК США є лідерами з виробництва технологій високоякісного бетону та робіт із захисту навколишнього середовища; японські ТНК – лідери з автоматизації будівництва і високоякісних сталевих конструкцій; ТНК країн Західної Європи мають перевагу в технологіях будівництва об'єктів транспортної інфраструктури).

Істотний вплив на трансформацію сучасного світового ринку будівельних послуг також мають інформаційні та комунікаційні технології (далі – ІКТ), використання яких відкрило нові можливості для розвитку ринку. Їх стрімке поширення загострює конкуренцію на ринку через забезпечення оперативного і дешевого інформаційного обміну між замовниками, підрядниками і субпідрядниками, а також між штаб-квартирами та філіями провідних будівельних ТНК. ІКТ також полегшують процедуру організації міжнародних тендерів на будівництво та сприяють зростанню ефективності використання ресурсів в рамках міжнародних інвестиційних проектів. Багато ТНК активно здійснюють власні НДДКР, тим самим удосконалюючи будівельні технології [1]. За рахунок цього діяльність ТНК на світовому ринку будівельних послуг слугує одним з ключових каналів трансферту технологій, які часто передаються під-

ряднику безпосередньо, наприклад, шляхом надання супутніх ліцензій. Така комбінація функцій можлива виключно для тих ТНК, які самостійно займаються розробкою промислових технологій (в США, наприклад, це – «M.W. Kellogg», «Stone & Webster», «ABB Lummus Crest»). Разом із тим, взаємини підрядних компаній з власниками технологій не зводяться лише до отримання ліцензій: нерідко між ними формуються міцні зв'язки і постачальники технологій залучаються до участі в проекті для, наприклад, технологічного проектування.

Саме володіння підрядними ТНК власними технологіями слід розглядати як один з чинників, що сприяє поширенню на світовому ринку будівельних послуг контрактів «під ключ», оскільки надання гарантій замовнику і захист власності майже завжди вимагають виняткової відповідальності підрядної компанії за проектування та зведення об'єкта.

Незважаючи на те, що світовий ринок будівельних послуг є високо локалізованим (в останні роки, за закордонними оцінками, більше 95% загальносвітового обсягу будівельних робіт здійснюється компаніями, що розташовані в тій країні, де знаходиться будівельний майданчик [2]), на світовому ринку діють сотні будівельно-підрядних ТНК, закордонні операції яких відіграють значну роль у їх діяльності. Так, згідно з підрахунками американських експертів, на частку ТНК у 2013 р. припадало понад однієї третини нежитлового будівництва в світі [3]. Це ТНК, які виросли з найбільших національних компаній будівельних ринків США, Японії та Західної Європи, але до початку 1980-х рр. істотно розширили сферу своїх міжнародних операцій за рахунок здійснення великих інвестиційних проектів в країнах, що розвиваються.

У 1980–90-і рр. питома вага контрактів типу «проектування–будівництво» і «під ключ» була невеликою. Великі міжнародні підрядні ТНК зазвичай управляли закордонними проектами зі штаб-квартири. В наш час ці компанії створили децентралізовану систему реалізації проектів, яка включає і послуги проектного фінансування, а також передбачає експлуатацію побудованих об'єктів на основі моделі BOT (англ. «Build – Operate – Transfer») та лізингових схем. Власне, через зміни структури споживчого попиту змінився і розширився перелік послуг, що надаються великими підрядними ТНК. Крім того, як зазначають деякі науковці, вони стали ширше використовувати свої конкурентні переваги над місцевими компаніями [4]. В організаційній структурі великих підрядних ТНК також відбулися серйозні зміни, що виразилися в зростанні числа зарубіжних філій і трансформації централізованої структури управління в мережеву. За оцінками, у 2013 р. частка обороту європейських підрядних компаній в їх зарубіжних (неєвропейських) філіях досягла 57% (93,5 млрд. євро) [5].

В умовах широкого поширення контрактів на умовах BOT або BOOT (англ. «Build – Own – Operate – Transfer») будівельними ТНК у своїй структурі було створено ряд спеціальних підрозділів. Дана модель знайшла широке поширення у всіх секторах світового ринку будівельних послуг і в багатьох країнах [6].

Зміна кон'юнктури світового ринку будівельних послуг після глобальної кризи 2008–2009 рр., спільно з триваючими процесами приватизації в житлово-комунальних господарствах країн, що розвиваються, підштовхують будівельно-підрядні компанії до трансформації своїх бізнес-стратегій на основі їх адаптації до вимог глобалізації. Так, для

багатьох малих і середніх підприємств країн, що розвиваються, і країн з перехідною економікою саме субпідрядні операції стали чинником їх успішного виходу на світовий ринок будівельних послуг. Багато великих західних будівельних ТНК стали використовувати послуги субпідрядників з країн, що розвиваються, замість компаній з розвинених країн, оскільки це для них виявляється більш вигідним.

Характерною ознакою транснаціоналізації структури сучасного світового ринку будівельних послуг є диверсифікація діяльності багатьох інженерно-будівельних компаній, що характерно, наприклад, для Японії, де найбільші будівельні компанії, що здійснюють підприємство будівництва, також займаються операціями з нерухомістю та фінансуванням (виступають в якості інвесторів). До числа таких ТНК в Японії можна віднести корпорації «Kajima» і «Shimizu».

Більшість підрядних та інженерно-будівельних компаній не розрізняють для себе діяльності на світовому та внутрішньому ринках, проте в деяких ТНК зарубіжні операції відіграють важливе значення в їх стратегіях, що відбивається на їх організаційній структурі. Слід також зазначити зростаючу динаміку діяльності зарубіжних філій будівельних ТНК. Причому функція цих філій полягає не тільки в забезпеченні контракту для материнської компанії – нерідко філії самостійно здійснюють проекти з будівництва у третіх країнах (це стосується, наприклад, таких великих ТНК, як «Vinci», «Hochtief» тощо).

Практично всі великі міжнародні підрядні компанії на сьогоднішній день є диверсифікованими структурами. Але тим не менш, в корпоративній структурі світового ринку будівельних послуг чітко простежується група компаній, що працюють в окремих галузях (як правило, вони працюють в різних секторах, окрім промислового будівництва), а також група універсальних компаній-підрядників – «Chiyoda» (Японія), «Morrison Knudsen» (США), «Vinci» (Франція), «Bilfinger + Berger» (Німеччина), «Hyundai Engineering & Construction» (Південна Корея), «Skanska» (Швеція) та ін.

З огляду на спеціалізацію деяких будівельних компаній, виконання будівельних робіт може покладатися на дрібних субпідрядників, а передпроектні послуги, проектування, управління будівництвом і пусконаладжувальні роботи здійснюються великою будівельною ТНК. У наш час оптимальними маркетинговими стратегіями на світовому ринку будівельних послуг прийнято вважати спеціалізацію малих і середніх будівельних компаній, а також концентрацію їх зусиль на певних сегментах ринку.

Висновки з проведеного дослідження. Транснаціоналізація корпоративної структури світового ринку будівельних послуг в останні роки проявляється в диверсифікації діяльності інженерно-будівельних ТНК, зростаючій динаміці діяльності зарубіжних філій будівельних ТНК, істотному збільшенні прямих іноземних інвестицій будівельних ТНК та виділенні відокремленого положення універсальних компаній-підрядників на ринку. Однак на світовому ринку продовжують активно та відокремлено діяти малі та середні спеціалізовані субпідрядні компанії, що концентрують свої зусилля на певних сегментах ринку. В останні роки на світовому ринку будівельних послуг з урахуванням трансформації його корпоративної структури склалися такі наступні основоположні тенденції: перехід до реалізації відносно невеликих інвестиційних проектів, часте використання інструментів позикового фінансування для реалізації проектів, істотне посилення позицій китайських компаній в зарубіжному будівництві, зміни в організаційній структурі будівельних ТНК, що виразилися в зростанні числа зарубіжних філій і трансформації централізованої структури управління в мережеву, підвищення значення субпідряду як фактору успішного впровадження малих і середніх будівельних компаній з країн, що розвиваються, в післякризових умовах і поступове витіснення країнами, що розвиваються, розвинених країн у здійсненні великих міжнародних проектів як в житловому будівництві, так і в зведенні об'єктів соціальної та дорожньо-транспортної інфраструктури.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. The 2014 EU Industrial R&D Investment Scoreboard. – European Union, IRI, Economics of Industrial Research and Innovation, 2014. – P. 44. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://iri.jrc.ec.europa.eu/scoreboard14.html>
2. Brockmann Ch., Girmscheid G. Global players in the world's construction market / Ch. Brockmann, G. Girmscheid. In: Proceedings of International CIB Symposium «Construction in the XXI century: Local and global challenges». – Roma, 18–21 October 2006.
3. Recent Trends in U.S. Services Trade. 2014 Annual Report. – US, Wash. DC: International Trade Commission, May 2014. – P. 21.
4. Hofstede G. Taming giant projects: managing of multi-organization enterprises / G. Hofstede – Berlin McGraw-Hill, N.Y., 2004. – P.24–26.
5. Volume of Turnover 2013. – EIC 2013 Statistics. 20 October 2014. – [Electronic resource]. – Mode of access: http://www.eic-federation.eu/media/uploads/newsitem/2013_statistics_turnover_short.pdf
6. Promotion of public-private partnership. Development of infrastructure – The Himalayan Times. 07.07.2013. – [Electronic resource]. – Mode of access: <http://www.thehimalayantimes.com/fullNews.php?headline=Promotion+of+public-private+partnership++&NewsID=382881>.

СЕКЦІЯ 3 ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ НАЦІОНАЛЬНИМ ГОСПОДАРСТВОМ

УДК 336.051

Гернего Ю.О.
кандидат економічних наук,
доцент кафедри інвестиційної діяльності
Київського національного економічного університету
імені Вадима Гетьмана

ІДЕНТИФІКАЦІЯ ІМПЕРАТИВІВ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ КРАЇНИ

У статті розглянуто теоретичні аспекти дослідження основних вимог для інноваційного розвитку економіки країни. Розмежовано рівні та функціональні характеристики імперативів інноваційного розвитку. Проаналізовано специфіку прояву імперативів інноваційного розвитку на глобальному, державному та ринковому (суб'єктів господарювання) рівнях.

Ключові слова: розвиток, інновація, імператив, держава, ринок.

Гернего Ю.О. ИДЕНТИФИКАЦИЯ ИМПЕРАТИВОВ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ СТРАНЫ

В статье рассмотрены теоретические аспекты исследования основных требований для инновационного развития экономики страны. Разграничены уровни и функциональные характеристики императивов инновационного развития. Проанализирована специфика проявлений императивов инновационного развития на глобальном, государственном и рыночном (субъектов хозяйственной деятельности) уровнях.

Ключевые слова: развития, инновация, императив, государство, рынок.

Gernego Yu.O. IDENTIFICATION OF COUNTRY INNOVATIVE DEVELOPMENT IMPERATIVES

The theoretical aspects of main requirements for innovative development of national economy research are investigated in the article. The levels and functional characteristics of innovative development imperatives are differentiated. The peculiarities of innovative development imperatives manifestation at the global, state and market levels are analyzed.

Keywords: development, innovation, imperative, state, market.

Постановка проблеми. Успішна інтеграція економіки України до міжнародного співтовариства можлива на основі дотримання ключових соціально-економічних пріоритетів, реалізації механізмів та стратегічних орієнтирів соціально-економічного розвитку. Виконання поставлених вище завдань передбачає розбудову парадигми інноваційного розвитку економіки нашої країни, що сприятиме вирішенню організаційних, функціональних і структурних проблем. Тому інноваційний розвиток економіки України неможливий без належної розбудови виробничої, соціальної, фінансової інфраструктури як основи економічного зростання та забезпечення добробуту населення. У такому випадку актуальності набуває визначення граничних умов, які не повинні порушуватися в контексті інноваційного розвитку економіки країни.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Першим вченим, який звернув увагу на природу інновацій та відзначив необхідні умови для їх впровадження суб'єктами господарювання та подальшого розвитку, а саме науково-організаційну комбінацію виробничих факторів та мотивацію підприємницьким духом, став Й. Шумпетер [1].

З-поміж наших сучасників питанням інноваційного розвитку, обґрунтуванню факторів, механізмів та вимог до різних секторів економіки приділили увагу такі вітчизняні науковці, як О.І. Амоша, В.М. Геець, Л.І. Федулова, В.В. Зянько та інші. Зокрема, О.І. Амоша обґрунтував передумови прийняття рішень на інноваційному шляху розвитку економіки, в тому числі звернув увагу на соціальні аспекти економічного зростання [2; 3]. В.М. Геець досліджує вимоги до інноваційної ринкової економіки в умовах сучасності, її якісні характеристики [4].

Л.І. Федулова оцінює широкий спектр детермінантів інноваційного розвитку як на національному, так і на регіональному рівнях [5; 6]. Поєднання передумов та пріоритетів інноваційного розвитку на макро- та мікрорівнях здійснюється у працях В.В. Зянько [7].

Мета статті. Проте, незважаючи на істотний науковий доробок у царині обґрунтування питань щодо соціально-економічних вимог для досягнення цілей інноваційного розвитку, недостатньо дослідженими залишаються прикладні аспекти граничних вимог для досягнення цілей інноваційного розвитку сучасної ринкової економіки. Тому метою нашої статті є розмежування імперативів інноваційного розвитку країни.

Виклад основного матеріалу дослідження. У теоретичному аспекті поняття «імператив» було обґрунтовано ще І. Кантом у праці «Критика практичного розуму». Згідно поглядів вченого імператив визначався як «вольова максима», «категоричне веління», «пануюча даність у формі вищого принципу» [8, с. 28–29]. Проте визначення імперативу можна розглядати, виходячи з різноманітного змістового наповнення, що пов'язане із об'єктивно різноманітною природою чинників, які зумовлюють проходження того або іншого процесу чи явища. Зокрема, з огляду на об'єктивні процеси та тенденції розвитку сучасності, на нашу думку, імперативи інноваційного розвитку України варто розглядати виходячи з основного спектру соціально-економічних факторів впливу на трьох рівнях: глобальному, державному та ринковому, який конкретизується з огляду на імперативи інноваційного розвитку суб'єктів господарювання (рис. 1).

Інноваційний розвиток ринкової економіки України тісно пов'язаний із специфікою та динамікою проходження інноваційних процесів на міжнародних рин-

ках, що знаходить свій прояв у якості імперативів на глобальному рівні. Під глобальним рівнем прояву імперативів інноваційного розвитку України розуміємо ті вимоги, виконання яких дозволяє національній економіці бути конкурентоспроможною та інноваційною з огляду на позиції інших країн у міжнародному просторі.

Оскільки інноваційний розвиток країни не може бути відособленим від інших країн, вимоги глобального рівня знаходять свій прояв у зовнішньоекономічних імперативах. Зовнішньоекономічні імперативи формуються як відображення зарубіжного досвіду стимулювання інноваційного розвитку, який одночасно формує провідні міжнародні тенденції інноватизації та створює основу для їх покращення на національному рівні.

Наприклад, у розвинених країнах Європи для стимулювання інновацій використовуються диференційовані податкові пільги:

- екстраконцесії – специфічні пільги, які дозволяють підприємствам фінансувати за рахунок податкової бази понад 100% власних інноваційних витрат;
- податковий кредит – пільги, що створюють можливість для підприємств фінансувати частку власних інноваційних витрат за рахунок податкових зобов'язань [9, с. 120].

У свою чергу, ефект від такого стимулювання проявляється у зростанні якісного рівня інновацій не лише на рівні розвинених країн, але й в одночасному розширенні горизонтів інноваційного розвитку на міжнародному рівні. Зокрема, це знаходить свій практичний прояв у модернізації технологій, формуванні технологічних імперативів інноваційного розвитку на глобальному рівні.

З огляду на зазначене, справедливим є твердження про прямий зв'язок технологічних тенденцій, які є пріоритетними на міжнародному рівні, із пріоритет-

ними технологіями для економіки країни та, відповідно, її конкурентоспроможністю на міжнародному рівні. Адже інноваційно розвинена економіка має бути одночасно модернізованою. Тому своєрідним відображенням відповідності національної економіки технологічним вимогам на глобальному рівні є індикатори інноваційної модернізації економіки країни. Зокрема, вартими уваги є макроекономічні показники:

- частка доданої вартості переробної промисловості у ВВП;
- додана вартість переробної промисловості на душу населення.

Серед індикаторів місця іноземних технологій в інвестиційній модернізації економіки країни є чистий приплив прямих іноземних інвестицій, імпорту капітальних товарів, імпорту неуречевлених технологій [10, с. 95].

Проте конкурентоспроможність національної економіки на міжнародному рівні є достатньо складним та комплексним аспектом дослідження, тому на практиці, здебільшого, оцінюються імперативи інноваційного розвитку, характерні для конкретних сфер та окремих галузей. Це зумовлено специфікою готового продукту та особливостями пріоритетних інноваційних технологій, які доцільно застосовувати з метою максимізації ефективності виробничого процесу та отримання максимально можливого кінцевого результату.

В свою чергу, сприйняття усього нового багато в чому залежить від пріоритетних тенденцій, які панують у суспільстві. Адже людський капітал все частіше стає каталізатором впровадження інновацій та реалізації інноваційних пріоритетів, збільшується значущість конкуренції за нього, а також мобільності технологічних знань (особливо це характерно для економік США та Китаю). У зв'язку з різним рівнем науково-технологічного розвитку країн світу у багатьох випадках ринки праці для висококвалі-

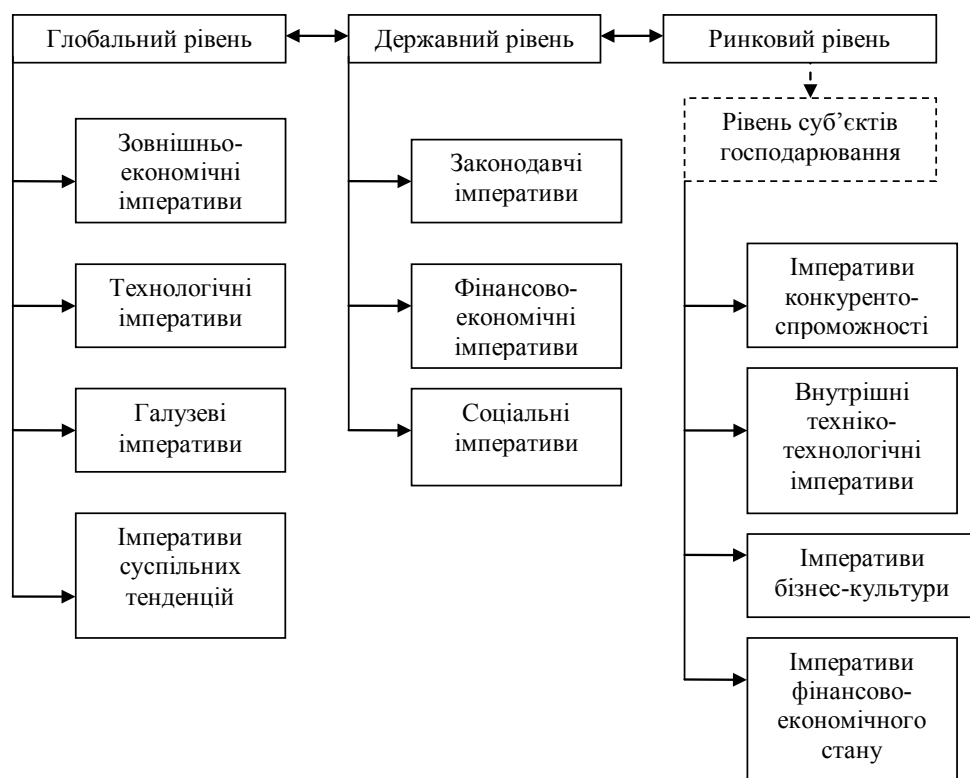


Рис. 1. Прояви імперативів інноваційного розвитку країни

Джерело: узагальнено автором

фікованих кадрів стали незбалансованими, що призводить до незадовільного кадрового забезпечення низки фірм, особливо це характерне для сфери новітніх технологій. Значні відмінності в мотивах, можливостях та результатах потоків людського капіталу все більше актуалізували питання інтернаціональної мобільності та посилення значення аутсорсингу та фактора кроскультурності [5].

Виходячи із цього, передумови для запозичення прогресивного досвіду інноваційного розвитку на глобальному рівні формують так званий суспільний імператив, який полягає як у здатності сприймати чужий прогресивний досвід, так і у намірі ділитися власним досвідом інноваційного розвитку з іншими суб'єктами. Тому на глобальному рівні вимоги економічного, технологічного та галузевого характеру виконуються за умови збереження суспільних імперативів інноваційного розвитку, які фактично показують готовність суспільства до впровадження якісно нових інновацій.

На практиці конкретизація глобальних імперативів інноваційного розвитку відбувається на рівні держави, оскільки саме тут відбувається формування національних пріоритетів та стратегій інноваційного розвитку. Адже складність та динамічність економіки, детермінованої інноваціями, вимагає від держави пошуку все нових напрямів для управління інноваціями. Саме тому в більшості розвинених країн виникає підхід, заснований на побудові так званої національної інноваційної системи, яка дозволяє впроваджувати багатовекторну комплексну горизонтальну політику. При чому успіх та динамізм інноваційного процесу є наслідком здатності державної влади пристосуватися та активніше управляти існуючими інноваціями із використанням диференційованих інструментів впливу. Незмінним інструментарієм державного впливу на результати інноваційної діяльності залишається законодавство, яке створює вимоги для операційної діяльності в контексті інноваційного розвитку.

Поряд із законодавчою основою реалізація сучасних інноваційних пріоритетів вимагає стимулювання, яке здебільшого конкретизується за посередництвом груп фінансово-економічних та факторів механізмів державного впливу. Наприклад, успішна реалізація пріоритетів державної фінансової політики відбувається за умови визначення таких імперативів, як: банківська система та монетарна політика центрального банку, регуляторні впливи на сучасний борговий ринок, визначені державні пріоритети розвитку ринків фінансових послуг, регуляторні впливи на сучасний стан та шляхи активізації національного фондового ринку, регулювання ринку деривативів та їх інноваційних різновидів, інформаційно-мережевий ринок, що обслуговує фінансову сферу, державні впливи на забезпечення транспарентності фінансової політики на міждержавному рівні [11, с. 406].

Одночасно держава має стимулювати позитивне соціальне сприйняття інновацій, адже базою інновацій стають саме потоки знань та поєднання зусиль учасників інноваційного процесу.

Проте на рівні держави обов'язковою умовою для пришвидшення тенденцій інноваційного розвитку є не лише диференціація імперативів, але й їх поєднання за рахунок вибору оптимального інструментарію стимулювання інновацій. З огляду на сучасні тенденції в Україні узагальнюючими імперативами для груп фінансово-економічних та соціальних імперативів є законодавчі. Зокрема, окремі пільги для стимулювання інноваційного розвитку передбачені Законом України «Про інноваційну діяльність», Законом

України «Про спеціальний режим інноваційної діяльності технологічних парків», Податковим кодексом України та рядом інших нормативно-правових актів.

Кінцевими споживачами державних пільг стають суб'єкти, які впроваджують інновації. В умовах сучасного прогресивного суспільства більшість із них функціонує в умовах ринку, що визначає обов'язковою вимогою для їх інноваційного розвитку конкурентоспроможність. Імперативи конкурентоспроможності знаходять свій прояв у інтелектуальних, технологічних, науково-технічних та інформаційних ресурсах, а також традиційних ресурсах, що використовуються в інноваційній діяльності та набувають інноваційного змісту; інституціональних умовах, організаційних можливостях, які забезпечують інноваційну діяльність та безперервність інноваційних процесів; інноваційній стратегії розвитку. У свою чергу, в контексті посилення тенденцій глобалізації імперативи конкурентоспроможності набувають якісно нового змісту, а саме проявляються за рахунок: ресурсів, генерованих на міжнародному рівні та залучених до національної економіки, або створених у країні за участю іноземного капіталу, технологій, знань; ринкових та інституціональних умов та можливостей використання таких ресурсів; інтегративних стратегій, які базуються на міжнародних взаємодіях [12, с. 10].

Тобто реалізація імперативів конкурентоспроможності відбувається виходячи із національних та міжнародних умов. Проте їх впровадження неможливе без дотримання внутрішніх вимог, а саме технологічних та фінансово-економічних імперативів, а також імперативів бізнес-культури. Такі імперативи проявляються за рахунок реалізації можливостей та вибору пріоритетів інноваційного розвитку на рівні конкретних суб'єктів господарювання.

Висновки. Таким чином, на сьогодні інноваційний розвиток вимагає реалізації вимог на різних рівнях. Зокрема, важливим є теоретичне обґрунтування для подальшого практичного застосування ключових груп імперативів інноваційного розвитку країни, а саме:

- на глобальному рівні зовнішньоекономічні імперативи знаходять свій прояв за рахунок реалізації зарубіжного досвіду, а також стимулювання та підтримки його сприйняття на національному рівні; виявом технологічних імперативів є формування якісного рівня технологій на міжнародному рівні; галузеві імперативи діють відповідно до специфіки конкретної галузі та її популяризації у світі; суспільні тенденції є узагальнюючими для зазначених вище груп імперативів, які визначають можливість та перспективи їх подальшого впровадження;
- на державному рівні фінансово-економічні та соціальні імперативи узагальнюються за посередництвом законодавчих імперативів, які передбачають державне стимулювання подальшому інноваційному розвитку;
- на ринковому рівні імперативи реалізуються за посередництвом суб'єктів господарювання, які на основі внутрішніх імперативів та зовнішніх факторів досягають зростання конкурентоспроможності та розширення спектру можливостей інноваційного розвитку.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Инновационный менеджмент : [справ. пособие] / [под ред. П.Н. Завалина, А.К. Казанцева, Л.Э. Миндели]. – Изд. 2-е. – М.: ЦИСН, 1998. – 568 с.
2. Амоша О.І. Інноваційний шлях розвитку України: проблеми та рішення / О.І. Амоша // Економіст : наук. журнал. – 2008. – № 6. – С. 28–34.

3. Амоша О.І. Соціальний потенціал сталого розвитку: інноваційні механізми формування та використання : [монографія] / [О.І. Амоша, В.П. Антонюк, О.Ф. Новікова та ін.] ; Нац. акад. наук України, Ін-т економіки пром-сті. – Донецьк : [Ін-т економіки промисловості НАН України], 2014. – 478 с.
4. Геєць В.М. Якісні зміни в економіці України є нагальними / В.М. Геєць // Вісник Національного банку України. – 2014. – № 4(218). – С. 5–9.
5. Федулова Л.І., Шовкун І.А. та ін. Регіональні інноваційні системи: ідентифікація, оцінка, інститути та інструменти розвитку [наук.-аналіт.доп.] / [Л.І. Федулова, І.А. Шовкун, та ін.], за ред. д.е.н., проф. Л.І. Федулової // НАН України, Ін-т екон. та прогноз. – К., 2012. – 132 с.
6. Федулова Л.І. Тенденції розвитку національних інноваційних систем: уроки для України / Л.І. Федулова // Актуальні проблеми економіки. – 2015. – № 4(166). – С. 94–103.
7. Зянько В.В. Інноваційна діяльність підприємств та її фінансове забезпечення в умовах транзитивних змін економіки України: [монографія] / [В.В. Зянько, І.Ю. Єпіфанова, В.В. Зянько]. – Вінниця : ВНТУ, 2015. – 172 с.
8. Камротов М.В. Идентификация режимов динамики валютного курса доллар – евро: поход на основе реконструкции нелинейных динамических систем / М.В. Камротов // Вопросы экономики. – 2010. – № 12. – С. 82–98.
9. Желюк Т.Л. Аналіз використання фінансового інструментарію в становленні інноваційної економіки / Т.Л. Желюк // Економічний аналіз: зб. наук. праць / Тернопільський національний економічний університет; редкол. : В.А. Дерій (голов. ред.) та ін. – Тернопіль : Видавничо-поліграфічний центр Тернопільського національного економічного університету «Економічна думка», 2015. – Том 22. – № 1. – С. 117–124.
10. Саліхова О.Б. Іноземні технології як детермінанти інвестиційно-інноваційних процесів в Україні / О.Б. Саліхова, Г.О. Бак // Стратегічні пріоритети. – 2015. – № 2(35). – С. 93–104.
11. Лук'янов В.С. Регуляторні імперативи сучасних фінансових ринків / В.С. Лук'янов // Актуальні проблеми економіки. – 2015. – № 1(163). – С. 403–411.
12. Тараненко І.В. Системологічні засади факторного забезпечення стратегій інноваційної конкурентоспроможності країн / І.В. Тараненко // Інвестиції: практика та досвід. – 2015. – № 10. – С. 8–13.

УДК 330:303.732.4

Голіук В.Я.

кандидат економічних наук,

доцент кафедри менеджменту

Національного технічного університету України

«Київський політехнічний інститут»

МЕТОДОЛОГІЯ СИСТЕМНОГО АНАЛІЗУ ТА ЙОГО ВИКОРИСТАННЯ У ФОРМУВАННІ ДЕРЖАВНОЇ ЕКОНОМІЧНОЇ ПОЛІТИКИ

Статтю присвячено дослідженню методології системного аналізу у контексті його використання для формування та проведення ефективної державної економічної політики. У статті узагальнено підходи науковців до визначення сутності системного аналізу, розглянуто суть категорії «система» та класифікації системних об'єктів, етапи еволюції системного аналізу. Особливу увагу приділено теорії самоорганізації систем та особливостям її використання у економічних дослідженнях.

Ключові слова: система, елемент, системний аналіз, взаємодія, самоорганізація.

Голіук В.Я. МЕТОДОЛОГИЯ СИСТЕМНОГО АНАЛИЗА И ЕГО ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ПРИ ФОРМИРОВАНИИ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ПОЛИТИКИ

Статья посвящена исследованию методологии системного анализа в контексте его использования для формирования и проведения эффективной государственной экономической политики. В статье обобщены подходы ученых к определению сущности системного анализа, рассмотрены суть категории «система» и классификации системных объектов, этапы эволюции системного анализа. Особое внимание уделено теории самоорганизации систем и особенностям ее использования в экономических исследованиях.

Ключевые слова: система, элемент, системный анализ, взаимодействие, самоорганизация.

Goliuk V.Y. METHODOLOGY OF SYSTEM ANALYSIS AND ITS USE IN ELABORATION OF THE STATE ECONOMIC POLICY

The aim of the paper is to investigate the methodology of system analysis and the way to apply it to elaborate and implement effective state economic policy. The paper summarizes scientific approaches to the essence of the system analysis, considers the essence of the category «the system» and the classification of the system objects, stages of evolution of the system analysis. Particular attention is paid to the theory of self-organizing systems and the peculiarities of its use in economic research.

Keywords: system, element, system analysis, interaction, self-organization.

Постановка проблеми. Нині в умовах суттєвого падіння обсягів ВВП України питання розробки та реалізації ефективної державної економічної політики постає особливо гостро. Невід'ємною передумовою формування перспективних напрямів реформування вітчизняної економіки є дослідження національного господарства за допомогою широкого спектру методологічного інструментарію, одним з важливих елементів якого є системний аналіз.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Системний аналіз та особливості його використання у економічних дослідженнях були і залишаються предме-

том наукового інтересу низки як вітчизняних, так і зарубіжних науковців, а саме Н. Блауберга, В. Бранського, І. Гречиної, М. Згуровського, Е. Князевої, С. Курдюмова, В. Лекторського, Г. Мучника, Н. Овчинникова, І. Пригожина, О. Пугачової, Г. Рузавина, В. Садовського, С. Серьогіної, В. Спіцнаделя, Г. Хакена, Е. Юдіна та ін. Однак специфіка економічної системи України все ще вимагає проведення аналізу принципів організації її елементів та структури.

Мета статті полягає у дослідженні сутності системного аналізу та принципів його використання у вивченні економічних систем.

Виклад основного матеріалу дослідження. Національне господарство, його елементи, структура та принципи організації нерідко виступають об'єктом досліджень, що проводиться за допомогою інструментарію системного аналізу. Свідчення перших кроків у використанні системного підходу у дослідженнях науковці знаходять ще у знахідках періоду античності. І. Гречина виділяє п'ять основних етапів еволюції системних ідей [1, с. 17]:

I. Період від античності до початку XV ст. охоплює появу і розвиток системних ідей.

II. Протягом періоду з початку XV ст. до кінця XVIII ст. відбувається формування перших системних теорій, які охоплюють усі галузі знань.

III. У кінці XVIII – на початку XX ст. системність перетворюється в наукове знання про формації, стає інструментом пізнавальної діяльності.

IV. Протягом XX ст. зароджуються перші основи системного підходу як методології наукових досліджень.

V. Період кінця XX – початку XXI ст. характеризується глобалізацією системних ідей і методів.

Існує багато визначень системного підходу. А. Холл розглядає системний підхід як інтеграцію, синтезований розгляд різних сторін явища, об'єкта. С. Оптнер вважає, що системний підхід – адекватний засіб дослідження і розробки не будь-яких об'єктів, дозволює називати системами, а лише таких, які є органічним цілим. [2, с. 152]. Саме під впливом методологічних ідей системного підходу було сформовано інструментарій системного аналізу, який виник на потребу вирішення комплексних проблем у сфері управління [3, с. 56]. Серед численних сфер використання системного аналізу слід вказати і сектор розробки та імплементації національної економічної політики.

Ю. Черняк пропонує наступне визначення системного аналізу: системний аналіз – це методологія дослідження властивостей і відносин у об'єктах, що важко піддаються розумінню, за допомогою протиставлення цих об'єктів як цілеспрямованих систем і вивчення властивостей цих систем, взаємовідносин між цілями і засобами їх реалізації [4, с. 4]. На думку В. Спіцнаделя, суть системного аналізу полягає у наступному. Він розглядається як методологія поглибленого усвідомлення (розуміння) і впорядкування (структуризації) проблеми. Системний аналіз пов'язаний з прийняттям оптимального рішення з багатьох можливих альтернатив, кожна з яких оцінюється з позиції тривалої перспективи. Таким чином, В. Спіцнадель розглядає системний аналіз як сукупність методів і засобів розробки, прийняття і обґрунтування рішень [2, с. 168]. Такий підхід повністю відповідає потребам як макро-, так і мікрорівня економічної науки, адже реалізація ефективної державної економічної політики потребує попереднього ґрунтового аналізу об'єкту політики – економічної системи – з метою виокремлення рішень, спрямованих на стимулювання її розвитку.

Позитивною рисою системного аналізу є те, що він дозволяє систематично та ефективно поєднувати судження й інтуїцію експертів у відповідних областях. Використання системного аналізу в економічній науці передбачає синтез аналітичних даних, що стосуються окремих зрізів, частин та елементів досліджуваного об'єкта, їх структур, а також структури об'єкта в цілому. Системний аналіз має й обмеження. Обмеженість системного аналізу зумовлена передусім неуникною неповнотою аналізу. Деякі фактори соціально-політичного характеру повинні відігравати важливу роль при розробці та виборі альтерна-

тив. Але сьогодні не існує навіть наближених способів виміряти ці фактори, і доводиться враховувати їх інтуїтивно. Основним і найбільш цінним результатом системного аналізу визнають не якікісні конкретні шляхи вирішення проблеми, а збільшення ступеня її розуміння і можливих шляхів вирішення у спеціалістів і експертів [2, с. 168].

Основа категорійного апарату системного аналізу при використанні його, у тому числі у економічних дослідженнях, складають поняття: система, зв'язок, структура, елемент, системний параметр. Система (грець. – «складене з частин», «з'єднання», від «з'єдную, складаю») – це об'єктивна єдність закономірно пов'язаних один з одним предметів, явищ, а також знань про природу і суспільство. Досить вичерпну характеристику поняття системи дає В. Спіцнадель, який виділяє такі основні властивості системи:

1. Система є насамперед сукупністю елементів. За певних умов елементи можуть розглядатися як системи.

2. Наявність істотних зв'язків між елементами і (чи) їх властивостями, що перевищують за потужністю зв'язки цих елементів з елементами, що не входять до даної системи. Ця властивість виділяє систему з навколишнього середовища у вигляді цілісного об'єкта.

3. Наявність певної організації, що проявляється у зниженні термодинамічної ентропії (ступеня невізначеності) системи у порівнянні з ентропією системомоформуючих факторів, що визначають можливість створення системи. До цих факторів відносять кількість елементів системи, кількість наявних зв'язків, які може мати елемент, тощо.

4. Існування інтегративних властивостей, тобто властивих системі в цілому, але не властивих ні одному з її елементів окремо. Їх наявність свідчить про те, що властивості системи, хоча і залежать від властивостей елементів, але не визначаються ними повністю [2, с. 118–119].

Всі реально існуючі сукупності об'єктів (а будь-яка економічна система є такою сукупністю, хоча і не кожна сукупність є системою) можна поділити на три великі класи: неорганізовані сукупності, неорганічні системи, органічні системи. Неорганізована сукупність позбавлена будь-яких істотних рис внутрішньої організації. Зв'язки між її складовими мають зовнішній, випадковий, несуттєвий характер. Входячи до складу такого об'єднання чи залишаючи його, складові не зазнають жодних змін, що говорить про відсутність у такої сукупності цілісних, інтегративних властивостей. Така сукупність позбавлена системного характеру [2, с. 125].

Два інших класи сукупностей – неорганічні та органічні економічні системи – характеризує наявність зв'язків між елементами і прояв у цілісній системі нових властивостей, нехарактерних окремим елементами. Досить важко здійснити чіткий поділ вказаних систем за структурною ознакою (тобто за їх складом, будовою). Справа у тому, що в основі відмінностей органічних і неорганічних цілісних систем лежать особливості притаманних їм процесів розвитку; структура ж системи є результатом цих процесів і пояснюється ними. Органічна система є цілим, що саморозвивається, у процесі свого розвитку проходить послідовні етапи ускладнення і диференціації. Цим пояснюються наступні специфічні властивості органічних систем у економіці, що відрізняють їх від систем неорганічних.

1. Органічна система має не тільки структурні, а й генетичні зв'язки.

2. Органічна система має не тільки зв'язки координації (взаємодії елементів), але й зв'язки субординації, зумовлені походженням одних елементів з інших, виникненням нових зв'язків і т.д.

3. Органічна система має особливі керуючі механізми, через які структура цілого впливає на характер функціонування і розвиток частин.

4. У неорганічному цілому у зв'язку з менш тісною залежністю між системою та її складовими основні властивості частин визначаються їх внутрішньою структурою, а не структурою цілого. Зв'язки всередині цілого не викликають докорінних якісних перетворень частин. З цим пов'язана здатність частин неорганічного цілого до самостійного існування. А у органічному цілому основні властивості частин визначаються закономірностями, структурою цілого. Залежність між такою системою та її компонентами є настільки тісною, що елементи системи позбавлені здатності до самостійного існування.

5. Якщо у неорганічних системах елемент часто є активнішим, ніж ціле, то з ускладненням організації активність все більшою мірою передається від частин цілому.

6. Органічне ціле формується з тих частин, які функціонують у розвинутому цілому. Під час розвитку органічної системи відбуваються якісні зміни частин разом з цілим.

7. Стійкість неорганічних систем зумовлена стабільністю елементів; навпаки, необхідною умовою стійкості органічних систем є постійне оновлення їх елементів.

8. Всередині органічного цілого існують своєрідні блоки (підсистеми) [2, с. 125–129].

Спільні риси досліджуваних системних об'єктів лягли в основу їх класифікацій, які широко використовуються як економістами, так і науковцями інших гуманітарних та природничих наук. Так, А. Холл і Р. Фейджин на основі власного визначення системи поділяють системи на цілісні та сумативні: якщо зміна у кожній окремій частині системи викликає зміни всіх інших частин і в цілій системі, то у цьому випадку система є цілісною; якщо зміна кожної частини системи не викликає зміни інших частин, то система вважається сумативною [5, с. 43].

В. Спіцнадель пропонує наступну класифікацію систем. Всі системи він поділяє на матеріальні та абстрактні. В свою чергу, матеріальні системи поділяються на природні та штучні, а абстрактні – на описові (логічні) та символічні (математичні). Матеріальні системи є об'єктами реального часу. Природні системи є сукупністю об'єктів природи, а штучні системи є сукупністю соціально-економічних чи технічних об'єктів. Природні системи поділяються на астрокосмічні, планетарні, фізичні, хімічні. Штучні системи можуть бути класифікованими за кількома ознаками, головними з яких є роль людини в системі. За цією ознакою виділяються два класи систем: технічні та організаційно-економічні [2, с. 124]. Абстрактна система – це уможливлення уявлення образів чи моделей математичних систем, які поділяються на описові і символічні. Описові поділяються на індуктивні й дедуктивні. Символічні – статистичні, динамічні, квазістатистичні (квазідинамічні) системи (знаходяться у нестійкому положенні між статикою і динамікою, які за одних умов ведуть себе як статистичні, а за інших – як динамічні) [2, с. 125].

Професор Ю. Черняк пропонує наступну класифікацію систем [4, с. 28–38]. Він виділяє такі корисні, у тому числі й економістам, параметри класифікації, як розмір, складність, динамічність, організованість,

керованість та цілеспрямованість системи. Згідно поданої класифікації науковець зосереджує увагу на таких типах систем:

1. Великі системи – це системи, що не спостерігаються одночасно з позиції одного спостерігача чи у часі, чи у просторі. У таких випадках система розглядається послідовно за частинами (підсистемами), поступово переміщуючись на більш високий ступінь. Кожна з підсистем одного рівня, ієрархії описується однією і тією ж мовою, а при переході на наступний рівень спостерігач вже потребує метамови, що є розширенням мови першого рівня. Створення цієї мови рівноцінно відкриттю законів походження самої структури системи та є найбільшим результатом дослідження.

2. Складні системи – це системи, які не можна scomпонувати з деяких підсистем. Дослідження такої системи рівноцінно тому, що спостерігач послідовно змінює свою позицію стосовно об'єкта і спостерігає його з різних сторін.

3. Динамічні системи – це системи, що постійно змінюються. Будь-яка зміна, що відбувається у такій системі, називається процесом [4, с. 34]. У межах класу динамічних систем виділяються детерміновані та ймовірнісні системи. Детермінованою називають систему, у якій може бути лише один тип поведінки. Ймовірнісна система – це система, поведінка якої може бути передбачена з певним ступенем ймовірності на основі вивчення її колишньої поведінки (протоколу).

Важливе місце у теорії систем (зокрема, динамічних) займає теорія самоорганізації, яка дедалі частіше використовується у економічних дослідженнях. Самоорганізація динамічної системи – здатність відновлювати свою структуру чи поведінку для компенсації впливу факторів чи змінювати їх, прилаштовуючи до умов навколишнього середовища [3, с. 63]. З цим поняттям тісно пов'язані поняття рівноваги та інваріанту поведінки системи. Властивість рівноваги – здатність повертатися до початкового стану (до початкової поведінки), компенсуючи хвилюючі дії середовища [4, с. 35–36]. Інваріант поведінки динамічної системи – це те, що залишається незмінним у її поведінці протягом будь-якого відрізка часу [2, с. 127].

Синергетичний підхід нині вважається одним із найбільш прогресивних напрямів розвитку системного аналізу. Ідеї синергетики почали проникати у соціально-економічні науки з кінця 80-х рр. За допомогою цього підходу досліджуються нестійкі нелінійні системи і фокусується увага на нелінійних явищах у економічній еволюції, таких як структурні зміни, біфуркації, хаос. Синергетичний ефект в економіці – це результат взаємодії елементів економічної системи, що призводить до зміни якісного стану економіки та її утримання на стійкій траєкторії розвитку, незважаючи на екзогенні шоки та ендогенні флуктуації [6]. Науковці [7] виділяють наступні методологічні орієнтири економічного аналізу у рамках синергетичного підходу:

- незамкнутість економічних систем;
- нерівноважність економічних процесів;
- безповоротність економічної еволюції;
- нелінійність економічних перетворень;
- неоднозначність економічних цілей.

4. Кібернетичні чи керуючі системи – системи, за допомогою яких досліджуються процеси управління в технічних, біологічних та соціальних (у тому числі соціально-економічних) системах. Центральним поняттям тут є інформація – засіб впливу на поведінку системи безвідносно до матеріального складу цього засобу. Система стає кібернетичною, якщо щодо неї прийнято наступну аксіому: система є відносно ізо-

льованою у інформаційному відношенні й абсолютно проникною у матеріально-енергетичному відношенні. Це означає, що будь-яке надходження інформації з середовища в систему (вхід) і надходження інформації з системи в середовище (вихід) є контрольованим, або хоча б спостережним; матеріальні й енергетичні потоки розглядаються лише у ролі носіїв інформації. Важливим поняттям такої системи є поняття зворотнього зв'язку, зміст якого полягає у інформаційному впливі виходу системи на її вхід [4, с. 35–36].

5. Цілеспрямовані системи – системи, що володіють цілеспрямованістю (тобто управлінням системи і приведенням до певної поведінки чи стану, компенсуючи зовнішній вплив). Досягнення цілі у більшості випадків має ймовірнісний характер. Ціль визначається як бажаний стан системи, певну реакцію на виході системи. Засоби досягнення цілей відбираються за певними правилами чи нормами, тобто критеріями [4, с. 37].

Висновки. Системний аналіз був і залишається одним із базових методів дослідження у багатьох, у тому числі й економічних, науках. Використання цього методу допомагає досліднику, насамперед, проникнути у суть досліджуваного об'єкта, однак нині бракує методологічних підходів, які дали б змогу у його рамках повною мірою використовувати можливості математичного апарату. Серед багатьох типів систем, що виділяються дослідниками, найбільший інтерес викликають саме динамічні системи, до яких належать національні економічні системи, у тому

числі й економіка нашої держави. Ґрунтовний аналіз національної економічної системи є невід'ємною передумовою формування та імплементації ефективної економічної політики держави.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Гречина І.В. Системний підхід як методологічна основа дослідження потенціалу економічних систем / І.В. Гречина // Економічний аналіз. – 2010. – Випуск 7. – С. 15–18. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://econa.at.ua/Vypusk_7/grachyna.pdf
2. Спицнадель В.Н. Основы системного анализа / В.Н. Спицнадель : [учебное пособие]. – СПб.: «Изд. дом. «Бизнес-пресса»», 2000.
3. Блауберг Н.В. Системный подход в современной науке / [Н.В. Блауберг, В.Н. Садовский, Е.Г. Юдин] // Проблемы методологии системного исследования. – М.: Мысль. 1970.
4. Черняк Ю.И. Системный анализ в управлении экономикой / Ю.И. Черняк. – М.: «Экономика», 1975.
5. Лекторський В.А. О принципах исследования систем / В.А. Лекторський, В.Н. Садовський // Вопросы Философии. – 1960. – №8. – С. 41–53.
6. Мекшун П.В. Системно-синергетичний аспект забезпечення економічної безпеки національної економіки / П.В. Мекшун // Ефективна економіка. – 2013. – №4. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=1963>
7. Пугачова О.Г. Теорія катастроф і біфуркацій: синергетика у економіці / О.Г. Пугачова // Інститут еволюційної економіки. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://iee.org.ua/ua/publication/78/>

УДК 330.322:338.3:637.12

Дремлюк А.В.
аспірант

Уманського національного університету садівництва

НАПРЯМИ ФОРМУВАННЯ ЕФЕКТИВНОГО ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНОГО МЕХАНІЗМУ ІНВЕСТИВАННЯ МОЛОЧНОГО СКОТАРСТВА

У статті досліджуються сучасні умови та основні перешкоди залучення інвестицій в галузь молочного скотарства України. У відповідності до виявлених перешкод запропоновано напрями удосконалення діючого організаційно-економічного механізму залучення інвестицій у молочне скотарство. Обґрунтовано практичні рекомендації щодо інвестиційного забезпечення розвитку галузі молочного скотарства.

Ключові слова: інвестиції, організаційно-економічний механізм, інвестування, інвестиційна діяльність, молочне скотарство.

Дремлюк А.В. НАПРАВЛЕНИЯ ФОРМИРОВАНИЯ ЭФФЕКТИВНОГО ОРГАНИЗАЦИОННО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО МЕХАНИЗМА ИНВЕСТИРОВАНИЯ МОЛОЧНОГО ЖИВОТНОВОДСТВА

В статье исследуются современные условия и основные препятствия привлечения инвестиций в отрасль молочного животноводства Украины. В соответствии с выявленными препятствиями предложены направления совершенствования действующего организационно-экономического механизма привлечения инвестиций в молочное животноводство. Обоснованы практические рекомендации по инвестиционному обеспечению развития отрасли молочного животноводства.

Ключевые слова: инвестиции, организационно-экономический механизм, инвестирование, инвестиционная деятельность, молочное животноводство.

Dremlyuk A.V. THE WAYS OF FORMING EFFECTIVE ORGANIZATIONAL AND ECONOMIC MECHANISM OF INVESTMENTS IN DAIRY CATTLE

The article deals with modern facilities and the main obstacles of attracting investments in dairy cattle industry of Ukraine. In accordance with the identified obstacles the directions of improving existing organizational and economic mechanism of attractinn investments in dairy cattle were proposed. The practical advices for supporting investments in dairy industry were grounded.

Keywords: investments, organizational and economic mechanism, investing, investment activity, dairy farming.

Постановка проблеми. Однією з основних причин, що продовжує стримувати розвиток молочного скотарства, є низький рівень залучення інвестицій в галузь. Незважаючи на деяке пожвавлення інвестиційних процесів у 2009–2010 рр., що знайшло своє відобра-

ження у зростанні кількості введених в дію тваринницьких приміщень, фактичні обсяги інвестицій досі залишаються недостатніми для повноцінного забезпечення галузі реконструйованими чи новозбудованими приміщеннями. Більшість дослідників основною

причиною зниження інвестицій в сільське господарство, зокрема в молочне скотарство, вважають низький рівень інвестиційної привабливості, зумовлений низькою причиною, серед яких: нестабільна політична та економічна ситуація, відсутність в Україні повноцінного ринку землі, низькі темпи інтеграції країни в європейські ринки, недосконалі механізми державної інвестиційної підтримки виробників молока. Вимоги до якості молока, закріплені в державних стандартах, значно нижчі за світові. Це створює підґрунтя для низької ціни на якісне молоко, що, в свою чергу, робить невигідними інвестиції та саме виробництво якісного молока. Крім того, передчасне скасування спецрежиму ПДВ (яке було заплановане на 1 січня 2018 р.) стало дуже болісним питанням для сільськогосподарських виробників. В умовах відсутності прямої бюджетної підтримки спецрежим оподаткування залишався для аграріїв єдиним ефективним інструментом державної допомоги. Тепер для зменшення втрат від скасування спецрежиму мають бути розроблені ефективні програми прямої підтримки сектору, а також встановлені законодавчі гарантії реального фінансування відповідних програм.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вивчення публікацій з обраної тематики виявило, що теоретичним і практичним аспектам інвестиційного забезпечення розвитку аграрних підприємств значну увагу приділяли вчені-економісти: В. Андрійчук, І. Вініченко, В. Галушко, С. Гуткевич, М. Дем'яненко, М. Кісіль, М. Коденська, Є. Ланченко, Ю. Лупенко, Л. Павловська, Г. Підлісецький, О. Поліщук, О. Ролінський, П. Саблук, В. Ходаківський та ін. Проблеми залучення інвестицій в галузь молочного скотарства досліджували М. Ільчук, Н. Калінчик, П. Канінський, П. Коваль, М. Місюк, Т. Мостенська, Т. Краснодєд, Р. Петренко, А. Петриченко, Д. Толстопятова, П. Шваб та ін. Проте, недостатньо дослідженими залишаються причини зниження інвестицій в сільське господарство, зокрема в молочне скотарство, особливостей інвестування галузі, обґрунтування практичних рекомендацій щодо інвестиційного забезпечення розвитку галузі молочного скотарства.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Незважаючи на значну кількість публікацій в галузі інвестування молочного скотарства, до цих пір не існує єдиного організаційно-економічного механізму залучення капіталу в галузь.

Мета статті. Проаналізувати основні тенденції розвитку галузі, визначити проблеми, що стримують надходження інвестиційного капіталу, дослідити напрями формування організаційно-економічного механізму залучення інвестицій в молочне скотарство України.

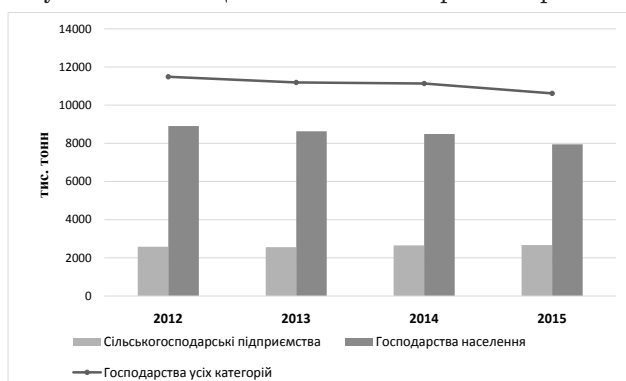


Рис. 1. Динаміка виробництва молока в Україні за категоріями господарств [2, с. 156; 3, с. 178; 4, с. 181; 5, с. 179]

Виклад основного матеріалу дослідження. Аналіз динаміки виробництва молока в Україні (рис. 1) свідчить про стійкі тенденції до зменшення його обсягів та збереження значної частки господарств населення (близько 80%) у структурі виробництва. Так, у 2014 р. обсяг виробленого молока в усіх категоріях господарств склав 10 615,4 тис. т, що становить 83,8% від рівня 2000 р. та 95,4% від рівня попереднього року.

Дана тенденція відбувається у зв'язку зі скороченням ними поголів'я великої рогатої худоби та корів. Якщо у 2012 р. воно становило 4 534 тис. голів, то у 2015 р. – лише 3 750,3 відповідно. (рис. 2).

У сільськогосподарських підприємствах за визначений період основне стадо скоротилося на 167 тис. голів. Як наслідок, відбулося скорочення сировинної бази, перевага належить дрібнотоварному виробництву.

Тенденцією останніх років є запровадження технологій, що дають можливість знизити собівартість виробництва продукції та підвищити її якість. Однак це потребує додаткового залучення інвестиційного капіталу і, відповідно, розробки організаційно-економічного механізму залучення інвестицій в галузь молочного скотарства.

Організаційно-економічний механізм залучення інвестицій в галузь молочного скотарства слід розглядати як систему організаційних, економічних, правових, управлінських і регулюючих дій, способів і процесів, які формують і впливають на порядок здійснення інвестиційної діяльності й протікання інвестиційних процесів у молочному скотарстві. Розробка і запровадження ефективної роботи механізму приведе до досягнення очікуваних економічних, соціальних, екологічних та інших результатів.

Нині основою стабільного функціонування галузі є великотоварне виробництво, що потребує створення належної матеріально-технічної бази, а відтак – значних капіталовкладень. Орієнтовна потреба в коштах для будівництва сучасного молочно-товарного комплексу на 1 тис. гол. основного стада, обладнаного доїльним залом, за безприв'язного, боксового утримання корів становить 84,4 млн. грн. Такі проекти є привабливими для інвесторів, які пов'язують свою майбутню діяльність з молочним бізнесом. Окрім цього, доцільним є запровадження інноваційних підходів господарювання в середніх за розмірами сільськогосподарських підприємствах, у тому числі фермерських господарствах. Сільськогосподарські підприємства з площею ріллі 4–6 тис. га можуть побудувати або реконструювати наявні підприємства з потужністю 400–600 корів. Будівництво таких ферм передбачає менші суми інвестицій [1, с. 44–46].

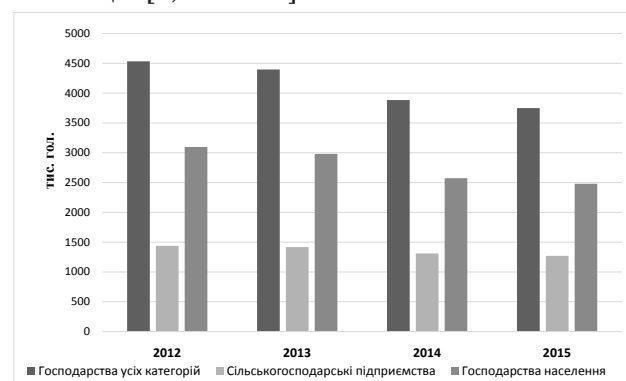


Рис. 2. Динаміка поголів'я великої рогатої худоби за категоріями господарств в Україні [2, с. 156; 3, с. 178; 4, с. 181; 5, с. 179]

Досягнення перспективних показників розвитку галузі неможливе без підвищення ефективності господарювання дрібних товаровиробників. У період становлення великотоварного виробництва особисті селянські господарства забезпечують значну частку потреб внутрішнього ринку. Дрібнотоварним виробникам доцільно об'єднуватися в молочарські кооперативи задля сприяння формуванню товарних партій продукції, її централізованій реалізації та можливості підвищення закупівельних цін.

Перебудова галузі повинна супроводжуватися комплексною цілеспрямованою державною підтримкою. Зокрема, для розвитку великотоварного виробництва необхідно розширити доступ підприємців до середньострокових (до 3 років) та довгострокових (до 8 років) кредитів комерційних банків за рахунок часткової компенсації з Державного бюджету ставок користування запозиченими коштами, а також подовження та збільшення фінансування відшкодувань суб'єктам господарювання вартості будівництва і реконструкції тваринницьких комплексів. Окрім цього, значною підтримкою при залученні інвестицій у великотоварне виробництво має бути спрощення правової процедури впровадження тваринницьких проектів [6].

Селянські господарства, які виробляють товарне молоко та бажають збільшити поголів'я корів, повинні отримувати державну підтримку на одному рівні з сільськогосподарськими підприємствами. Тому потребують подовження програми часткової компенсації визначених витрат на придбання обладнання для доїння й охолодження молока, реєстрацію й ідентифікацію худоби господарств населення, штучне осіменіння маточного поголів'я тощо.

Погоджуючись із П. Коваль, що організаційно-економічний механізм залучення інвестицій в галузь молочного скотарства слід розглядати як систему організаційних, економічних, правових, управлінських і регулюючих дій, способів і процесів, які формують і впливають на порядок здійснення інвестиційної діяльності й протікання інвестиційних процесів у молочному скотарстві, що приведе до досягнення очікуваних економічних, соціальних, екологічних та інших результатів [7, с. 45–52]. Однак вважаємо, що для різних за розмірами груп господарств повинен бути сформований специфічний організаційно-економічний механізм, який би враховував їх особливості.

Наразі в експертному середовищі існує декілька принципових підходів до розвитку молочного тваринництва. Більша частина науковців спрямовує інвестиції на створення сучасних великотоварних ферм (або реконструкції існуючих ферм із використанням сучасних технологій), пристосованих до виробництва високоякісного молока, яке купується за вищими цінами. Створення великотоварних ферм дає можливість зменшити питому вартість скотомісця та забезпечити можливість отримувати максимальну виручку. Водночас такий підхід потребує великих в абсолютному вимірі обсягів інвестицій, які мають бути щонайменше захищені гарантованим ринком збуту. Інші вчені відзначають створення розгалуженої мережі середніх та дрібних м'ясо-молочних ферм, орієнтованих на регіональні та кліматичні особливості. У більшості випадків нові проекти розробляються із перспективою прямої співпраці інвестора з основним споживачем молочної сировини, якими є підприємства та компанії молокопереробної промисловості.

Дослідивши стан і проблеми розвитку молочного скотарства, зауважимо, що на сучасному етапі розвитку молочної галузі існують наступні перспективні напрями:

- подальше поліпшення селекційно-плеїнної роботи і забезпечення розширеного власного відтворення шляхом вирощування плеїнного поголів'я з високим генетичним потенціалом плеїнними заводами та плеїнрепродукторами;

- підвищення продуктивності худоби шляхом поліпшення рівня годівлі поголів'я, ліквідації білкового та вітамінного дефіциту в кормах, збільшення в раціонах тих видів кормів, які максимально сприяють виходу продукції з розрахунку на голову худоби і поліпшення її якості;

- удосконалення структури кормовиробництва, впровадження найбільш прогресивних методів збирання, зберігання і підготовки кормів до згодовування;

- інвестування в розвиток власної сировинної бази шляхом створення сучасних молочних ферм та здійснення комплексної реконструкції та модернізації існуючих приміщень ферм із запровадженням прогресивних технологій утримання тварин, нових систем машин і механізмів для комплексної механізації й автоматизації виробничих процесів, а також нових організаційних форм;

- забезпечення прискореного розвитку галузі за рахунок створення спеціалізованих господарств з молочного скотарства й концентрації та інтенсифікації виробництва молока на базових аграрних підприємствах;

- здійснення дієвої державної підтримки молочного скотарства і залучення коштів обласного і місцевих бюджетів.

Реалізацію визначених напрямів розвитку галузі забезпечить сформований організаційно-економічний механізм, що буде враховувати створення сприятливого інвестиційного середовища для досягнення оптимального рівня насиченості внутрішнього ринку молочною продукцією.

Висновки. Отже, в сучасних умовах основним інструментом механізму реалізації стратегічних цілей економічного розвитку підприємства є інвестиції. На даний час в Україні не існує єдиного бачення вирішення проблем інвестиційного розвитку сектора молочного виробництва та можливих схем взаємовідносин виробника молочної сировини і переробника. Досліджені причини зниження інвестицій в молочне скотарство дозволили обґрунтувати перспективні напрями інвестиційного забезпечення розвитку галузі. Серед них головні: подальше поліпшення селекційно-плеїнної роботи, підвищення продуктивності худоби шляхом поліпшення рівня годівлі поголів'я, удосконалення структури кормовиробництва, інвестування в розвиток власної сировинної бази та здійснення дієвої державної підтримки молочного скотарства.

Ефективність функціонування організаційно-економічного механізму залучення інвестицій визначається тим, наскільки раціонально та адекватно здійснюється взаємозв'язок між його організаційними та економічними складовими. Тому, при формуванні механізму доцільно буде враховувати специфічні особливості великих та дрібних товаровиробників. Визначені перспективні напрями інвестиційного розвитку галузі молочного скотарства дозволять значно підвищити її ефективність і на цій основі збільшити обсяги виробництва молочної продукції та покращити її якість.

Розгляд проблемних питань вимагає подальшого дослідження практичних та теоретичних аспектів формування ефективного організаційно-економічного механізму інвестування молочного скотарства.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Маслак О.М. Світові тенденції молочного ринку / О.М. Маслак, Т.В. Хворост // Пропозиція. – 2010. – № 2. – С. 44–46.
2. Статистичний збірник «Тваринництво України» за 2012 р. / [ред. Ю.М. Остапчук]. – К.: Держкомстат України, 2013. – 202 с.
3. Статистичний збірник «Тваринництво України» за 2013 р. / [ред. Н.С. Власенко]. – К.: Держкомстат України, 2014. – 211 с.
4. Статистичний збірник «Тваринництво України» за 2014 р. / [ред. Н.С. Власенко]. – К.: Держстат України, 2015. – 212 с.
5. Статистичний збірник «Тваринництво України» за 2015 р. / [ред. Н.С. Власенко]. – К.: Держстат України, 2016. – 212 с.
6. Проект Концепції комплексної державної програми реформ та розвитку сільського господарства України. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://ugaport.org.ua/files/Projekt_concept_agroreform.doc.
7. Коваль П.В. Ефективність функціонування аграрних підприємств в умовах зміни темпів і пропорцій відтворення ресурсного потенціалу / П.В. Коваль. // Економіка АПК. – 2005. – № 8. – С. 11–16.

УДК 631.1

Капітула С.В.

*кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри фінансів
суб'єктів господарювання та інноваційного розвитку
ДВНЗ «Криворізький національний університет»*

Ільченко В.О.

*кандидат економічних наук,
старший викладач кафедри економіки,
організації та управління підприємствами
ДВНЗ «Криворізький національний університет»*

ПРОБЛЕМА ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ НАЦІОНАЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА УКРАЇНИ В УМОВАХ ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНОЇ КРИЗИ

У статті піднімається проблема економічної безпеки національного господарства України в сучасних кризових умовах. Наведена статистика збиткових, збанкрутілих та ліквідованих підприємств по областях України. Наведена графічна інтерпретація методу мінімізації загальних витрат та розроблено механізм визначення оптимального розміру превентивних витрат на забезпечення економічної безпеки.

Ключові слова: економічна безпека, банкрутство, маржинальні, превентивні, ліквідаційні витрати на забезпечення економічної безпеки.

Капітула С.В., Ільченко В.А. ПРОБЛЕМА ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ НАЦИОНАЛЬНОГО ХОЗЯЙСТВА УКРАИНЫ В УСЛОВИЯХ ФИНАНСОВО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО КРИЗИСА

В статье поднимается проблема экономической безопасности национального хозяйства Украины в современных кризисных условиях. Приводится статистика убыточных, обанкротившихся и ликвидированных предприятий по областям Украины. Приведена графическая интерпретация метода минимизации совокупных затрат и разработан механизм определения оптимального размера превентивных затрат на обеспечение экономической безопасности.

Ключевые слова: экономическая безопасность, банкротство, маржинальные, превентивные, ликвидационные затраты на обеспечение экономической безопасности.

Kapitula S.V., Ilchenko V.A. PROBLEM OF ECONOMIC SECURITY NATIONAL ECONOMY OF UKRAINE IN CONDITIONS OF FINANCIAL AND ECONOMIC CRISIS

The article raises the problem of the economic security of the national economy of Ukraine in the current crisis. Provides statistics unprofitable, bankrupt and liquidated enterprises by regions of Ukraine. There is a graphical interpretation of the method of minimizing the total cost and developed a mechanism for determining the optimum size of the cost of preventive maintenance of economic safety.

Keywords: economic security, bankruptcy, margin, preventive, liquidation costs of economic security.

Постановка проблеми. В сучасних умовах економічної, політичної та фінансової кризи гостро постає проблема економічної безпеки національного господарства України, що обумовлено низкою негативних явищ фінансово-економічного характеру. Актуальність дослідження економічної безпеки національного господарства обумовлена порівняно високою кількістю банкрутств серед підприємств різних галузей не лише України, а й всього світу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дане питання не досить широко досліджено в сучасних наукових джерелах, що обумовлено, в першу чергу, стрімкістю розвитку сучасної фінансово-економічної кризи. Однак існують деякі ґрунтовні праці, в яких досліджуються відповідні теоретико-методоло-

гічні підходи. Насамперед, це праці Терещенко О.О., Лисенко Ю.Г., Міщенко С.Г., Руденського Р.А., Спірідонова А.А. тощо.

Метою статті є акцентування уваги на проблемі економічної безпеки національного господарства України в умовах фінансово-економічної кризи. Також вважаємо за необхідне розробку механізму визначення оптимального розміру превентивних витрат на забезпечення економічної безпеки.

Виклад основного матеріалу дослідження. Ряд досліджень вітчизняних та іноземних науковців свідчить про те, що у світі із кожних 100 новостворених підприємств утримується на ринку не більш як 20–30 [1]. Особливо актуальне це питання зараз, коли, за статистичними даними агенції «Standard

& Poor's», з початку 2016 р. у світі спостерігається максимальна кількість дефолтів з 2009 р. [2]. Фахівці «Standard & Poor's» пояснюють таке становище насамперед сплеском банкрутств підприємств енергетичної сфери, зокрема нафтових компаній.

В Україні становище ще більш катастрофічне. Так, за даними Державної служби статистики України, за I квартал 2016 р. 39,7% суб'єктів господарювання працювали збитково й одержали сукупний збиток 156 074,2 млн. грн. У той же час за 2015 р. збитково працювали 26,3% підприємств [3]. Досить цікавим та репрезентативним для теми нашого дослідження є наукова робота Троць І.В. «Статистичний огляд банкрутства українських підприємств: національний та регіональний аспект» [4]. В цій роботі автор наводить досить невтішну статистику банкрутства (DecBkr (Declared Bankrupt) – визнано банкрутом) та ліквідації (EnLiQ (Enterprise Liquidated) – ліквідовано) українських підприємств (табл. 1). Як видно з цих даних, кількість банкрутств та ліквідованих підприємств є стабільно високою, що, безумовно, негативно впливає на стан української економіки та рівень її економічної безпеки.

Отже, наведених даних, на наш погляд, достатньо, щоб стверджувати, що в сучасних умовах фінансово-економічної кризи проблема економічної безпеки національного господарства України є актуальною та значущою й потребує всебічного розгляду та дослідження.

Наступним проблемним питанням на сьогодні є питання оптимізації загальних витрат на забезпечення економічної безпеки, яке полягає у протилежності економічних категорій «економічна безпека національного господарства» та «ефективність функціонування національного господарства». В абсолютному виразі ці категорії є взаємовиключними, тому що ринкова економіка, а саме в умовах ринкової економіки працює на сьогодні національне господарство України, ґрунтується на принципах ризику, що є протилежним до стану безпеки. Тому виникає абсолютно справедливе питання, до якої межі необхідно забезпечувати рівень економічної безпеки національного господарства, в той же час не обмежуючи рівень його ефективності. Дана проблема досліджувалася авторами цієї статті на мікрорівні на прикладі підприємств [5]. Вважаємо за доцільне застосувати результати цих досліджень та інтерпретувати їх для методологічних засад на макrorівні.

Так, існує метод мінімізації загальних витрат на забезпечення безпеки. Рядом вчених [6] цілком спра-

ведливо стверджується, що розробка та реалізація превентивних заходів дозволяє знизити частоту настання негативних подій. Рівень безпеки тим вищий, чим більше превентивні витрати на її забезпечення. В цій роботі також вводиться поняття ліквідаційних витрат. Так, під ліквідаційними витратами розуміються витрати, необхідні для того, щоб ліквідувати наслідки негативних подій, які відбулись. Сумарні витрати, тобто сума превентивних та ліквідаційних витрат набули назву маржинальних витрат забезпечення безпеки. В роботі наводиться обґрунтована математична модель, що дозволяє визначити оптимальний розмір превентивних витрат. На розробку превентивних заходів необхідно направляти кошти до того часу, коли маржинальні витрати стануть мінімальними. Наглядно ця точка оптимальності зображена на рисунку 1.

Однак, як справедливо зазначається, складність цього методу полягає в співставності превентивних та ліквідаційних витрат: превентивні витрати порівняно легко можна оцінити, в той час коли ліквідаційні витрати носять ймовірнісний характер і точний оцінці не підлягають.

Отже, на наш погляд, оптимальним є забезпечення рівня економічної безпеки до того моменту, коли маржинальні витрати стануть мінімальними. Це і є точка оптимуму.

Наступним дискусійним питанням є оцінка загроз економічній безпеці. Існує декілька підходів щодо цього, однак авторами даної статті вже було доведено [5], що найбільш оптимальним та адаптованим для сучасних фінансово-економічних умов є наступні положення.

Загроза – зміни у внутрішньому або зовнішньому середовищі суб'єкта, які призводять до небажаних змін предмету безпеки [7]. Саме протидія загрозам і є управлінням економічною безпекою. Однак перед цим необхідно оцінити загрози. В роботі [8] пропонується для реальних загроз оцінювати тенденції та силу їх розвитку і можливості щодо зменшення їх негативного впливу, для потенційних загроз оцінюється і прогнозується імовірність їх настання, тобто імовірність їх переходу в реальні загрози, а також можливості недопущення цього переходу.

На нашу думку, всі загрози необхідно оцінювати за двома показниками:

- величиною втрат;
- імовірністю настання.

Ці показники є вирішальними при розробці концепції економічної безпеки.

При розробці стратегії заходів з забезпечення економічної безпеки слід визначитися з пріоритетом загроз, тобто ранжувати загрози. Ранжування загроз пропонується проводити за показником математичного очікування, який розраховується наступним чином:

$$M(3) = P_3 \cdot B_3, \quad (1)$$

де $M(3)$ – математичне очікування певної загрози;

P_3 – імовірність настання певної загрози;

B_3 – величина втрат від певної загрози.

Ранжування дасть змогу ефективно розподіляти засоби, які майже завжди обмежені, на протидію загрозам, які є найбільш загрозовими.

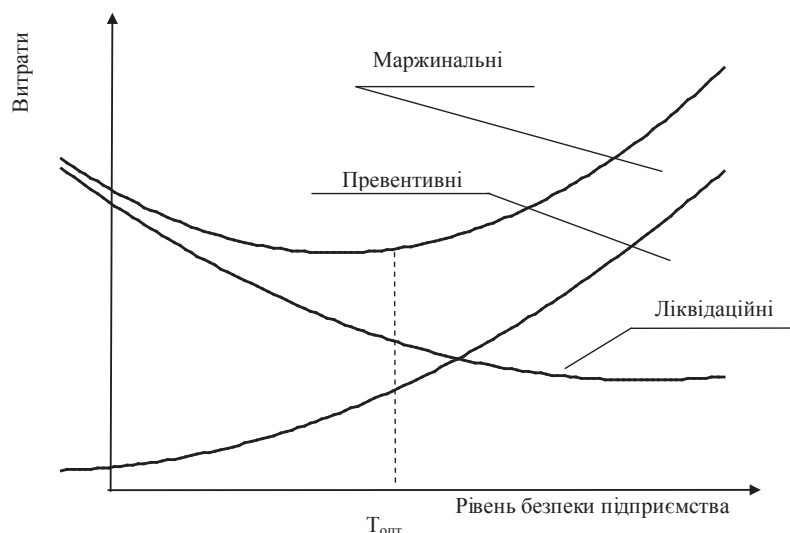


Рис. 1. Графічна інтерпретація методу мінімізації загальних витрат на забезпечення економічної безпеки

Таблиця 1

**Статистика банкрутства та ліквідації українських підприємств по областях
за період 2001–2014 рр.**

Область	Статус	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014 станом на 31.07.2014	Всього по області
Вінницька	DecBkr	35	62	201	163	263	340	252	144	97	91	66	33	23	1 770
	EnLiq	59	17	43	7	12	3	9	5	4	5	6	7	0	177
Волинська	DecBkr	26	5	39	53	103	95	69	72	77	72	67	40	20	738
	EnLiq	38	5	3	3	0	2	3	1	9	3	0	2	0	69
Дніпропетровська	DecBkr	168	160	164	223	220	241	226	193	283	503	499	456	265	3 601
	EnLiq	57	108	62	25	18	5	5	11	9	19	9	22	2	352
Донецька	DecBkr	144	213	274	231	180	185	160	145	188	402	245	310	187	2 864
	EnLiq	26	5	39	53	103	95	69	72	77	72	67	40	20	738
Житомирська	DecBkr	26	32	130	92	72	74	78	43	22	27	41	53	11	701
	EnLiq	34	21	10	12	10	7	9	2	4	8	5	5	0	127
Закарпатська	DecBkr	13	15	16	19	9	12	11	17	22	24	25	17	18	218
	EnLiq	16	8	17	4	4	4	0	1	0	3	0	2	0	59
Запорізька	DecBkr	48	162	188	236	205	233	168	129	191	268	293	186	139	2 446
	EnLiq	89	74	62	31	17	10	6	6	2	3	9	7	1	317
Івано-Франківська	DecBkr	23	42	80	56	91	83	36	27	24	32	35	23	18	570
	EnLiq	55	19	19	6	1	2	1	1	1	3	1	1	0	110
Київська	DecBkr	20	53	62	88	135	182	244	139	183	198	176	172	74	1 726
	EnLiq	43	84	61	33	19	12	9	14	12	8	6	4	1	306
Кіровоградська	DecBkr	44	88	70	41	35	38	32	20	32	37	27	32	10	506
	EnLiq	34	12	12	4	6	11	2	1	2	3	2	3	0	92
Крим	DecBkr	24	60	77	68	89	83	50	60	63	64	67	80	17	802
	EnLiq	52	4	8	10	4	9	6	2	9	4	2	3	0	113
Луганська	DecBkr	44	60	69	96	71	89	143	132	182	191	130	92	24	1 323
	EnLiq	33	12	21	10	8	6	12	2	20	8	9	12	0	153
Львівська	DecBkr	37	88	140	206	185	174	153	134	155	205	146	97	38	1 758
	EnLiq	71	50	67	19	8	6	6	9	18	6	6	8	0	274
Миколаївська	DecBkr	40	87	88	76	137	183	250	261	214	140	93	96	53	1718
	EnLiq	16	10	13	5	1	2	9	2	11	8	15	3	0	95
Одеська	DecBkr	36	71	60	86	211	182	185	217	284	316	199	204	68	2 119
	EnLiq	77	65	46	13	13	9	5	8	16	10	5	5	1	273
Полтавська	DecBkr	32	66	97	82	70	119	96	78	82	67	59	82	29	959
	EnLiq	35	11	14	9	12	5	5	4	5	7	5	9	0	121
Рівненська	DecBkr	10	34	88	50	77	101	79	48	49	34	37	56	22	685
	EnLiq	11	7	7	4	0	3	3	2	0	1	0	1	0	39
Сумська	DecBkr	75	96	114	119	103	103	54	82	66	55	63	37	5	972
	EnLiq	39	8	17	4	7	2	1	2	7	1	2	5	0	95
Тернопільська	DecBkr	6	22	16	18	16	19	18	12	18	22	19	49	1	236
	EnLiq	17	4	6	5	0	3	1	0	1	1	0	1	0	39
Харківська	DecBkr	111	142	195	202	233	328	333	276	351	411	336	299	93	3 310
	EnLiq	63	36	49	23	8	10	3	6	13	36	26	8	0	535
Херсонська	DecBkr	28	30	52	33	59	56	41	29	53	48	46	43	17	535
	EnLiq	36	18	8	5	3	3	0	2	4	4	1	1	0	85
Хмельницька	DecBkr	10	37	65	49	63	68	48	39	38	32	39	36	10	534
	EnLiq	23	20	21	5	14	12	0	3	4	4	3	1	0	110
Черкаська	DecBkr	13	37	78	172	181	208	184	173	138	158	120	88	14	1 564
	EnLiq	35	13	15	12	2	6	5	7	4	1	3	4	0	107
Чернівецька	DecBkr	4	9	18	8	9	24	47	39	21	37	12	24	2	254
	EnLiq	7	8	5	4	8	6	3	3	2	6	4	1	0	57
Чернігівська	DecBkr	16	38	44	48	29	43	34	33	55	54	51	50	50	545
	EnLiq	28	12	12	8	8	5	7	2	4	2	6	0	0	94
Всього по Україні	DecBkr	1 033	1 709	2 425	2 515	2 846	3 263	2 991	2 542	2 888	3 488	2 891	2 655	1 208	32 454
	EnLiq	1 018	655	640	295	201	168	129	108	174	163	132	127	5	3 815

Показник математичного очікування певної загрози необхідно використати в розробці математичної моделі визначення оптимального розміру превентивних витрат на забезпечення економічної безпеки, теоретичні основи якої наведені вище.

Перед розробкою методики визначення оптимального розміру превентивних витрат слід зауважити, що в роботі Донскової Е.Н. на вищенаведеному рисунку розглядається лише окремий випадок, при якому точка оптимальності співпадає з перетином кривої превентивних та ліквідаційних витрат. В загальному випадку таке може бути не завжди.

Нами пропонується наступний механізм визначення оптимального розміру превентивних витрат:

$$PB_{OPT} = \min\{MB\} - LB_{MIN}, \quad (2)$$

де PB_{OPT} – оптимальний розмір превентивних витрат на забезпечення економічної безпеки;

MB – маржинальні витрати забезпечення економічної безпеки;

LB_{MIN} – розмір ліквідаційних витрат при мінімальному розмірі маржинальних витрат.

Як вже відмічалось, маржинальні витрати – це сума превентивних та ліквідаційних витрат забезпечення економічної безпеки. Тобто

$$MB = PB + LB, \quad (3)$$

де PB – превентивні витрати забезпечення економічної безпеки;

LB – ліквідаційні витрати забезпечення економічної безпеки.

В свою чергу, ліквідаційні витрати авторами пропонується розраховувати як суму математичних очікувань певного виду загроз. Отже ліквідаційні витрати пропонується розраховувати за наступною формулою:

$$LB = \sum_{i=1}^n (M_i(3)) = \sum_{i=1}^n (P_{3i} \cdot B_{3i}), \quad (4)$$

де $M_i(3)$ – математичне очікування i -ої загрози;

n – кількість загроз економічній безпеці;

P_{3i} – імовірність настання i -ої загрози;

B_{3i} – величина втрат від i -ої загрози.

Таким чином, оптимальний розмір превентивних витрат слід розраховувати за наступною формулою:

$$PB_{OPT} = \min\left\{PB + \sum_{i=1}^n (P_{3i} \cdot B_{3i})\right\} - LB_{MIN}. \quad (5)$$

Однак, необхідно зауважити, що заходи із забезпечення економічної безпеки необхідно узгоджувати з цілями діяльності та ресурсами, що є в наявності.

Тобто основні цілі та комплекс заходів із забезпечення рівня економічної безпеки повинні мати вектори однакової направленості.

Забезпечення економічної безпеки національного господарства можливо на основі виявлення його інтересів та їх гармонізації із суб'єктами зовнішньої середовища. Весь комплекс заходів із забезпечення економічної безпеки повинен підпорядковуватися головній меті функціонування національного господарства з обов'язковим досягненням високих фінансово-економічних результатів.

Висновки. Таким чином, проблема економічної безпеки національного господарства України сьогодні як ніколи актуальна й потребує подальшого дослідження. Основні наробки даної статті – графічна інтерпретація методу мінімізації загальних витрат та механізм визначення оптимального розміру превентивних витрат на забезпечення економічної безпеки, що дозволять в майбутньому на більш високому рівні розуміти сутність та проводити заходи щодо підвищення рівня економічної безпеки України.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Терещенко О.О. Фінансова санація та банкрутство підприємств / О.О. Терещенко – К.: КНЕУ, 2000. – 410 с.
2. Число банкрутств в мире достигло максимума за период с 2009 г. / Деловая столица. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.dsnews.ua/worldcapital/chislo-bankrotstv-v-mire-dostiglo-maksimuma-za-period-s-11042016140200>.
3. Державна служба статистики України. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua>.
4. Троц І.В. Статистичний огляд банкрутства українських підприємств: національний та регіональний аспект / І.В. Троц // Вісник соціально-економічних досліджень, 2014. – № 3(54). – С. 170–178.
5. Капітула С.В. Економічні методи управління економічною безпекою підприємства / Капітула С.В., Короленко Р.В. // Економіка: проблеми теорії та практики. зб. наук. пр. – Дніпропетровськ, 2004. – Т. IV, вип. 196. – С. 791–797.
6. Донскова Е.Н. Методы управления экономической безопасностью предприятия / Е.Н. Донскова // Праці Четвертої міжнародної наукової конференції студентів та молодих учених «Управління розвитком соціально-економічних систем: глобалізація, підприємництво, стале економічне зростання», Донецьк, 2003. – С. 23–25.
7. Клебанова Т.С., Чернова Н.Л. Оценка угроз экономической безопасности регионов на основе методов факторного анализа / Т.С. Клебанова, Н.Л. Чернова // Економічна кібернетика. – 2000. – №5–6. – С. 48–56.
8. Лысенко Ю.Г., Мищенко С.Г., Руденский Р.А., Спиридонов А.А. Механизмы управления экономической безопасностью / [Ю.Г. Лысенко, С.Г. Мищенко, Р.А. Руденский, А.А. Спиридонов]. – Донецк: ДонНУ, 2002. – 178 с.

СЕКЦІЯ 4 ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ

УДК 334.722.8:005.332.4:005.52:005.33:621(477.52)

Божкова В.В.

*доктор економічних наук,
професор кафедри маркетингу
та управління інноваційною діяльністю
Сумського державного університету*

Носонова Л.В.

*методист факультету підвищення кваліфікації викладачів
Сумського державного університету*

КОМПЛЕКСНИЙ АНАЛІЗ КОНКУРЕНТНОЇ СТІЙКОСТІ МАШИНОБУДІВНИХ ПІДПРИЄМСТВ

У статті запропоновано вдосконалення теоретико-методичного підходу до проведення комплексного аналізу конкурентної стійкості підприємств машинобудування, заснованого на використанні комбінації відомих інструментаріїв аналізу зовнішнього та внутрішнього середовища. Пропозиції апробовано на матеріалах Сумського машинобудівного підприємства АТ «Сумський завод «Насосенергомаш».

Ключові слова: машинобудування, конкурентна стійкість, інноваційна стратегія розвитку, конкурентоспроможність, стратегічне планування, PEST-аналіз, SWOT-аналіз, SNW-аналіз.

Божкова В.В., Носонова Л.В. КОМПЛЕКСНЫЙ АНАЛИЗ КОНКУРЕНТНОЙ УСТОЙЧИВОСТИ МАШИНОСТРОИТЕЛЬНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

В статье предложено усовершенствование теоретико-методического подхода к проведению комплексного анализа конкурентной устойчивости предприятий машиностроения, основанного на использовании комбинации известных инструментариев анализа внешней и внутренней среды. Предложения апробированы на материалах Сумского машиностроительного предприятия АО «Сумский завод «Насосенергомаш».

Ключевые слова: машиностроение, конкурентная устойчивость, инновационная стратегия развития, конкурентоспособность, стратегическое планирование, PEST-анализ, SWOT-анализ, SNW-анализ.

Bozkova V.V., Nosonova L.V. COMPLEX ANALYSIS OF COMPETITIVE SUSTAINABILITY OF MACHINE-BUILDING ENTERPRISES

The article offers the improvement of theoretical and methodological approach towards conducting a complex analysis of competitive sustainability of machine-building enterprises based on using the combination of famous analysis tools of external and internal environment. The ideas have been tested on the materials of Sumy machine-building enterprise JSC «Sumy Plant Nasosenergomash».

Keywords: machine-building, competition stability, innovative development strategy, competitiveness, strategic planning, PEST-analysis, SWOT-analysis, SNW-analysis.

Постановка проблеми. Складні економічні умови функціонування підприємств машинобудування України вимагають від них швидкого реагування на зміни зовнішнього середовища, постійної підтримки стійкого фінансового стану, конкурентоспроможності, поліпшення інвестиційної привабливості та вдосконалення процесів виробництва. Це підштовхує їх не тільки до постійного самовдосконалення, а й до активних пошуків універсальних методик моніторингу різних аспектів діяльності.

Аналіз конкурентної стійкості – це не лише комплексний аналіз факторів зовнішнього та внутрішнього середовища підприємства, який дає змогу визначати перспективи росту чи обмеження у його діяльності, а й один з основних етапів формування інноваційної стратегії розвитку останнього. Він є зручним і може використовуватись підприємствами на постійній основі. Потреба якомога точної оцінки стану суб'єктів господарювання й обумовлює актуальність удосконалення теоретико-методичних підходів до проведення комплексного аналізу конкурентної стійкості машинобудівних підприємств.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Перетворення підприємств машинобудування в ефективні,

високотехнологічні та інвестиційно привабливі комплекси в сучасних умовах господарювання можливе лише завдяки проведенню професійного комплексного аналізу конкурентної стійкості підприємства, що є одним з основних етапів формування інноваційної стратегії розвитку підприємства. Необхідність проведення такого аналізу переконливо представлена в роботах таких учених, як: О. Рибак [1], О. Шапурова [2], А. Лужецький [5], В. Ситніченко [6], С. Ілляшенко [8] та ін. У наукових працях цих та інших учених розглянуто найбільш поширені методи проведення стратегічного аналізу зовнішнього та внутрішнього середовища підприємств.

Переважає більшість дослідників для проведення аналізу конкурентної стійкості машинобудівних підприємств пропонують використання універсального інструментарію (матричних методів). На нашу думку, поза увагою залишається проблема підвищення точності результатів такого аналізу та розробки методологічних рекомендацій практичного характеру.

Мета статті полягає у систематизації основних методів аналізу та оцінки внутрішнього й зовнішнього середовища підприємств та вдосконаленні тео-

ретико-методичного підходу до проведення комплексного аналізу конкурентної стійкості підприємств машинобудування.

Виклад основного матеріалу дослідження. Конкурентна стійкість – це здатність підприємства зберігати в довгостроковому періоді конкурентоспроможність за змін зовнішнього та внутрішнього середовища. Отже, конкурентна стійкість підприємства нерозривно пов'язана з його конкурентоспроможністю. Конкурентостійким може бути лише конкурентоспроможне підприємство. Але не кожне конкурентоспроможне підприємство може бути конкурентостійким.

Для досягнення конкурентної стійкості підприємствам необхідно формувати ефективну та раціональну конкурентну стратегію розвитку, а варіанти управлінських рішень, своєю чергою, будувати на підставі аналізу факторів впливу зовнішнього та внутрішнього середовища на їх конкурентні позиції.

Підприємство в ринкових умовах господарювання є відкритою системою, діяльність якої становить взаємодія внутрішнього та зовнішнього середовища. Саме ці два компоненти постійно тісно взаємопов'язані. Залежно від сили вияву чинників кожного з середовища одне з них домінує над іншим і впливає на його функціонування [1, с. 141].

Водночас необхідно брати до уваги негативні тенденції внутрішнього середовища підприємств та підвищення динамічності та невизначеності чинників впливу зовнішнього середовища, викликані кризовою ситуацією в економіці України.

Непостійність ринкової ситуації зумовила необхідність ефективно використовувати наявні в розпорядженні машинобудівних підприємств внутрішні ресурси, з одного боку, а з іншого – вчасно реагувати на зовнішні умови, що змінюються (стан галузі, політика держави, стан інноваційного розвитку, рівень інвестування, відносини з постачальниками і споживачами) [2, с. 41].

У сучасних економічних умовах відбувається зниження обсягів експорту продукції машинобудівних підприємств України, що випускається, зменшуються обсяги виробництва і, як результат, спостерігається погіршення фінансових результатів. Таким чином, необхідно приділяти значну увагу збереженню та підвищенню рівня конкурентної стійкості підприємств, що дасть змогу зберегти їх конкурентні позиції.

В умовах нестабільності економіки кожне підприємство повинно швидко пристосовуватися до змін у зовнішньому середовищі. Цьому сприяє вчасно проведений стратегічний аналіз середовища існування підприємства [3, с. 99].

Отже, для детального аналізу конкурентної стійкості підприємства необхідним є збір та обробка отриманої в результаті контролінгу зовнішнього та внутрішнього середовища інформації.

Контролінг зовнішнього середовища орієнтовано на попередження ризиків, пов'язаних з оточенням підприємства в довгостроковій і поточній перспективах. Він повинен моніторити зовнішнє середовище, а також прогнозувати і планувати поведінку підприємства в умовах, що змінилися [4].

Аналіз внутрішнього середовища підприємства являє собою комплексний аналіз внутрішніх ресурсів та можливостей підприємства, спрямованих на оцінку його сильних і слабких сторін та виявлення стратегічних проблем.

Під час проведення аналізу зовнішніх факторів діяльності важливими є політичні аспекти, оскільки вони регулюють вплив влади на бізнес-середовище

підприємств машинобудування й одержання необхідних ресурсів та інвестицій для повноцінної діяльності підприємств.

Окрім того факту, що значна частина виробничих потужностей машинобудування знаходиться у східних областях України, які в даний час переживають політичні та військові потрясіння, також існує ризик, що доступ до російського експортного ринку буде втрачено в майбутньому через військовий конфлікт із Росією та глибокою кризою російської економіки [5, с. 121].

Аналіз впливу економічних факторів повинен нести системний характер, здійснюючи моніторинг стану економіки України та світової економіки в цілому, використовуючи при цьому офіційну інформацію урядових порталів та органів статистики.

При цьому необхідно враховувати такі фактори впливу, як: темп економічного зростання, рівень безробіття, процентні ставки, продуктивність праці, податкова та нормативна база тощо.

Аналіз впливу соціальних факторів дасть змогу спрогнозувати очікування потенційних споживачів продукції даного підприємства.

Дослідження впливу технологічних факторів сприятиме впровадженню заходів у таких напрямках, як:

- модернізація діючих технологічних процесів;
- впровадження нових інноваційних технологій;
- розроблення технічних регламентів та інших нормативних документів у сфері технічного регулювання, гармонізованих із прогресивними міжнародними стандартами;

- технічне переозброєння на основі використання устаткування вітчизняного виробництва тощо [6, с. 40].

Одним з інструментів стратегічного аналізу, який дає змогу визначити сукупність перелічених факторів зовнішнього впливу на функціонування підприємства, є PEST-аналіз [7, с. 32].

PEST-аналіз – це маркетинговий інструмент, призначений для виявлення політичних (P – political), економічних (E – economic), соціальних (S – social) і технологічних (T – technological) факторів зовнішнього середовища, які можуть вплинути на стратегію розвитку підприємства в майбутньому.

Ще одним з інструментів стратегічного аналізу, який дає змогу оцінити стан внутрішнього середовища підприємства за низкою позицій із виділенням середньоринкового стану, є SNW-аналіз.

Під час SNW-аналізу оцінюються сильна (S – Strength), нейтральна (N – Neutral) та слабка (W – Weakness) сторони підприємства. Основною причиною врахування нейтральної сторони є те, що «часто для перемоги в конкурентній боротьбі може виявитися достатнім стан, коли конкретне підприємство щодо всіх своїх конкурентів за всіма ключовими позиціями, крім однієї, знаходиться в стані N і тільки по одній – у стані S» [2, с. 46].

Зручним інструментом структурного опису стратегічних характеристик ринкового (зовнішнього) середовища та внутрішнього потенціалу підприємства є SWOT-аналіз.

Під час проведення SWOT-аналізу оцінка сильних (S – Strength) і слабких (W – Weakness) властивостей підприємства стосовно можливостей (O – Opportunities) і погроз (T – Threats) зовнішнього ринкового середовища дає можливість визначити стратегічні перспективи розвитку підприємства в цілому [6, с. 43].

Основною метою проведення SWOT-аналізу є виявлення конкурентних переваг підприємства порівняно з іншими суб'єктами діяльності в рамках певного сектору економіки та конкретної ринкової ситуації.

П.М. Болгарин та С.М. Ілляшенко [8] пропонують під час визначення ступеня впливу сильних і слабких сторін діяльності підприємства на перспективи використання існуючих ринкових можливостей і протидії ринковим загрозам оцінку факторів під час SWOT-аналізу проводити з використанням шкали відносної важливості.

Застосування SWOT-аналізу дає можливість установити лінії зв'язку між сильними та слабкими сторонами, які притаманні даному підприємству, із зовнішніми можливостями та загрозами. Таким чином, під час планування заходів для підвищення конкурентоспроможності підприємства необхідно поєднувати внутрішні можливості (його сильні і слабкі сторони) і зовнішню ситуацію (частково відображену в можливостях і загрозах) [9, с. 507].

Отже, PEST-аналіз, SNW-аналіз та SWOT-аналіз є найпоширенішими і можуть застосовуватись для аналізу конкурентної стійкості підприємств.

Пропонуємо такий теоретико-методичний підхід до проведення комплексного аналізу конкурентної стійкості підприємств машинобудування з використанням

комбінацій відомих інструментаріїв аналізу зовнішнього та внутрішнього середовища, який схематично представлений на рис. 1.

Для апробації пропозицій були використані дані річного звіту за 2015 р. Сумського машинобудівного підприємства АТ «Сумський завод «Насосенергомаш» [10].

Першим етапом комплексного аналізу конкурентної стійкості є аналіз макросередовища підприємства:

1.1. Проведення діагностики зовнішнього середовища підприємства – визначення факторів, які впливають на процес стратегічного управління підприємства (PEST-аналіз).

PEST-аналіз макросередовища підприємств машинобудівної галузі є відправною точкою у формуванні фінансової стратегії з метою уникнення та запобігання загрозам або використання конкурентних переваг підприємства для гармонійного функціонування в макросередовищі, зниження негативних впливів на діяльність підприємства [7, с. 33].

Вплив політичних факторів важливий, бо вони регулюють роботу органів влади, що впливає на одержання ключових ресурсів для здійснення діяльності підприємств машинобудівної галузі.

Вивчаючи вплив економічних факторів, зрозумілою стає картина впливу зміни показників інфляції, облікових ставок НБУ та комерційних банків, коливання курсів валют, цін на сировину й енергоресурси і т. п. на основні показники діяльності підприємства.

Вивчення впливу соціальних факторів дасть змогу оцінити умови праці на підприємстві, з одного боку, та його соціальне значення – з іншого.

Технологічний компонент дає змогу виявити тенденції технологічного розвитку підприємства, забезпечити підприємство інформацією, яка дасть змогу вчасно реагувати на нові розробки в науці та техніці.

Результати PEST-аналізу АТ «Сумський завод «Насосенергомаш» представлені в табл. 1.

Оцінка факторів здійснювалась із використанням шкали відносної важливості від 3 (сильний позитивний вплив фактору) до -3 (сильний негативний вплив фактору); 0 (нейтральний вплив фактору).

1.2. Виділення факторів найбільшого впливу за даними проведеного PEST-аналізу та розділення їх на фактори позитивного та негативного впливу (табл. 2).

На *другому етапі* необхідно провести аналіз мікросередовища підприємства:

2.1. Проведення оцінки внутрішніх ресурсів підприємства з використанням SNW-аналізу, який допоможе структурувати наявну інформацію про внутрішні можливості підприємства, виділивши при цьому фактори нейтрального впливу (табл. 3).

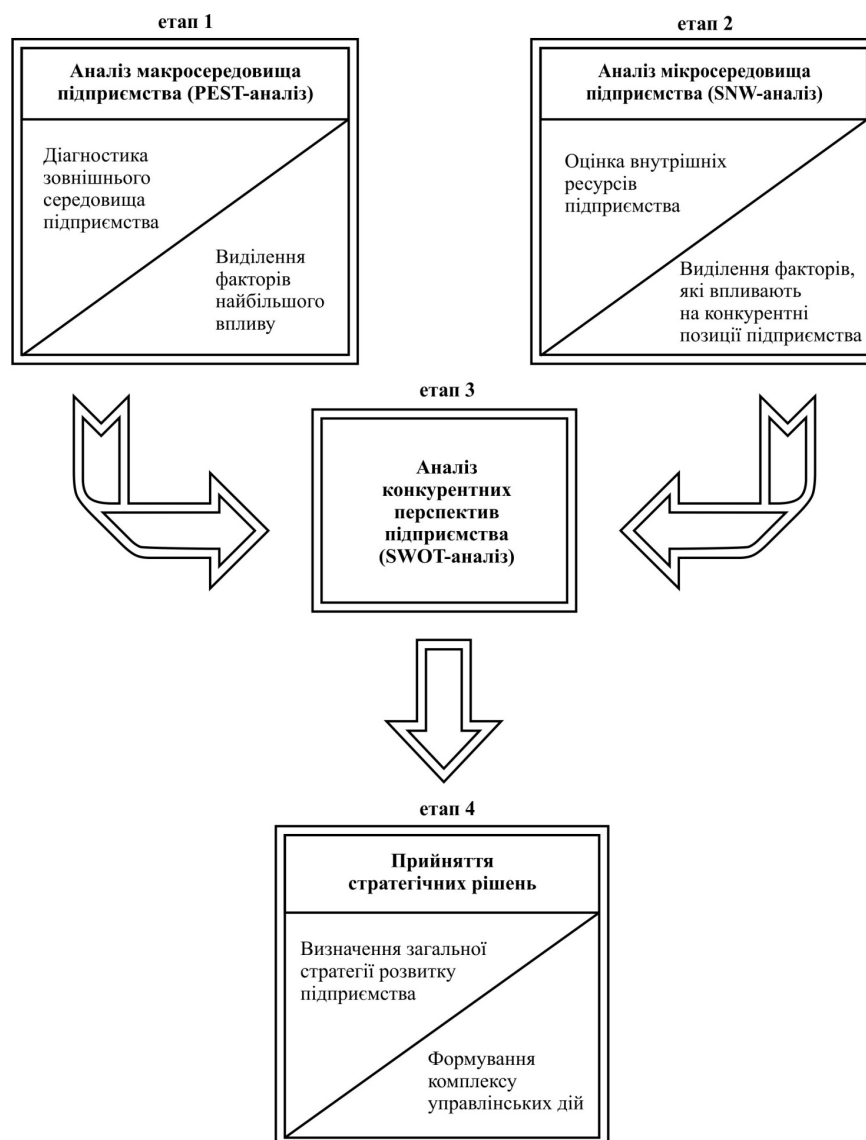


Рис. 1. Теоретико-методичний підхід до проведення комплексного аналізу конкурентної стійкості машинобудівних підприємств

За результатами аналізу зазначимо, що підприємство має достатньо сильну конкурентну позицію, адже за більшістю ключових позицій (15) знаходиться в стані N(8) і S(7) і лише (6) в стані W.

2.2. Виділення факторів, які впливають на конкурентні позиції підприємства (зміцнюючи та послаблюючи), та розділення їх на ті, що описують сильні та слабкі сторони підприємства за результатами проведеного SNW-аналізу (табл. 4).

Третім етапом є аналіз конкурентних перспектив підприємства – проведення SWOT-аналізу на підставі даних першого та другого етапів, приймаючи за можливості та загрози фактори найбільшого впливу за результатами PEST-аналізу (табл. 2); за сильні та слабкі сторони – фактори, які характеризують сильні та слабкі сторони підприємства за результатами SNW-аналізу (табл. 4). Результати SWOT-аналізу представлені в табл. 5.

Проаналізуємо комбінації «сильні сторони / можливості» – поле СиМ.

Си₁–М₂: багаторічний досвід роботи підприємства на внутрішньому та зовнішніх ринках збуту є гаран-

том для вкладення інвестицій без особливих ризиків для потенційних інвесторів.

Си₄–М₄: програми підвищення кваліфікації та перекваліфікації з питань інноваційних розробок у галузі забезпечать більш високий рівень підготовки персоналу для роботи над удосконаленням та модернізацією існуючих технологічних процесів на підприємстві.

Си₅–М₁: наявність власних обігових коштів на підприємстві забезпечена завдяки можливостям контролю та управління частками та дивідендами у статутному капіталі з боку акціонерів.

Си₆–М₃: платоспроможність підприємства – це можливість своєчасно та без затримок проводити оплату за всіма статтями операційних витрат, у тому числі: на заробітну плату – 228 213 грн. у 2015 р. (на 27% більше порівняно з 2014 р.) та відрахування на соціальні заходи – 64 303 грн. у 2015 р. (на 7% більше порівняно з 2014 р.).

Отже, поле СиМ є найбільш сприятливим для використання сильних сторін із метою отримання віддачі від наявних можливостей, реалізуючи при-

Таблиця 1

PEST-аналіз АТ «Сумський завод «Насосенергомаш»

Політичні фактори	Вплив фактору	Соціальні фактори	Вплив фактору
1. Бойові дії на території країни	-3	1. Відтік за кордон висококваліфікованих інженерних кадрів	-1
2. Погіршення торговельних відносин із Росією	-1	2. Низька мотивація праці	0
3. Недосконалість законодавства	-2	3. Соціальні умови на підприємстві	+2
4. Необхідність додержання норм під час імпорту та експорту продукції	+1	4. Значний % працюючих пенсійного та передпенсійного віку	0
5. Зниження державного регулювання як наслідок приватизації	+1	5. Наявність бази для підготовки та перекваліфікації кадрів	+3
6. Законодавчі пільги для заохочення інноваційної діяльності	-3	6. Психологічний клімат у трудовому колективі	+1
7. Можливості контролю господарської діяльності та управління з боку акціонерів	+2	7. Можливість самореалізації	0
		8. Моральне заохочення кадрів	+1
Економічні фактори	Вплив фактору	Технологічні фактори	Вплив фактору
1. Високий рівень інфляції	-3	1. Ресурсозалежність виробництва	-2
2. Висока облікова ставка НБУ та ставки кредитування комерційних банків	-1	2. Залежність від комплектуючих з інших країн	-1
3. Платоспроможність споживачів на внутрішньому ринку збуту	-2	3. Високий рівень зношеності основних фондів	-1
4. Нестабільний курс національної валюти	-1	4. Використання інноваційних технологій	+2
5. Високий рівень податків	-1	5. Випуск нових видів продукції	+3
6. Зростання цін на сировину та енергоресурси	-3	6. Впровадження енергозберігаючих та природоохоронних заходів	+1
7. Інвестиційний потенціал	+3	7. Наявність резервних потужностей	-1
8. Митні бар'єри	0	8. Відповідність організації виробництва умовам ринкового середовища	-1

Таблиця 2

Виділення факторів найбільшого впливу за даними PEST-аналізу АТ «Сумський завод «Насосенергомаш»

Фактори позитивного впливу	Фактори негативного впливу
1. Можливості контролю господарської діяльності та управління з боку акціонерів	1. Бойові дії на території країни
2. Інвестиційний потенціал	2. Недосконалість законодавства
3. Соціальні умови на підприємстві	3. Відсутність законодавчих пільг для заохочення інноваційної діяльності
4. Наявність бази для підготовки та перекваліфікації кадрів	4. Високий рівень інфляції
5. Використання інноваційних технологій	5. Низька платоспроможність споживачів на внутрішньому ринку збуту
6. Випуск нових видів продукції	6. Зростання цін на сировину та енергоресурси

цьому загальну стратегію розвитку АТ «Сумський завод «Насосенергомаш».

Розглянемо комбінації «сильні сторони / можливості» – поле СЛМ.

Сл₃–М₄: у рамках програм підготовки та перекваліфікації персоналу доцільним, на нашу думку, є проведення спільних тренінгів для керівників структурних підрозділів та їх підлеглих щодо запровадження та підтримки рівня корпоративної культури і, як результат, створення Кодексу корпоративної культури підприємства.

Сл₄–М₅: завдяки ефективному використанню сучасних інноваційних технологій на підприємстві (у тому числі обладнання) є перспектива покращання умов праці: зменшення впливу шкідливих факторів (запильнення, термічного впливу, впливу шуму, вібрацій тощо) та фізичного навантаження працюючих на відповідних ділянках та цехах.

Сл₅–М₃: за наявного потенціалу соціальних умов на підприємстві можливим є проведення заходів, направлених на підвищення мотивації та стимулювання пра-

цюючих: започаткування та періодичне проведення на підприємстві внутрішніх конкурсів (на кращу креативну чи інноваційну ідею; кращий вірш; фото; спортивні змагання; змагання колективів структурних підрозділів тощо), за результатами яких переможці у відповідних номінаціях отримають визнання колективу та матеріальне заохочення у вигляді премій.

Таким чином, поле СЛМ дає змогу за рахунок можливостей долати на підприємстві наявні слабкі сторони.

Дослідимо комбінацію «сильні сторони / загрози» – поле СИЗ.

Си₁–З₁: завдяки позитивному іміджу та досвіду роботи підприємства, незважаючи на бойові дії на території країни, АТ «Сумський завод «Насосенергомаш» не втратило замовників продукції як з України, так і з країн зарубіжжя.

Си₂–З₅: позитивна репутація підприємства на внутрішньому ринку збуту, незважаючи на низьку платоспроможність споживачів, забезпечує підприємство замовленнями від постійних споживачів.

Таблиця 3

SNW-аналіз АТ «Сумський завод «Насосенергомаш»

Перелік внутрішніх ресурсів підприємства	Якісна оцінка позиції		
	S-Strength	N-Neutral	W-Weakness
1. Досвід роботи підприємства	+		
2. Репутація на внутрішньому ринку збуту	+		
3. Репутація на зовнішніх ринках збуту	+		
4. Взаємовідносини з місцевими органами влади		+	
5. Організаційна структура виробництва		+	
6. Рівень рентабельності виробництва		+	
7. Якість матеріальної бази		+	
8. Вдосконалення та модернізація існуючих технологічних процесів	+		
9. Наявність власних обігових коштів	+		
10. Платоспроможність підприємства	+		
11. Стабільність замовлень		+	
12. Відносини з постачальниками		+	
13. Збут продукції	+		
14. Цінова політика			+
15. Контроль якості продукції		+	
16. Організаційна структура кадрів			+
17. Рівень корпоративної культури			+
18. Умови праці			+
19. Мотивація та стимулювання працюючих			+
20. Якість персоналу		+	
21. Рівень заробітної плати			+
Всього	7	8	6

Таблиця 4

Виділення факторів, що впливають на конкурентні позиції АТ «Сумський завод «Насосенергомаш» за даними SNW-аналізу

Фактори, що описують сильні сторони підприємства	Фактори, що описують слабкі сторони підприємства
1. Досвід роботи підприємства	1. Цінова політика
2. Репутація на внутрішньому ринку збуту	2. Організаційна структура кадрів
3. Репутація на зовнішніх ринках збуту	3. Рівень корпоративної культури
4. Вдосконалення та модернізація існуючих технологічних процесів	4. Умови праці
5. Наявність власних обігових коштів	5. Мотивація та стимулювання працюючих
6. Платоспроможність	6. Рівень заробітної плати
7. Збут продукції	

Таким чином, поле $С_{13}$ передбачає використання сильних сторін підприємства для усунення можливих загроз, утворюючи при цьому стратегію потенційних переваг.

Розглянемо останню комбінацію «слабкі сторони / загрози» – поле $С_{13}$.

$С_{13}-З_6$: подальше зростання цін на сировину та енергоресурси буде наслідком збільшення ціни про-

дукції АТ «Сумський завод Насосенергомаш», що випускається.

Поле $С_{13}$ визначає обмеження стратегічного розвитку підприємства.

Останнім, *четвертим, етапом* комплексного аналізу конкурентної стійкості є прийняття стратегічних рішень:

Таблиця 5

SWOT-аналіз АТ «Сумський завод «Насосенергомаш»

Фактори зовнішнього середовища Фактори внутрішнього середовища	Можливості	Загрози
	1. Можливості контролю господарської діяльності та управління з боку акціонерів	1. Бойові дії на території країни
	2. Інвестиційний потенціал	2. Недосконалість законодавства
	3. Соціальні умови на підприємстві	3. Відсутність законодавчих пільг для заохочення інноваційної діяльності
	4. Наявність бази для підготовки та перекваліфікації кадрів	4. Високий рівень інфляції
	5. Використання інноваційних технологій	5. Низька платоспроможність споживачів на внутрішньому ринку збуту
	6. Випуск нових видів продукції	6. Зростання цін на сировину та енергоресурси
Сильні сторони	Поле $С_{1M}$ (сильні сторони/можливості)	Поле $С_{13}$ (сильні сторони/загрози)
1. Досвід роботи підприємства	$С_{11}-M_2$; $С_{14}-M_4$; $С_{15}-M_1$; $С_{16}-M_3$.	$С_{11}-З_1$; $С_{12}-З_5$.
2. Репутація на внутрішньому ринку збуту		
3. Репутація на зовнішніх ринках збуту		
4. Вдосконалення та модернізація існуючих технологічних процесів		
5. Наявність власних обігових коштів		
6. Платоспроможність підприємства		
7. Збут продукції		
Слабкі сторони	Поле $С_{1M}$ (слабкі сторони/можливості)	Поле $С_{13}$ (слабкі сторони/загрози)
1. Цінова політика	$С_{13}-M_4$; $С_{14}-M_5$; $С_{15}-M_3$.	$С_{11}-З_6$.
2. Організаційна структура кадрів		
3. Рівень корпоративної культури		
4. Умови праці		
5. Мотивація та стимулювання працюючих		
6. Рівень заробітної плати		

Таблиця 6

Комплекс управлінських дій для зміцнення конкурентної стійкості
АТ «Сумський завод «Насосенергомаш»

№ з / п	Напрямок стратегії	Дії з реалізації	Відповідальний за виконання підрозділ	Терміни виконання
1.	Виготовлення нових видів продукції	1) проектування нового насосного обладнання; 2) розробка технологічного процесу виготовлення	Апарат управління Конструкторське бюро Технологічний відділ	6–12 місяців
2.	Підвищення рівня персоналу підприємства	1) засвоєння теоретичних основ; 2) освоєння практичних навичок	Апарат управління Відділ кадрів Відділ по роботі з персоналом	Відповідно до графіку програм підвищення кваліфікації, перекваліфікації
3.	Підвищення мотивації та стимулювання працюючих	1) запровадження дозволів у вільний від роботи час; 2) започаткування внутрішніх конкурсів	Апарат управління Профспілкова організація	18–24 місяці
4.	Покращання корпоративної культури працюючих	1) розробка Кодексу корпоративної культури; 2) внесення поправок до Колективного договору	Профспілкова організація Відділ по роботі з персоналом	6–12 місяців

4.1. Визначення загальної стратегії розвитку підприємства на основі результатів встановлення зв'язків між факторами найбільшого впливу зовнішнього та внутрішнього середовища підприємства.

За результатами проведеного SWOT-аналізу підприємства АТ «Сумський завод «Насосенергомаш» вважаємо, що загальна стратегія розвитку підприємства повинна включати такі складники:

- виготовлення нових видів продукції;
- підвищення рівня персоналу підприємства;
- підвищення мотивації та стимулювання працюючих;
- покращання корпоративної культури працюючих.

4.2. Формування комплексу управлінських дій для зміцнення конкурентної стійкості підприємства АТ «Сумський завод «Насосенергомаш» (табл. 6).

Реалізація комплексу управлінських дій дасть змогу АТ «Сумський завод «Насосенергомаш» зберегти та покращати власну конкурентоспроможність та конкурентну стійкість як у коротко-, так і в довгостроковій перспективі.

Таким чином, на практичному прикладі доведено доцільність удосконалення теоретико-методичного підходу до проведення аналізу конкурентної стійкості підприємств машинобудування, що є зручним і універсальним і дає змогу більш точно оцінювати стан суб'єктів господарювання.

Висновки. Ефективна реалізація основних цілей підприємства можлива лише за рахунок детального аналізу його конкурентної стійкості – аналізу факторів зовнішнього та внутрішнього середовища, які комплексно впливають на основні показники діяльності підприємства. Аналіз внутрішнього та зовнішнього середовища будь-якого підприємства є складним багатоетапним процесом, і похибки під час його проведення можуть мати суттєві наслідки в його діяльності.

Авторами запропоновано вдосконалення теоретико-методичного підходу до проведення аналізу конкурентної стійкості підприємств машинобудування, що є комплексним, зручним і універсальним та дає змогу більш точно оцінювати стан суб'єктів господарювання. Пропозиції засновані на основі систематизації та комбінації основних методів аналізу. Комплексний аналіз конкурентної стійкості підприємства запропоновано проводити у чотири етапи:

- аналіз макросередовища підприємства (PEST-аналіз);
- аналіз мікросередовища підприємства (SNW-аналіз);
- аналіз конкурентних перспектив підприємства (SWOT-аналіз);
- прийняття стратегічних рішень.

Даний теоретико-методичний підхід дає змогу:

- 1) виділити фактори найбільшого впливу як зовнішнього, так і внутрішнього середовища підприємства на стан виробничої та господарської діяльності;
- 2) структурувати інформацію про внутрішні ресурси підприємства, виділяючи при цьому фактори нейтрального впливу;
- 3) проводити аналіз не тільки на підприємствах машинобудування, а й на підприємствах інших галузей.

Проведена апробація авторських пропозицій на прикладі підприємства АТ «Сумський завод «Насосенергомаш» підтверджує їх об'єктивність, доцільність і релевантність.

Дані пропозиції можуть бути покладені в основу подальших наукових досліджень щодо аналізу факторів впливу на діяльність підприємства під час формування стратегії його розвитку та використані в практичній діяльності суб'єктів господарювання.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Рибак О.В. Особливості контролінгу зовнішнього та внутрішнього середовища машинобудівних підприємств / О.В. Рибак // Вісник Дніпропетровського університету. Серія «Економіка» – 2014. – Вип. 8(2). – С. 141–147.
2. Шапурова О.О. Систематизація методологічних аспектів оцінки внутрішнього та зовнішнього середовища сукупного економічного потенціалу підприємства / О.О. Шапурова // Інвестиції: практика та досвід – Київ : ДКС Центр, 2013. – № 23 – С. 41–47.
3. Сауляк Д.В. Стратегічний аналіз зовнішнього середовища машинобудівних підприємств із використанням методики PEST-аналізу / Д.В. Сауляк // Управління розвитком. – 2014. – № 13(176). – С. 98–102.
4. Калмыков В. Контролінг на підприємствах ЖКХ / В. Калмыков // Ваш партнер-консультант. – 2012. – № 19(9435) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.eg-online.ru/article/175083/>.
5. Лужецький А.І. Діагностика зовнішнього середовища машинобудівних підприємств України / А.І. Лужецький // Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. – 2015. – Вип. 11. – С. 121–123.
6. Ситніченко В. Стратегія розвитку машинобудування на основі системи збалансованих показників / В. Ситніченко // Стандартизація, сертифікація, якість. – Харків, 2009. – № 1. – С. 39–44.
7. Кордиш О.Р. PEST-аналіз макросередовища підприємств машинобудівної галузі України / О.Р. Кордиш // Управління розвитком. – 2014. – № 14. – С. 32–33.
8. Болгарин П.М., Ильяшенко С.Н. Анализ рыночных возможностей развития трубопрокатного производства на ПАО «СМНПО им. М.В. Фрунзе» / П.М. Болгарин, С.Н. Ильяшенко // Маркетинг инноваций. – 2013. – № 1. – С. 13–33.
9. Носонова Л.В. Застосування SWOT-аналізу для визначення конкурентоспроможності АТ «Сумський завод «Насосенергомаш» / Л.В. Носонова // Глобальні та національні проблеми економіки. – 2015. – Вип. 4. – С. 506–512.
10. Річна звітність АТ «Сумський завод «Насосенергомаш» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://nempump.com/o-gruppe-gms/informatsiya-emitenta/>.



УДК 65.012.8:334.752

Борисова О.О.

здобувач

Університету економіки та права «КРОК»

ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ СФЕРИ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ В УМОВАХ ІНФОРМАЦІЙНОЇ ЕКОНОМІКИ

У статті досліджено проблему дослідження впливу прискорення процесів інформатизації на економічну безпеку суб'єктів господарювання через призму можливостей та загроз її забезпеченню. Запропоновано інструменти її забезпечення на прикладі підприємств сфери ресторанного бізнесу.

Ключові слова: економічна безпека підприємств, можливості, загрози, ресторанний бізнес, інформаційна економіка.

Борисова Е.А. ОБЕСПЕЧЕНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ СУБЪЕКТОВ ХОЗЯЙСТВОВАНИЯ СФЕРЫ РЕСТОРАННОГО БИЗНЕСА В УСЛОВИЯХ ИНФОРМАЦИОННОЙ ЭКОНОМИКИ

В статье исследована проблема влияния ускорения процессов информатизации на экономическую безопасность субъектов хозяйствования через призму возможностей и угроз ее обеспечению. Предложены инструменты ее обеспечения на примере предприятий сферы ресторанного бизнеса.

Ключевые слова: экономическая безопасность предприятий, возможности, угрозы, ресторанный бизнес, информационная экономика.

Borisova E.O. ENSURING THE ECONOMIC SECURITY OF BUSINESS ENTITIES THE RESTAURANT BUSINESS IN AN INFORMATION ECONOMY

The paper studies the problem of the effect of accelerating the processes of information on the economic security of business entities in the light of opportunities and threats to its security. Proposed instruments to ensure it on the example of the restaurant business.

Keywords: economic security, opportunities, threats, restaurant business, information economy.

Постановка проблеми. Під впливом чинників інформаційної економіки змінюється зміст господарської діяльності суб'єктів господарювання: інформатизація стає складовою частиною їх комерційної діяльності за допомогою сучасних ІКТ, інформаційних повідомлень, різних форм, методів і каналів передавання інформації суб'єктами між собою або від суб'єктів до цільових груп та поєднує як приватні інтереси (наприклад, виробника), так і публічні інтереси (держави, суспільства, значних верств населення тощо).

Така зміна умов функціонування економічних суб'єктів (домогосподарств, підприємств, державних установ) зумовлює необхідність корегування системи убезпечення їх економіки з точки зору використання можливостей, що відкриваються, а також попередження настання і подолання наслідків реалізації загроз. Вплив розвитку інформатизації суб'єктів господарювання на їх економічну безпеку має дуальну природу: з одного боку, *створює нові можливості підвищення рівня економічної безпеки як результату інтенсивного прискорення економічного зростання*, а з іншого – *загострює існуючі та породжує нові загрози економічній безпеці в різних сферах*.

Зазначене обумовлює актуальність дослідження впливу процесів інформатизації на економічну безпеку суб'єктів господарювання через призму можливостей та загроз її забезпеченню.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питанням здійснення бізнес-комунікацій в умовах інформаційної економіки присвячені наукові праці Р. Барнета, Д. Белла, К. Боулдінга, Дж. Ліхтхайма, Р. Дарендорфа, А. Етціоні, Г. Кана, В. Танзі. Методологічну основу дослідження інформаційного суспільства становлять роботи Д. Белла, Дж. Гелбрейта, М. Кастельса, Н. Лумана, М. Маклюєна, Дж. Мартіна, В. Мартинюк, Е. Масуди, Ф. Махлупа, Е. Менсфілда, Р. Нельсона, Т. Стоуньєра, Е. Тоффлера, А. Турена, Й. Шумпетера. Проблеми управління інформаційними ресурсами досліджені в працях

Н. Вінера, П. Друкера, В. Пономаренка, Дж. Стігліца, В. Ситника, О. Щедрина, Дж. Ейкерлофа та ін. Водночас додаткового висвітлення потребує завдання аналізу впливу чинників інформаційної економіки на забезпечення економічної безпеки підприємств.

Мета статті полягає в аналізі зовнішніх та внутрішніх чинників, пов'язаних із розвитком інформаційної економіки, що формують можливості та загрози економічній безпеці суб'єктів господарювання, та висвітленні комплексу інструментів її забезпечення на прикладі підприємств сфери ресторанного бізнесу.

Виклад основного матеріалу дослідження. Інформатизація як одна з основних тенденцій розвитку світової економіки цікавить багатьох дослідників сучасності. Поширення інформатизації та комунікацій у практиці сучасної соціально-економічної діяльності є водночас причиною та наслідком якісно іншого етапу соціально-економічних відносин, а саме розвитку інформаційної економіки як складової частини постіндустріального суспільства. Україна як повноправний учасник світового економічного співтовариства спільно з іншими країнами також проходить даний етап еволюційного розвитку.

Під час визначення поняття «інформаційна економіка» виділяють кілька підходів [1]. Відповідно до першого, під інформаційною економікою розуміється комплекс наукомістких галузей, зайнятих виробництвом і обслуговуванням інформаційно-комунікаційного устаткування, створенням і розповсюдженням програмних продуктів, розвитком комунікаційних мереж, а також уся система формування, зберігання, розповсюдження й отримання інформації, яка значною мірою побудована на базі Інтернет. Другий підхід розглядає інформаційну економіку як сукупність галузей, що характеризуються більш значною питомою вагою інтелектуального капіталу порівняно з іншими факторами виробництва. Відповідно до третього підходу, інформаційна економіка є сучасною стадією розвитку цивілізації, якій притаманні

високий ступінь залежності економіки від інформації; широке застосування інформаційних технологій у бізнес-практиці; зростання значення IT-індустрії для економіки; значне збільшення інформаційного складника в собівартості продуктів і послуг. Вона характеризується технічними / технологічними / організаційними / інституційними інноваціями в діяльності різних (у тому числі і традиційних) галузей економіки, розширенням використання ІКТ та підвищенням значущості інтелектуального капіталу і знань. Слід погодитися з цим підходом та далі розглядати поняття «інформаційна економіка» для позначення інформаційної щаблі розвитку, що характеризується переплетенням традиційних і високотехнологічних галузей економіки на основі розширення використання інтелектуального капіталу та ІКТ.

Використання Інтернету зростає в різних секторах по всьому світу, проте основна частина Інтернет-контента, як і раніше, створюється в розвинених країнах. Аналіз темпів впровадження ІКТ у різних секторах показує, що електронний бізнес демонструє зростання в усьому світі, хоча між окремими регіонами існують значні відмінності в тому, що стосується розмірів і місця розташування підприємств: малі і мікропідприємства підключені набагато меншою мірою, ніж крупні компанії, а підприємства в сільській місцевості – менше, ніж підприємства в містах. Окрім того, не всі комерційні організації мають широкомасштабний доступ до Інтернету, який необхідний для участі в електронному бізнесі і використання повною мірою його потенціалу.

Електронна економічна діяльність суб'єктів господарювання, що у світі позначається як B2B (Business-to-Business) – взаємовідносини між комерційними організаціями і B2C (Business-to-Customer) – взаємовідносини між комерційними організаціями та споживачами, B2G (Business-to-Government) – взаємовідносини між комерційними організаціями та урядом) має низку доведених і потенційних переваг, таких як поглиблення участі в міжнародних виробничих системах, розширення доступу на ринки і ринкового охопту, підвищення внутрішньої і ринкової ефективності, а також зниження транзакційних витрат. Вона може сприяти створенню зайнятості в секторі інформаційно-комунікаційних технологій (ІКТ) і на підприємствах, які стають більш конкурентоздатними завдяки закупівлям і продажам в інтерактивному середовищі. Нові дані по Європі, представлені в доповіді ЮНКТАД, указують на значний вигреш у продуктивності праці завдяки продажам в Інтернеті, а також на те, що ці наслідки більші для менш крупних підприємств і для галузей послуг. Для оцінки наявності в країнах умов для електронної торгівлі у світовій економіці ЮНКТАД розробив новий Індекс електронної торгівлі B2C, що охоплює дані по

130 країнах і чотирьох показниках: користування Інтернетом, забезпеченість безпечними серверами, поширеність розрахунків по кредитних картах і розвиток послуг доставки поштою. Значення Індeksu електронної торгівлі B2C ЮНКТАД демонструє високу позитивну кореляцію з варіацією долі покупців, що здійснюють покупки в мережі [2].

Позитивні результати електронної торгівлі реалізуються не автоматично, і така форма торгівлі також створює проблеми для деяких існуючих гравців. Із приходом конкурентів, що пропонують товари з новими функціональними властивостями і нові послуги для споживачів, електронна торгівля перетворює ринок. Наприклад, традиційні фізично існуючі магазини все більшою мірою необхідно адаптувати до зростання прозорості цін і конкуренції, формувати нові канали збуту в Інтернеті, інвестувати в нове устаткування і послуги, залучати фахівців нових професій і переглядати свої ділові стратегії. Перехід до продажів у Мережі – непросте завдання, і навіть провідні світові компанії роздрібною торгівлі зіткнулися з труднощами в її рішенні. Існує також можливість того, що технологічно просунуті іноземні конкуренти обійдуть місцеві фірми, зайнявши завдяки електронній торгівлі значнішу частку ринку порівняно з місцевими фірмами. Інтернет-торгівля призвела до збільшення числа і розширення сфери певних видів злочинів і шахрайства.

Крім того, уряди країн світу стурбовані ерозією податкової бази і трансфертним ціноутворенням, що формують перешкоди зростанню, особливо для мікро- і малих підприємств. Електронна покупка і продаж також створюють юридичні проблеми, які повинні вирішуватися як державою, так і самою галуззю. Це стосується як вітчизняної електронної торгівлі, так і міжнародних операцій. Навіть у розвинених регіонах відмінності в правових нормах, зафіксованих у законодавстві держав, стримують міжнародну електронну торгівлю. У «Доповіді про інформаційну економіку» ООН за 2015 р. представлена карта законодавства, прийнятого державами в чотирьох основних областях кіберзаконодавства: електронні операції, захист споживачів у Мережі, захист даних і конфіденційність, кіберзлочинність [2]. Відповідне законодавство в цих областях переважно існує в розвинених країнах, проте в багатьох інших регіонах світу воно недостатнє (табл. 1).

Проведений аналіз підходів до визначення ролі зовнішніх чинників, пов'язаних із розвитком інформаційної економіки в забезпеченні складових частин економічної безпеки суб'єктів господарювання дає змогу зробити висновок про дуальний характер її впливу (як можливість та як загроза), що узагальнено відображають національні інтереси в економічній сфері (економічна незалежність, стійкість

Таблиця 1
Доля країн, де прийнято законодавство про електронну торгівлю (станом на 2014 р., %)

	Законодавство				
	Всього країн, число	про електронні операції	щодо захисту споживачів	про конфіденційність та захист даних	щодо кіберзлочинності
Розвинуті країни	42	97,6	85,7	97,6	83,3
Країни, що розвиваються, у т. ч. Африка	54	46,3	33,3	38,9	40,7
Азія й Океанія	48	72,9	37,5	29,2	56,3
Латинська Америка і Карибський басейн	33	81,8	54,5	48,5	63,6
Країни з перехідною економікою	17	100	11,8	88,2	70,6
Всі країни	194	74,7	47,4	55,2	60,3

Джерело: складено на основі [2]

і стабільність національної економіки, здатність до саморозвитку і прогресу) з урахуванням ризиків і можливостей їх уникнення (рис. 1).

У забезпечення економічної безпеки України значний внесок роблять підприємства сфери ресторанного бізнесу, що обумовлено економічними та соціальними функціями, що вони виконують, та подвійним змістом ресторанного продукту: як безпосередньо продукту так і сервісу, що повинні відповідати вимогам ринку. В умовах високого рівня забезпеченості населення засобами мобільного зв'язку, підприємства сфери ресторанного бізнесу активно використовують інструменти мобільного маркетингу, зокрема: мобільні додатки, QR-коди, мобільні платіжні системи, електронні меню, стільниковий зв'язок, меседжі, мобільний Інтернет, Wi-Fi-маркетинг тощо [4; 5]. Це надає можливість збільшити кількість відвідувачів та покупців, збільшити обсяг середнього чеку, підвищити впізнаваність бренду, формувати лояльність клієнтів тощо. Отже, використання інструментів мобільного маркетингу розширює можливості забезпечення економічної безпеки підприємств завдяки підвищенню їх конкурентоспроможності.

Зокрема, мобільні додатки нині розвиваються швидкими темпами та допомагають ресторанам збільшити продажі, повернути та утримати клієнтів, налагодити комунікаційний канал із ними, зібрати дані про відвідувачів, залучити нових гостей. Ще однією цікавою з точки зору просування бізнесу функцією мобільного телефону є розпізнавання QR-кодів, що дають змогу спрямовувати відвідувачів на сайт ресторану або його рекламну сторінку, передавати текстову або графічну інформацію, ініціювати відправлення SMS-повідомлень. Їх можна наносити на упаковку для доставки їжі, чеки, фірмовий одяг, на стіни, асфальт тощо. Електронне меню є однією з останніх західних тенденцій ресторанного бізнесу: коли гостям замість звичайного друкованого каталогу приносять планшет з описом блюд (на різних мовах), розрахунок за їжу гості також можуть зробити карткою на цьому ж планшеті.

Мобільні платіжні системи також дають змогу клієнтами оплачувати своє замовлення з використанням власного мобільного телефону, що також дає можливість покращити сервіс ресторану. Безумовним лідером у цій групі інструментів маркетингу є розсилання SMS-повідомлень, у тому числі через популярні месенджери.

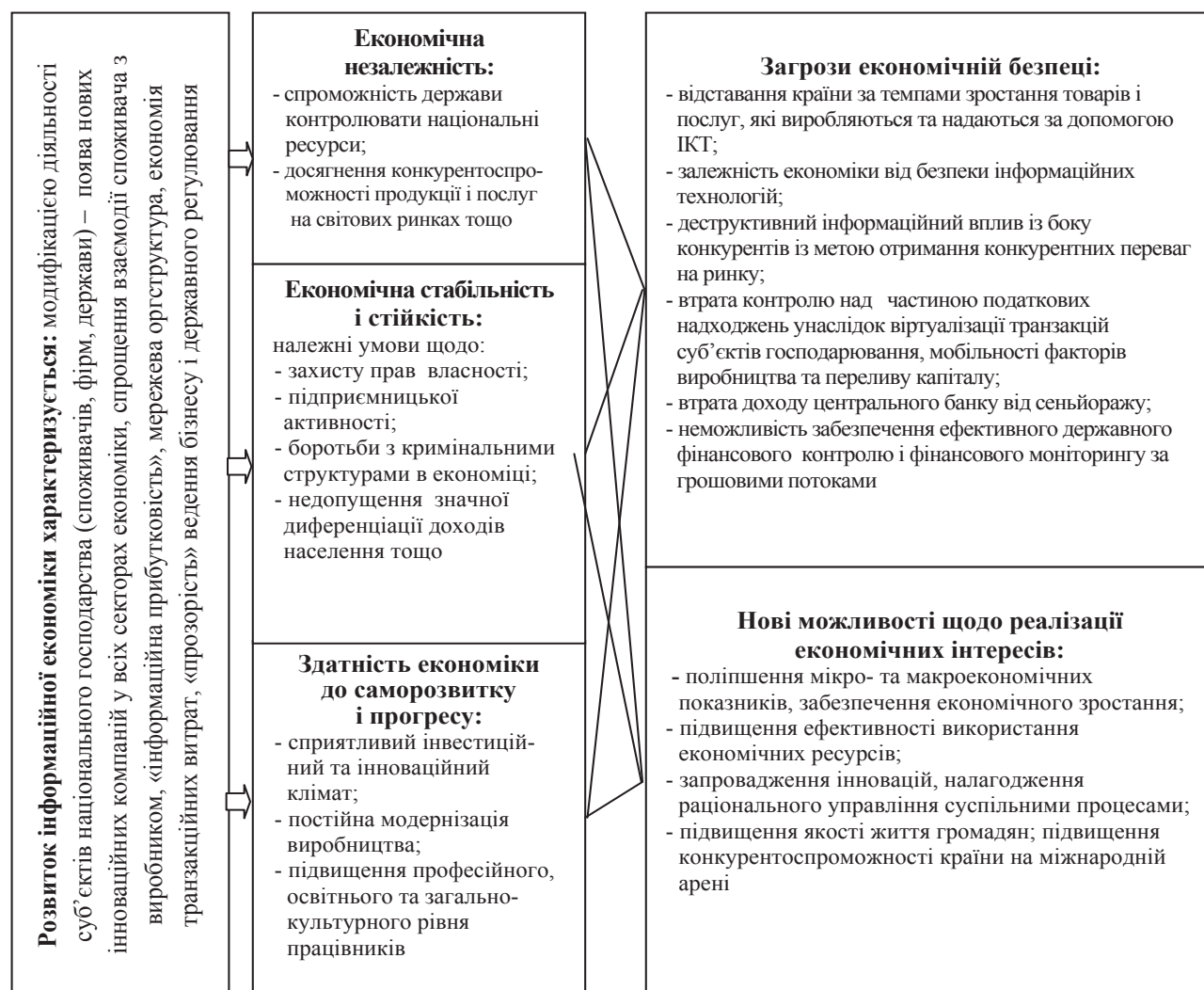


Рис. 1. Схема взаємозв'язку між процесами розвитку інформаційної економіки та їх впливом на економічну безпеку на різних рівнях економіки

Джерело: складено автором із використанням [3]

Цікаві можливості та значний потенціал мають Wi-Fi-маркетинг (для перегляду рекламних роликів, використання анкет перед використанням високошвидкісного Інтернету) і мобільний Інтернет, частка користувачів якого за 2015 р. у світі збільшилася на 90%.

Висновки. Аналіз темпів упровадження ІКТ у різних секторах показує, що електронний бізнес демонструє зростання в усьому світі, хоча між окремими регіонами існують значні відмінності в тому, що стосується розмірів і місця розташування підприємств.

Мобільний маркетинг надає продавцям можливість звернутися до конкретного споживача послуг та сформувати необхідну комунікацію, а споживачу – своєчасно отримувати актуальні саме для нього послуги.

Водночас поряд із можливостями для зміцнення економічної безпеки суб'єктів господарювання сфери ресторанного бізнесу загострюються загрози їх інформаційній безпеці, що пов'язані з необхідністю дотримання комерційної таємниці та безпеки на рівні IT-технологій (правил безпеки серверів, правил архівування, збереження інформації).

Для оцінки ефективності застосування мобільного маркетингу на підприємстві необхідно здійснювати веб-аналітику. Вихідні дані для неї можна отримати за допомогою сервісів Інтернет-статистики, що дають змогу проаналізувати ефективність сайту або мобільного додатку, а також каналів залучення трафіку.

Напрямом подальших досліджень є визначення ключових показників оцінки ефективності роботи, які мають відображати ступінь досягнення мети, бути значущими для бізнесу, бути прозорими, конкретними, точно визначеними та своєчасними. Зазначені показники ефективності слід згрупувати у дві групи: технічні (специфічні для кожного інструменту електронного маркетингу) та бізнес-показники (відображають фінансову вигоду від використання електронного маркетингу).

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Махлуп Ф. Производство и распространение знаний в США / Ф. Махлуп. – М. : Прогресс, 1966. – 462 с.
2. Доповідь про інформаційну економіку: ООН за 2015 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://unctad.org/en/PublicationsLibrary/ier2015overview_ru.pdf.
3. Наумік-Гладка К.Г. Проблеми забезпечення економічної безпеки держави в умовах становлення інформаційної економіки / К.Г. Наумік-Гладка // Глобальні та національні проблеми економіки. – 2015. – № 6. – С. 206–209 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://global-national.in.ua/issue-6-2015>.
4. П'ятницька Г.Т. Тенденції розвитку ресторанного господарства в Україні / Г.Т. П'ятницька // Вісник КНТЕУ. – 2004. – № 2.
5. Жоголева М.В. Заставте Интернет работать на ваш ресторан / М. Жоголева. – М. : Ресторанные ведомости, 2016. – 264 с.

УДК 330.322:658

Вашечко Ю.В.

аспірант

*Харківського національного аграрного університету
імені В.В. Докучаєва*

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ВИЗНАЧЕННЯ СУТНОСТІ КАТЕГОРІЙ «ІНВЕСТИЦІЇ» ТА «ІНВЕСТИЦІЙНА ПРИВАБЛИВІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ»

Статтю присвячено дослідженню підходів до тлумачення категорій «інвестиції» та «інвестиційна привабливість підприємств». Проведено аналіз поглядів історико-економічних шкіл та течій на зміст поняття «інвестиції». Сформовано авторський підхід до визначення сутності зазначених дефініцій.

Ключові слова: інвестиції, інвестиційна привабливість підприємств, капітальні вкладення, інвестиційна діяльність.

Вашечко Ю.В. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ОПРЕДЕЛЕНИЯ СУЩНОСТИ КАТЕГОРИЙ «ИНВЕСТИЦИИ» И «ИНВЕСТИЦИОННАЯ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЯ»

Статья посвящена исследованию подходов к толкованию категорий «инвестиции» и «инвестиционная привлекательность предприятий». Проведен анализ взглядов историко-экономических школ и течений на содержание понятия «инвестиции». Сформирован авторский подход к определению сущности указанных дефиниций.

Ключевые слова: инвестиции, инвестиционная привлекательность предприятий, капитальные вложения, инвестиционная деятельность.

Vashechko Yu.V. THEORETICAL ASPECTS DEFINING THE ESSENCE OF CATEGORIES "INVESTMENTS" AND "INVESTMENT ATTRACTIVENESS OF ENTERPRISES"

The article investigates approaches to the interpretation of the category of «investment» and «investment attractiveness of enterprises». The analysis looks historical – economic schools and trends on the meaning of investment. Formed author's approach to defining the essence of these definitions.

Keywords: investments, investment attractiveness of enterprises, investments, investment activity.

Постановка проблеми. Проблема залучення інвестиційних ресурсів і ефективного їх використання в сучасних кризових умовах є однією з головних, оскільки без її вирішення розраховувати на зростання рівня життя населення, збільшення обсягів виробництва, підвищення ефективності функціонування підприємств і забезпечення продовольчої

безпеки нашої країни є практично неможливими. Інвестиційна привабливість при цьому відіграє роль ключового елемента, оскільки їх динамічність залежить від можливостей підприємства відповідати умовам потенційних інвесторів.

Вивчення вітчизняних та іноземних джерел, монографічних досліджень свідчить про наявність істот-

них розбіжностей у визначенні поняття інвестиційної привабливості та її понятійного ядра – інвестицій.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Значний внесок у дослідження змісту поняття «інвестиції» у різних її аспектах зробили відомі зарубіжні вчені: В. Петті, А. Сміт, Д. Рікардо, Дж. Кейнс, К. Маркс, У. Шарп та ін.

Питання теорії і практики інвестиційної діяльності досліджували багато вітчизняних учених, а саме: О.А. Андраш, І.О. Бланк, П.І. Гайдучський, С.О. Гуткевич, О.І. Гуров, М.П. Денисенко, А.Г. Загородній, П.А. Лайко, Т.В. Майорова, А.А. Пересада, Н.О. Татаренко, В.Я. Шевчук та багато інших.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Незважаючи на значний науковий доробок, досі немає єдиної думки серед науковців щодо трактування зазначених категорій, і питання надалі залишається відкритим для подальших досліджень.

Мета статті полягає в аналізі та узагальненні підходів до визначення категорій «інвестиції» та «інвестиційна привабливість підприємства», що дасть можливість сформулювати авторське бачення зазначених дефініцій, які буде покладено в розробку комплексної оцінки інвестиційної привабливості підприємств.

Виклад основного матеріалу дослідження. Еволюція економічної думки та історико-економічні школи та течії обумовили появу та розвиток різних підходів до сутності інвестицій, що призвело до появи цілої низки думок щодо їх визначення як поняття.

Термін «інвестиції» походить від латинського *investire*, що означає «облачати», «вкладати». Представники доктрини меркантилізму Т. Ман, Дж. Ло, Д. Юм уважали джерелом багатства та інвестицій торговий капітал, який формується завдяки успішно проведеним зовнішньо торговельним операціям [1, с. 7].

Подальшого розвитку економічні погляди на процес інвестування отримали у працях фізіократів. Економіст Ф. Кене визначає інвестиції як суму початкових авансів або капітальних вкладень із метою одержання прибутку. Фізіократи розмежовували представлені в грошовому вираженні інвестиції на основний і оборотний капітал, які відшкодовуються в ціні товару [1, с. 17]. Отже, у фізіократів присутнє, хоча ще і в зародку, поняття поділу капіталу на основний та оборотний.

Зміст інвестицій розглядався в роботах класиків політичної економії. Зокрема, економічне зростання А. Сміт пов'язує не тільки зі зростанням доходу, а й з нагромадженням капіталу. Він показує, що капіталізація, тобто нагромадження, відбувається за рахунок надлишку доходів, що не були спожиті [1, с. 21]. Таким чином, Сміт відносив до інвестицій витрати, направлені на відшкодування та збільшення капіталу. Це були перші спроби вченого говорити про інвестування, однак не вводячи при цьому самого терміна.

Подальшого розвитку теорія інвестування дістала в поглядах К. Маркса, який у своїй праці «Капітал» розглядає поняття «інвестування» з позиції простого і розширеного відтворення і звертає увагу на те, що інвестиції в розширене відтворення є позитивним моментом в економіці. Також він розглядав циклічність економіки та вплив даної циклічності на процес інвестування. Зокрема, Маркс акцентував увагу на тому, що попит на інвестиції буде підтримуватись, а капітал – використовуватиметься на повну потужність доти, доки вкладені кошти приносять хоч мінімальний прибуток [1, с. 71].

Незважаючи на те що класики економічної теорії багато уваги приділяли капіталу та його нагромадженню, виокремлення інвестицій як окремої еконо-

мічної категорії в їх роботах не проводилося. Початком становлення інвестицій як окремої економічної категорії вважають першу половину 50-х років минулого століття, коли М. Марковіц у своїх роботах закрив основи сучасної теорії інвестиційного портфеля [2].

Подальший розвиток теорія отримала у дослідженнях Л.Дж. Гітмана, В. Шарпа, Дж. Кейнса та ін. Ці розробки стосувалися дослідження форм, методів і механізмів інвестування.

За У. Шарпом «інвестувати» у найширшому розумінні означає «розстатися з грошми сьогодні, щоб мати більшу їх суму у майбутньому» [3, с. 80]. Американські вчені Л.Дж. Гітман і М.Д. Джонс у своїй книзі «Основи інвестування» дають визначення інвестиціям як способу переміщення капіталу, що повинен забезпечити збереження або зростання вартості капіталу і (або) принести позитивну величину доходу [3, с. 81].

Дж. Кейнс уперше визначив необхідність стимулювання інвестиційного процесу через втручання держави в економіку через стимулювання ефективного попиту. Він розуміє під інвестиціями поточний приріст цінностей капітального майна внаслідок виробничої діяльності даного періоду, тобто ту частину доходу за даний період, яка не була використана для споживання [3, с. 81].

За П. Массе інвестиції є актом обміну сьогоднішнього задоволення потреби на очікування задоволення її в майбутньому за допомогою інвестиційних благ [3, с. 82]. Дж.М. Розенберг визначає інвестиції як використання грошей для отримання ще більшої кількості грошей, доходу чи/та досягнення приросту капіталу [4].

Отже, більшість західних авторів уважають, що процес залучення інвестицій передбачає здійснення вкладень із метою отримання додаткового прибутку або збільшення вартості капіталу підприємства, проте стосовно джерел вкладень, які з часом можуть привести до зростання прибутку, існують різні погляди.

Радянський економіст Т.С. Хачатуров під капітальними вкладеннями розумів витрати на виробництво основних засобів, їх збільшення та вдосконалення [5]. Проте таке визначення обмежує процес інвестування вкладеннями лише в основні засоби, залишаючи поза увагою фінансові інструменти, нематеріальні активи та вкладення в оборотний капітал.

Радянські економісти поняття «інвестиції» отожднювали з капітальними вкладеннями, під якими розглядалися вкладення капіталу у відтворення основних засобів як виробничого, так і невиробничого характеру. Проте інвестиції можуть здійснюватись і у приріст оборотних активів, і в різні фінансові інструменти, в окремі види нематеріальних активів. Отже, капітальні вкладення є більш вузьким поняттям і виступають лише як одна з форм інвестицій.

В українському законодавстві за останні 25 років прийнято значну кількість нормативно-правових актів, які регламентують інвестиційну діяльність. Проте варто зазначити, що в цих законодавчих актах у визначення «інвестиція» вкладається різне тлумачення.

Так, у Законі України «Про інвестиційну діяльність» інвестиції трактуються як «усі види майнових та інтелектуальних цінностей, що вкладаються в об'єкти підприємницької та інших видів діяльності, у результаті якої створюється прибуток (доход) або досягається соціальний ефект» [6].

На думку Т.В. Майорової, дане визначення має синтетичний характер зазначеної категорії. По-перше, у ньому врахований динамізм інвестицій, тобто розкривається взаємозв'язок, процес перетворення інвестиційних ресурсів у вкладення, витрати, і, по-друге,

наведена широка класифікація інвестицій [2]. Але, як вважає Т.В. Дорошенко, серед об'єктів вкладення грошові засоби правильніше було б виділити окремо, а не відносити їх до майнових цінностей, тим паче що вони є основним інвестиційним ресурсом [7, с. 115].

С. Захарін, навпаки, вважає хибним таке розмежування грошових, майнових та інтелектуальних цінностей як окремих не пов'язаних між собою категорій. Оскільки і нерухомість, і матеріали, і готова продукція, і об'єкти інтелектуальної власності за своєю цивільно-правовою природою є майном, то вчений пропонує їх об'єднати і вказувати «всі види майнових цінностей» [8].

У подальшому це поняття визначалось і в інших правових актах. Так, у Господарському кодексі України інвестиціями у сфері господарювання визнаються довгострокові вкладення різних видів майна, інтелектуальних цінностей та майнових прав в об'єкти господарської діяльності з метою одержання доходу (прибутку) або досягнення іншого соціального ефекту [9]. Під поняттям «вкладення» в даному разі розуміється не інвестиція як матеріальний предмет, а інвестування як процес, і тому наведене поняття «інвестиції» не збігається з визначенням Закону України «Про інвестиційну діяльність».

Інший підхід до поняття інвестиції демонструє податкове законодавство. У Податковому кодексі України інвестиції визначаються як господарські операції, які передбачають придбання основних засобів, нематеріальних активів, корпоративних прав та/або цінних паперів в обмін на кошти або майно [10]. З таким визначенням погодитися неможливо, бо тут має місце спрощене трактування інвестицій як господарської операції: по-перше, інвестиції – це не обмін активів на кошти або майно, а навпаки – вкладання коштів у фінансові, матеріальні та нематеріальні активи; по-друге, у визначенні немає мети, заради чого здійснюється інвестування, адже інвестиційна діяльність відрізняється від фінансової та господарської лише тим, що інвестор не просто здобуває активи, а обирає лише ті, які в майбутньому обов'язково принесуть йому доходи [2, с. 6, 7].

Академік А.А. Пересада у своїх працях зазначає, що інвестиції – вкладення капіталу в об'єкти підприємницької діяльності з метою забезпечення його зростання в майбутньому [11, с. 12]. Таким чином, інвестиції – це категорія розширеного відтворення, яка є основою формування мікро- та макроекономічних параметрів та визначає темпи економічного росту.

Науковці В. Шевчук та П. Рогожин зазначають, що інвестиції мають фінансове та економічне визначення. За фінансовим визначенням інвестиції – це всі види активів (коштів), що вкладаються в господарчу діяльність із метою отримання доходу. За економічним визначенням інвестиції – це видатки на створення, розширення, реконструкцію та технічне переозброєння основного капіталу, а також не пов'язані з цим зміни оборотного капіталу, оскільки зміни в товарно-матеріальних засадах здебільшого залежать від руху видатків на основний капітал [12]. У даному твердженні не врахована та обставина, що інвестиції можуть направлятися на закупівлю прибуткових цінних паперів, акцій інших підприємств чи придбання великої партії матеріалів тощо. Ці операції ніяк не пов'язані з основним капіталом.

На думку І.О. Бланка, найбільш типова неточність багатьох визначень полягає в тому, що під інвестиціями розуміють будь-яке вкладення фінансових коштів, яке часто не пов'язане із вирішенням інвестиційних цілей суб'єктів. До них іноді відносять так звані «спо-

живчі інвестиції» (придбання комп'ютерів, автомобілів тощо), які за своїм економічним змістом до інвестицій не належать: кошти для їх придбання в даному разі витрачаються на довгострокове споживання (якщо їх придбання не має на меті їх перепродаж для отримання прибутку) [13, с. 9]. Л.М. Борщ під інвестиціями розуміє економічні ресурси, які спрямовуються на збільшення як реального капіталу суспільства, тобто на розширення чи модернізацію виробничого апарату, так і інвестиції в «людський капітал» [14, с. 47].

У сучасних наукових дослідженнях із питань інвестування зазначається, що результатом інвестицій може бути не лише приріст прибутку, але й певний економічний чи позаекономічний ефект, який зазвичай носить екологічний характер, зумовлений зменшенням негативного впливу виробничого процесу на навколишнє середовище, впровадженням енергозберігаючих, ресурсозберігаючих технологій, чи соціальний характер. Науковці А.Г. Загородній, Г.Л. Вознюк у своїх дослідженнях визначають інвестиції як грошові, майнові, інтелектуальні цінності, які вкладаються в об'єкти підприємницької та інші види діяльності з метою отримання прибутку або досягнення соціального ефекту [15, с. 195].

Економічний зміст категорії «інвестиції» Д. Черваньов та Л. Нейкова розглядають як відносини, пов'язані з довгостроковим авансуванням грошових, майнових та інтелектуальних цінностей, що вкладаються в об'єкти підприємницької діяльності, в основні та оборотні фонди, а також у науково-технічний розвиток, якісне вдосконалення виробничої бази й освоєння нових видів продукції від моменту авансування до реального відшкодування й одержання прибутку або соціального ефекту [16].

Ми погоджуємося з твердженнями зазначених науковців і в здійсненні інвестицій вбачаємо не тільки досягнення соціального, економічного, а й екологічного ефекту.

Теоретичні аспекти інвестування знайшли своє висвітлення також у наукових працях вітчизняних учених-економістів. На думку М.П. Денисенка, інвестиції – це те, що відкладається на завтра: одну їх частину складають споживчі блага, які не використовуються в поточному періоді, вони відкладаються на збільшення запасів, іншу – ресурси, які направляються на розширення виробництва [17]. С.В. Мочерний [18] трактує інвестиції як довготермінові вкладення капіталу в різні сфери та галузі народного господарства всередині країни та за її межами з метою привласнення прибутку.

Крім того, у низці визначень відзначається, що інвестиції являють собою довгострокове вкладання засобів. Безумовно, окремі форми інвестицій носять довгостроковий характер, однак інвестиції можуть мати і короткостроковий термін вкладання (наприклад, депозитні сертифікати з терміном обігу до одного року, короткострокові фінансові вкладення в облігації).

Існує багато модифікацій поняття «інвестиції», що зумовлено специфікою різних економічних шкіл та течій, кута зору, під яким науковець досліджує дане поняття. Отже, на нашу думку, інвестиції – це всі види грошових, матеріальних та нематеріальних цінностей, що вкладаються в об'єкти підприємницької та інших видів діяльності на певний період із метою збільшення капіталу в майбутньому, отримання прибутку (доходу) та/або іншого ефекту з урахуванням факторів часу в умовах невизначеності та ризику.

Потенційна вигідність вкладання інвестицій значною мірою залежить від інвестиційної привабливості та інвестиційного клімату. Це відносно нові поняття

для економіки, які виникли протягом останніх двох-трьох десятиріч. Більшість науковців зазначають, що термін «інвестиційний клімат» більш прийнятно вживати до окремої держави під час оцінки можливості вкладати інвестиції або до групи країн, а також стосовно регіону [19]. Водночас поняття «інвестиційна привабливість» найчастіше зустрічається по відношенню до галузі економіки чи суб'єкта економічної діяльності – підприємства або групи підприємств.

Слід зазначити, що в сучасній науці існує багато різних тлумачень інвестиційної привабливості. Так, поняття «інвестиційна привабливість», на думку С. Гуткевич, це багатофакторний економічний розвиток інвестиційного процесу в усіх його проявах, що складається з двох окремих визначень: «інвестиції» та «привабливість». Останнє поняття автор пропонує трактувати у двох аспектах: із боку потенційного інвестора та з боку суб'єкта економічної діяльності, куди спрямовуються інвестиції [20, с. 40].

В.В. Бочаров представляє інвестиційну привабливість як існування економічного ефекту від укладення грошей у цінні папери за мінімальним рівнем ризику [21]. Однак українські підприємства не можуть ефективно використовувати інструменти ринку цінних паперів, оскільки цей ринок знаходиться на стадії становлення і є малоефективним. А також інвестиційна привабливість не може бути економічним ефектом від укладення грошей, оскільки вона, навпаки, створює умови для здійснення інвестицій.

Трактування інвестиційної привабливості передбачено «Методикою інтегральної оцінки інвестиційної привабливості підприємств та організацій» [22]; до того ж воно стало базовим і для багатьох науковців. У цьому документі інвестиційна привабливість розглядається як рівень задоволення фінансових, виробничих, організаційних та інших вимог чи інтересів інвестора щодо конкретного підприємства, яке може визначатися чи оцінюватися значеннями відповідних показників, зокрема інтегрального оцінювання.

В «Економічній енциклопедії» наголошується на тому, що ця характеристика враховує суперечливі цілі інвестора, які полягають у максимізації прибутку та мінімізації ризиків [18, с. 53]. Слід зауважити, що на практиці інвестори чітко розуміють залежність рівня доходів від рівня ризикованості, тому високий рівень прибутковості інвестицій за мінімальних ризиків швидше насторожить потенційних інвесторів, ніж привабить. У згаданій енциклопедії зроблено спробу охарактеризувати інвестиційну привабливість підприємства з позиції системного підходу, що ґрунтується на оцінюванні технічного, географічного, трудового, організаційного, екологічного, ресурсного, фінансово-економічного, правового та комерційного складників організації. Така позиція акцентує увагу на інтегрованості поняття інвестиційної привабливості. У «Фінансовому словнику» інвестиційна привабливість розглядається з погляду характеристики переваг і недоліків інвестування конкретним інвестором у відповідне підприємство [15, с. 358]. Проте це трактування не розкриває сутнісного наповнення поняття, адже незрозуміло, про які переваги та недоліки інвестування йдеться.

Доволі різнопланові характеристики інвестиційної привабливості пропонує О.А. Андраш [23, с. 4]. Зокрема, науковець наголошує на відносності цього поняття, адже підприємство може бути інвестиційно привабливим для одних інвесторів та непривабливим із погляду інвестування – для інших. Суперечливим є трактування інвестиційної привабливості підприємства як показника, що відображає можливість проду-

кування максимального прибутку інвестора, оскільки певний показник може лише вимірювати рівень інвестиційної привабливості у відповідній шкалі, тобто показник є лише інструментом для діагностики у цій сфері. Що ж стосується акцентування уваги на максимальному прибутку інвестора, то, як уже зазначалось вище, інвестор може мати найрізноманітніші цілі інвестування, які відмінні від максимізації прибутку. Щодо розгляду О.А. Андраш інвестиційної привабливості з погляду певних властивостей, характеристик, можливостей підприємства, які створюють певний попит на інвестиції, то попит на вільні кошти інвесторів жодним чином не кореспондується з підставами задоволення такого попиту, а саме підстави формують інвестиційну привабливість.

Н.Ю. Брюховецька та О.В. Хасанова інвестиційну привабливість підприємства розглядають як збалансовану систему інтегральних та комплексних показників доцільності вкладання капіталу інвестором в об'єкт інвестування, яка відображає сукупність об'єктивних та суб'єктивних умов, що сприяють або перешкоджають процесу інвестування [24]. Як зазначалось вище, показники можна розглядати лише як інструмент діагностики інвестиційної привабливості, тому не варто ототожнювати ці поняття.

Доволі правомірно розглядають інвестиційну привабливість підприємства як його здатність залучати певні інвестиційні ресурси Л.І. Катан, К.С. Хорішко [25, с. 23].

Найбільш комплексне тлумачення інвестиційної привабливості підприємства зустрічаємо у працях О.Г. Мельник та Ю.Г. Логвиненко, де автори розглядають досліджувану категорію в контексті сукупності фінансово-економічних, соціальних, логістичних, технологічно-майнових, адміністративно-правових, партнерських, іміджево-брендових, товарних характеристик підприємства, які забезпечують його пріоритетне становище в конкурентній боротьбі за інвестиційні ресурси [26, с. 246]. Крім того, науковці наголошують на тому, що інвестиційна привабливість підприємства залежить від інвестиційної привабливості регіону базування, країни, що свідчить про інтегровану характеристику цього поняття. Вищевикладений підхід є одним із найбільш комплексних та системних.

Висновки. У результаті дослідження встановлено, що інвестиції є багатоаспектною економічною категорією, погляди на яку трансформуються з часом і залежно від тенденцій економічних знань та обумовлені специфікою конкретних етапів історико-економічного розвитку.

Багатоваріантність у тлумаченні інвестиційної привабливості підприємства надалі ускладнює її діагностику, оскільки різне змістове наповнення категорії зумовлює різні підходи до її оцінювання.

Аналіз праць відомих науковців показав, що під час визначення економічної сутності поняття «інвестиції» здебільшого вчені ототожнюють його з категорією «капітальні вкладення», яка є більш вузьким поняттям і може розглядатися лише як одна із форм інвестицій.

Установлено, що законодавство України обумовлює існування різних тлумачень поняття «інвестиції», що спричиняє значні розбіжності в установленні цілей, інструментів та досягненні кінцевої мети інвестування. Існуючі в сучасній літературі неточності в розумінні сутності дефініцій «інвестиції» та «інвестиційна привабливість» заважають проведеному ґрунтовним дослідженням щодо сучасних проблем інвестування.

Дослідження численних теоретичних джерел розуміння сутності категорій «інвестиції» та «інвестиційна привабливість підприємства» дало автору змогу дати його власне визначення. Отже, інвестиції – це всі види грошових, матеріальних та нематеріальних цінностей, що вкладаються в об'єкти підприємницької та інших видів діяльності на певний період з метою збільшення капіталу в майбутньому, отримання прибутку (доходу) та/або іншого ефекту з урахуванням факторів часу в умовах невизначеності та ризику.

Інвестиційна привабливість підприємства – це система комплексних характеристик підприємства як об'єкта інвестування, яка включає сукупність об'єктивних і суб'єктивних факторів і дає підстави для перемоги у конкурентній боротьбі за інвестиційні ресурси на ринку на засадах урахування інтересів інвесторів.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Татаренко Н.О. Теорії інвестицій: [навч. посіб.] / Н.О. Татаренко, А.М. Поручник. – К.: КНЕУ, 2000. – 160 с.
2. Майорова Т.В. Інвестиційна діяльність: [підручник] / Т.В. Майорова. – Київ: Центр учбової літератури, 2009. – 472 с.
3. Яременко О.В. Економічна сутність інвестицій та основні поняття інвестиційної діяльності / О.В. Яременко // Економіка промисловості. – 2012. – №№ 1–2. – С. 79–85.
4. Розенберг Дж.М. Інвестиции: терминологический словарь / Дж.М. Розенберг. – М.: ИНФРА-М, 1997. – 400 с.
5. Хачатуров Т.С. Эффективность капитальных вложений / Т.С. Хачатуров. – М.: Экономика, 1979. – 336 с.
6. Про інвестиційну діяльність: Закон України // Відомості Верховної Ради України. – 1991. – № 47. – С. 646.
7. Дорошенко Т.В. Сутність інвестицій як економічної категорії / Т.В. Дорошенко // Фінанси України. – 2000. – № 11. – С. 114–117.
8. Захарін С.В. Інвестиційне забезпечення інноваційно-технологічного розвитку економіки: [монографія] / С.В. Захарін. – К.: КНУТД, 2011. – 323 с.
9. Господарський кодекс України: Закон України від 16.01.2003 № 436-IV // Відомості Верховної Ради України. – 2003. – №№ 18–22. – Ст. 144.
10. Податковий Кодекс України: Закон України від 02.12.2010 № 2755-VI // Відомості Верховної Ради України. – 2011. – №№ 13–17. – Ст. 112.
11. Пересада А.А. Інвестування: [навч. посіб.] / А.А. Пересада – К.: КНЕУ, 2004. – 250 с.
12. Шевчук В.Я. Основи інвестиційної діяльності / В.Я. Шевчук, П.С. Рогожин. – К.: Генеза, 1997. – 384 с.
13. Бланк И.А. Инвестиционный менеджмент / И.А. Бланк. – К.: Эльга-Н, Ника-Центр, 2001. – 448 с.
14. Борщ Л.М. Інвестування: теорія і практика: [навч. посіб.] / Л.М. Борщ. – К.: Знання, 2005. – 470 с.
15. Загородній А.Г. Інвестиційний словник: [навч. посіб.] / А.Г. Загородній, Г.Л. Вознюк, Г.О. Партин. – Л.: Бескид Біт, 2005. – 512 с.
16. Черваньов Д.М. Менеджмент інноваційно-інвестиційного розвитку підприємств України / Д.М. Черваньов, Л.І. Нейкова. – К.: Знання, КОО, 1999. – 514 с.
17. Денисенко М.П. Основи інвестиційної діяльності / М.П. Денисенко. – К.: Алерта, 2001. – 338 с.
18. Економічна енциклопедія: у 3-х т. Т. 3 / Відп ред. С.В. Мочерний. – К.: Академія, 2002. – 952 с.
19. Фінансовий менеджмент: [навч.-метод. посіб. для сам. вивч. дисц.] / А.М. Поддєрьогін, Л.Д. Бурак, Н.Ю. Калач [та ін.]. – К.: КНЕУ, 2001. – 294 с.
20. Гуткевич С.А. Инвестиционная привлекательность аграрного сектора экономики: [монографія] / С.А. Гуткевич. – К.: Європ. ун-т, 2003. – 251 с.
21. Бочаров В.В. Инвестиционный менеджмент / В.В. Бочаров. – СПб.: Питер, 2000. – 160 с.
22. Методика інтегральної оцінки інвестиційної привабливості підприємств та організацій: Наказ Агентства з питань запобігання банкрутству підприємств і організацій від 23.02.98 № 22 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/z0214-98>.
23. Андраш О.А. Оцінка інвестиційної привабливості підприємств туристичної галузі / О.А. Андраш // Вісник НТУ «ХПІ». Тематичний випуск «Технічний прогрес і ефективність виробництва». – 2010. – № 8. – С. 3–7.
24. Брюховецька Н.Ю. Оцінка інвестиційної привабливості підприємства: визначення недоліків деяких існуючих методик / Н.Ю. Брюховецька, О.В. Хасанова // Економіка промисловості. – 2009. – № 44. – С. 110–117.
25. Катан Л.І. Оцінка інвестиційної привабливості підприємства / Л.І. Катан, К.С. Хорішко // Інвестиції: практика та досвід. – 2010. – № 15. – С. 22–24.
26. Мельник О.Г. Системи діагностики діяльності машинобудівних підприємств: полікритеріальна концепція та інструментарій: [монографія] / О.Г. Мельник. – Львів: Львівська політехніка, 2010. – 344 с.

УДК 338.24

Величко В.В.

кандидат економічних наук,
доцент кафедри економіки підприємств,
бізнес-адміністрування та регіонального розвитку
Харківського національного університету міського господарства
імені О.М. Бекетова

Гайденко С.М.

асистент кафедри економіки підприємств,
бізнес-адміністрування та регіонального розвитку
Харківського національного університету міського господарства
імені О.М. Бекетова

НАУКОВІ СКЛАДНИКИ РОЗРОБКИ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ ЖИТЛОВО-КОМУНАЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА

Статтю присвячено актуальним питанням стратегії розвитку підприємств житлово-комунального господарства. Проаналізовано та систематизовано особливості розвитку сучасних підприємств житлово-комунального господарства. Надано рекомендації щодо формування стратегії розвитку підприємств житлово-комунального господарства.

Ключові слова: житлово-комунальне господарство, стратегія розвитку, методи управління, стратегія.

Величко В.В., Гайденко С.М. НАУЧНЫЕ СОСТАВЛЯЮЩИЕ РАЗРАБОТКИ СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ ЖИЛИЩНО-КОММУНАЛЬНОГО ХОЗЯЙСТВА

Статья посвящена актуальным вопросам стратегии развития предприятий жилищно-коммунального хозяйства. Проанализированы и систематизированы особенности развития современных предприятий жилищно-коммунального хозяйства. Даны рекомендации по формированию стратегии развития предприятий жилищно-коммунального хозяйства.

Ключевые слова: жилищно-коммунальное хозяйство, стратегия развития, методы управления, стратегия.

Velychko V.V., Gaidenko S.M. COMPONENTS OF SCIENTIFIC DEVELOPMENT STRATEGY OF ENTERPRISES HOUSING AND COMMUNAL

The article is devoted to topical issues of the development strategy of housing and communal services. Analyzed and systematized features of modern housing and communal services. The recommendations on the development strategy of housing and communal services.

Keywords: utilities, strategy of development, methods of management, strategy.

Постановка проблеми. Функціонування підприємств житлово-комунального господарства (ЖКГ) України на сучасному етапі економічних перетворень характеризується трансформаційними процесами, які пов'язані з відсутністю стабільного розвитку, неефективністю та низькою результативністю діяльності, несистемністю і непослідовністю проведення реформ у цій сфері, низьким рівнем реалізації розроблених програм та ін. Розвиток соціально орієнтованої економіки вимагає застосування нових підходів до розробки й впровадження стратегії функціонування підприємств житлово-комунального господарства для досягнення довгострокових цілей, що базується на принципах цілеорієнтованості, комплексності та системності, результативності та ефективності, збалансованості та гармонійності, безперервності, гнучкості, адекватності та ін. Особливе значення під час визначення стратегії має характеристика напрямів, дій та інструментів для її реалізації на різних рівнях управлінської діяльності. Аналіз сучасного стану розвитку житлово-комунального господарства України визначив такі особливості:

- незначний рівень капітального ремонту об'єктів житлово-комунального господарства;
- низький рівень залучення в житловий фонд комунального сектору ефективного власника відповідно до Закону України «Про об'єднання співвласників багатоквартирного будинку»;
- загострення екологічних проблем у зв'язку з використанням об'єктів житлово-комунального господарства;
- необґрунтована та недосконала тарифна політика, проблеми фінансового характеру (брак власних

коштів підприємств житлово-комунального господарства, ускладненість залучення фінансових ресурсів із ринкових джерел);

- проблеми організаційно-комунікаційного характеру: нерозвиненість ринку технологій; незрілість інноваційної інфраструктури, недоліки нормативно-правової бази інноваційної діяльності; відсутність умов для налагоджування коопераційних зв'язків з іншими суб'єктами господарювання у сфері житлово-комунального господарства;

- недосконалість інформаційного забезпечення: відсутність або недоступність систематизованої інформації про нові технології, що мають потенціал комерціалізації, а також про стан та прогнозні оцінки розвитку житлово-комунального господарства, враховуючи особливості ринкових відносин;

- проблеми внутрішньовиробничого характеру: низький інноваційний потенціал підприємств житлово-комунального господарства, брак кваліфікованого технічного та управлінського персоналу на фоні незрілості консалтингової та інжинірингової інфраструктур;
- відсутність ефективної співпраці із зарубіжними та вітчизняними інвесторами для реалізації спільних проектів у сфері житлово-комунального господарства.

Визначені особливості сучасного розвитку підприємств житлово-комунального господарства свідчать про необхідність визначення основних напрямів удосконалення діяльності та стратегії їх розвитку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання вдосконалення стратегії діяльності підприємств житлово-комунального господарства вирішуються у роботах вітчизняних і зарубіжних учених:

Ю.А. Антонюка, Н.В. Афанасьєва, Г.Г. Висоцького, Л.В. Кравцової, В.К. Ніколаєва та ін. Теоретико-методичні положення щодо розробки й впровадження стратегії обґрунтовані в дослідженнях: М.І. Долішнього, Г.П. Домбровської, Г. Мінцберга, Т.В. Момот, М. Портера, В.Ю. Світличної та ін.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. У дослідженнях науковців і фахівців обґрунтовано теоретико-методологічні положення щодо розробки стратегії розвитку підприємств житлово-комунального господарства. Водночас залишаються невирішеними питання щодо реалізації стратегії на житлово-комунальних підприємствах, розробки відповідних механізмів її впровадження, враховуючи особливості взаємодії із споживачами, поставальниками, державними органами влади та зацікавленими особами та ін.

Необхідність вирішення представлених проблем на підприємствах житлово-комунального господарства, їх актуальність та теоретико-методична значущість обумовили вибір теми дослідження.

Мета статті полягає у розробці рекомендацій та наукового підґрунтя щодо вдосконалення процесу розробки та реалізації стратегії розвитку підприємств житлово-комунального господарства.

Виклад основного матеріалу дослідження. Стратегія як багатоаспектна категорія має теоретичний базис і особливості впровадження на житлово-комунальних підприємствах. Представником функціонального напрямку по праву можна вважати М. Портера, який обґрунтував комплекс методів та інструментів, спрямованих на забезпечення конкурентних переваг і перспективних можливостей для реалізації стратегії [1].

Важливим напрямом обґрунтування концептуальних засад поняття «стратегія» є підхід, запропонований представниками Гарвардської бізнес-школи Andrews та Christiansen [2], які розглядають стратегію як комплексну категорію, розробка якої включає збір та аналіз даних, дії щодо її формування, оцінка та впровадження. Вчені Гарвардської бізнес-школи побудували основні положення «школи проектування», у рамках якої стратегія визначається як співвідношення між потенціалом компанії та можливостями, які їй надає конкурентне середовище [2]. Слід зазначити, що надаючи перевагу процесам формування й впровадження стратегії, представники «школи проектування» залишають поза увагою процеси адаптації стратегії до умов господарювання, що перманентно трансформуються.

У цьому контексті для вирішення попередніх проблем у сучасній економічній літературі запропонований відповідний інструментарій, а саме: впровадження та реалізація проекту PIMS, який спрямований на визначення впливу маркетингової стратегії на прибуток; матриця Бостонської консалтингової групи (зростання / частка ринку); матриця стратегічного планування бізнесу McKinsey; матриця життєвого циклу компанії ADL; матриця дивізіонального планування компанії Larange; аналіз кінцевої гри компанії Harrigan-Porter [3]; дерево цілей [4].

У сучасних наукових дослідженнях значного розвитку отримав ресурсний підхід до визначення стратегії, в якому значна увага фокусується на ресурсах, які необхідно й доцільно використовувати для забезпечення конкурентних переваг. У цьому контексті визначають такі напрями розробки стратегії:

- визначити та класифікувати ресурси, які необхідні для розробки й впровадження стратегії;
- характеристика можливостей підприємства з орієнтацією на більш ефективну їх реалізацію;

- визначення потенціалу ресурсів та можливостей щодо забезпечення конкурентних переваг;

- вибір стратегії використання ресурсів із найбільшою реалізацією потенціалу ресурсів та можливостей;
- визначення ресурсів, рівень яких необхідно збільшити для підвищення ефективності та результативності діяльності суб'єктів господарювання [3].

Серед концепцій визначення стратегії слід указати на теоретико-методичний підхід, який базується на особливостях управління цією категорією. Г. Мінцберг як представник такого підходу визначає такі типи стратегій: планові, підприємницькі та навчання шляхом набуття досвіду [5]. Запропонований підхід дає змогу здійснити відповідний вибір стратегії на підприємстві та здійснювати управління на кожному етапі виробничо-господарської діяльності. Водночас недоліком цього підходу є наявність деякого відокремлення запропонованих стратегій одна від одної, виникають складності гармонізації представлених стратегій та їх можливої зміни протягом операційного циклу.

Під час формування стратегії слід указати на динамічний підхід, в якому перевага надається оцінці та реагуванню на зміни у зовнішньому середовищі, яке розглядається як багатогранна категорія, що включає цінності споживача, цінності акціонерів та персоналу, можливість реагування підприємства на зовнішні й внутрішні проблеми. Перевагою цього підходу є можливість постійного реагування на зміни, що відбуваються у зовнішньому середовищі. Проте виникає деякий дисбаланс щодо привалювання динамічного складника над іншими функціональними, ресурсними та ін.

У наукових дослідженнях спостерігаються зміщення акцентів щодо визначення стратегії як окремої категорії, що має відповідні характеристики та ознаки до обґрунтування її як комплексної категорії. Так, вітчизняні вчені визначають стратегію як сукупність цілей і комплекс дій щодо їх досягнення, які враховують специфіку діяльності комунального сектора, обмеженість фінансових ресурсів, динамічність економічного середовища і переважання соціальної спрямованості функціонування житлово-комунального господарства [6].

Слід зазначити, що в рамках комплексного підходу заслуговують на увагу підходи, запропоновані відомими українськими вченими М. Долішнім [7] і З. Варналієм [8], які під час розробки й впровадження стратегії значну увагу приділяють комплексу інструментів просторового регулювання соціально-економічного розвитку й управлінню економічними, соціальними, екологічними та політичними факторами. Крім того, З. Варналій робить важливий висновок, що стратегія регіонального розвитку має гармонійно вписуватись у загальнодержавну стратегію розвитку.

Отже, ґрунтуючись на положеннях комплексного підходу, доцільно розглядати стратегію розвитку підприємств житлово-комунального господарства як комплекс довгострокових дій, які спрямовані на забезпечення розвитку житлово-комунальних підприємств, шляхом використання методів, інструментарію, моделей, орієнтованих на досягнення мети, у контексті формування конкурентних переваг і реалізації принципів ринкових відносин за гармонізації взаємодії із зацікавленими особами.

У процесі розробки стратегії важливе значення має стратегічне планування, яке перебуває у фокусі уваги широкого кола науковців. Т. Момот і Є. Мица в контексті розробки стратегічних планів приділяють увагу розробці рекомендацій та передумов забезпечення оптимальних напрямів розвитку підприємств, проте не визначають конкретні сценарії стратегічного розвитку суб'єктів господарювання [9].

Визначаючи детермінанти стратегічного планування, Г. Домбровська та І. Геращенко запропонували трансформаційну модель змісту структурних складників стратегічного планування [10]. Проте не розроблено конкретного механізму реалізації стратегічного планування та його детермінантів на підприємстві.

Деякі фахівці під час здійснення стратегічного планування концентрують увагу на ризиках та впливу зовнішніх факторів на підприємство [11]. Водночас у представленому дослідженні Г.Г. Висоцького не запропоновано узагальнюючого критерію розвитку житлово-комунального господарства та вплив на нього зовнішнього й внутрішнього середовища, що знижує рівень обґрунтованості прийняття та реалізації управлінських рішень.

Л. Кравцова в процесі стратегічного планування розвитку підприємств житлово-комунального господарства пропонує алгоритм стратегічного планування, у рамках якого виділяє такі напрями (рис. 1) [12].

Запропоновані напрями дають змогу комплексно здійснити стратегічне планування та відповідно реагувати на диспропорції й асиметрії, що виникають у системі. Проте, на жаль, не конкретизовані кількісні параметри щодо результативності впровадження напрямів розвитку підприємства, відсутній конкретний інструментарій оцінки визначених напрямів розвитку. Крім того, відсутній механізм реалізації розробленого алгоритму стратегічного планування напрямів розвитку підприємства.

Слід зазначити, що для розробки й впровадження стратегії розвитку підприємств житлово-комунального господарства необхідно визначити джерела фінансування цієї галузі, у тому числі за рахунок залучення іноземних інвестицій.

У цьому напрямі на підприємствах житлово-комунального господарства спостерігається низька активність. Так, протягом останніх років реалізовано всього декілька проектів:

- програма Тасіс Європейського Союзу в Україні «Сталий територіальний розвиток в Україні» на суму 13,3 млн. дол. США;
- спільний проект Тасіс та ПРООН «Місцевий розвиток, орієнтований на громаду» на суму 13 млн. дол. США;
- проект Німецького товариства технічного співробітництва GTZ «Санація житлового будинку»;
- проект Німецького товариства технічного співробітництва GTZ «Реконструкція історичного центру міста» на суму 10 млн. дол. США;
- спільний проект із Посольством Польщі в Україні «Впровадження європейських стандартів до реструктуризації і управління комунальним господарством України, використовуючи досвід Польщі»;
- спільний проект зі Світовим банком «Водопостачання та каналізація м. Львова», сума гранту становить 40,8 млн. дол. США;
- спільний проект з Європейським банком реконструкції та розвитку

щодо реалізації проекту «Розвиток системи водопостачання та каналізації м. Запоріжжя» на суму 42,5 млн. дол. США;

- спільний зі Світовим банком проект «Розвиток міської інфраструктури» на суму 140 млн. дол. США;
- спільний з Європейським інвестиційним банком проект «Розвиток системи водопостачання та водовідведення м. Миколаєва» на суму 28 млн. євро;
- спільний проект із Міжнародним банком реконструкції та розвитку та Фондом чистих технологій щодо реалізації проекту «Підвищення енергоефективності в секторі централізованого теплопостачання України» на суму 382 млн. дол. США;
- спільний зі Світовим банком проект «Другий проект розвитку міської інфраструктури» на суму 350 млн. дол. США;
- спільний проект із Міжнародним банком реконструкції та розвитку «Вдосконалення системи мулового господарства каналізаційних очисних споруд м. Харкова» на суму 75,8 млн. дол. США [13].

У результаті дослідження автором визначено, що в рамках спільних проектів реалізуються заходи, які мають тактичний характер і спрямовані на роботу з конкретними об'єктами. Проте комплексної інвес-



Рис. 1. Напрями здійснення стратегічного планування на підприємстві [12]

тиційної програми не впроваджено, оскільки в іноземних інвесторів немає повної довіри до існуючої системи управління житлово-комунальним господарством. Слід указати на негативні явища (корупцію, тіньову економіку, неефективну систему управління житлово-комунальними підприємствами та ін.), якими характеризується функціонування житлово-комунального господарства на регіональному рівні.

За останні роки розроблено й впроваджено організаційні структури, які спрямовані на покращання інвестиційного клімату та активізації залучення іноземних інвестицій у сфері житлово-комунального господарства України. Так, Міністерством із питань житлово-комунального господарства своїм Наказом від 1.11.2007 № 164 створено Консультативно-дорадчу раду з питань покращання інвестиційного клімату та залучення іноземних інвестицій у галузь житлово-комунального господарства. У цьому контексті особлива увага фокусується на формуванні та використанні інформаційної бази щодо можливих інвесторів, які співпрацюватимуть із підприємствами житлово-комунального господарства.

Слід зазначити, що для розробки стратегії розвитку житлово-комунального комплексу, враховуючи міжнародний досвід та особливості його взаємодії з іноземними інвесторами, пропонується комплекс дій щодо розробки стратегії розвитку підприємств житлово-комунального господарства (рис. 2).

Реалізація запропонованого комплексу спирається на відповідну нормативно-правову базу, а саме: Закон України «Про засади зовнішньої та внутрішньої політики України», Закон України «Про Загальнодержавну програму реформування і розвитку житлово-комунального господарства на 2009–2014 рр.» та ін. [14].

Проте існують проблеми щодо фінансування деяких положень цих Законів для реалізації їх у повному обсязі, що гальмує взаємовідносини з іноземними інвесторами у сфері житлово-комунального господарства. Крім того, для впровадження комплексу дій, які запропоновано

включити під час розробки стратегії розвитку підприємств житлово-комунального господарства, враховуючи міжнародний досвід та особливості взаємодії з іноземними інвесторами, у сфері управління підприємствами ЖКГ створюється Державне підприємство «Фонд розвитку житлово-комунального господарства України», основним напрямом функціонування якого є організація співпраці та взаємодія з міжнародними фінансовими інституціями та іноземними інвесторами. Функціонування Державного підприємства «Фонд розвитку житлово-комунального господарства України» передбачає створення резервного фонду капіталовкладень, сприяння випуску єврооблігацій у зарубіжних банках, участь в акціонуванні та приватизації житлово-комунальних підприємств та ін.

Для розробки й впровадження стратегії розвитку підприємств житлово-комунального господарства необхідно трансформувати існуючу організаційну систему управління цією сферою. Так, доцільно використовувати п'ятирівневу систему управління стратегією розвитку підприємств житлово-комунального господарства [15]:

1-й рівень: розробка, нормативно-методичне забезпечення і моніторинг здійснення державної програми реформування галузі;

2-й рівень: конкретизація заходів державної програми, планування, організація і моніторинг їх здійснення в містах і районах області;

3-й рівень: планування і здійснення заходів із реформування і реорганізації житлово-комунального господарства міста (району);

4-й рівень: планування і здійснення стратегії розвитку підприємства;

5-й рівень: планування і контроль проектів реформування галузі.

Доцільною є реалізація заходів щодо розробки й впровадження системи управління стратегією розвитку підприємств житлово-комунального господарства:

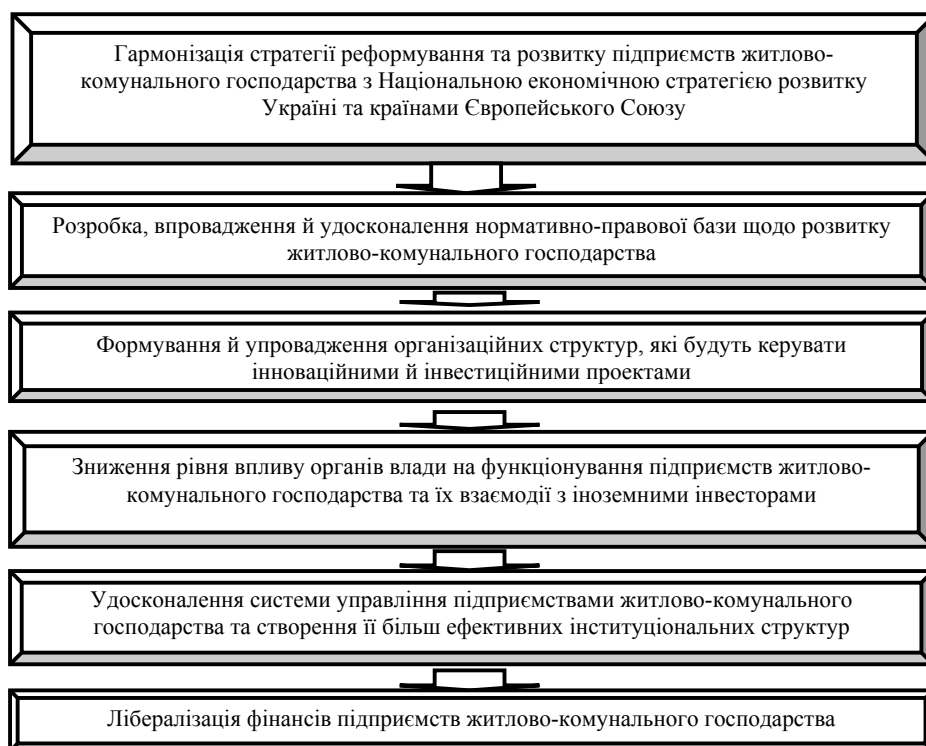


Рис. 2. Комплекс дій щодо розробки стратегії розвитку підприємств житлово-комунального господарства

нормативно-технічне забезпечення проектів, розробка й упровадження моделей розвитку житлово-комунального комплексу міста, складання календарних планів реалізації проектів та програм у рамках стратегії розвитку житлово-комунального комплексу, визначення потреби в коштах та джерел, необхідних для реалізації проектів і програм, контроль і моніторинг реалізації проектів і програм, формування звітів для заінтересованих осіб, які взаємодіють із житлово-комунальними підприємствами, формування звітів для заінтересованих осіб, які взаємодіють із житлово-комунальними підприємствами, визначення диспропорцій і асиметрій, що виникають у системі реалізації проектів і програм, реагування на накопичення негативних явищ та їх попередження в системі реалізації проектів і програм, оцінка результативності й ефективності реалізованих проектів і програм.

Висновки. Важливе значення під час розробки й упровадження стратегії розвитку підприємств житлово-комунального господарства має розробка та реалізація заходів, пов'язаних із міжнародною технічною допомогою, використанням грантів міжнародних організацій, упровадження у сферу функціонування підприємств житлово-комунального господарства спільних проектів.

Таким чином, розглянутий інструментарій дає змогу розробити та впровадити стратегію розвитку підприємств житлово-комунального господарства, яка орієнтована на зростання ефективності та результативності діяльності під час упровадження ринкових умов, конкурентоспроможності житлово-комунальних підприємств, застосуванні нових організаційних форм, гармонізації взаємодії із заінтересованими особами.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Портер М.Е. Конкурентная стратегия: Методика анализа отраслей и конкурентов / М.Е. Портер ; пер. с англ. – М. : Альпина Бизнес Букс, 2005. – 454 с.
2. Andrews K. The Concept of the Corporate Strategy. - 3 rd. Ed. - Homewood, Ill: Richard D. Irwin, 1987. – 132 p.
3. Feurer R., Chaharbaghi K. Розробка стратегії: минуле, сучасність та майбутнє / R. Feurer, K. Chaharbaghi. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.management.com.ua/strategy/str004.html>.
4. Афанасьев Н.В. Управление развитием предприятия : [монография] / Н.В. Афанасьев, В.Д. Рогожин, В.И. Рудыка. – Х. : ИНЖЭК, 2003. – 184 с.
5. Минцберг Г. Пять «П» стратегии / Г. Минцберг, Дж.Б. Куинн, С. Гошал // Стратегический процесс. – СПб. : Питер, 2001. – 688 с.
6. Світлична В.Ю. Організаційні засади формування економічної стратегії підприємств житлово-комунального господарства : автореф. дис. ... к.е.н. : спец. 08.10.01 «Розміщення продуктивних сил і регіональна економіка» / В.Ю. Світлична. – Х. : ХНАМГ, 2004. – 24 с.
7. Долішній М.І. Регіональна політика: методологія, методи, практика / М.Г. Долішній, П.Ю. Бельський, Є.І. Бойко [та ін.]. – Львів: Друк, 2001. – 720 с.
8. Регіони України: проблеми та пріоритети соціально-економічного розвитку : [монографія] / За ред. З.С. Варналія. – К. : Знання України, 2005. – 498 с.
9. Момот Т.В. Стратегічне планування в системі корпоративного управління будівельних підприємств / Т.В. Момот, Є.В. Мица // Комунальне господарство міст: Серія «Економічні науки». – 2008. – Вип. 85. – С. 14–19.
10. Домбровська Г.П. Особливості стратегічного планування діяльності на підприємстві / Г.П. Домбровська, І.О. Герашенко // Комунальне господарство міст: Серія «Економічні науки». – 2008. – Вип. 85. – С. 211–216.
11. Висоцький Г.Г. Стратегічне планування розвитку промислового підприємства : автореф. дис. ... к.е.н. : спец. 08.06.01 «Економіка, організація і управління підприємствами» / Г.Г. Висоцький. – Харків, 2004. – 20 с.
12. Кравцова Л.В. Стратегічне планування розвитку підприємств житлово-комунального господарства / Л.В. Кравцова. – Х. : ХНАМГ, 2006. – 24 с.
13. Офіційний сайт Міністерства регіонального будівництва України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.minregion.gov.ua/>.
14. Закон України «Про Загальнодержавну програму реформування і розвитку житлово-комунального господарства на 2009–2014 роки» від 24.06.2004 №1869-IV, у редакції ЗУ № 1511- IV (1511-17) від 11.06.2009 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/T041869.html.
15. Николаев В., Антонюк Ю. Модернізація і реформування житлово-комунального господарства в системі стратегічного планування розвитку міст / В. Николаев, Ю. Антонюк [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www/ist.osp-ua.info>.

УДК 005.915:005.642:336.11

Маркова С.В.*кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри бізнес-адміністрування
та менеджменту зовнішньоекономічної діяльності
Запорізького національного університету***Головань О.О.***кандидат фізико-математичних наук, доцент,
доцент кафедри бізнес-адміністрування
та менеджменту зовнішньоекономічної діяльності
Запорізького національного університету***Пилипчук Д.В.***студент
Запорізького національного університету*

УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВИМ РЕЗУЛЬТАТОМ ЯК ІНФОРМАЦІЙНЕ ДЖЕРЕЛО ЯКІСНИХ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ

Статтю присвячено актуальному питанню аналізу фінансових результатів діяльності підприємства. Автори проаналізували фінансову звітність компанії, провели факторний аналіз основних показників, які впливають на прийняття управлінських рішень. У статті наведено детальний розрахунок та аналіз фінансових результатів діяльності вітчизняної промислової компанії – лідера галузі.

Ключові слова: фінансові ресурси, прибуток, рентабельність, збиток, витрати.

Маркова С.В., Головань О.А., Пилипчук Д.В. УПРАВЛЕНИЕ ФИНАНСОВЫМ РЕЗУЛЬТАТОМ КАК ИНФОРМАЦИОННЫЙ ИСТОЧНИК КАЧЕСТВЕННЫХ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ

Статья посвящена актуальному вопросу анализа финансовых результатов деятельности предприятия. Авторы проанализировали финансовую отчетность компании, провели факторный анализ основных показателей, которые влияют на принятие управленческих бизнес-решений. В статье приведен детальный расчет и анализ финансовых результатов деятельности отечественной промышленной компании – лидера отрасли.

Ключевые слова: финансовые ресурсы, прибыль, рентабельность, убыток, расходы.

Markova S.V., Holovan O.O., Pulupchuk D.V. MANAGEMENT OF FINANCIAL RESULTS AS AN INFORMATION SOURCE OF QUALITATIVE MANAGEMENT DECISIONS

The article is devoted to the actual issue of analysis of enterprise financial results. The authors have analyzed the company's financial statements; have conducted the factor analysis of the basic indicators that influence the management decisions. Detailed calculation and analysis of the financial results of the domestic industrial company, that is the industry leader, are given in the article.

Keywords: financial resources, profit, profitability, loss, costs.

Постановка проблеми. Управління фінансовими ресурсами є одним із найважливіших чинників, які визначають ефективність діяльності підприємства в міжнародному середовищі, його фінансову стабільність та конкурентоздатність. Функціонування в сучасному середовищі вимагає від українських підприємств не тільки підтримання фінансової стійкості та платоспроможності, але й ефективного управління процесом формування та використання ресурсів. Ефективне управління фінансами та грошовими коштами є однією з найважливіших передумов, яка характеризує можливість адаптації підприємств до динамічних умов глобального середовища, оскільки вони є джерелом формування всіх інших видів ресурсів.

Пошук потенційних резервів фінансових ресурсів є важливим завданням зі сторони керівництва суб'єкта господарювання для реалізації поставлених виробничих програм та стратегічного розвитку. Управління фінансовими ресурсами на рівні підприємства передбачає ефективне їх використання, правильний вибір напрямків фінансових потоків та раціональне використання за цільовим призначенням [1]. Проте, наукові дослідження, присвячені проблемам розробки, адекватних часу, механізмів управління фінансовими ресурсами підприємств як складноорганізованих систем із внутрішньою будовою і зовнішніми чинниками, є не повністю досконалими і потребують подальшого доопрацювання.

Фінансові результати – прояв ефективності роботи суб'єкта підприємницької діяльності. Фінансовий результат являє собою сукупність прибутку або збитку від реалізації продукції, робіт, послуг, а також позареалізаційних доходів і витрат. Отже, в якості найбільш поширеного та універсального показника фінансових результатів виступає прибуток, який як економічний показник дозволяє поєднувати економічні інтереси держави, підприємства як суб'єкта господарювання, робітників і власника підприємства. Фінансовий результат чітко відображає ефективність комерційної, операційної, фінансової та інвестиційної діяльності компанії, а також служить основним індикатором для бізнес-рішень.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. В сучасних умовах економічного розвитку компаній питання фінансових результатів вважається одним із ключових при здійсненні господарської діяльності. Проблеми, пов'язані з визначенням сутності поняття фінансового результату, його формуванням та розподілом, розглядаються в навчальній та науковій літературі. Зокрема, дослідженню підходів щодо сутності поняття «фінансовий результат» присвячені праці Білик М.Д. [1], Бланка І.А. [2], Бутинця Ф.Ф. [3], Вороніної О.О. [4], Загороднього А.Г. [5], Мочерного С.В., Пипко В.А., Пушкар М.С. [6], Фецович Т.Р. тощо.

Мета статті. Основним завданням статті є аналіз фінансових результатів на прикладі діяльності вітчизняного промислового підприємства – лідера галузі з метою надання повної та якісної інформації для прийняття управлінських рішень менеджментом компанії.

Виклад основного матеріалу дослідження. В сучасних умовах вагомим значення набуває проведення якісного аналізу фінансових результатів діяльності підприємств. Вчасний та об'єктивний аналіз фінансових результатів сприяє підвищенню ефективності діяльності підприємств, його інноваційно-інвестиційній привабливості та діловій активності, найбільш раціональному та ефективному використанню усіх видів ресурсів, усуненню непродуктивних витрат. Достовірна інформація, отримана в ході фінансового аналізу, необхідна для прийняття якісних управлінських бізнес рішень, що, в свою чергу, призведе до підвищення ефективності та рентабельності діяльності підприємства. Залежно від того, яка інформація використовується у фінансовому аналізі, якими є мета та об'єкти дослідження, суб'єкти користування результатами аналізу, розрізняють два його види: внутрішній та зовнішній. Внутрішній аналіз використовує всю інформацію про стан справ підприємства, якою володіє лише певне коло осіб – як правило, керівництво підприємства та його підрозділів. Зовнішній аналіз базується на звітних даних, що підлягають опублікуванню, при цьому базою для проведення аналізу виступає досить обмежена частина інформації про діяльність підприємства, що є надбанням усього підприємства. Для проведення якісного аналізу фінансових результатів необхідно будувати аналітичну таблицю – аналітичний звіт про формування фінансових результатів, яка буде містити показники форми № 2 «Звіт про фінансовий результат». У таблиці 1 наведений такий звіт для ПАТ «Запоріжсталь».

Аналіз таблиці 1, свідчить, що у 2013 р. основні фінансові показники ПАТ «Запоріжсталь» мали тенденцію до покращення порівняно із попереднім роком. Незважаючи на зменшення виручки від реалізації продукції на 1 899,23 млн. грн. або на 12,2%, валовий прибуток підприємства збільшився. Такі зміни відбу-

лися за рахунок більш високих темпів зниження собівартості реалізованої продукції (-14,7%). Це свідчить про підвищення ефективності використання основних ресурсів підприємства. Спостерігається незначне зниження адміністративних витрат на 4 308 тис. грн. або 1,1%. Витрати на збут мають тенденцію до збільшення. У 2013 р. порівняно із 2012 р. зросли на 136,54 млн. грн. або 20,9%. Динаміка фінансових результатів від інвестиційної діяльності є позитивною за рахунок перевищення темпів зниження витрат над темпами зниження доходів від інвестиційної діяльності. Внаслідок того, що фінансовий результат діяльності підприємства може виступати у двох протилежних за своєю суттю формах – прибуток та збитки – може виникнути ситуація, за якої вертикальний аналіз проводити недоцільно. Так, у 2013 р. ПАТ «Запоріжсталь» отримало прибутки від операційної та інвестиційної діяльності та збитки від фінансової діяльності.

Особливої уваги також потребує аналіз рентабельності. Існує безліч коефіцієнтів рентабельності, використання кожного з яких залежить від характеру оцінки ефективності фінансово-господарської діяльності підприємства. Від цього, насамперед, залежить вибір оцінчого показника (прибутку), використовуваного в розрахунках. Найчастіше використовується чотири показники [2; 5]: валовий прибуток, операційний прибуток, прибуток до оподаткування та чистий прибуток. Для ПАТ «Запоріжсталь» розрахунок коефіцієнтів рентабельності зведемо в таблиці 2 [7].

Згідно з таблиці 2, усі без виключення показники рентабельності у 2013 році значно покращилися. Так, на одну гривню активів у 2013 році припадало 0,4 коп., а на одну гривню власного капіталу – 0,8 коп. прибутку, тоді як у 2012 році ці значення були від'ємними. Значно покращився показник валової рентабельності продажів, що вказує на підвищення ефективності виробничої діяльності підприємства, а також ефективності політики ціноутворення. Збільшення операційної рентабельності свідчить про економію на постійних витратах (адміністративних витратах, витратах на збут, інших операційних витратах). Коефіцієнт чистої рентабельності відображає повний вплив струк-

Таблиця 1

Аналітичний звіт про формування фінансових результатів ПАТ «Запоріжсталь»

№	Показник	2012 р	фактично	у порівн. цінах	тис. грн.	%
1.	Чистий дохід від реалізації продукції	15 560 415	13 579 218	13 661 185	-1 899 230	-12,2
2.	Собівартість реал. продукції	(14 490 350)	(12 284 971)	(12 359 125)	-2 131 225	-14,7
3.	Валовий прибуток	570 065	1 294 247	1 294 247	+724 182	+127,0
4.	Інші операційні доходи	244 972	487 026	487 026	+242 054	+98,8
5.	Адміністративні витрати	(388 872)	(384 564)	(384 564)	-4 308	-1,1
6.	Витрати на збут	(653 881)	(790 424)	(790 424)	+136 543	+20,9
7.	Інші операційні витрати	(753 794)	(240 756)	(240 756)	-513 038	-68,1
8.	Фінансовий результат від операційної діяльності	(981 510)	365 529	365 529	+1 347 039	-
9.	Інші фінансові доходи	35 147	126 679	126 679	+91 532	+260,4
10.	Фінансові витрати	(290 124)	(459 715)	(459 715)	+169 591	+58,5
13.	Фінансовий результат від фінансової діяльності	(254 977)	(333 036)	(333 036)	+78 059	+30,6
14.	Інші (інвестиційні) доходи	161 340	27 276	27 276	-134 064	-83,1
15.	Інші (інвестиційні) витрати	(675 340)	(8 619)	(8 619)	-666 721	-98,7
16.	Фінансовий результат від інвестиційної діяльності	(514 000)	18 657	18 657	+532 657	-
17.	Фінансовий результат до оподаткування	(1 750 487)	51 150	51 150	+1 801 637	-
18.	Витрати (дохід) з податку на прибуток	144 962	(42 954)	(42 954)	-187 916	-
19.	Чистий фінансовий результат	(1 605 525)	8 196	8 196	+1 613 721	-

Джерело: складено на основі [7]

Таблиця 2
Показники рентабельності ПАТ «Запоріжсталь» [7]

№	Показник	2012 р.	2013 р.	Відхилення
1.	Рентабельність сукупного капіталу	-0,124	0,004	+0,128
2.	Рентабельність власного капіталу	-0,256	0,008	+0,264
3.	Валова рентабельність продажів	0,044	0,095	+0,051
4.	Операційна рентабельність продажів	-0,062	0,027	+0,089
5.	Чиста рентабельність продажів	-0,096	0,001	+0,097
6.	Валова рентабельність виробництва	0,046	0,105	+0,059
7.	Чиста рентабельність виробництва	-0,100	0,001	+0,101

Джерело: розрахунок авторів

тури капіталу та фінансування компанії на її рентабельність. Він має позитивну динаміку і у 2014 році складає 0,1%. Що стосується показників рентабельності продажів, то їх значення неможливо адекватно оцінити, не маючи даних про значення аналогічних показників по галузі. Останнім етапом аналізу звіту про фінансові результати є горизонтальний та вертикальний аналіз витрат на виробництво продукції у розрізі елементів. Такий аналіз дозволяє виявити основні напрямки пошуку резервів зниження собівартості продукції та підвищення ефективності управління усіма видами ресурсів підприємства. Дані для аналізу витрат ПАТ «Запоріжсталь» подано у табл. 3.

За результатами аналізу таблиці 3 можна зазначити загальне зменшення витрат на виробництво продукції більш ніж на 2 млрд. грн. (12,0%). Спостерігається значне зниження матеріальних витрат, що є свідомством зменшення матеріало- та енергоемності готової продукції підприємства. Позитивним також є зменшення інших операційних витрат на 767,59 млн. грн. (21,4%).

Отже, зовнішня звітність підприємства є досить інформативним джерелом аналізу фінансових результатів. Використовуючи дані «Звіту про фінансові результати», менеджер має можливість оцінити загальні тенденції розвитку підприємства, визначити основні напрямки поглибленого дослідження, запропонувати ефективні бізнес-рішення щодо шляхів покращення ситуації на підприємстві. Наступним кроком під час аналізу фінансових результатів має бути аналіз факторної моделі операційного прибутку (1):

$$ОП + ЧД - СВ + ІОД - АВ - ЗВ - ІОВ, (1) [6]$$

де ЧД – чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг);

СВ – собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг);

ІОД – інші операційні доходи;

АВ – адміністративні витрати;

ЗВ – витрати на збут;

ІОВ – інші операційні витрати.

Факторний аналіз фінансового результату від операційної діяльності надано у таблиці 4. За результатами проведеного аналізу виявлено, що підприємство протягом 2012 р. скоротило обсяги реалізації продукції майже на 2,0 млрд. грн. Проте собівартість реалізованої продукції зменшується більш швидкими темпами, ніж дохід від реалізації продукції, що в кінцевому підсумку призвело до зростання валового прибутку на 615,7 млн. грн. або на 90,8%. Це свідчить про підвищення ефективності управління витратами, що включаються до виробничої собівартості.

Доцільним є проведення аналізу впливу на фінансовий результат основних факторів (структури, обсягу реалізації продукції, рівня цін на продукцію), оскільки вони, насамперед, залежать від управлінських бізнес-рішень, які приймає керівництво підприємства. Модель залежності прибутку від основних факторів має вигляд:

$$П = ОР \times \prod_{i=1}^n ПВ_i (C_i - C_i), (2) [6]$$

Таблиця 3

Аналіз витрат на виробництво продукції ПАТ «Запоріжсталь»

Показник	2012 р.	2013 р.	Горизонтальний аналіз		Вертикальний аналіз, %		
			тис. грн.	%	2012 р.	2013 р.	Відхилення
Матеріальні затрати	10 927 803	94 59 773	-1 468 030	-13,4	65,1	64,0	-1,1
Витрати на оплату праці	1 156 427	1 192 023	+35 596	+3,1	6,9	8,1	+1,2
Відрахування на соціальні заходи	436 023	439 156	+3 133	+0,7	2,6	3,0	+0,4
Амортизація	677 550	854 808	+177 640	+26,2	4,0	5,8	+1,8
Інші операційні витрати	3 592 168	2 824 580	-767 588	-21,4	21,4	19,1	-2,3
Разом	16 789 971	14 770 340	-2 019 631	-12,0	100,0	100,0	0,0

Таблиця 4

Динаміка фінансових результатів діяльності ПАТ «Запоріжсталь»

№	Показники, тис. грн.	2013 рік	2014 рік	Відхилення	
				+/-	%
1	Чистий дохід від реалізації продукції	15 560 415	13 579 218	-1 981 197	-12,7
2	Собівартість реалізованої продукції	14 881 913	12 284 971	-2 596 942	-17,5
3	Валовий прибуток	678 502	1 294 247	+615 745	+90,8
4	Інші операційні доходи	151 093	487 026	+335 933	+222,3
5	Адміністративні витрати	482 323	384 564	-97 759	-20,3
6	Витрати на збут	653 881	790 424	+136 543	+20,9
7	Інші операційні витрати	650 653	240 756	-409 897	-63,0
8	Фінансовий результат від операційної діяльності	(957 262)	365 529	+1 322 791	-

Джерело: складено на основі [7]

де OP – обсяг реалізації продукції;
 PB_i – питома вага i -того виду продукції;
 C_i – ціна i -того виду продукції;
 C_i – собівартість одиниці i -того виду продукції.

Під час проведення аналізу фінансових результатів вплив цінового чинника розраховується за допомогою такого показника, як індекс цін виробників промислової продукції. Основним видом діяльності ПАТ «Запоріжсталь» є виробництво чавуну, сталі та феросплавів, а тому доцільно використати індекс промислової продукції за цим видом діяльності. За 2013 р. проти 2012 р. такий індекс склав 99,4% [8]. Розрахунок впливу ціни на прибуток підприємства можна здійснити за допомогою формули 3.

$$\Delta P = \Delta \text{ЧД} - \Delta \text{СВ} = (\text{ЧД} - \text{ЧД}_0 : 0,994) - (\text{СВ} - \text{СВ}_0 : 0,994), \quad (3)$$

де ЧД – чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг);

СВ – собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг).

Провівши розрахунки за даною формулою, отримуємо:

$$\Delta P = (13579218 - 13579218 : 0,994) - (12284971 - 12284971 : 0,994) = -7812 (\text{тис. грн.})$$

Відповідно, за рахунок зниження рівня цін на 0,6% прибуток комбінату знизився на 7,8 млн. грн. Крім того, можливо також оцінити вплив на прибуток зміни таких чинників, як фізичний обсяг реалізованої продукції, структура та асортимент реалізованої продукції, а також рівень витрат на одну гривню товарної продукції за допомогою наступних формул. Зміна прибутку за рахунок зміни фізичного обсягу реалізації () визначається за формулою 4:

$$\Delta P_{\Delta OP} = P_0 \times (K_{\Delta CB} - 1), \quad (4)$$

де P_0 – прибуток базового періоду;

$K_{\Delta CB}$ – коефіцієнт зміни собівартості.

Розрахунок зміни прибутку під впливом структури та асортименту реалізованої продукції () здійснюється наступним чином:

$$\Delta P_{\Delta \text{Стр}} = P_0 \times (K_{\Delta \text{ЧД}} - K_{\Delta \text{СВ}}), \quad (5)$$

де $K_{\Delta \text{ЧД}}$ – коефіцієнт чистого доходу від реалізації.

Зміна прибутку під впливом зміни витрат на одну гривню реалізованої продукції () визначається так:

$$\Delta B_{\Delta B1, \text{грн.}} = OP_1 \times (CB_0 / OP_0 - CB_1 / OP_1), \quad (6)$$

де $OP_{0,1}$ – обсяг реалізації продукції відповідно у базовому та звітному періодах;

$CB_{0,1}$ – собівартість реалізованої продукції відповідно у базовому та звітному періодах.

Оцінимо вплив на прибуток комбінату «Запоріжсталь» таких чинників, як фізичний обсяг реалізованої продукції, структури та асортименту реалізованої продукції, а також рівня витрат на одну гривню товарної продукції за допомогою даних таблиці 4.

$$\Delta P_{\Delta OP} = 678502 \times \left(\frac{12284971}{14881913} - 1 \right) = -118400,8 (\text{тис. грн.})$$

$$\Delta P_{\Delta \text{Стр}} = 678502 \times \left(\frac{13579218}{15560415} - \frac{12284971}{14881913} \right) = 32012,0 (\text{тис. грн.})$$

$$\Delta P_{\Delta B1, \text{грн.}} = 13579218 \times \left(\frac{14881913}{15560415} - \frac{12284971}{13579218} \right) = 702133,8 (\text{тис. грн.})$$

$$1294247 - 678502 = -118400,8 + 32012,0 + 702133,8$$

$$615745 = 615745$$

Проведений аналіз залежності валового прибутку від таких факторів, як фізичний обсяг реалізованої продукції, структура та асортимент реалізованої продукції, а також рівень витрат на одну гривню товарної продукції, дозволив зробити наступні висновки. Валовий прибуток ПАТ зріс на 615,7 млн. грн., у тому числі за рахунок зменшення витрат на одну гривню товарної продукції – на 702,1 млн. грн., за рахунок оптимізації структури та асортименту реалізованої продукції – на 32,0 млн. грн. Негативно на величину прибутку вплинуло зменшення фізичного обсягу реалізованої продукції. За рахунок цього фактору валовий прибуток зменшився на 118,4 млн. грн. Перелічені зміни свідчать про покращення ситуації, проте все ж таки наявні резерви зростання прибутку від реалізації продукції внаслідок збільшення обсягів діяльності. Актуальним напрямом підвищення прибутку також є подальша оптимізація витрат та підвищення ефективності управління витратами підприємства, що дозволить досягти більш високих результатів.

Висновки з проведеного дослідження. Отже, аналіз фінансових результатів ПАТ «Запоріжсталь» показав, що підприємство поступово виходить з кризового становища. Фінансові показники комбінату у 2013 р. значно покращилися порівняно з 2012 р. Отже, запропонована у статті детальна структура аналізу фінансових результатів діяльності підприємства є важливим джерелом інформації для прийняття якісних управлінських рішень у майбутньому.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

- Білик М.Д. Фінансові результати діяльності малих підприємств: оцінка та прогнозування : [монографія] / М.Д. Білик, Т.О. Білик; Міністерство освіти і науки України, Київський нац. університет технологій та дизайну. – К: КНУТД, 2012. – 280 с.
- Бланк І.А. Управління прибутком : [навч. посібник] / І.А. Бланк. – К.: Ніка-Центр, 1998. – 544 с.
- Бутинець Ф.Ф. Економічний аналіз : [навч. посіб.] / Ф.Ф. Бутинець. – Житомир: Рута, 2003. – 680 с.
- Вороніна О.О. Управління фінансовим результатом промислового підприємства : автореферат : спец. 08.00.04 «Економіка та управління підприємствами» / О.О. Вороніна; Харківський нац. економічний ун-т. – Харків, 2009. – 25 с.
- Загородній А.Г. Облік і аудит : [термін. Словник] / Загородній А.Г. // Молодіжний науковий вісник УАБС НБУ. – Серія: Економічні науки. – 2013. – № 4. – 360 с.
- Пушкар М.С. Фінансовий облік : [підручник] / М.С. Пушкар. – Тернопіль: Карт-бланш, 2002. – 628 с.
- Інформація для акціонерів ПАТ «Запоріжсталь». – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.zaporizhstal.com/uk/pidpriyemstvo/informaciya-dlya-akcioneriv/>
- Соціально-економічне становище України, 2013 р. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.ukrstat.gov.ua/druk/soc_ek/2013/arh_2013_u.html.

УДК 339.94

Грицюк Н.О.

кандидат економічних наук,
старший викладач кафедри економіки та безпеки підприємства
Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки

ОСОБЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ЕКОЛОГІЧНОЇ УПАКОВКИ ПРИ ФОРМУВАННІ МІЖНАРОДНОЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Статтю присвячено проблемам використання екологічної упаковки вітчизняними підприємствами. Упаковку товару висвітлено як складову комплексу маркетингу, що допомагає розширенню внутрішнього та зовнішнього ринків збуту. Запропоновано інвестиційно-інноваційний проект, який допоможе вирішити проблему у сучасних реаліях.

Ключові слова: інвестиційно-інноваційний проект, міжнародний маркетинг, екологічний маркетинг, упаковка, комплекс маркетингу.

Грицюк Н.О. ОСОБЕННОСТИ ПРИМЕНЕНИЯ ЭКОЛОГИЧЕСКОЙ УПАКОВКИ ПРИ ФОРМИРОВАНИЕ МЕЖДУНАРОДНОЙ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ОТЕЧЕСТВЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Статья посвящена проблемам использования экологической упаковки отечественными предприятиями. Упаковка товара освещена как составляющая комплекса маркетинга, помогающая расширению внутреннего и внешнего рынков сбыта. Предложен инвестиционно-инновационный проект, который поможет решить проблему в современных реалиях.

Ключевые слова: инвестиционно-инновационный проект, международный маркетинг, экологический маркетинг, упаковка, комплекс маркетинга.

Grytsyuk N.O. FEATURES USING ENVIRONMENTAL PACKAGING OF FORMATION INTERNATIONAL COMPETITIVENESS OF DOMESTIC ENTERPRISES

This article is devoted to the problems of using ecological packaging domestic enterprises. Packaging of goods covered as part of the marketing mix, which helping expand domestic and foreign markets. There are investment and innovative project that will help solve the problem in today's realities.

Keywords: investment and innovation projects, international marketing, environmental marketing, packaging, marketing mix.

Постановка проблеми. Сучасний міжнародний маркетинг для українського товаровиробника має на меті вихід на нові ринки збуту. Це, в свою чергу, ставить нові завдання перед підприємством, а саме задоволення потреб нових споживачів. Однак стурбованість впливом виробництва та масового споживання на екологію навколишнього середовища формує у цього споживача нові вимоги до товару.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. М. Ліхтль та А. Анне-Тейлор [1] досліджували прихильність споживачів до екологічно чистих товарів та їхню готовність переплачувати за збереження навколишнього середовища.

Проблему розширення ринків збуту через задоволення ширшого кола потреб споживачів, охоплення більшої кількості сегментів та підвищення міжнародних рейтингів підприємства розглядали у своїх дослідженнях і українські науковці О.О. Евдоченко та Н.В. Чала [2].

Водночас авторами не було запропоновано моделі, яка б дозволила вирішити проблеми екологічності упаковки та інструментарію просування українських товарів на міжнародному ринку.

Мета статті полягає у розкритті ефективних інструментів маркетингового просування товарів на міжнародному ринку, розробленні моделі співпраці щодо вирішення проблеми екологічності упаковки українських товаровиробників.

Виклад основного матеріалу дослідження. Загострення екологічних проблем та необхідність впровадження екологічних стандартів в міжнародну діяльність компаній зумовлюють зростання інтересу до такого поняття, як «комплекс екомаркетингу» як складової частини концепції соціально-відповідального маркетингу з широким спектром інструментів – від різноманітних екозаходів з формування зв'язків з громадськістю, впровадження у виробничий процес ресурсозберігаючих технологій, вико-

ристання екологічної упаковки або взагалі відмова від неї, впровадження принципів «зеленого офісу» тощо до переходу до інтегрованої системи сталого розвитку компанії [2].

Так, схильність до купівлі та споживання продукції соціально відповідальних брендів є найсильнішою в Азійсько-Тихоокеанському регіоні (64% споживачів), Латинській Америці (63%) і Близькому Сході / Африці (63%), у Північній Америці та Європі – 42% і 40% відповідно [1]. Згідно з оцінками, які наводить М. Ліхтль, директор німецької компанії «Lichtl Ethics & Brands», у Європі третина споживачів зацікавлена в екопродукції, а 15% покупців фахівець називає справжніми «екошопперами» – це ті, хто вважає, що екологічний товар є якісним, і готові платити за нього більше [3]. За даними дослідження 2014 р. компанії «Gibbs & Soell (Sense & Sensibility Study: Perspectives on Corporate Sustainability)» жінки більш схильні до придбання продуктів чи послуг екологічно свідомої компанії (76% усіх опитаних) [4].

Враховуючи нові вимоги споживача, виробникам шоколаду «Milka» довелося провести ребрендинг своєї упаковки спільно з агентством «Ogilvy & Mother». За результатами проведеного ними дослідження, виявилось, що споживач воліє бачити на упаковці шоколадних плиток Альпійське передгір'я. Виробники бельгійського пива «Stella Artois» у 2009 р. також поквапились повідомити своїх споживачів, що пивні пляшки бренду зроблені з переробленого скла й алюмінію, а перевізні коробки – із переробленого паперу.

Компанія «Puma» робить упаковку для своєї продукції екологічною, скоротивши випуск поліетиленових пакетів на користь сумок, які абсолютно утилізуються. Нові пакети, створені з кукурудзяного крохмалю і з використанням екологічної фарби, розчиняються у воді всього за 3 хвилини.

Як завжди завзятий прихильник відповідального ставлення до навколишнього середовища організація «Greenpeace» розробила рекламний плакат зі слоганом «Барбі, між нами все закінчено!». Таким чином грішнісіви засуджують компанію «Mattel», виробника суперечливої ляльки «Barbi», за використання високоякісного картону в упаковці своїх іграшок. Для такої сировини потрібно дуже багато деревини, від чого потерпають тропічні ліси.

Цього літа жителі філіппінського міста Макаті могли споглядати екологічну рекламу від «Coca Cola». Саме там з'явилася «зелена» реклама напою, створена спільно зі Всесвітнім фондом дикої природи (WWF). Рекламний щит являв собою поле площею 18,2 м, суцільно укрите карликовими деревами Кармона. Ці 30-сантиметрові дерева є відмінним фільтром, що мають здатність вбирати в себе шкідливі речовини. «Цей бігборд вбирає забруднювачі повітря» – написано на плакаті [5].

Аналізуючи складові комплексу екомаркетингу, слід відмітити, що висока екологічність утилізації, рециркуляції або ліквідації відходів виробництва, спрямованість на мінімізацію використання матеріалів, які не підлягають утилізації, рециркуляції є одним із важливих напрямків міжнародної товарної політики, яка орієнтована, насамперед, на екологічність виробництва [6].

Міжнародна цінова політика в екологічному маркетингу дозволяє стимулювати збут екологічних товарів, і, навпаки, стримати збут товарів, які на одному з етапів життєвого циклу спричиняють суттєвий екодеструктивний вплив.

На політику ціноутворення в даному випадку впливають, крім стандартних факторів, ще й заходи з охорони довкілля, діяльність як міжнародних, так і регіональних громадських організацій з екологічних питань, політика конкурентів в галузі екологічної безпеки, екологічні запити споживачів тощо [1].

В даному аспекті при виході на міжнародні ринки українські товаровиробники займають позицію аутсайдера, оскільки використовують дешеву поліетиленову упаковку, яка важко піддається вторинній переробці та спричиняє забруднення навколишнього середовища.

Крім цього, політика екологічності виробництва забезпечує формування корпоративного іміджу підприємства на внутрішньому та на міжнародному ринку.

Згідно з дослідженням агентства «IRSGroup», 62% опитаних відповідально ставляться до використання природних ресурсів та вдаються до їх економії. Результати опитування говорять про те, що український споживач переважно екологічно свідомий і активний. А це, відповідно, є «зеленим світлом» для позиціонування продуктів та розробки «зеленого» іміджу виробників [7, с. 65].

«Екологічний» «public relations» спрямований на формування і підтримку сприятливого іміджу компанії, на переконання громадськості в необхідності діяльності підприємства, його благодатному впливі на життя суспільства, і передбачає: формування і відкрите поширення принципів екологічної політики, програм та інформації про роботу компанії; взяття добровільних екологічних зобов'язань стосовно населення, працівників, стану навколишнього середовища; взаємодію організації з акціонерами та інвесторами, екологічною громадськістю та населенням (проведення круглих столів, поширення екологічних програм і матеріалів); проведення та підтримку компанією діяльності у сфері суспільного екологічного моніторингу і контролю; участь у наукових екологічних дослідженнях; розробку і сертифікацію систем менеджменту якості, екологічного менеджменту та інтегрованих систем менеджменту» [7].

Зовнішньоекономічна діяльність підприємств зорієнтована на випуск екологічної продукції для іноземного споживача, задля успішної діяльності на різних регіональних ринках повинні реалізувати комплекс заходів, які забезпечать максимально можливе збереження довкілля через екологізацію всіх компонентів маркетингового комплексу [1].

Заданими державного комітету статистики, станом на 2015 р. в Україні налічується 12 505,9 млрд. т відходів I–IV класів небезпеки (табл. 1) [8].

За 2015 р. утворено 312 267,6 млн. т, з них утилізовано 92 463,7 (29,6%), спалено 1 134,7 (3,6%), видалено у спеціально відведені місця чи об'єкти 152 295,0 млн. т (48,9%).

Тобто, всупереч необхідності збереження ресурсів значною мірою завдяки концепціям традиційного маркетингу існує загальносвітове перевиробництво товарів у 1,5 рази, що спричиняє і відповідне зростання обсягів упаковки на 50%, яка до того ж прак-



Рис. 1. Схема реалізації інвестиційно-інноваційного проекту з виготовлення екологічної упаковки товару

тично не має так званої споживчої цінності. Саме споживча цінність упаковки має стати предметом вивчення маркетологів [9].

Вторинна переробка матеріалів у різних сферах виробництва дає високі результати. Практичний досвід діяльності у цій сфері підтверджує, що переробна техніка дозволяє створити та реалізувати проект з високими критеріями ресурсозбереження, ефективності та екологічності.

Інноваційний проект із вторинної переробки упаковки потребує значних інвестицій та є важким для реалізації для окремого підприємства, проте можливим при спільній організації товаровиробників.

Як переконує міжнародний досвід, країни, що зробили ставку на інтелектуальні ресурси, нині є світовими лідерами економічного розвитку. Основною рисою конкурентоспроможності країни є її спроможність генерувати та швидко освоювати наукові, технологічні, промислові, організаційні інновації. Їх формування та реалізація неможливі без включення науки та освіти в інноваційний процес. Їх інтеграція в стратегічному плані є важливим фактором розвитку не лише науково-освітньої сфери, але й усього суспільства [10].

Процес реалізації інвестиційно-інноваційного проекту є комплексом заходів, що включає такі основні етапи:

- об'єднання товаровиробників навколо проблеми створення екологічної упаковки;
- техніко-економічне обґрунтування обраного інвестиційно-інноваційного проекту;
- залучення органів влади до реалізації інвестиційно-інноваційного проекту;
- реалізація інвестиційно-інноваційного проекту.

Розглянемо методичні особливості здійснення кожного з вищезазначених етапів.

1-й етап – забезпечення виробництва та переробки екологічної упаковки, що є складним і капіталомісним процесом, тому для забезпечення реалізації такого проекту необхідно створити організацію товаровиробників, що використовують упаковку для виробництва та реалізації продукції.

Необхідною умовою стане створення фонду для реалізації проекту, джерелом надходження таких коштів доцільно сформувати відрахування 1% від вартості упаковки всіх товаровиробників. Звичайно, за рахунок таких відрахувань вартість кінцевого товару може збільшитися, але, враховуючи кінцевий соціальний ефект, вартісне зростання не позначиться на обсязі реалізованої продукції.

На етапі техніко-економічного обґрунтування обраного інвестиційно-інноваційного проекту слід:

- обґрунтувати політичні, соціально-економічні, правові та інші умови реалізації проекту;
- розрахувати прогностичні обсяги та якісні показники, з урахуванням соціально-економічної ситуації в країні та умови виробництва, екологічної ситуації, рівня безробіття;
- основні соціально-економічні показники і показники, що характеризують вплив інвестиційно-інноваційного проекту, а саме: обсяг реалізації продукції, якість продукту; вторинна переробка упаковки;
- можливі ситуації в економіці країни загалом внаслідок реалізації заходів інвестиційно-інноваційного проекту;

Наступний етап – залучення органів влади до реалізації інвестиційно-інноваційного проекту. Декларуючи створення інноваційної моделі розвитку вітчизняного товаровиробника, необхідно сформувати зв'язок «підприємство–держава–суспільство» (рис. 1).

З огляду на соціальну значущість проекту та сприяння вирішення проблем регіону, співпраця з органами влади дозволить швидко й ефективно реалізувати проект та додатково вирішити деякі соціально-економічні проблеми:

- з вторинної переробки сировини;
- забруднення вулиць і проблеми утилізації пластикової упаковки;
- додаткові робочі місця на місцях переробки упаковки;

Важливим етапом є законодавче закріплення правил поводження з використаною упаковкою та адміністративної відповідальності за його порушення.

На етапі реалізації інвестиційно-інноваційного проекту важливо залучитися підтримкою споживачів до співпраці, адже екологічна упаковка дозволить підвищити якість кінцевого продукту споживання та покращить екологічну ситуацію. Разом з тим, свідомість покупців повинна забезпечити якісну утилізацію та вторинну переробку упаковки.

Запропонований інвестиційно-інноваційний проект забезпечить якісну, екологічну упаковку для товарів, підвищить якість товарів, дозволить оптимально використовувати ресурси, покращить екологічну ситуацію, забезпечити тісний взаємозв'язок «підприємства–держава–суспільство».

Висновки. Отже, проблеми екологічності товарів та упаковки актуальні як для українського, так і для зарубіжного споживача. Разом з тим, проблему обмеженості фінансових ресурсів в кризових умовах сучасної вітчизняної економіки можна вирішити шляхом співпраці та побудови екологічно чистого виробництва товарів, яке знайде широке коло споживачів.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Adams A.-T. Global consumers are willing to put money where their heart is when it comes to goods and services from companies committed to social responsibility / A.-T. Adams // Nielsen, 2014.
2. Євдоченко О.О. Екологічні пріоритети маркетингу глобальних компаній / О.О. Євдоченко, Н.В. Чала // Сучасні виклики розвитку світової економіки: Матеріали IV Міжнародної науково-практичної конференції. – К.: Київський національний університет імені Тараса Шевченка, 2015. – 292 с.
3. DW: Український ринок в очікуванні «еко-шопперів». – Кореспондент, 29 квітня 2013 р. – [Електронний ресурс] – Режим доступу : <http://ua.korrespondent.net/dw/1554294-dw-ukrayinskij-rinok-v-ochikuvanni-eko-shopperiv>.
4. Tague A. How eco-friendly products save the world and you're your bottom line / A. Tague // National hardware show «Industry edge». – Special Reports, 2014.
5. Ольшевська Л.С. Екологічно-відповідальний маркетинг і ЕКО-тренди / Л.С. Ольшевська, О.О. Калініченко // Міжвузівська студентська науково-практична конференція «Соціальна та екологічна відповідальність маркетингу». – 2015. – С. 64–69.
6. Тендюк А.О. Методичний підхід до впровадження екологічного маркетингу на мезо- та мікрорівнях / А.О. Тендюк // Електронне наукове фахове видання «Ефективна економіка» – 2013. – № 4.
7. Скрипчук П.М. Екологічний маркетинг як інструмент та інформаційне забезпечення якості життя / П.М. Скрипчук, В.В. Рибак // Вісник Хмельницького нац. ун-ту. Економічні науки. – Т. 3(140), № 5. – С. 234–238.
8. Офіційний сайт державної статистики України. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua/>
9. Телетов О.С. Упаковка як об'єкт інноваційного маркетингу / О.С. Телетов, В.М. Шатова // Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2014. – № 2. – С. 11–19.
10. Кірдіна О.Г. Пріоритетність інвестиційно-інноваційних проектів на залізничному транспорті / О.Г. Кірдіна // Електронне наукове фахове видання «Ефективна економіка». – 2011. – № 2. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=467>.

УДК 338

Гудзь Ю.Ф.

кандидат економічних наук, докторант
Київського національного економічного університету
імені Вадима Гетьмана

НАУКОВО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ПІДХОДИ ДО ФОРМУВАННЯ СТРУКТУРИ ЕКОНОМІЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВ

У статті розглянуто різні підходи до визначення структури економічного потенціалу підприємства: ресурсний, функціональний, змішаний. На основі проведених теоретико-методологічних досліджень механізму формування та розвитку потенціалу підприємств узагальнено теоретичні підходи до визначення його структури. Запропоновано структуру потенціалу підприємства, у якій виокремлено чотири окремі складові – виробнича, фінансова, трудова, інтелектуальна.

Ключові слова: потенціал підприємства, ресурси, структурний підхід, структура потенціалу.

Гудзь Ю.Ф. НАУЧНО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ФОРМИРОВАНИЮ СТРУКТУРЫ ЭКОНОМИЧЕСКОГО ПОТЕНЦИАЛА ПРЕДПРИЯТИЙ

Рассмотрены различные подходы к определению структуры экономического потенциала предприятия: ресурсный, функциональный, смешанный. На основе проведенных теоретико-методологических исследований механизма формирования и развития потенциала предприятий обобщены теоретические подходы к определению его структуры. Предложена структура потенциала предприятия, в которой выделены четыре отдельные составляющие – производственная, финансовая, трудовая, интеллектуальная.

Ключевые слова: потенциал предприятия, ресурсы, структурный подход, структура потенциала.

Gudz Y.F. POSITIONING SCIENTIFIC AND METHODOLOGICAL APPROACHES TO THE FORMATION OF THE ECONOMIC POTENTIAL OF ENTERPRISES

Different approaches to determining the structure of the economic potential of the enterprise, resource, functional mixed. Based on the theoretical and methodological studies of the mechanism of formation and development capacity of enterprises, theoretical approaches to determine its structure. The structure of the potential of the company, which singled out four separate components - industrial, financial, labour, intellectual.

Keywords: potential enterprise, resources, structural approach, structure building of the potential.

Постановка проблеми. В умовах ринкових відносин одним із пріоритетних напрямів діяльності будь-якого підприємства є формування економічного потенціалу та забезпечення умов для довгострокового розвитку. Ці завдання особливо складно реалізувати в умовах мінливого фінансово-економічного, інформаційного та правового середовища функціонування підприємств. Такі умови вимагають від керівництва підприємства не тільки вчасно реагувати на можливі зміни, а й передбачати і формувати моделі розвитку подій. Саме формування стратегії розвитку економічного потенціалу підприємства є дієвим інструментом управління в програмі довгострокового розвитку. Економічний потенціал є одним із основних факторів, який визначає успішність роботи підприємства у сучасних умовах ринку. Чим він вищий, тим більш конкурентоспроможним та інвестиційно привабливим є підприємство.

Діяльність підприємства буде результативною в разі правильного формування складу і структури його економічного потенціалу, котрий, у свою чергу, є предметом оцінки вартості підприємства та великою мірою залежить не тільки від обсягу залучених ресурсів, а й, насамперед, від ефективності використання цих ресурсів та їх взаємодії. Дослідження можливостей розвитку підприємства пов'язане з чіткою конкретизацією поняття формування структури потенціалу підприємства, його класифікацією та оцінкою.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання дослідження формування, оцінки та управління економічним потенціалом підприємства розглядаються у працях вітчизняних вчених, таких як О.Ф. Балацький, Б.Є. Бачевський, Л.С. Головкова, О.І. Гончар, Н.С. Краснокутська, І.В. Заблодська, Є.В. Лапін, Б.М. Мізюк, О.І. Олексюк, І.П. Отенко, О.О. Решетняк, І.М. Рєпіна, В.В. Россоха, В.Ф. Савченко, М.В. Савченко, Л.В. Скоробогата, О.С. Федо-

нін та ін. Проте, незважаючи на значне коло практичних, методичних, теоретичних досліджень із цієї проблематики, аналіз літератури з даної теми виявив відсутність єдиного підходу до формування структури потенціалу підприємства та єдиного підходу до проведення його оцінки, залишаючи дискусійні моменти для подальшого дослідження. Тому існує необхідність глибоких наукових досліджень із приводу уточнення механізму формування потенціалу підприємства та визначення його структури, що зумовлює актуальність обраної теми.

Метою статті є визначення структури економічного потенціалу підприємства та уточнення механізму його формування.

Виклад основного матеріалу дослідження. Опираючись на дослідження О.С. Федоніна, І.М. Рєпіної, О.І. Олексюка [1], Н.С. Краснокутської [2], О.В. Березіна та О.Д. Плотника [3], можна навести власний перелік властивостей економічної системи за існуючою класифікацією, на якому побудовано основні постулати, або принципи формування та реформування потенціалу. Ці принципи можна прийняти за основу, щоб додавати корективи, пов'язані з відмінностями у визначенні сутності потенціалу та його статусу як економічної системи у запропонованій та існуючій концепції (табл. 1).

О.В. Березін та О.Д. Плотник [3] наводять перелік принципів формування економічного потенціалу підприємства:

- будь-які зміни потенціалу відбувається лише через відповідні зміни носія;

- при формуванні потенціалу підприємства необхідно враховувати не тільки якісні, але й кількісні характеристики окремих елементів, які повинні бути збалансовані для функціонування підприємства як цілісного об'єкту;

- при формуванні потенціалу підприємства необхідно враховувати вплив зовнішнього середовища на складові потенціалу підприємства та взаємозв'язок елементів з зовнішнім середовищем;
- кількісне накопичення потенціалу підприємства сприяє виникненню якісно нових шляхів та можливостей розвитку підприємства;
- розвиток підприємства у довгостроковому періоді є причинно-наслідковою основою формування його нового потенціалу, а створений потенціал підприємства є причинно-ресурсною основою для його подальшого розвитку.

Процес формування потенціалу підприємства є одним з напрямків його економічної стратегії та передбачає створення й організацію системи ресурсів і компетенцій таким чином, щоб результат їхньої взаємодії був фактором успіху в досягненні стратегічних, тактичних і оперативних цілей діяльності підприємства. При цьому використовуються такі основні методологічні підходи (табл. 2).

Відповідно наведеним принципам, формування або реформування потенціалу має відбуватися у певній послідовності, починаючи з аналізу ринків збуту та постачання сировини, матеріалів. У даному випадку

Таблиця 1

Властивості економічної системи за існуючою класифікацією

Властивість економічної системи	Сутнісна характеристика властивості
Цілісність	Система – це цілісність, властивості якої виявляються лише за взаємодії її елементів
Поліструктурність	Система складається із певної кількості частин
Складність	Економічна система визначається неоднорідністю складових, різнохарактерними та ієрархічними взаємозв'язками між ними
Динамічність	Система має постійно мінливі параметри та характеризується стохастичністю поведінки
Унікальність	У будь-який час система має притаманні тільки їй ресурсні та організаційні можливості
Адаптивність	Передбачає адаптивність параметрів системи до умов, що постійно змінюються
Синергічність	Цілеспрямованість дії елементів системи посилює ефективність її функціонування
Мультиплікативність	Геометрична залежність виявлення позитивних і негативних ефектів функціонування елементів системи
Граничність	Елементи економічної системи мають граничний характер, що обумовлює її форму
Протиентропійність	Можливість протидіяти руйнівним тенденціям

Джерело: систематизовано автором

Таблиця 2

Методологічні підходи до опису структури економічного потенціалу

№ п/п	Методологічні підходи	Суть підходу
1	Системний підхід	Спочатку формуються параметри виходу товару: що робити, з якими показниками якості, з якими витратами, для кого, у які терміни, за якою ціною. Потім визначаються параметри входу: які потрібні ресурси й інформація для реалізації внутрішніх бізнес-процесів. Потреба в ресурсах та інформації прогнозується після вивчення вимог до організаційно-технічного потенціалу підприємства (рівня техніки, технології, організації виробництва, праці й управління) та параметрів зовнішнього середовища (політичного, економічного, технологічного, соціально-демографічного, культурного середовища країни та інфраструктури даного регіону). Зворотний комунікаційний зв'язок між постачальниками (входом), клієнтами (виходом), зовнішнім оточенням і потенціалом підприємства необхідний для адаптації потенціалу як системи до зміни вимог клієнтів до продукції, параметрів ринку, появи організаційно-технічних новинок.
2	Функціональний підхід	Передбачає пошук зовсім нових, оригінальних технічних рішень для задоволення існуючих або потенційних потреб. Потреба в цьому випадку розглядається як сукупність функцій, які потрібно виконати для її задоволення. Після визначення функцій (наприклад, маркетингові, наукові дослідження, постачання, виробництво, фінансування і т. д.) визначається кілька альтернативних варіантів формування потенціалу для їхнього виконання та обирається той із них, що забезпечує максимальну ефективність сукупних витрат. Застосування даного підходу, на відміну від орієнтації на «вчорашні» світові стандарти, дозволяє найбільш повно задовольняти нові потреби і забезпечувати стійку конкурентну перевагу.
3	Відтворювальний підхід	Орієнтований на постійне поновлення виробництва продукції з меншою ресурсоемністю та вищою якістю порівняно з аналогічною продукцією на даному ринку для задоволення потреб клієнтів. Це означає, що основним елементом даного підходу є обов'язкове застосування бази порівняння показників кращої аналогічної продукції на теперішній момент, скоректованих до початку освоєння нової продукції.
4	Нормативний підхід	Полягає у встановленні для найважливіших елементів потенціалу нормативів якості та ресурсоемності продукції, завантаженості технічних об'єктів, параметрів ринку та ефективності використання ресурсного потенціалу щодо розробки й ухвалення управлінських рішень. Слід зазначити, що встановлені нормативи повинні відповідати вимогам обґрунтованості, комплексності, ефективності та перспективності.
5	Комплексний підхід	Передбачає необхідність урахування технічних, екологічних, економічних, організаційних, соціальних, психологічних й інших аспектів діяльності підприємства. Якщо навіть один з аспектів залишити поза увагою, то проблема не буде цілком вирішеною.
6	Інтеграційний підхід	У процесі формування потенціалу підприємства націлений на дослідження посилення взаємозв'язків, об'єднання та посилення взаємодії між окремими його елементами.
7	Динамічний підхід	Пов'язаний з необхідністю розгляду потенціалу в діалектичному розвитку, у встановленні причинно-наслідкових зв'язків і співвідпорядкованості на основі проведення ретроспективного аналізу поведінки аналогічних систем на деякому тимчасовому відрізку.

Джерело: систематизовано автором

потрібно знайти найвигідніші у виробництві та реалізації види продукції та оцінити суспільну зацікавленість її виробництва. Таким чином, може бути здійснений вибір виду діяльності та продукції, що буде вироблятися.

В економічній літературі існують різні підходи до визначення структури потенціалу підприємства. Більшість дослідників розглядає ресурсну структуру потенціалу, однак з урахуванням різної кількості складових. Відповідно до ресурсної концепції, економічний потенціал підприємства розглядається як система ресурсів, що вступають у взаємодію й обумовлюють досягнуті результати.

Н.А. Іванов, Ю.Г. Одогов, К.Л. Андреев під структурою системи, якою є потенціал підприємства, розуміють мережу найсуттєвіших, стійких зв'язків між елементами [4, с. 127]. О.С. Федонін, І.М. Рєпіна, О.І. Олексюк дають ширше тлумачення структури, згідно з яким розрізняють два типи структур: макро- і мікроструктури. Макроструктура виражає найстійкіші зв'язки системи, а мікроструктура – змінні. Сукупність макро- і мікроструктури об'єкта або процесу, тобто сукупність усіх зв'язків, і становить їхній зміст [1, с. 13].

Структуру потенціалу підприємства деякі автори представляють через призму одного з його складових. Так, А.І. Ніколаєв розглядає структуру загального потенціалу підприємства через інноваційний потенціал. Як вважає дослідник, загальний потенціал підприємства складається з виробничо-технологічного потенціалу, науково-технічного потенціалу, фінансово-економічного потенціалу, кадрового потенціалу і власне інноваційного потенціалу, який складає ніби ядро всього потенціалу, органічно входячи у кожную його частину [5, с. 56]. Така структура потенціалу не відображає взаємозв'язку складових елементів і гіперболізує значення інноваційного потенціалу.

Безпосередньо структуру економічного потенціалу підприємства досліджував Є.В. Лапін. Його структура побудована на ресурсній концепції. Зокрема, дослідник розглядає структуру економічного потенціалу підприємства взагалі, не лише на рівні підприємства, а й на рівні держави, регіону [6, с. 65].

І.Р. Бузько, І.Є. Дмитренко, О.А. Сущенко досліджують структуру стратегічного потенціалу [7], але розроблена структура подібна до економічного потенціалу. А.Е. Воронкова, В.П. Пономарьов, Г.І. Дібніс, Ю.С. Погорелов у своїх наукових працях вводять поняття конкурентоздатного потенціалу та досліджують його структуру [8; 9; 10], але структура такого потенціалу також схожа на структуру економічного потенціалу.

Н.А. Атікіна, В.Л. Ханжина, Є.В. Попов досліджують планування та використання ринкового потенціалу [11]. Причому до складу цього потенціалу вони включають ті ж елементи, які інші дослідники включають до складу економічного потенціалу підприємства. Тому, на нашу думку, таке отождолення неможливе, адже ці потенціали є складовими елементами економічного потенціалу підприємства.

На думку В.В. Россохи, структуру потенціалу агропромислового підприємства складають три компоненти – соціальний, виробничий і природний [12, с. 37; 13; 14]. Соціальна складова являє собою сукупність трудових ресурсів, здатність апарату управління, колективів і працівників господарської системи до ефективного використання наявних ресурсів. Виробнича складова потенціалу підприємства зумовлюється залученими у виробництво матеріально-технічними й нематеріальними ресурсами. Природна складова визначається наявними земельними ресурсами виробництва та сприятливими для ведення сільськогосподарського виробництва кліматичними умовами.

В узагальненому вигляді підходи до визначення структури економічного потенціалу підприємства в роботах науковців можуть бути згруповані наступним чином:

1. Представники ресурсного підходу, такі як Д.А. Черніков [15, с. 16], Е.П. Фігурнов [16, с. 240], стверджують, що до складових потенціалу в цьому розумінні відносять відповідні трудові, матеріальні, фінансові та інформаційні ресурси, які залучаються у сферу вдосконалення виробництва. Сюди включають і сукупність ресурсів, яка забезпечує необхідний рівень організації виробництва та управління, ресурси сфери освіти і перепідготовки кадрів. «Ресурсне» розуміння потенціалу має важливе значення для планування та управління виробничою діяльністю, але не вичерпує найістотніших його характеристик. Ресурсний підхід до визначення структури економічного потенціалу – це сукупність необхідних для функціонування або розвитку системи з різних видів ресурсів.

2. Матеріально-трудова підхід: потенціал – система матеріальних та трудових факторів (умов, елементів, складових), що забезпечують досягнення мети виробництва. Представники цього підходу, такі як Н.А. Іванов, Ю.Г. Одогов, К.Л. Андреев [4], подають уявлення про потенціал як з'єднання засобів праці, предметів праці та робочої сили як факторів виробництва та елементів утворення нового продукту, що генерують можливості підприємства.

3. Представник функціонально-реалізаційного підходу І. Ансофф [17; 18] робить висновок про сукупні можливості об'єкта виконувати завдання: що далі склалася структура об'єкта, що більше відповідають одні одним його структурні та функціональні елементи, то вищими будуть його потенціал і ефективність. Функціонально-реалізаційний підхід: потенціал – цілісність структури і функцій, комплексу ресурсів економічної системи, що здатна виконувати поставлені перед нею завдання.

Отже, основними підходами до визначення структури економічного потенціалу підприємства вітчизняними та зарубіжними науковцями визначено ресурсний, функціональний та змішаний.

Дослідження тільки з позицій його ресурсного розуміння або сукупності можливостей створювати певний ефект чи досягти певної мети не розкриває його будову та зв'язки між елементами, які можуть бути впливовими за дією на можливості підприємства. Структуризація потенціалу підприємства має здійснюватися за декількома критеріями: складом ресурсів і виконуваними функціями або зв'язками з матеріально-речовиною та суспільною формою прояву можливостей.

Деякі науковці дають визначення категорії «економічний потенціал» у галузевій прив'язці. Так, О.В. Григораш визначає: «Це комплексне багатогранне поняття, визначення та сутність якого залежать від специфіки досліджуваної галузі» [19]. Натомість такий підхід значно звужує розуміння економічного потенціалу. Вважаємо, що підприємства різних галузей та масштабів діяльності матимуть різну структуру потенціалу, але це не визначає його сутність.

Галузеву ознаку слід враховувати під час формування структури конкретного підприємства. Тому вважаємо, що в структурі економічного потенціалу, наприклад, переробного підприємства, основною є виробничо-економічна складова, яка містить трудовий, виробничий, фінансовий та інтелектуальний.

Структура економічного потенціалу на засадах інформаційного підходу та в категоріях П(С)БО за Л.В. Скоробогатою [20] включає 4 складових: кадровий, виробничий, фінансовий та інформаційний.

Структура економічного потенціалу підприємства, на думку Є.В. Лапіна, [21] включає підпотенціали: кадровий, виробничий, інноваційний та організаційно-управлінський, а також дві складових: екологічну та соціальну.

Л.В. Коваль [22] визначає економічний потенціал підприємства як сукупність наявних ресурсів та можливостей їх трансформувати, щоб досягти економічних вигод. Вона пропонує виділяти такі елементи економічного потенціалу підприємства: трудовий, виробничий, фінансовий, інноваційний та інформаційний потенціали.

Виділення в структурі потенціалу об'єктних та суб'єктних складових дозволяє отримати більш повне уявлення про елементний склад потенціалу.

До об'єктних складових зазвичай відносять виробничий, фінансовий, інноваційний потенціал та потенціал відтворення. Суб'єктні складові потенціалу – це науково-технічний, управлінський, маркетинговий потенціал та потенціал організаційної структури управління.

О.В. Березін та О.Д. Плотник, досліджуючи механізми формування та розвитку економічного потенціалу аграрних підприємств, виокремлюють чотири рівні потенціалу підприємства: «...ресурсний, виробничий, ринковий та економічний. На першому рівні знаходиться ресурсний потенціал, який визначається кількістю, якістю і збалансованістю природних, біологічних, матеріальних і трудових ресурсів. Виробничий потенціал відображає виробничий рівень підприємства і базується на ресурсному потенціалі. Його характерними ознаками є застосовувана техніка, технологія, здібності та кваліфікація персоналу» [3, с. 16].

Таким чином, ринковий потенціал відображає господарський рівень підприємства. Для нього притаманним є дослідження маркетингового середовища, пошук оптимальних каналів збуту виробленої продукції, вивчення ділової активності. Взаємодія ринкового та виробничого потенціалів має два аспекти. Перший аспект пов'язаний з передачею виробленої продукції для її подальшої реалізації та отримання доходу. Другий – з необхідністю ринкового потенціалу надавати виробничому потенціалу інформацію про потреби і запити споживачів продукції, ціни реалізації, місткість, кон'юнктуру ринку для того, щоб виробничий потенціал зміг перебудувати свою діяльність у відповідність з вимогами ринку.

Економічний потенціал відображає інституціональний рівень підприємства. На цьому рівні відбувається формування і розподіл прибутку, здійснюється інвестиційна та фінансова діяльність, а також управління постачанням ресурсів, виробництвом та збутом продукції.

Формуючи загальну структуру економічного потенціалу підприємства, потрібно врахувати такі класифікаційні ознаки, як елементний склад, функціональна сфера виникнення, спектр врахованих можливостей і спрямованість діяльності підприємства, а також міра реалізації потенціалу.

Цілком слушним є визначення формування економічного потенціалу підприємства Б.Є. Бачевського, І.В. Заблудської та О.О. Решетняка як «процес створення нового або удосконалення існуючого носія таким чином, щоб властивості кожного з його окремих функціональних елементів забезпечували максимальне використання властивостей усіх інших елементів, а їх сукупність надавала нову властивість підприємству як цілісному об'єкту в умовах обмежень зовнішнього середовища» [23, с. 66].

Зауважимо, що найвагомішою складовою для такого підприємства буде виробничо-технічний потенціал, оскільки всі інші є функціями від нього.

Н.С. Краснокутська вважає, що існує певна сукупність взаємопов'язаних базових елементів і відсутність будь-якого з них унеможливорює діяльність підприємства як економічного суб'єкта [24]. Б.Є. Бачевський, І.В. Заблудська, О.О. Решетняк зауважують, що базова структура потенціалу для усіх видів однакова і залежить від рівня втілення (наявний потенціал та потенціал розвитку), рівня використання (реалізований та нереалізований) та доцільності існування невикористовуваного потенціалу (резерв та надлишок). Така структура єдина і властива різним видам потенціалу [23].

Багаторівнева структурна модель економічного потенціалу підприємства може бути розроблена на основі поетапно-структурного підходу. Н.В. Касьянова, Д.В. Солоха, В.В. Морєва, О.В. Беякова, О.Б. Балакай [25] запропонували модель формування економічного потенціалу підприємства, що складається з трьох рівнів: інституційного, господарського, виробничого. Матеріальною основою економічного потенціалу є фінансові ресурси, відбиті в балансі підприємства, а величина потенціалу – це результат їхніх сукупних зусиль, виражений потенційним прибутком, що залишається в розпорядженні підприємства. Поетапно-структурний підхід до формування величини економічного потенціалу припускає виділення проміжних рівнів узагальнення потенційних можливостей підприємства.

Нижнім рівнем є виробничий потенціал, що представляє здатність виробничої системи робити матеріальні блага, використовуючи ресурси виробництва. Сполучною ланкою є господарський потенціал, тобто сукупна здатність виробничого потенціалу підприємства і рівня його ділової активності в умовах існуючого маркетингового середовища задовольняти потреби ринку у визначеному обсязі матеріальних благ і послуг. Структурна модель формування економічного потенціалу показує, що потенціал будь-якого рівня виникає як результат взаємодії ресурсів, що його забезпечують.

Як влучно зауважують О.В. Березін та О.Д. Плотник, «економічний потенціал відображає інституціональний рівень підприємства. На цьому рівні відбувається формування і розподіл прибутку, здійснюється інвестиційна та фінансова діяльність, а також управління постачанням ресурсів, виробництвом та збутом продукції» [3, с. 16].

Поняття формування та реформування потенціалу підприємства, за сучасними концепціями, розглядається як окремий єдиний процес формування, що стосується лише потенціалу. Цей підхід потребує уточнень. Якщо прийняти концепцію, згідно якої потенціал є властивістю якогось носія, то ми знову повертаємось до того, що неможливо змінити потенціал, не змінюючи носія. Інша річ, що формування носія потрібно виконувати за вимогою вирівнювання потенціалів складових функціональних елементів цього носія.

Н.С. Краснокутська висловлює свої погляди на побудову потенціалу з елементами ресурсного підходу: «Процес формування потенціалу підприємства є одним з напрямків його економічної стратегії, що передбачає створення й організацію системи ресурсів і компетенцій таким чином, щоб результат їхньої взаємодії був чинником у досягненні стратегічних, тактичних і оперативних цілей» [2, с. 28]. У даному випадку не зовсім зрозуміло – йде мова про існуюче підприємство чи про створення нового, оскільки ресурси і компетенції ще потрібно створювати.

Відповідно до ресурсної концепції, економічний потенціал підприємства розглядається як система ресурсів, що вступають у взаємодію й обумовлюють досягнуті результати.

Н.С. Краснокутська за ресурсною концепцією у структурі потенціалу підприємства виділяє такі основні елементи [2, с. 13]:

- технічні ресурси (виробничі потужності та їхні особливості, обладнання, матеріали);
- технологічні ресурси (технології, наявні конкурентоспроможні ідеї, наукові розробки);
- кадрові ресурси (кваліфікаційний, демографічний склад працівників, їхнє прагнення до знань і удосконалення, інтелектуальний капітал);
- просторові ресурси;
- інформаційні ресурси (кількість і якість інформації, каналів її поширення та ін.);
- ресурси організаційної структури системи управління;
- фінансові ресурси (наявність і достатність власного та позикового капіталу, стан активів, ліквідність, наявність кредитних ліній).

Необхідно зазначити, що ресурсний підхід не дає повної характеристики структури економічного потенціалу підприємства. У даному випадку розглядається лише один аспект – ресурси.

Т.М. Кібук виділяє функціональний підхід, за яким до складу потенціалу входять: виробничий, маркетинговий, інформаційний, техніко-технологічний, організаційний, соціальний та фінансовий потенціали [26, с. 75]. Але такий підхід також є однобічним і не розкриває повноти даної категорії.

Б.С. Бачевський, І.В. Заблудська, О.О. Решетняк, узагальнюючи дослідження, вказують, що структуру об'єкта можна визначити як сукупність носія та його властивостей, які диференціюються у залежності від рівня втілення (існуючий потенціал та потенціал розвитку), рівня використання (реалізований та нереалізований) та доцільності існування потенціалу, який не використовується (резерв). Вказана структура єдина і властива будь-якому виду об'єкта при визначенні різних видів потенціалу [23, с. 27].

Існуючий потенціал підприємства – властивість підприємства, яка проявляється у можливості досягнення мети господарювання без зміни у розмірі та структурі ресурсів.

Б.С. Бачевський, Є.В. Вітюк [27], О.С. Федонін, І.М. Рєпіна, О.І. Олексюк [1], Т.В. Калінеску, Ю.А. Романовська, С.Ф. Большенко, О.В. Маслош, Н.В. Швець, Г.В. Пчелинська, О.Д. Кирилов [28] у своїх дослідженнях вказують на те, що частіше за усе існуючий потенціал використовується не повністю. Це може бути зумовлено нестачею якогось структурного елементу – техніки, персоналу, матеріалів, у результаті чого буде обмежуватись прояв властивостей інших елементів і потенціалу усього об'єкту оцінки – підприємства.

Реалізований потенціал підприємства – існуючий потенціал, що безпосередньо використовується для досягнення певної мети на момент оцінки. Для реалізації існуючого потенціалу необхідно, щоб властивості носія відповідали вимогам ринку, а також поточним витратам на його втілення.

Нереалізований потенціал підприємства – це частина існуючого потенціалу підприємства, який на момент оцінки не використовується, що зумовлено внутрішніми або зовнішніми чинниками, й існування якого доцільно лише як тимчасове становище або як резерв.

Цілком погоджуючись зі сприйняттям ресурсів підприємства (трудові, фінансові, матеріальні, інте-

лектуальні як основи формування його потенціалу), відстоюємо позицію сукупного їх сприйняття в якості елементів системи можливостей підприємства. Кожен з елементів підпорядковується досягненню загальних цілей потенціалу підприємства, тобто якщо існують засоби виробництва, кадри та інші ресурси, то потенціал підприємства як економічної системи здатний задовольнити постійно мінливі потреби потенційних споживачів. Але лише в сукупності взаємодії всіх ресурсів, які створюють систему підприємства, з'являються нові можливості, яких не має кожен окремий вид ресурсу, тобто потенціал підприємства.

Таким чином, ми виділяємо в структурі економічного потенціалу потенціали вищого рівня та локальні потенціали другого рівня.

До потенціалів вищого рівня, що функціонально інтегруються у структуру економічного потенціалу, слід віднести: виробничий, трудовий, фінансовий та інтелектуальний. Методи оцінки даних потенціалів на підприємствах можуть бути чітко регламентовані та базуватись на фінансовій та статистичній звітності.

До локальних потенціалів другого рівня, які ситуативно можуть включатися в структуру економічного потенціалу на промислових підприємствах в залежності від видів економічної діяльності та галузевої прив'язки, можна віднести ринковий, маркетинговий, інформаційний, інноваційний, інвестиційний, експортний, матеріально-технічний, технологічний та інші потенціали. Вони є варіаційною складовою у структурі економічного потенціалу для різних підприємств. Для оцінки таких потенціалів керівництво підприємства може варіювати різні методи, включаючи, наприклад, метод експертних оцінок.

Висновки. Таким чином, у результаті проведених досліджень щодо змістовного наповнення структури економічного потенціалу підприємства та особливостей формування потенціалу підприємства у сучасних ринкових умовах розвинуто науково-методичні підходи до його структуризації та запропоновано модель формування потенціалу підприємства, яка містить два рівні ієрархії, а саме: потенціали вищого рівня (виробничий, трудовий, фінансовий та інтелектуальний) та локальні потенціали другого рівня (ринковий, маркетинговий, інформаційний, інноваційний, інвестиційний, експортний, матеріально-технічний, технологічний та ін.), що отримують розвиток на рівні управління економічним потенціалом підприємства.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Федонін О.С. Потенціал підприємства: формування та оцінка : [навчальний посібник] / [О.С. Федонін, І.М. Рєпіна, О.І. Олексюк]. – К.: КНЕУ, 2003. – 316 с.
2. Краснокутська Н.С. Потенціал підприємства : формування та оцінка / Н.С. Краснокутська. – К. : Центр навчальної літератури, 2005. – 352 с.
3. Економічний потенціал аграрних підприємств: механізми формування та розвитку / О.В. Березін, О.Д. Плотник. – Полтава: Інтер Графіка, 2012. – 221 с.
4. Иванов Н.А. Трудовой потенциал промышленного предприятия / [Н.А. Иванов, Ю.Г. Одегов, К.Л. Андреев]. – Саратов: СГУ, 1988. – 251 с.
5. Николаев А.И. Инновационное развитие и инновационная культура / А.И. Николаев // Проблемы теории и практики. – 2001. – № 5. – С. 55–63.
6. Лапин Е.В. Экономический потенциал предприятий промышленности: формирование, оценка, управление : дис. д-ра экон. наук : спец. 08.07.01 «Экономика промышленности» / Е.В. Лапин. – Сумы, 2006. – 432 с.
7. Бузько І.Р. Стратегічний потенціал і формування пріоритетів у розвитку підприємств / [І.Р. Бузько, І.Є. Дмитренко, О.А. Сущенко]. – Алчевськ: ДГМІ, 2002. – 216 с.

8. Воронкова А.Е. Підтримка конкурентоспроможного потенціалу підприємства / [А.Е. Воронкова, В.П. Пономарьов, Г.І. Дібніс]. – К.: Техніка, 2000. – 152 с.
9. Воронкова А.Е. Потенціал підприємства як основа його довгострокового розвитку / А.Е. Воронкова, Ю.С. Погорелов // Актуальні проблеми економіки. – 2009. – № 4. – С. 77–84.
10. Воронкова А.Е. Стратегическое управление конкурентоспособным потенциалом предприятия : диагностика и организация / А.Е. Воронкова. – Луганск: Изд-во Восточноукраинского нац. ун-та, 2000. – 315 с.
11. Аткина Н.А. Стратегическое планирование использования рыночного потенциала предприятия / [Н.А. Аткина, В.Л. Ханжина, Е.В. Попов] // Менеджмент в России и за рубежом. – 2003. – № 2. – С. 3–12.
12. Россоха В.В. Методологічні аспекти формування та розвитку потенціалу підприємств аграрної сфери АПК / В.В. Россоха // Економіка АПК. – 2005. – № 8. – С. 36–42.
13. Россоха В.В. Потенціал аграрного підприємства : методологія дослідження / В.В. Россоха // Економіка АПК. – 2005. – № 4. – С. 35–40.
14. Россоха В.В. Теоретичні положення оцінки потенціалу підприємств АПК / В.В. Россоха // Економіка АПК. – 2005. – № 6. – С. 45–51.
15. Черников Д.А. Эффективность использования производственного потенциала и конечные народнохозяйственные результаты / Д.А. Черников // Экономические науки. – 1981. – № 10. – С. 14–18.
16. Фигурнов Э.П. Производственный потенциал социалистического общества / Э.П. Фигурнов // Полит. самообразование. – 1982. – № 1. – С. 238–249.
17. Ансофф И. Новая корпоративная стратегия / И. Ансофф ; под ред. Л.И. Евенко. – М. : Экономика, 1989. – 519 с.
18. Ансофф И. Стратегическое управление / И. Ансофф ; сокр. пер. с англ. ; науч. ред. и авт. предисл. Л.И. Евенко. – М. : Экономика, 1989. – 519 с.
19. Григораш О.В. Становлення та розвиток сучасних підходів до визначення поняття «економічний потенціал підприємства». – [Електронний ресурс] – Режим доступу : http://zbitruk.bukuniver.edu.ua/ed_work/n_7/29.pdf.
20. Скоробогата Л.В. Оцінка та технології обліку економічного потенціалу діяльності підприємств : дис. к.е.н.: спец. 08.06.04 «Бухгалтерський облік, аналіз та аудит» / Л.В. Скоробогата; «Державна академія статистики, обліку та аудиту Держкомстату України». – Київ, 2005. – 220 с.
21. Лапин Е.В. Экономический потенциал предприятий промышленности: формирование, оценка, управление: дис. д-ра экон. наук: спец. 08.07.01 «Экономика промышленности» / Е.В. Лапин. – Сумы, 2006. – 432 с.
22. Коваль Л.В. Економічний потенціал підприємства: сутність та структура / Л.В. Коваль // Вісник національного університету «Львівська політехніка». «Логістика». – № 690. – Львів: Вид-во Національного університету «Львівська політехніка», 2010. – С. 59–65. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://ena.lp.edu.ua>.
23. Бачевський Б.Є. Потенціал і розвиток підприємства : [навч. посіб.] / [Б.Є. Бачевський, І.В. Заблудська, О.О. Решетняк]. – К. : Центр учбової літератури, 2009. – 400 с.
24. Краснокутська Н.С. Потенціал торговельного підприємства: теорія та методологія дослідження : [моногр.] / Н.С. Краснокутська. – Харків : Харк. держ. ун-т харчування та торгівлі, 2010. – 247 с.
25. Касьянова Н.В. Потенціал підприємства: формування та використання : [підручник] / [Н.В. Касьянова, Д.В. Солоха, В.В. Морєва та ін.]. – 2-е вид. – К. : Центр учбової літератури, 2013. – 248 с.
26. Кібук Т.М. Поэлементная структуризация стратегического потенциала предприятия / Т.М. Кибук // Держава та регіони. Серія : Економіка та підприємництво. – 2008. – № 5. – С. 73–77.
27. Бачевський Б.Є. Структура производственного потенциала предприятия / Б.Є. Бачевський, Е.В. Витюк // Вісник Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут». – 2003. – № 23. – С. 41–44.
28. Формування та оцінювання потенціалу підприємства : [навчальний посібник] / [Т.В. Калінеску, Ю.А. Романовська, С.Ф. Большенко, О.В. Маслош, Н.В. Швець, Г.В. Пчелинська, О.Д. Кирилов]. – Луганськ: Вид-во СНУ ім. В. Даля, 2007. – 352 с.

УДК 658.18

Данілкова А.Ю.
аспірант

Хмельницького національного університету

РОЛЬ ЕФЕКТІВ ЕНЕРГОЕФЕКТИВНОСТІ В ОЦІНЦІ ІНВЕСТИЦІЙНИХ ПРОЕКТІВ ДЛЯ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ

У статті здійснено аналіз наукових праць вітчизняних науковців в галузі оцінки проектів з енергоефективності. Розширено перелік та обґрунтовано найбільш поширені види ефектів енергоефективності: економічного, екологічного, соціального, технічного, іміджевого, правового, політичного. Обґрунтовано необхідність та запропоновано введення в СЕМ нового елементу понятійного апарату – ефекту енергоефективності.

Ключові слова: паливно-енергетичні ресурси (ПЕР), система енергетичного менеджменту (СЕМ), проект з енергоефективності, енергоефективність, ефект енергоефективності.

Данілкова А.Ю. РОЛЬ ЭФФЕКТОВ ЭНЕРГОЭФФЕКТИВНОСТИ В ОЦЕНКЕ ИНВЕСТИЦИОННЫХ ПРОЕКТОВ ДЛЯ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

В статье проведен анализ научных работ отечественных ученых в области оценки проектов по энергоэффективности. Расширен перечень и обоснованы наиболее распространенные виды эффектов энергоэффективности: экономического, экологического, социального, технического, имиджевого, правового, политического. Обоснована необходимость и предложено введение в СЭМ нового элемента понятийного аппарата – эффекта энергоэффективности.

Ключевые слова: топливно-энергетические ресурсы (ТЭР), система энергетического менеджмента (СЭМ), проект по энергоэффективности, энергоэффективность, эффект энергоэффективности.

Danilkova A.J. ROLE OF THE ENERGY EFFICIENCY EFFECTS IN EVALUATION OF THE INDUSTRIAL ENTERPRISES INVESTMENT PROJECTS

This article presents analysis of scientific works of Ukrainian scientists' dealing with evaluation of energy saving projects. Expanded list and substantiated the most common types of energy efficiency effects, such as: economic, ecological, social, technical, image, legal and political. Justified the need for and initiated introduction to the energy management system (EnMS) a new definition element – «energy efficiency effect».

Keywords: energy resources, energy management system (EnMS), energy saving project, energy efficiency, energy efficiency effect.

Постановка проблеми. Систематичне зростання вартості паливно-енергетичних ресурсів для промислових споживачів змушує останніх до пошуку шляхів зменшення споживання ПЕР. Для промислових підприємств є два шляхи виходу: інтенсивний та екстенсивний. Що стосується екстенсивного шляху, що характеризується фізичним зменшення споживання ПЕР, він не передбачає системної дії, глобального вирішення проблеми з неефективності споживання ПЕР, носить тимчасовий характер, має лише ефект у той час, коли безпосередньо здійснюються певні дії. Прикладом може слугувати зменшення обсягів споживання ПЕР для обігріву виробничого приміщення шляхом фізичного зменшення обсягів ПЕР на опалення, як наслідок – зменшення споживання ПЕР із відповідним зменшенням температури повітря у виробничому приміщенні тощо. Інтенсивний передбачає застосування якісно нових, більш досконалих способів управління використанням ПЕР, що дозволяє ефективно використовувати ПЕР при збереженні відповідного температурного режиму у виробничому приміщенні. Сьогодні керівництво вітчизняних промислових підприємств знаходиться на етапі усвідомлення необхідності наслідування інтенсивного шляху розвитку у напрямку енергоефективності, проте, наявність перепон (брак знань, новизна, недостатність власних коштів, фахівців тощо) значно сповільнює, ускладнює, а інколи унеможлиблює його. Промислові підприємства потребують комплексного впровадження системи енергетичного менеджменту з усіма її елементами, що передбачає не лише впровадження та функціонування СЕМ, а й прийняття відповідних управлінських рішень, у тому числі, прийняття рішень щодо наданих пропозицій з підвищення рівня енергоефективності на промисловому підприємстві. На етапі прийняття рішення щодо фінансування чи відхилення проектною пропозиції, що має на меті підвищити рівень енергоефективності, промислові підприємства зіштовхуються з проблемою необхідності об'єктивного розрахунку та врахування можливих ефектів, що виникнуть внаслідок реалізації проектів з енергоефективності. Складність процесу розрахунку, відсутність єдиної методики розрахунку, неврахування усіх можливих ефектів часто стає на заваді позитивного рішення щодо фінансування того чи іншого проекту, що загалом несе негативні наслідки для промислового підприємства. Тому питання комплексної оцінки проектною пропозиції з врахуванням усіх можливих ефектів, що є основою прийняття рішення для керівництва промислових підприємств, є важливим питанням сьогодення та потребує детального дослідження.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Серед вітчизняних науковців дослідження оцінки проектів з енергоефективності здійснювали: Г.О. Дзяна [3], Р.Б. Дзяний [3], М.П. Войнаренко [1], О.М. Теліженко [8], Ю.О. Мирошніченко [8], Д.Ю. Мамонтенко [6], В.О. Коюда [5], Т.І. Лепейко [5], О.П. Коюда [5], Р.Ю. Тормосов [7], Т.С. Шаровська [10] та інші, проте оцінка проектів з енергоефективності зводилась лише до розрахунку економічних показників, які класичними при оцінці будь-якого інвестиційного проекту. У наукових працях В.В. Дзеджули [2], І.В. Тяжкороб [9], І.Б. Запхляк [4] оцінка проектів з енергоефективності включає також й інші ефекти, що можливі при реалізації проекту підприємства комплексно визначити кінцевий результат від реалізації проекту з енергоефективності, що часто стає на заваді прийняття позитивного рішення для підтримки проектною пропозиції.

Мета статті. Аналіз наведених в економічній літературі результатів дослідження щодо оцінки проектів з енергоефективності. Розробка пропозиції щодо комплексної системи оцінки проектів, включаючи усі можливі ефекти, що виникають в результаті реалізації проектів з підвищення рівня енергоефективності на промислових підприємствах.

Виклад основного матеріалу дослідження. Необхідною умовою залучення коштів у будь-який проект, орієнтований на підвищення рівня енергоефективності, є попередня його комплексна оцінка, що повинна базуватись на аналізі показників ефективності залучення фінансових ресурсів, а також джерел фінансування. Аналіз систем показників ефективності залучення фінансових ресурсів при реалізації проектів, спрямованих на підвищення рівня енергоефективності, є неодмінною складовою успішної реалізації енергоефективної політики [1, с. 69].

Обмеженість матеріальних ресурсів, яка притаманна більшості промислових підприємств, значно сповільнює або навіть унеможлиблює реалізацію енергоефективної політики.

Тому щоразу, коли постає питання щодо фінансування того чи іншого проекту у напрямку енергоефективності, перед фінансовим відділом підприємства постає непросте завдання щодо обґрунтування ефективності залучення фінансових ресурсів.

Оцінка проекту з енергоефективності, окрім фінансово-економічних показників, повинна враховувати й інші ефекти, що будуть отримані у процесі реалізації проекту.

Так, В.В. Дзеджула у своїх наукових працях виокремлює: економічний, екологічний, технічний, соціальний, політичний, психологічний ефекти [2, с. 90]. І.В. Тяжкороб акцентує увагу на таких можливих ефектах: економічний, бюджетний, енергетичний, технологічний, екологічний та соціальний. Вищеназвані ефекти пропонується використовувати для оцінки будь-яких проектів з енергоефективності, без певної галузевої приналежності [9]. Натомість у наукових працях І.Б. Запхляк пропонується обмежитись лише трьома ефектами: економічним, екологічним, соціальним [4, с. 182]. У таблиці 1 наведено та узагальнено можливі ефекти, що виникають як наслідок реалізації проекту з енергоефективності.

Проаналізувавши можливі ефекти, наведені у таблиці, ми дійшли висновку, що кожен автор виокремлює наступні ефекти: економічний, екологічний та соціальний, щодо інших – думки у вітчизняних науковців розбіжні. Найбільший спектр ефектів представлений у наукових працях В.В. Дзеджули [2, с. 90].

Для узагальнення усіх видів ефектів, можливих в результаті реалізації проекту з енергоефективності, ми пропонуємо використовувати термін «ефект енергоефективності».

Ефект енергоефективності – сукупність усіх позитивних ефектів, які виникають і проявляються в результаті реалізації будь-якого проекту чи заходу, спрямованого на підвищення рівня енергоефективності.

При здійсненні оцінки проекту з енергоефективності ми пропонуємо враховувати наступні ефекти енергоефективності: економічний, соціальний, екологічний, імідажевий, правовий, технічний та політичний.

Економічний ефект. У загальноосвітній практиці критерії, що використовуються в оцінці ефективності інвестування, розподіляють на дві основні групи, в залежності від часових параметрів:

1. Засновані на облікових оцінках, «статичні» методи:

– термін окупності інвестицій – PP (Payback Period);

– коефіцієнт ефективності інвестицій – ARR (Accounted Rate of Return).

2. Засновані на дисконтованих оцінках, так звані «динамічні» методи:

– чиста приведена вартість – NPV (Net Present Value);

– індекс рентабельності інвестицій – PI (Profitability Index);

– внутрішня норма доходу – IRR (Internal Rate of Return);

– модифікована внутрішня норма прибутку – MIRR (Modified Internal Rate of Return);

– дисконтований термін окупності інвестицій – DPP (Discounted Payback Period) [10, с. 69].

Розрахунок терміну окупності (PP) є одним із найпростіших і широко вживаних у світовій практиці, не припускає упорядкованості грошових надходжень у часі. Термін окупності – період часу, протягом якого сумарний економічний ефект (економія ПЕР, отримана як результат реалізації проекту з енергоефективності), що генерується проектом, досягне суми інвестиційних витрат. Чим менший термін окупності проекту, тим привабливішим проект є для керівництва підприємства та інвестора. Проте, визначення терміну окупності може застосовуватись у випадку незначних темпів інфляції, і, відповідно, невисоких середніх ставок дисконту. Також при визначенні простого терміну окупності не береться до розрахунку вартість грошей у часі, ігнорується економія, що може бути отримана по завершенні терміну окупності проекту.

Для більш точного розрахунку необхідно виконати фінансовий аналіз проекту, що ґрунтується на концепції вартості грошей у часі, що базується на наступних принципах:

– розрахунок ефективності залучення фінансових ресурсів. Визначається шляхом зіставлення грошового потоку (cash flow), який формується в процесі реалізації інвестиційного проекту (сумарна економія ПЕР) і початкової інвестиції;

– проект визнається ефективним за умови повернення початкової суми інвестицій та необхідної прибутковості для інвесторів;

– фінансові ресурси, що інвестуються, так само, як і грошовий потік, приводяться до теперішнього часу або до певного розрахункового року (на початок реалізації проекту);

– процес дисконтування капітальних вкладень і грошових потоків розробляється за різними ставками дисконту, які визначаються залежно від особливостей інвестиційних проектів. При визначенні ставки дисконту враховуються структура інвестицій і вартість окремих складових капіталу [7, с. 95].

Найбільш поширеними у світовій практиці є наступні показники ефективності залучення фінансових ресурсів.

Дисконтований термін окупності (DPP). Визначає, як швидко залучені фінансові ресурси будуть відшкодовані у повному обсязі за рахунок прибутку (у нашому випадку – економії від реалізованого проекту з енергозбереження). DPP дає змогу оцінити ліквідність проекту, а також вчасно оцінити ризик [7, с. 98].

Таблиця 1

Порівняльний аналіз ефектів, що виникають внаслідок реалізації проектів з енергоефективності

Автор	Види ефектів	Визначення ефектів
В.В. Дзеджула	Економічний	зменшення споживання енергоносіїв і ресурсів та підвищення рівня фінансових показників
	Екологічний	збереження навколишнього середовища за рахунок зниження викидів
	Технічний	відбувається підвищення технічного рівня виробництва
	Соціальний	покращення умов праці за рахунок модернізації виробництва, зростання матеріального благополуччя працівників
	Політичний	збільшується автономія підприємства, зменшується залежність від енергопостачальних компаній
	Психологічний	зменшення напруженості у колективі та зростання позитивних настроїв завдяки покращенню умов і оплати праці
І.В. Тяжкороб	Економічний	приведені витрати; прибуток від впровадження енергоощадних заходів; чиста приведена вартість; внутрішня норма дохідності; простий період окупності; дисконтований період окупності; економічний ефект від впровадження комплексу заходів на підприємствах регіону та загально-регіональних заходів; коефіцієнт економічної ефективності інвестиційних коштів у енергозбереження на регіональному рівні
	Бюджетний	енергоємність бюджету населеного пункту (району, області); величина економії коштів бюджетів різних рівнів на придбання енергоресурсів
	Енергетичний та технологічний	енерго-, паливо- електро- та теплоємність ВРП; енергоємність k-го виду економічної діяльності; величина економії енергоресурсів; енергетична ефективність впровадження заходів; питомі витрати на отримання одиниці економічного ефекту; питомі витрати на отримання зекономленого енергоресурсу; тепло- та електроємність житлового фонду
	Екологічний	показники забруднення і охорони атмосферного повітря та природних вод України і розміщення відходів; щільність викидів шкідливих речовин в атмосферу від стаціонарних джерел у розрахунку на 1 км ²
	Соціальний	покращення умов праці та проживання; покращення стану соціальної інфраструктури (дитячі садки, лікарні, школи та ін.); кількість збережених або новостворених робочих місць; рівень захворюваності населення, в тому числі профзахворювань; рівень виробничого травматизму; рівень смертності населення; зниження тарифу на ПЕР (газ, електроенергію) для населення
І.В. Запучляк	Економічний	виникає у результаті отриманої економії ПЕР, що виражається у зменшенні собівартості продукції
	Екологічний	отримуємо в результаті зменшення витоків та викидів природного газу та інших шкідливих викидів у навколишнє середовище
	Соціальний	виявляється у покращенні умов праці робітників; удосконалюється проведення ремонтних робіт, підвищується рівень безпеки праці; зменшується кількість аварійних ситуацій тощо

Джерело: побудовано на підставі [2; 4; 9]

Чистий приведений ефект, або чистий дисконтований дохід (NPV). Чистий приведений дохід дозволяє одержати найбільш узагальнену характеристику результату інвестування, тобто його кінцевий ефект в абсолютній сумі. Під чистим приведеним доходом мається на увазі різниця між приведеними до теперішньої вартості (шляхом дисконтування) суми грошового потоку за період експлуатації інвестиційного проекту і суми інвестованих в його реалізацію засобів. Цей показник адитивний у часовому аспекті, тобто NPV різноманітних проектів можна сумувати. Це дуже важлива властивість, яка виділяє цей критерій з усіх інших і дозволяє використовувати його як основний при аналізі оптимальності інвестиційного портфелю. У той же час, він не дає задовільних результатів у таких крайніх випадках, як вибір між проектами з різними інвестиційними витратами; вибір між проектами з більшою NPV і з тривалим терміном реалізації та проектом із меншою NPV і з коротким терміном реалізації.

Внутрішня норма прибутковості (IRR) – значення коефіцієнта дисконтування, при якому NPV проекту рівний нулю. IRR показує максимально припустимий відносний рівень витрат, що може бути асоційований з даним проектом [5].

Соціальний ефект – покращення умов праці за умови реалізації проекту, який спрямований на зменшення витрат на комунально-побутові потреби та забезпечення нормативних параметрів мікроклімату та освітлення на робочому місці. У випадку реалізації проектів, спрямованих на зменшення виробничо-експлуатаційних витрат (в залежності від проекту), можливо: зменшення фізичного навантаження на працівників, підвищення рівня технологічної безпеки, зменшення рівня захворюваності, зменшення рівня ризику травмування працівників тощо.

Екологічний ефект. Пропорційно до зменшення споживання паливно-енергетичних ресурсів, зменшуються викиди продуктів згоряння у навколишнє середовище. У випадку реалізації проектів, орієнтованих на використання альтернативних джерел енергії, ми додатково отримаємо зменшення споживання невідновних паливно-енергетичних ресурсів.

Що стосується оцінки екологічного ефекту, на відміну від інших ефектів, його можна охарактеризувати не лише якісними, але й кількісними показниками. Варто зазначити, що у більшості випадків для визначення економічного та екологічного ефекту використовується одна і та ж вихідна база даних.

Реалізуючи будь-який проект з підвищення рівня ефективності використання ПЕР, ми отримуємо екологічний ефект. Зменшуючи споживання ПЕР, ми автоматично зменшуємо поглинання кисню та викиди шкідливих речовин у атмосферу, що виражається:

- зменшенням споживання ПЕР промисловим підприємством на комунально-побутові потреби;
- зменшенням енергоємності виробництва одиниці продукції;
- зменшенням виробничо-експлуатаційних витрат;
- зменшенням споживання невідновних джерел енергії у випадку реалізації проекту, орієнтованого на створення власних альтернативних джерел енергії.

Для визначення екологічного ефекту ми пропонуємо використовувати % від зменшення споживання ПЕР на комунально-побутові та виробничо-експлуатаційні потреби. Екологічний ефект можна представити у вигляді коефіцієнту екологічної ефективності:

$$K_{\text{е.еко.ком-поб}} = 1 - \frac{B_{\text{запл}}}{B_0}, \quad (1)$$

де $K_{\text{е.еко.ком-поб}}$ – коефіцієнт екологічної ефективності, отриманий у результаті реалізації проектів з енергоефективності, орієнтованих на зменшення витрат ПЕР на комунально-побутові потреби;

$B_{\text{запл}}$ – рівень витрат ПЕР на комунально-побутові потреби, що буде досягнуто у результаті реалізації проекту з енергоефективності, у натуральних величинах;

B_0 – базисний рівень витрат ПЕР на комунально-побутові потреби, у натуральних величинах.

B_0 визначається як середнє арифметичне витрат на комунально-побутові потреби за останні три роки, у натуральних величинах. В залежності від проекту можна обирати різні часові проміжки для співставлення (відповідні роки, квартали, місяці).

Таким чином, $K_{\text{е.еко.ком-поб}}$ – коефіцієнт, що характеризує на скільки зменшились викиди шкідливих речовин у навколишнє середовище, у відсотковому виразі, виходячи зі зменшення фізичного обсягу споживання ПЕР на комунально-побутові потреби.

Отримані дані вважатимуться об'єктивними у випадку відсутності кардинальних змін у обсягах загальної площі усіх приміщень промислового підприємства, а також відсутності змін в умовах експлуатації приміщень.

До факторів, що можуть впливати на об'єктивність розрахунку, можна віднести: зменшення площі промислового підприємства, зміна параметрів освітлення та температурного режиму у приміщеннях підприємства, що зумовлені фізичними обмеженнями чи реалізацією відповідних проектів з енергоефективності (що мають постійний ефект).

Якщо на промислового підприємстві мали місце вищезазначені фактори, ми пропонуємо для розрахунку враховувати витрати на ПЕР після змін, що можуть значно вплинути на рівень споживання.

Варто зазначити, що розрахунок та встановлення базового рівня витрат ПЕР, як на комунально-побутові, так і на виробничо-експлуатаційні потреби є важливим, адже впливає на визначення ефективності будь-яких проектів з енергоефективності.

Екологічний ефект від реалізації проекту з енергоефективності, орієнтованого на зменшення використання ПЕР на виробничо-експлуатаційні потреби, характеризується зменшенням енергоємності одиниці виробленої продукції у відсотковому виразі.

У випадку реалізації проекту, що орієнтований на створення та використання альтернативних джерел енергії, екологічний ефект визначається шляхом співставлення використаної альтернативної енергії до витрат на комунально-побутові та виробничо-експлуатаційні потреби (в залежності від проекту з енергоефективності, що реалізовується).

Можливий варіант розрахунку величини зменшення викидів в атмосферу шкідливих речовин як результат реалізації проекту з енергоефективності, проте, отримані показники ускладнюють розуміння, орієнтовані лише на фахівців. Отримавши величину зменшення викидів у атмосферу, важко зрозуміти та інтерпретувати, наскільки позитивний, нейтральний чи негативний ефект ми отримуємо.

Не виключено отримання інших екологічних ефектів на рівні підприємства та держави. Наприклад, продаж квот на викиди парникових газів державою, з наступним залученням коштів на реалізацію проектів з енергоефективності, у т.ч. на промислових підприємствах.

Іміджевий ефект – створення позитивного іміджу підприємства, позиціонування на ринку як прогресивного та перспективного підприємства. Імідж є

невід'ємною складовою для більшості успішних промислових підприємств світу. На нашу думку, іміджевий ефект при реалізації енергоефективних проектів у більшості випадків витікає з наявної сукупності інших ефектів (економічного, екологічного, соціального, технічного та правового). При цьому також може спостерігатися синергетичний ефект. Іміджевий ефект може бути представлений у вигляді зміни рейтингових позицій у різних тематичних рейтингах. Іміджевий ефект може бути внутрішньо-організаційним та зовнішнім.

Внутрішньо-організаційний іміджевий ефект – зростання іміджу підприємства серед працівників відповідного промислового підприємства.

Зовнішній іміджевий ефект – зростання іміджу підприємства серед різних зацікавлених груп (споживачі, місцева влада, інвестори, тощо).

Правовий ефект. Реалізація енергоефективних проектів, у тому числі і на промислових підприємствах, передбачена у стратегічних планах розвитку України та регіонів, що відповідає загальнодержавній та місцевій політиці у галузі енергозбереження. Також реалізація проектів сприяє дотриманню вимог чинного законодавства у напрямку енергозбереження, що носить обов'язковий та рекомендаційний характер.

Технічний ефект полягає у впровадженні новітніх технологій, модернізації наявного виробничого обладнання, заміні фізично та морально застарілого обладнання, введення в експлуатацію нових виробничих ліній тощо. Технічний ефект можна отримати як результат реалізації проекту, спрямованого на підвищення рівня ефективності використання ПЕР, що витрачаються на виробничо-експлуатаційну діяльність. При реалізації проекту, спрямованого на підвищення ефективності використання ПЕР, що витрачаються на комунально-побутові потреби, також можна отримати «технічний ефект», окрім випадків реалізації проектів, орієнтованих на санацію приміщень підприємства.

Оцінку технічного ефекту можна визначити як позитивний вплив на:

- якість виробленої продукції, зменшення (у відсотковому відношенні) виробів з дефектом;
- виробничі потужності промислового підприємства машинобудування;
- зменшення витрат сировини на одиницю виготовленої продукції;
- безпеку промислового підприємства.

Задля об'єктивної оцінки технічного ефекту (у випадку реалізації проекту, орієнтованого на заміну, удосконалення технічного обладнання, виробничої лінії загалом тощо), до процесу варто залучити працівників підприємства, на роботу яких вплине реалізація проекту з енергоефективності.

Політичний ефект. У випадку реалізації проектів, спрямованих на створення власних відновних джерел енергій (вітрової, сонячної, геотермальної тощо), зменшується залежність від енергопостачальних компаній. Політичний ефект можна представити у вигляді коефіцієнту енергетичної залежності – :

$$K_{(i) \text{ енерг. зал.}} = \frac{V_{\text{сввве}}}{V_{\text{сзе}}}, \quad (2)$$

де: $V_{\text{сввве}}$ – обсяг спожитої власно-виробленої відновної енергії промисловим підприємством, за певний часовий проміжок;

$V_{\text{сзе}}$ – обсяг спожитої загальної енергії промисловим підприємством, за певний часовий проміжок;

Межі $K_{\text{енерг. зал.}}$ від 0 до 1, де 0 – означає повну залежність промислового підприємства від енергопостачальних компаній, а 1 – характеризує повну автономію – незалежність від енергопостачальних компаній. Чим вищий $K_{\text{енерг. зал.}}$, тим краще для промислового підприємства.

Зазначені ефекти важко розрахувати у вартісних величинах. У більшості випадків ці критерії є додатковим джерелом інформації, що використовується керівництвом та фінансовим відділом для прийняття рішення щодо реалізації та інвестування проекту.

Проте, не виключено, що саме сукупність вищезазначених ефектів складе основу прийняття позитивного рішення щодо фінансування.

Висновки. Оцінка проектних пропозицій відіграє важливу роль у загальній системі енергетичного менеджменту. Оцінка проекту з енергоефективності, окрім фінансово-економічних показників, повинна враховувати й інші ефекти, що будуть отримані у процесі реалізації проекту.

При здійсненні оцінки проекту з енергоефективності ми пропонуємо враховувати наступні ефекти енергоефективності: економічний, соціальний, екологічний, іміджевий, правовий, технічний та політичний.

Для узагальнення усіх видів ефектів, можливих в результаті реалізації проекту з енергоефективності, ми пропонуємо використовувати термін «ефект енергоефективності».

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Войнаренко М.П. Аналіз проблем оцінки ефективності інвестування проектів енергозбереження на підприємствах / М.П. Войнаренко, А.Ю. Данілко. // Сучасні кризові явища в економіці і проблеми облікового, контрольного і аналітичного забезпечення управління підприємством: матеріали VII Міжнарод. наук.-практ. конф. (26–27 червня 2015 р.). – 2015. – С. 69–71.
2. Дзеджула В.В. Організаційно-економічний механізм енергозбереження промислових підприємств : дис. докт. ек. наук : спец. 08.00.04 «Економіка та управління підприємствами» / Дзеджула В.В. – Хмельницький, 2014. – 385 с.
3. Дзяна Г.О. Методика оцінки ефективності заходів із енергозбереження / Г.О. Дзяна, Р.Б. Дзяний. // Збірник наукових праць «Ефективність державного управління». – 2011. – С. 193–199.
4. Запихляк І.Б. Оцінка ефективності функціонування механізму енергозбереження підприємства / І.Б. Запихляк // Теоретичні та прикладні питання економіки. – 2011. – № 25. – С. 179–184.
5. Коюда В.О., Лепейко Т.І., Коюда О.П. Основи інвестиційного менеджменту : [навч. посібник] / [В.О. Коюда, Т.І. Лепейко, О.П. Коюда] – К.: Кондор, 2008. – 340 с.
6. Мамотенко Д.Ю. Оцінка ефективності інвестиційних проектів / Д.Ю. Мамотенко // Вісн. Нац. ун-ту «Львів. політехніка». – 2008. – № 628. – С. 209–215.
7. Підготовка проектних пропозицій із чистої енергії : [практичний посібник] / [під заг. ред. Р.Ю. Тормосова, О.П. Романюк, К.Р. Сафіуліної] – К.: ТОВ «Поліграф плюс», 2015. – 176 с.
8. Теліженко О.М. Методичні підходи до оцінки соціо-еколого-економічної ефективності інвестиційних проектів з енергозбереження / [О.М. Теліженко, І.А. Вакуленко, Ю.О. Мирошніченко] // Енергосбережение. Энергетика. Энергоаудит. – 2014. – № 11. – С. 40–51.
9. Тяжкороб І.В. Інноваційно-інвестиційні проекти енергозбереження в системі стратегічних планів розвитку регіону / І.В. Тяжкороб. – 2015. – [Електронний ресурс] / Режим доступу : file:///C:/Users/user/Downloads/57413-117625-1-PB%20(3).pdf.
10. Шаровська Т.С. Оцінка та аналіз реальних інвестицій / Т.С. Шаровська // Вісник Запорізького національного університету – 2010. – № 1(5). – С. 67–76.

УДК 336.132

Демчук Н.І.

доктор економічних наук, професор,
професор кафедри фінансів та банківської справи
Дніпропетровського державного аграрно-економічного університету

Туболец І.І.

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри фінансів суб'єктів господарювання та страхування
Університету митної справи та фінансів

ЕКОНОМІЧНА БЕЗПЕКА ТА РИЗИКИ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ

У статті представлено комплексну систему забезпечення економічної безпеки в цілях протидії загрозам економічної безпеки і забезпечення стабільного функціонування підприємства. Розкрито алгоритм дій та стратегії забезпечення економічної безпеки сільськогосподарських підприємств. Запропоновано основні напрями зміцнення економічної безпеки. Зосереджено увагу на дослідженні фінансово-економічної безпеки сільськогосподарських підприємств.

Ключові слова: економічна безпека, ризики, економічна безпека, стратегії забезпечення.

Демчук Н.И., Туболец И.И. ЭКОНОМИЧЕСКАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ И РИСКИ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

В статье представлена комплексная система обеспечения экономической безопасности в целях противодействия угрозам экономической безопасности и обеспечения стабильного функционирования предприятия. Раскрыт алгоритм действий и стратегии обеспечения экономической безопасности сельскохозяйственных предприятий. Предложены основные направления укрепления экономической безопасности. Сосредоточено внимание на исследовании финансово-экономической безопасности сельскохозяйственных предприятий.

Ключевые слова: экономическая безопасность, риски, экономическая безопасность, стратегии обеспечения.

Demchuk N.I., Tubolets I.I. ECONOMIC SECURITY AND RISKS OF AGRICULTURAL ENTERPRISES

In order to counter the threats to economic security and ensure stable operation of the enterprise, a comprehensive system of economic security is presented in the article. It is revealed the sequence of actions and the strategy of economic security of agricultural enterprises. The basic directions of strengthening of economic security are proposed. It is focused on the study of financial and economic security of agricultural enterprises.

Keywords: economic security, risks, economic stability, security strategies.

Постановка проблеми. Функціонування і розвиток сільськогосподарського підприємства залежить від низки зовнішніх і внутрішніх факторів. Кілька загроз економічній безпеці може призвести до негативних наслідків у вигляді порушення платоспроможності та фінансової стійкості, зниження рентабельності та інших проблем на сільськогосподарському підприємстві.

У зв'язку з цим актуальність і необхідність забезпечення економічної безпеки сільськогосподарського підприємства не викликає сумніву. Забезпечення економічної безпеки підприємств є основою для сталого розвитку як сільськогосподарського підприємства, так і економіки країни в цілому, оскільки економічне процвітання країни залежить від ефективності фінансово-

Таблиця 1

Динаміка кількості підприємств за видами економічної діяльності, % до загальної кількості

Вид економічної діяльності	Роки					
	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Усього	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
сільське, лісове та рибне господарство	13,4	11,1	13,1	12,7	13,5	13,6
промисловість	12,6	12,6	11,9	12,5	12,4	12,5
будівництво	10,1	10,0	9,3	9,2	8,7	8,5
оптова та роздрібна торгівля	29,1	29,7	28,4	28,1	27,6	27,3
транспорт, складське господарство, поштова та кур'єрська діяльність	3,6	3,9	4,2	4,3	4,4	4,4
тимчасове розміщування й організація харчування	2,6	2,6	2,6	2,6	2,3	2,3
інформація та телекомунікації	3,5	3,8	3,7	3,8	3,9	4,0
фінансова та страхова діяльність	1,5	1,5	1,4	1,3	1,3	1,3
операції з нерухомим майном	7,3	7,7	8,8	8,9	9,1	9,3
професійна, наукова та технічна діяльність	8,5	8,8	8,5	8,6	8,8	8,7
діяльність у сфері адміністративного та допоміжного обслуговування	4,2	4,5	4,4	4,4	4,4	4,5
освіта	0,6	0,6	0,6	0,6	0,6	0,6
охорона здоров'я та надання соціальної допомоги	1,2	1,3	1,3	1,2	1,2	1,3
мистецтво, спорт, розваги та відпочинок	0,5	0,6	0,6	0,6	0,6	0,6
надання інших видів послуг	1,2	1,2	1,3	1,2	1,2	1,1

Джерело: розраховано за даними [4]

господарської діяльності підприємств та, зокрема, від забезпечення їх економічної безпеки.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Економічну безпеку досліджували науковці: Бурбело О.А., Рамазанов С.К., Вареник В.М., Гривківська О.В., Кирилюк Є.М., Криленко В.І., Парфентієва О.Г., Пойда-Носик Н.Н., Філіппова С.В., Волощук Л.О., Черкасова С.О., Штангрет А.М. та ін. [1–5; 7–9]. Проте проблема економічної безпеки сільськогосподарських підприємств залишається недостатньо дослідженою.

Мета статті полягає в аналізі сучасного стану сільськогосподарських підприємств України та розробці на цій основі алгоритму дій для забезпечення економічної безпеки сільськогосподарських підприємств.

Виклад основного матеріалу дослідження. Збитковість вітчизняних сільськогосподарських підприємств указує на необхідність проходження процедури фінансового оздоровлення. В іншому разі вони будуть не в змозі погасити заборгованості самостійно. Ця міра може бути спрямована на те, щоб

Таблиця 2

Обсяг реалізованої продукції підприємств за видами економічної діяльності, % до загальної кількості

Вид економічної діяльності	Роки					
	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Усього	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
сільське, лісове та рибне господарство	3,0	3,2	3,9	4,0	5,1	7,2
промисловість	34,4	36,7	35,7	36,4	37,1	37,2
будівництво	2,9	3,0	3,7	3,5	3,6	2,8
оптова та роздрібна торгівля; ремонт авто-транспортних засобів і мотоциклів	41,8	39,8	38,6	39,8	39,1	36,8
транспорт, складське господарство, поштова та кур'єрська діяльність	4,3	4,6	5,1	5,1	4,9	5,8
тимчасове розміщування й організація харчування	0,3	0,3	0,4	0,4	0,3	0,4
інформація та телекомунікації	2,0	1,9	1,9	2,0	2,0	2,0
фінансова та страхова діяльність	7,6	6,9	3,9	2,3	1,4	1,2
операції з нерухомим майном	1,1	1,0	1,3	1,2	1,3	1,5
професійна, наукова та технічна діяльність	1,6	1,4	4,2	3,8	3,5	3,8
діяльність у сфері адміністративного та допоміжного обслуговування	0,7	0,7	0,9	0,9	1,0	0,9
освіта	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
охорона здоров'я та надання соціальної допомоги	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2
мистецтво, спорт, розваги та відпочинок	0,1	0,1	0,2	0,3	0,4	0,1
надання інших видів послуг	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1

Джерело: розраховано за даними [4]

Таблиця 3

Підприємства, які одержали збиток за видами економічної діяльності, % до загальної кількості підприємств

Вид економічної діяльності	Роки						Зміна, %
	2010	2011	2012	2013	2014	2015	
Усього	41	34,9	35,5	34,1	34,5	26,7	65,12
сільське, лісове та рибне господарство	30,5	17	21,7	20,1	15,9	11,6	38,03
промисловість	41,3	37,4	37,6	36,7	37,6	27,6	66,83
будівництво	44,7	39,5	39,5	37,7	38,1	29,4	65,77
оптова та роздрібна торгівля; ремонт автотранспортних засобів і мотоциклів	37,5	33,3	34	32,8	34,4	24,4	65,07
транспорт, складське господарство, поштова та кур'єрська діяльність	45,4	36,6	38,2	36,9	38,4	29,5	64,98
тимчасове розміщування й організація харчування	42,7	39,7	41,1	40,5	41,5	28,5	66,74
інформація та телекомунікації	41	38,9	36,4	36,6	36,5	29,5	71,95
фінансова та страхова діяльність	41,1	40,5	39,7	39,4	39,6	37,7	91,73
операції з нерухомим майном	50,1	45,8	44,7	42,5	44,7	39,7	79,24
професійна, наукова та технічна діяльність	42,5	37,1	37,8	36,6	37,6	30,9	72,71
діяльність у сфері адміністративного та допоміжного обслуговування	44	38,8	39,5	35,7	38,3	31,1	70,68
освіта	35,7	31,6	31,9	30,1	34,5	29,0	81,23
охорона здоров'я та надання соціальної допомоги	39,3	38,7	37,3	35,3	36,7	31,2	79,39
мистецтво, спорт, розваги та відпочинок	48,7	43,8	45,7	42,7	45,4	37,5	77,00
надання інших видів послуг	37,9	33,7	36,2	31,9	35,4	28,3	74,67

Джерело: розраховано за даними [4]

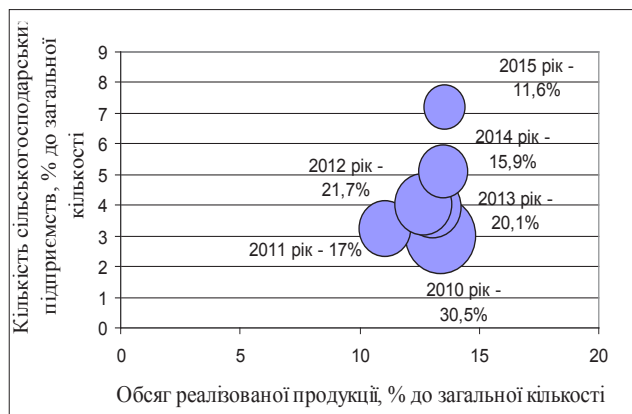


Рис. 1. Ситуація зі збитковими підприємствами різних видів економічної діяльності в 2015 р., % до загальної кількості

Джерело: розраховано за даними [4]

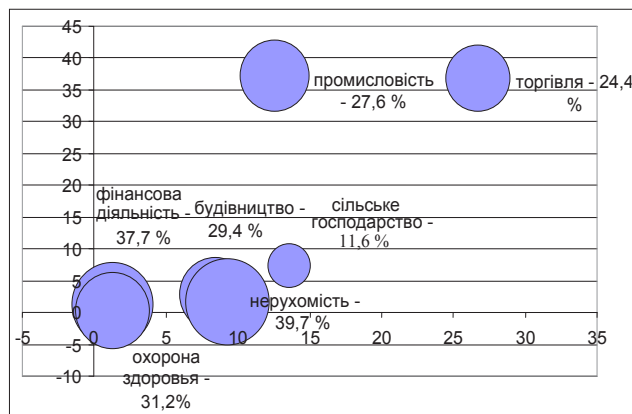


Рис. 2. Графічний аналіз зміни величини збиткових сільськогосподарських підприємств, % до загальної кількості

Джерело: розраховано за даними [4]

сприяти покращенню фінансового стану на збиткових підприємствах, однак це може не привести до позитивного результату, якщо не приділяти активної уваги економічній безпеці цих підприємств.

Основна ціль економічної безпеки підприємства – забезпечення стійкого та максимально ефективного функціонування в теперішній час і високого потенціалу в майбутньому. Для дослідження сучасного стану сільськогосподарських підприємств України в табл. 1 проаналізуємо динаміку кількості підприємств за видами економічної діяльності.

За даними Державного комітету статистики України, у 2015 р. сільськогосподарські підприємства становили 13,6% від загальної кількості підприємств, більша питома вага лише у підприємств торгівлі (27,3%).

Далі проаналізуємо динаміку обсягу реалізованої продукції підприємств за видами економічної діяльності (табл. 2).

Проаналізувавши табл. 1 і 2, ми бачимо, що кількість сільськогосподарських підприємств протягом 2010–2015 рр. практично не змінюється, у той час як обсяг реалізованої продукції поступово зростає в 2015 р. порівняно з 2010 р. Це може свідчити як про більш ефективне ведення фінансово-господарської діяльності на сільськогосподарських підприємствах України, так і про зниження обсягу реалізованої продукції підприємств інших видів економічної діяльності. Розглянемо динаміку величини підприємств, які одержали збиток (табл. 3).

Необхідні певні заходи, які здійснюватимуться в цілях виправлення погіршення фінансової ситуації в сільському господарстві. Станом на початок 2016 р. 11,6% сільськогосподарських підприємств були



Рис. 3. Алгоритм забезпечення економічної безпеки сільськогосподарського підприємства

Джерело: власна розробка

збитковими. Сільське господарство є одним із хронічних неплатників за енергоносії, багато сільськогосподарських підприємств не виплачують зарплату в строк, величина їх прострочених кредитів висока. Більшість сільськогосподарських підприємств не в змозі погасити свої борги самостійно. Необхідно розробити алгоритм економічної безпеки сільськогосподарських підприємств, який відкриватиме для них нові можливості. Ключовим є питання про те, як усі заходи економічної безпеки будуть реалізовані, оскільки існує безліч обмежень, таких як вимога збереження спеціалізації підприємства, його угод, обсягу інвестицій тощо.

У цілому можливо просто знищити безнадійно збиткові сільськогосподарські підприємства шляхом банкрутства. Ефективність досудового фінансового оздоровлення сільськогосподарських підприємств, швидше за все, залежить від характеру взаємовідносин між державою, власниками та інвесторами: якщо держава втручається в управління, інвестори навряд чи проявлять інтерес. На рис. 1 показана ситуація зі збитковими підприємствами різних видів економічної діяльності в 2015 р. Величина кульки показує відсоток збиткових підприємств від загальної кількості.

Аналізуючи сучасний стан сільськогосподарських підприємств в Україні, можна зробити висновок, що джерела зростання продуктивності в довгостроковій перспективі розглядаються як окремі взаємозалежні питання. При цьому ми встановлюємо важливу роль витрат під час розподілу інвестицій між різними способами забезпечення економічної безпеки. Оскільки ресурси обмежені, інвестиції в одну з форм накопичення відбуваються за рахунок іншої, що, своєю чергою, має важливе значення для бізнес-циклів, які відображають суму одночасного підвищення продуктивності і зниження продуктивності як зміни альтернативних витрат інвестицій. Спад продуктивності і нездатність адаптуватися до нових економічних умов мали місце в сільськогосподарській галузі.

Найбільша питома вага від загального числа збиткових підприємств у галузі нерухомості – 39,7%, у промисловості – 37,2%, будівництві – 29,4%, торгівлі – 24,4%, охороні здоров'я – 31,2%, у сільському господарстві – 11,6%.

На рис. 2 можемо спостерігати велику питому вагу збиткових сільськогосподарських підприємств протягом досліджуваного періоду та деяке зниження питомої ваги збиткових підприємств сільськогосподарської галузі в 2015 р. Причина в тому, що сільське господарство не було прибутковим і завжди потребувало державної підтримки, враховуючи, як мало уваги приділяється питанням забезпечення економічної безпеки сільськогосподарських підприємств.

Дане дослідження показує, що механізми, що лежать у накопиченні джерел зростання продук-

тивності, відрізняються в галузях залежно від того, що виробляється і які технології використовуються. Здатність точно описати економічну безпеку за допомогою кількісних методів могла б запропонувати більш ефективний контроль і оцінку безпеки в експлуатаційних умовах. Проте низка проблем залишаються невирішеними, як правило, в області моделювання. Загальне припущення в економічному і кількісному аналізі економічної безпеки є те, що правильне знання про кількісні ризики призводить до раціонального прийняття рішень.

Висновки. Отже, забезпечення економічної безпеки сільськогосподарських підприємств генерується зовнішніми та внутрішніми факторами та може демонструвати складні взаємозалежності. На перший погляд, економічна безпека полягає в запобіганні й уникненні збоїв у житті підприємства. Оскільки глобалізація – це в першу чергу економічний процес, то зрозуміло, що економічна безпека особливо приймає до уваги нові ризики, що виникають від поєднання глобалізованої конкуренції і неймовірної ролі інформації. Питання полягає в тому, щоб досягти прийнятного балансу між безпекою та розвитком.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Вареник В.М. Аналіз методик розрахунку економічної безпеки України / В.М. Вареник // Академічний Огляд. – 2016. – № 1(44). – С. 70–79.
2. Гривківська О.В. Забезпечення фінансової безпеки сільського господарства : [монографія] / О.В. Гривківська. – Тернопіль : Астон, 2012. – 337 с.
3. Криленко В.І. Економічна безпека аграрного сектору: проблеми регулювання та забезпечення : [монографія] / В.І. Криленко. – Миколаїв : В.П. Шамрай, 2014. – 467 с.
4. Офіційний сайт Державного комітету статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua/>.
5. Парфентієва О.Г. Основні методи, які використовуються при проведенні економічної діагностики потенціалу розвитку підприємства / О.Г. Парфентієва // Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія «Економіка» ; ред. кол.: І.Д. Пасічник, О.І. Дем'янчук. – 2013. – Вип. 24. – С. 34–38.
6. Пойда-Носик Н.Н. Сутність фінансової безпеки суб'єктів підприємництва та її роль в забезпеченні національної економічної безпеки. / Н.Н. Пойда-Носик // Вісник Житомирського державного технологічного університету. Серія «Економічні науки». – 2016. – № 1(55). – С. 334–342.
7. Філіппова С.В. Економічна безпека підприємств реального сектору економіки в умовах вартісно-орієнтованого управління : [монографія] / С.В. Філіппова, Л.О. Волощук, С.О. Черкасова ; за заг. ред. С.В. Філіппової ; Одес. нац. політехн. ун-т. – Одеса : Апрель ; Бондаренко М.О., 2015. – 195 с.
8. Штангрет А.М. Економічна безпека підприємства : [підручник] / А.М. Штангрет [та ін.] ; за заг. ред. А.М. Штангрета. – Львів : Укр. акад. друкарства, 2016. – 292 с.
9. Lasan N. Securitatea : concepte în societatea contemporană / N. Lasan // Revista de Administrație Publică și Politici Sociale. – 2010. – An II, Nr. 4(5). – P. 39–50.

УДК 339.138(477)

Жарська І.О.*кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри маркетингу**Одеського національного економічного університету***Анцупова М.Л.***студентка**Одеського національного економічного університету*

ОЦІНКА РІВНЯ ЗАЛУЧЕННЯ СПОЖИВАЧІВ У СФЕРІ ОСВІТНІХ ПОСЛУГ

У роботі запропоновано методичний підхід до оцінки рівня залученості та виявлення закономірностей і тенденцій поведінки споживачів освітніх послуг. Проведено дослідження поведінки учасників міжнародного конкурсу «Реклама-фест», організованого кафедрою маркетингу Одеського національного економічного університету. Проаналізовано активність інтернет-аудиторії спільноти конкурсу «Реклама-Фест» в соціальній мережі «ВКонтакте» і розраховано коефіцієнт залучення. Проведено письмове опитування учасників та гостей конкурсу та запропоновано систему показників визначення рівня їх залученості.

Ключові слова: маркетинг освітніх послуг, залученість, коефіцієнт залученості, соціальні мережі, поведінка споживачів, задоволеність.

Жарская И.А., Анцупова М.Л. ОЦЕНКА УРОВНЯ ВОВЛЕЧЁННОСТИ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ В СФЕРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ

В работе предложен методический подход к оценке уровня вовлеченности и выявлению закономерностей и тенденций поведения потребителей образовательных услуг. Проведено исследование поведения участников международного конкурса «Реклама-фест», организованного кафедрой маркетинга Одесского национального экономического университета. Проанализирована активность интернет-аудитории сообщества конкурса «Реклама-Фест» в социальной сети «ВКонтакте» и рассчитан коэффициент привлечения. Проведен письменный опрос участников и гостей конкурса и предложена система показателей определения уровня их вовлеченности.

Ключевые слова: маркетинг образовательных услуг, вовлеченность, коэффициент вовлеченности, социальные сети, поведение потребителей, удовлетворенность.

Zharska I.O., Antsupova M.L. MEASURING THE INVOLVEMENT LEVEL OF THE EDUCATIONAL SERVICES CONSUMERS

In this paper the methodological basis for evaluation the involvement level and determination the patterns and trends of the educational services consumer behavior were proposed. The consumer behavior research was carried out by the faculty of Marketing Odessa national economical university. The activity of the internet-audience was analyzed in the VK social network community and the engagement rate was calculated. The questionnaire survey among the participants and the attendants of the International contest «Reklama-Fest» was conducted and, given the results, we offered the system of indicators evaluating involvement level.

Keywords: educational services marketing, involvement, engagement rate, social network, consumer behaviour, satisfaction.

Постановка проблеми. Сучасний ринок освітніх послуг в Україні характеризується високим рівнем конкурентної боротьби через збільшення кількості вищих навчальних закладів та від'ємний природний і зовнішній міграційний рух населення. Адже погіршення економічного стану призводить до того, що багато абітурієнтів та студентів їдуть навчатися за кордон. Відповідно, актуальними є питання чіткого визначення потреб споживачів у освітніх послугах та дослідження рівня їх залученості у процес вибору освітніх послуг.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Особливості маркетингу у сфері освітніх послуг розглядаються в роботах таких вчених, як Білоусова С.В. [1], Волокітін Л.О. [2], Дмитрів А.Я. [3], Дмитрієв В.Ю. [4], Коновалова С.О. [5], Костюченко А.М. [6], Оболенська Т.Є. [7], Семенюк С.Б. [8], Сиченко В.В. [9]. Ними пропонуються визначення освітніх послуг та їх специфічні риси, а також обґрунтовується необхідність використання маркетингу в освітній сфері та визначається його специфіка.

Поняття залученості розглядається в роботах таких вчених, як Біан Х. [10], Зайчовські Д.Л. [11; 12], Капферер Дж. [13], Кім Дж. [14], Кругман Г.Е. [15–19], Мансі Д.А. і Хант Ш.Д. [20], Міхаліду Н. і Дібб С. [21], Моутіно Л. [22], Стоун Р.Н. [23]. Ними були розглянуті теоретичні аспекти залученості до окремих елементів процесу вибору та купівлі продукту, запропоновані підходи до класифікації, а також аргументована необхідність управління залученістю цільових споживачів підприємствами та організаціями в умовах конкуренції.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Більшість наукових розробок досліджують різні аспекти маркетингової діяльності у сфері освітніх послуг. Разом з тим, невирішеними залишаються питання прогнозування поведінки споживачів послуг вищих навчальних закладів.

Метою статті є вдосконалення та подальший розвиток наукових положень щодо дослідження поведінки споживачів у сфері освітніх послуг.

Виклад основного матеріалу дослідження. Поняття «залученість» перейшло у сферу маркетингу з психології, де воно розглядалось як одна з характеристик мотивації людини. У теорії споживчої поведінки термін «залученість» вперше був використаний у роботі Кругмана Г. [15, с. 349–356], який вивчав ефективність телевізійної реклами. Він визначив його як кількість зв'язків між рекламним продуктом і самим споживачем, побудованих під час контакту з рекламним повідомленням.

Сьогодні в маркетингу існує багато визначень терміну «залученість». Разом з тим, узагальнено його можна охарактеризувати як рівень інтересу покупця, який він виявляє в процесі прийняття рішення про покупку, вимірюваний витраченими зусиллями, часом та енергією на взаємодію з постачальником товарів або послуг.

За останні 10 років із розвитком соціальних мереж в Інтернеті термін «залученість» отримав дещо нове значення. З боку SMM (Social Media Marketing), залучення – одна з основних метрик, що показує ступінь активності користувачів на сторінці, їх відгуки на

розміщені пости (коментарі, лайки, перепости, перехід за посиланням). Саме висока залученість визначає якісне поширення контенту – основне завдання просування у соціальних мережах.

Отримання освітньої послуги – розгорнутий у часі процес спілкування, довгострокова взаємодія споживача і продавця, що супроводжується формуванням певних взаємовідносин. Для того, щоб прийняти рішення про покупку цієї послуги, споживач витратить максимум свого часу, енергії та зусиль, адже вартість послуги дуже велика, а наслідки від неправильного вибору можуть негативно вплинути на усе подальше життя. Отже, послуга закладів вищої освіти характеризується високим рівнем залученості споживача.

Для виявлення рівня і динаміки залученості споживачів освітніх послуг нами було проведено маркетингове дослідження реальних та потенційних споживачів освітніх послуг Одеського національного економічного університету (ОНЕУ) за спеціальністю «Маркетинг» на Міжнародному конкурсі для студентів та школярів «Реклама-Фест» (далі – Конкурс).

Дослідження було проведено у 3 етапи:

1) дослідження конкурентного середовища кафедри маркетингу Одеського національного економічного університету;

2) дослідження рівня залученості інтернет-аудиторії спільноти Конкурсу у соціальній мережі «ВКонтакте»;

3) дослідження поведінки споживачів – письмове опитування реальних і потенційних споживачів освітніх послуг кафедри маркетингу ОНЕУ, учасників Конкурсу.

ЕТАП I. Дослідження конкурентного середовища кафедри маркетингу Одеського національного економічного університету

Мета: визначення навчальних закладів, які є основними конкурентами кафедри маркетингу Одеського національного економічного університету на ринку освітніх послуг.

Інструменти: інформаційна система «Конкурс» (www.vstup.info).

Для того, щоб зрозуміти, яке місце у конкурентній боротьбі посідає кафедра маркетингу Одеського

національного економічного університету, було складено вибірку з українських ВНЗ, які здійснюють навчання за спеціальністю «Маркетинг», та проаналізовано інформацію про кількість поданих до них заяв про вступ за період 2012–2015 рр. На основі отриманих даних визначено десять найбільш популярних вищих учбових закладів країни за кількістю вступників на спеціальність «Маркетинг» (рис. 1).

Аналіз показав, що кафедра маркетингу ОНЕУ посідає сьоме місце серед десяти найпопулярніших ВНЗ і перше місце серед одеських ВНЗ за 2015 р. Але у 2014 р. вона посідала дев'яте місце, поступившись кафедрам Одеського національного політехнічного університету та Одеській національній академії харчових технологій.

Разом з тим, хоча кафедра маркетингу ОНЕУ підняла свою позицію у загальному рейтингу, кількість вступників знижується. Якщо, у 2013 р. було подано 408 заяв, то у 2015 р. – 379. Саме тому слід приділяти більше уваги заходам заохочення потенційних споживачів освітніх послуг. Одним із таких заходів для кафедри маркетингу ОНЕУ став II Міжнародний конкурс для студентів та школярів «Реклама-Фест», який було проведено 2–4 грудня 2015 р.

Конкурс «Реклама-Фест» – захід, який влаштовує кафедра маркетингу ОНЕУ для учнів та студентів будь-яких учбових закладів, міст та навіть країн.

Формат проведення – конкурс робіт учасників з ВНЗ, коледжів і шкіл України за двома напрямками: 1) рекламні відео-ролики; 2) друкована, зовнішня, сувенірна реклама і POS-матеріали. Тематика робіт – вільна. Роботи можуть бути виконані як індивідуально, так і групою учасників.

Конкурс проходить 2 дні: 1-й конкурсний день – презентація учасниками своїх робіт для гостей та членів журі, 2-й – майстер-класи з маркетингу і нагородження переможців. Переможці отримують грошові премії, цінні призи від партнерів Конкурсу, запрошення на співбесіди до компаній та інше.

Конкурс надає змогу молоді розкрити свої здібності та проявити себе у сфері реклами, отримати нові знання та досвід. Для кафедри цей захід не менш важливий: він сприяє підвищенню обізнаності та зацікавленості у спеціальності «маркетинг», кафе-

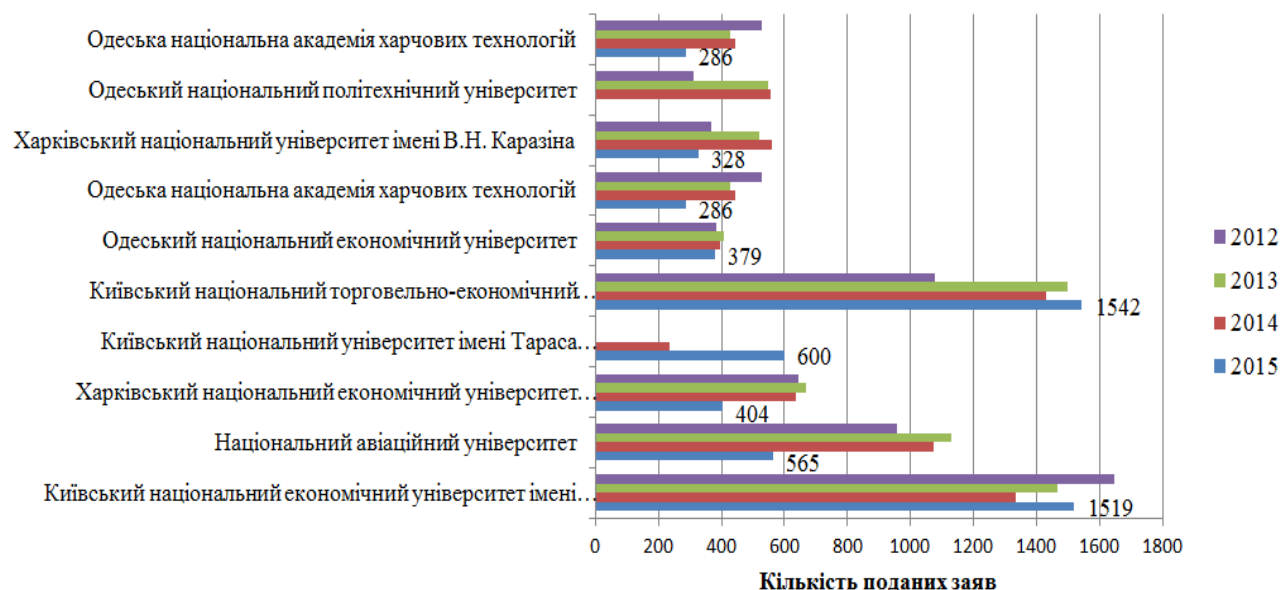


Рис. 1. Заяви на вступ до українських ВНЗ на спеціальність «Маркетинг», осіб

Джерело: розроблено за матеріалами [24]

дри та університету в цілому, дає можливість залучити нових споживачів, підвищити рівень задоволеності від навчання у студентів.

ЕТАП II. Аналіз залученості у соціальній мережі

Мета: дослідження залученості інтернет-аудиторії сторінки спільноти Міжнародного конкурсу «Реклама-Фест» у соціальній мережі «ВКонтакте» та аналіз її динаміки.

Інструменти: вбудований аналітичний інструмент «ВКонтакте» – «статистика спільноти».

Для того, щоб визначити ступінь залученості інтернет-аудиторії Конкурсу (<https://new.vk.com/reklamafest>), використовуємо коефіцієнт залученості (Engagement Rate), який розраховується за формулою (1):

$$\text{Average Post Engagement Rate} = \frac{\frac{\text{Likes} + \text{Comments} + \text{Shares on a given day}}{\text{\# of wall posts made by page on a given day}}}{\text{Total Fans on a given day}} * 100\%, \quad (1)$$

де, Average Post Engagement Rate – коефіцієнт залученості;

Likes – кількість відміток «подобається»;

Comments – кількість коментарів;

Shares on a given day – кількість перепостів на певну дату;

of wall posts made by page on a given day – кількість повідомлень на сторінці на певну дату;

Total Fans on a given day – загальна кількість дописувачів на певну дату.

Деякі маркетологи вважають коефіцієнт залучення головною метрикою для більшості соціальних мереж, адже він дозволяє визначити, наскільки пост зацікавив цільову аудиторію. Але ця формула не враховує той факт, що не всі дописувачі можуть бачити записи сторінки. Тому, доцільніше ділити не на число дописувачів, а на охоплення аудиторії, тобто кількість людей, які бачили повідомлення.

За допомогою інструменту «статистика спільноти» визначимо кількість користувачів, що бачили записи сторінки до, під час, та після Конкурсу (рис. 2):

Аналогічним чином визначимо кількість лайків, перепостів та коментарів, які здійснили користувачі за той самий період (рис. 3):

Тепер визначимо рівень залученості до, під час, та після проведення Конкурсу:

Коефіцієнт залученості₁(на 23 листопада) = $\frac{[(\text{коментарі} + \text{лайки} + \text{перепости}) / \text{кількість постів}] \times [100\% / (\text{охоплення})]}{1} = \frac{[(3+0+0)/1] \times [100\% / 150]}{1} = 2\%$.

За аналогічною формулою розраховуємо наступні коефіцієнти:

Коефіцієнт залученості₂(на 2 грудня) = $\frac{[(28+3+0) / 2] \times [100\% / 380]}{1} = 4,07\%$.

Коефіцієнт залученості₃(на 4 грудня) = $\frac{[(19+2+0) / 2] \times [100\% / 315]}{1} = 6,35\%$.

Як бачимо, коефіцієнт залученості зріс, що свідчить про зростання інтересу учасників Конкурсу до проведеного заходу.

ЕТАП III. Дослідження поведінки реальних і потенційних споживачів освітніх послуг кафедри маркетингу ОНЕУ, учасників конкурсу «Реклама-Фест»

Мета: дослідження рівня залученості потенційних та реальних споживачів освітніх послуг кафедри маркетингу ОНЕУ.

Інструменти: письмове опитування учасників та гостей Конкурсу «Реклама-Фест».

Для оцінки залученості споживачів під час проведення Конкурсу нами було проведено письмове опитування учасників та гостей у 2013 р. (119 респондентів) і 2015 р. (79 респондентів) та запропоновано 3 показники для визначення її рівня:

- задоволеність;
- бажання взяти повторну участь;
- очікування.

Розглянемо основні результати опитування.

1) **Рівень задоволеності.** Дуже важливо, щоб проведених організацією заходів, викликали високу задоволеність їх учасників. Просто залучити нових споживачів та привернути їх увагу недостатньо, тільки позитивне враження від контакту може забезпечити подальшу взаємодію споживача та організації і допоможе створити довгострокові відносини.

Для оцінки рівня задоволеності організаторами Конкурсу було задане закриті питання «Яке враження у Вас залишив конкурс «Реклама-Фест»?». За результатами дослідження, 52,9% респондентів обрали варіант «відмінне враження», 42% респондентів обрали варіант «гарне враження» і 6,7% респондентів обрали варіант «Конкурс мене не вразив». Жоден респондент не вказав, що Конкурс справив на нього погане враження.



Рис. 2. Охоплення аудиторії



Рис. 3. Зворотній зв'язок

Для порівняння, у 2013 р. 36,7% респондентів при відповіді на аналогічне питання обрали варіант «відмінне враження», 58,2% респондентів обрали варіант «гарне враження» і 5,1% респондентів обрали варіант «Конкурс мене не вразив».

Таким чином, можна відзначити значне зростання кількості споживачів з найвищим рівнем задоволеності (на 16,2%).

2) *Бажання взяти повторну участь.* Задоволеність відіграє важливу роль у підтриманні та підвищенні інтересу до послуги, але нам потрібно переконати потенційних споживачів перейти до дії, тобто до прийняття споживчого рішення. Саме рішення про подальшу участь у Конкурсі показує дійсний рівень залученості споживачів.

Для визначення намірів респондентів про подальшу участь було використано запитання «Чи будете Ви брати участь у наступному Конкурсі?».

З опитаних респондентів 24,1% відповіли, що обов'язково візьмуть участь у наступному Конкурсі, 41,8% відповіли «скоріше за все, так», 24,1% відповіли «не знаю», 3,8% відповіли «скоріше за все, ні» і 2,5% відмовились від участі. Отже, абсолютна більшість респондентів (сумарно 65,9) висловили бажання прийняти участь у наступному Конкурсі.

3) *Очікування.* Кожен споживач, який бере участь у певному заході, визначає для себе пріоритетні завдання або вигоди, які він прагне отримати. Саме підтвердження або непідтвердження споживацьких очікувань найбільш сильно впливає на подальше рішення приймати участь у інших заходах цієї ж організації.

Результати опитування учасників та гостей Конкурсу щодо виправдання їх очікувань наведені на рисунку 4.

Видно, що рівень задоволеності у 2015 р. підвищився порівняно із 2013 р. Так, у 2015 р. 96,2% респондентів сумарно вказали, що їх очікування повністю або частково виправдалися. У 2013 р. цей показник склав 90,8%. Разом з тим, значення обох показників є достатньо високими.

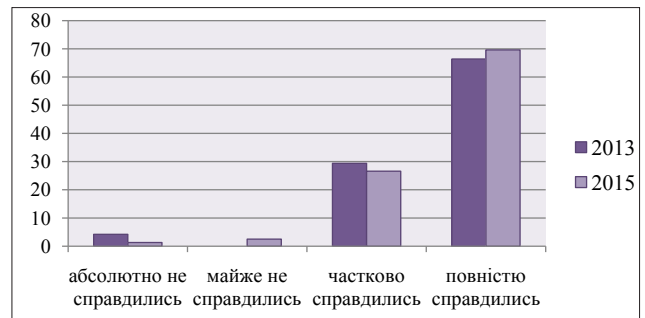


Рис. 4. Очікування від Конкурсу 2013–2015 рр., %

Проаналізуємо основні результати проведеного дослідження за допомогою інструментів пакету статистичного аналізу даних SPSS.

Основним завданням аналізу є визначення відмінностей у рівні залученості для різних категорій споживачів. Для цього за допомогою однофакторного дисперсійного аналізу проаналізуємо наявність зв'язку:

- між показниками «задоволеність», «бажання взяти повторну участь», «очікування» і категоріями респондентів *учасник або глядач*;

- між показниками «задоволеність», «бажання взяти повторну участь», «очікування» і категоріями респондентів *студент ОНЕУ або навчається у іншому навчальному закладі*.

Результати аналізу наведені у таблиці 1.

Отже, проведений аналіз показав, що рівень залученості споживачів за виділеними показниками (задоволеність, бажання взяти повторну участь, очікування) переважно не залежить від категорії респондента, тобто всі споживачі однаково сприймають проведений захід.

Висновки. Жорстка конкуренція на ринку освітніх послуг змушує навчальні заклади ретельно досліджувати потреби своїх споживачів та активно впроваджувати у свою діяльність новітні маркетингові техноло-

Таблиця 1

Аналіз даних, отриманих в результаті дослідження*

Вихідні дані	Результат
Задоволеність: на запитання «Яке враження залишив у Вас Конкурс?» 58,2% респондентів відповіли – добре, 36,7% – відмінне та 5,1% – не вразив. Статус респондента: 53,2% респондентів є учасниками Конкурсу. 46,8% респондентів – глядачі. Місце навчання респондента: 56,96% респондентів є студентами ОНЕУ. 43,04% респондентів навчаються в інших навчальних закладах.	• Чи є зв'язок між рівнем задоволеності і категорією «учасник / глядач»? Вірогідність прийняття Н0 склала 38,9% (Н0 не відкидається) – статус відвідувача Конкурсу (учасник чи глядач) не впливає на загальну задоволеність. • Чи є зв'язок між рівнем задоволеності і категорією «студент ОНЕУ / навчається в іншому навчальному закладі»? Вірогідність прийняття Н0 склала 27,2% (Н0 не відкидається) – задоволеність від Конкурсу не залежить від того, чи є респондент студентом ОНЕУ або студентом іншого навчального закладу.
Очікування: на питання «Чи справдилися Ваші очікування від відвідування Конкурсу?» 69,6% респондентів відповіли, що повністю виправдалися, 26,6% – виправдалися частково, 2,5% – майже не виправдалися, 1,3% – абсолютно не виправдалися.	• Чи є зв'язок між рівнем очікування і категорією «учасник / глядач»? Вірогідність прийняття Н0 склала 0,7% (Н0 відкидається) – рівень очікувань залежить від того, був респондент учасником Конкурсу чи глядачем. • Чи є зв'язок між рівнем очікування і категорією «студент ОНЕУ / навчається в іншому навчальному закладі»? Вірогідність прийняття Н0 склала 25,0% (Н0 не відкидається) – рівень очікувань не залежить від того, чи респондент навчається в ОНЕУ чи навчається в іншому навчальному закладі.
Бажання приймати повторну участь: на питання анкети «Чи будете Ви брати участь у наступному фестивалі-конкурсі реклами?» 41,8% респондентів відповіли, що скоріше за все так, 24,1% – обов'язково, 24,1 – не знаю, 3,8% – скоріше за все ні, 2,5% – ні.	• Чи є зв'язок між бажанням повторно брати участь у Конкурсі і категорією «учасник / глядач»? Вірогідність прийняття Н0 склала 47,7% (Н0 не відкидається) – неважливо чи є респондент учасником або просто глядачем, це не впливає на бажання повторно брати участь у Конкурсі. • Чи є зв'язок між бажанням повторно брати участь у Конкурсі і категорією «студент ОНЕУ / навчається в іншому навчальному закладі»? Вірогідність прийняття Н0 склала 72,6% (Н0 не відкидається) – неважливо, де саме навчається респондент, це не впливає на його бажання повторно приймати участь у Конкурсі.

Примітки: *Н0 – виділена змінна НЕ впливає на результат іншої (зв'язок відсутній).

гії. Метою конкурсу «Реклама-Фест», який організовує кафедра маркетингу ОНЕУ, є залучення потенційних споживачів освітніх послуг до університету, підвищення їх зацікавленості до маркетингу, створення нових контактів та побудова довгострокових взаємовідносин.

Проаналізувавши отримані на двох етапах дослідження дані, можна сказати, що проведений захід сприяв значному підвищенню залученості як наявних споживачів, так і потенційних. Зокрема, був збільшений відгук інтернет-аудиторії на сторінці у соціальній мережі «ВКонтакте» та встановлено нові контакти зі споживачами під час самого Конкурсу.

Під час опитування більшість респондентів виказала бажання продовжувати брати участь у Конкурсі у майбутньому, що також вказує на високий рівень залученості учасників.

Таким чином, визначені високі рівні показників залученості учасників Конкурсу дозволяють розраховувати на перехід від зацікавленості потенційних споживачів у освітній послугі до рішення про її придбання. Причому у якості потенційних споживачів освітніх послуг кафедри маркетингу ОНЕУ слід розглядати не тільки школярів та учнів коледжів, які через декілька років будуть вступати до бакалаврату, але і студентів інших ВНЗ, які зможуть вступити до магістратури.

При проведенні подальших досліджень за цією тематикою доцільно розробити типологію споживачів освітніх послуг відповідно до рівня їх залучення та методику розрахунку інтегральних показників оцінки рівня залученості та їх нормативні значення.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Білоусова С.В. Маркетинг освітніх послуг: стан, тенденції, перспективи / С.В. Білоусова // Бізнес-навігатор. – 2015. – № 1. – С. 39–43. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://nbuv.gov.ua/UJRN/bnav_2015_1_9.
2. Волокітина Л.О. Маркетингова система освітніх послуг вищого навчального закладу: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук : спец. 08.00.04 «Економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності)» / Л.О. Волокітина. – Донецьк: Донецький національний університет економіки і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського, 2008. – 21 с.
3. Дмитрів А.Я. Характеристика особливостей освітньої послуги з погляду маркетингу / А.Я. Дмитрів // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». – 2010. – № 690 : Логістика. – С. 40–43.
4. Дмитрієв В.Ю. Особливості концепції маркетингу освітніх послуг / В.Ю. Дмитрієв. // Теорія та методика управління освітою. – 2012. – № 8. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://nbuv.gov.ua/UJRN/ttmuo_2012_8_4.
5. Коновалова С.О. Інструменти електронного маркетингу в системі просування освітніх послуг / С.О. Коновалова // Бізнес Інформ. – 2014. – № 11. – С. 342–346. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://nbuv.gov.ua/UJRN/binf_2014_11_60.
6. Костюченко А.М. Впровадження концепції інтегрованих маркетингових комунікацій на ринку освітніх послуг / А.М. Костюченко // Економіка та держава. – 2011. – № 1. – С. 71–72. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecde_2011_1_19.
7. Оболенська Т.Є. Маркетинг у сфері освітніх послуг : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня д-ра екон. наук : спец.: 08.06.02 «Підприємництво, менеджмент та маркетинг» / Т.Є. Оболенська. Харків: Харк. держ. екон. ун-т, 2002. – 33 с.
8. Семенюк С.Б. Розвиток інноваційного маркетингу на ринку освітніх послуг / С.Б. Семенюк // Галицький економічний вісник. – 2012. – № 6(39). – С. 151–158.
9. Сиченко В.В. Сутність та особливості маркетингу освітніх послуг в Україні / В.В. Сиченко. // Державне будівництво. – 2007. – № 2. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://nbuv.gov.ua/UJRN/DeBu_2007_2_23.
10. Bian X., Moutinho L. The role of brand image, product involvement, and knowledge in explaining consumer purchase behaviour of counterfeits / X. Bian, L. Moutinho // Direct and indirect effects. European Journal of Marketing, 2011. – Vol. 45 Iss: 1/2, 191–216 p.
11. Zaichkowsky J. Measuring the involvement construct / J. Zaichkowsky // Journal of Consumer Research 1985. – 12(3). – P. 341–352.
12. Zaichkowsky J. The Emotional Affect of Product Involvement, in NA / J. Zaichkowsky // Advances in Consumer Research Volume 14, eds. M. Wallendorf and P. Anderson, Provo, UT: Association for Consumer Research, 1987. – P. 32–35.
13. Капферер Ж.-Н. Бренд навсегда: создание, развитие, поддержка ценности бренда / Ж.-Н. Капферер ; пер. с англ. Е.В. Виноградовой; под общ. ред. В.Н. Домнина. – М.: Вершина, 2007. – 448 с.
14. Kim J., Sung Y. Dimensions of purchase-decision involvement: Affective and cognitive involvement in product and brand / J. Kim, Y. Sung // Journal of Brand Management, 2009. – № 16. – P. 504–519.
15. Krugman H.E. The Impact of Television Advertising: Learning Without Involvement / Krugman H.E. // Public Opinion Quarterly, 1965. – № 29 (Fall), P. 349–356.
16. Krugman H.E. Measuring Advertising Involvement / Krugman H.E. // Public Opinion Quarterly, 1966. – № 30 (Winter). – P. 583–596.
17. Krugman H.E. Brain Wave Measures of Media Involvement / Krugman H.E. // Journal of Advertising Research, 1971. – № 11 (February). – P. 3–10.
18. Krugman H.E. Memory Without Recall, Exposure Without Perception / Krugman H.E. // Journal of Advertising Research, 1977. – № 17 (August). – P. 7–14.
19. Krugman H.E. Low Involvement Theory in the Light of New Brain Research, in Attitude Research Plays for High Stakes, eds. John C. Maloney and Bernard Silverman / Krugman H.E. // Chicago: American Marketing Association, 1979. – P. 16–24.
20. Muncy J.A., Hunt Sh.D. Consumer Involvement: Definitional Issues and Research Directions, in NA / J.A. Muncy, Sh.D. Hunt – Advances in Consumer Research Volume 11, eds. T.C. Kinnear, Provo, UT: Association for Consumer Research. – 1984. – P. 193–196.
21. Michaelidou N., Dibb S. Consumer involvement: a new perspective / N. Michaelidou, S. Dibb // Marketing Review, 2008. – № 8(1). – P. 83–99.
22. Moutinho L., Witt S. Tourism Marketing and Management Handbook / L. Moutinho, S. Witt – Prentice Hall, Englewood Cliffs, NJ. 1989.
23. Stone R.N. The Marketing Characteristics of Involvement, in NA / R.N. Stone – Advances in Consumer Research Volume 11, eds. Thomas C. Kinnear, Provo, UT: Association for Consumer Research, 1984. – P. 210–215.
24. Інформаційна система «Конкурс». – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://vstup.info>.
25. Міжнародний конкурс для студентів та школярів «Реклама-Фест». – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://new.vk.com/reklamafest>.

УДК 351.83:316.362

Збарський В.К.

*доктор економічних наук, професор,
Національний університет біоресурсів
і природокористування України*

Збарська А.В.

*кандидат економічних наук, асистент
Національного університету біоресурсів
і природокористування України*

СОЦІАЛЬНО-ПРАВОВІ АСПЕКТИ СІМЕЙНОГО ГОСПОДАРСТВА

У статті здійснено аналіз нормативно-правового забезпечення механізмів державного управління у сфері формування сімейного господарства. Визначено основні напрямки та завдання державної політики щодо становлення та розвитку сімейного господарства. Проаналізовано актуальні питання функціонування і розвитку сім'ї, домогосподарства і сімейного господарства та визначені фактори, що їх зумовлюють.

Ключові слова: сімейна політика, державна сімейна політика, молоді сім'ї, допомога сім'ям із дітьми.

Збарский В.К., Збарская А.В. СОЦИАЛЬНО-ПРАВОВЫЕ АСПЕКТЫ СЕМЕЙНОГО ХОЗЯЙСТВА

В статье осуществлен анализ нормативно-правового обеспечения механизмов государственного управления в сфере семейной политики. Определены основные направления и задачи государственной семейной политики, а также формирования семейного хозяйства. Проанализированы актуальные вопросы функционирования семьи, домохозяйства и семейного хозяйства, а также факторы, которые их обуславливают.

Ключевые слова: семейная политика, государственная семейная политика, молодые семьи, помощь семьям с детьми.

Zbarsky V.K., Zbarska A.V. SOCIAL AND LEGISLATIVE ASPECTS OF HOUSEHOLDS

In the article normatively-legal providing of public administration mechanisms in the field of family policy is analysed. The main directions and tasks of state family policy are defined. The major problems and factors of family functioning and development are analysed.

Keywords: family policy, state family policy, young families, assistance to families with children.

Постановка проблеми. У суспільстві найвищою цінністю є людина. Саме у процесі саморозвитку людина «виробляє» свої потреби і здібності, продукти і послуги, а також відносини і стимули, а отже, виробляє саму себе. Оскільки розвиток цивілізації – це розвиток людини та її потреб, то всі структурні пласти, що спостерігаються в будові сучасного соціуму, наявні й у будові сім'ї: ідеологічний – створення, збереження та виховання морально-етичних установок взаємовідповідальності членів локального колективу; соціальний – структурування і керування локальним колективом; економічний – спільне ведення господарства та економічна організація життя членів сім'ї; прагматичний – накопичення і передача досвіду поколінь у формі традицій, звичаїв, культурних і моральних установок [6].

Сім'я завжди була, є і буде однією з найважливіших ланок у процесі відтворення нації та утвердження державності. З одного боку, сім'я – це соціальний інститут, тобто сукупність норм, цінностей, очікувань щодо, а з іншого – це мала соціальна група, члени якої пов'язані шлюбними та сімейними узами. В основі сім'ї, як правило, лежить домогосподарство. Воно виконує цілу низку функцій господарської одиниці:

- його члени кооперують свої зусилля в одержанні й акумуляції доходів;

- члени домогосподарства в тому або іншому масштабі організують власне (зазвичай натуральне) виробництво, продукція якого призначена для внутрішньосімейного споживання. Сільська сім'я займається, як правило, виробництвом на своїй присадибній ділянці сільськогосподарської продукції для власного споживання. Також сім'я може виступати як мала фірма.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженням сімейної політики займалися такі українські й російські науковці та практики: В. Артемов [1], М. Арутюнян [2], А. Волков [3], Л. Гребнев [4],

В. Єлізаров [5], В. Збарський [6], Н. Зверева [7], В. Тишкевич [8] та ін. Однак ще багато теоретичних і практичних аспектів використання потенціалу сімейних господарств залишаються невирішеними. Першочерговим завданням тут слід вважати розроблення теоретичних і прикладних аспектів соціально-правового розвитку сімейних господарств, людського і соціального капіталів, формалізації зайнятості та залучення їх членів до розв'язання проблем сільського розвитку. Усі названі аспекти й зумовили вибір теми статті.

Метою статті є висвітлення найболючіших і найскладніших проблем суспільства, пов'язаних з трудовими ресурсами, розвитком економіки і духовності українських сіл і міст, що залежить, в основному, від рівня розвитку сім'ї.

Методи дослідження. У процесі дослідження використано сукупність спеціальних методів економічного аналізу. Зокрема, за допомогою абстрактно-логічного методу, в т.ч. прийомів аналогії та порівняння, індукції та дедукції, уточнено поняття «сімейне господарство». Методи теоретичного узагальнення та монографічний використовувались для поглибленого дослідження особливостей розвитку як сім'ї, так і самої людини, а також визначення основних чинників, які диференціюють сімейні господарства.

Виклад основного матеріалу дослідження. В результаті аналізу наукових праць вітчизняних і зарубіжних вчених можна зробити висновок, що сім'я є економічною категорією, вона наділена певними функціями, потребами, інтересами. З економічної точки зору, суть сім'ї зводиться до відтворення нового людського життя, продовження роду, виробництва засобів до життя, тобто має демоекономічний характер.

Вважаємо, що при визначенні економічного поняття «сім'я» слід виходити із тісного взаємозв'язку двох її основних аспектів: з одного боку, як складо-

вої дітовідтворення у широкому значенні цього слова, включаючи народження, матеріальне становище і виховання дітей, та, з іншого боку, матеріального її забезпечення, сімейно-домашнього виробництва предметів споживання і послуг. Отже, сім'я є економічною і демоекономічною формою виробництва засобів до життя і самого людського життя.

З метою забезпечення сім'ї всім необхідним для існування у багатьох людей виникає необхідність в організації сімейного господарства на загально-економічних засадах. Оскільки господарство в найширшому розумінні – це керування майном, то поняття «сімейне господарство» охоплює економічні процеси як на рівні макроекономіки, так і на рівні мікроекономіки, виконуючи такі функції: постачальницьку, виробничу, посередницьку, споживчу, заощаджувальну, інвестиційну. Сімейне господарство є розгалуженою структурою, що складається із економічних і демоекономічних відносин, причому визначальними є економічні відносини, які виникають у процесі виховання дітей та забезпечення сім'ї матеріальними засобами [14].

У радянській науці феномен домогосподарства не розглядався в силу економічних та ідеологічних причин. Природно, домогосподарство як багатоаспектна система має розглядатися на зрізі взаємодії ряду ринків – ринку праці, ринку споживчих товарів, фінансового ринку.

Сучасна наука вже припускає, що поняття сім'ї стало досить близьким до поняття домогосподарства. З'явилися і все чіткіше простежуються виразні структурні відмінності міських і сільських господарств. Сьогодні очевидно, що, будучи ринковою одиницею, домогосподарство існує за законами ринку. Економічна політика родини стає все більш залежною від цінових змін в економічному середовищі. З'являються нові сфери фінансового вкладення: в якість освіти дітей, житла, послуг охорони здоров'я. Це слід відзначити як окрему характеристику: вперше за багато десятиліть українське домогосподарство почало оплачувати якість [2; 5; 8].

З'явилася нова рольова якість домогосподарки як менеджера складної системи управління первинним осередком – хатнім господарством. Але якщо домогосподарка виконує деяку професійну роль, нехай і специфічну, то праця в межах домогосподарства може і повинна розглядатися як її робота, тобто мати статус повноцінної праці, прирівняної до ринкової праці. Слід припустити, що регулювання економічної системи сім'ї вимагає деяких навичок. Можна згадати, що в Росії у XIX ст. дуже добре розуміли значення домоуправлінської ролі жінки, господарюванню обов'язково вчили дівчаток на всіх рівнях навчання. Це досвід, який нині в Україні необхідно актуалізувати, адже розвиток товарних відносин потребує залучення категорії домогосподарств в загальний аналіз соціально-економічних відносин. У ринковій економічній системі сімейні господарства зацікавлені через ринок ресурсів вигідно продавати ті економічні ресурси, якими вони володіють, отримуючи при цьому грошовий дохід у вигляді прибутку, процентів, рент, заробітної плати. Але вони водночас бажають придбати товари і послуги, які так необхідні для ведення сімейного господарства.

Сімейні господарства функціонують, як показав аналіз, на межі взаємодії низки ресурсних ринків: праці, споживчих товарів, капіталу тощо. У зв'язку з цим констатуємо, що сімейне господарство є повноправним суб'єктом ринкової системи, яке функціонує за законами ринку і відіграє вагомий роль в національній економіці.

Основні чинники, які диференціюють сімейні господарства, це: а) розмір сімейного господарства (просте та складне сімейне господарство); б) тип і характер населеного пункту, в якому проживає сім'я (велике місто, містечко, село). За цим принципом сім'ї поділено на сільські та міські. Перехідним типом між простими і складними господарствами є розширені сімейні господарства.

За видом діяльності сільські сімейні господарства можна поділити на: селянські, фермерські, ремісничі та особисті підсобні. У складі міських можна виділити господарства, що займаються торгівлею, надомним бізнесом, «човникарством», кіосковим бізнесом, комп'ютерним бізнесом тощо. Класифікують сім'ї також і за соціальним статусом. Зокрема, у межах сільської сім'ї виділяються сімейні господарства, що займаються лише домашнім господарством (власне селянські господарства), робітничі господарства та господарства інтелігенції. Селянські сімейні господарства залишаються доволі замкненими виробничо-споживчими одиницями, з дотриманням усіх традиційних, культурних звичаїв та обрядів. Основним укладом в українському селі є селянський, тоді як у економічно розвинутих країнах – фермерський.

Робітничі сімейні господарства стають більш залежними від держави і відкритими для різних впливів, в тому числі негативних. Проте міська сім'я має лише три види – робітничі сім'ї, сім'ї підприємців та сім'ї інтелігенції. У державах з ринковою та перехідною економікою сімейні господарства класифікують за рівнем добробуту на багаті, середнього достатку, бідні та маргінальні (поза межею бідності). До основних чинників, що впливають на добробут сімейного господарства, необхідно відносити: демографічні, економічні, політичні, культурні, екологічні. Головним джерелом добробуту сім'ї здебільшого є сукупний дохід у грошовому вираженні, що складається із заробітної плати й доходів від особистого підсобного господарства та приватного бізнесу. Рівень сукупного грошового доходу сім'ї залежить від кількості працездатних осіб у сімейному господарстві, від якості їхньої освіти, кваліфікації, роботи загалом.

Залежно від типу економічної системи змінювалась функція сімейного господарства, рівень його забезпечення ресурсами. Якщо в умовах командно-адміністративної системи для сімейного господарства характерною була максимізація корисності в умовах дефіцитності ресурсів, то для сімейного господарства перехідного періоду головним завданням є проблема виживання. І лише для сімейного господарства, що функціонує в умовах ринкової економіки, головним завданням стає максимізація корисності в умовах обмеженості платоспроможного попиту. Що стосується джерел доходів, які є у розпорядженні сімейного господарства, то для різних економічних систем вони є різними. Найбільш стабільними є джерела фінансування сімейного господарства в умовах ринкової економіки. Умови існування командно-адміністративної системи ставили сімейне господарство в жорсткі рамки планової економіки. Економіка перехідного періоду змушує сімейне господарство самостійно вишукувати джерела для власного функціонування.

Отже, можна зробити висновок, що саме в умовах командно-адміністративної системи держава мала найбільший вплив на сімейне господарство [7].

У перехідних системах з'являються «перехідні» цінності, трансформація яких призводить до зміни реакції людей на рекламу, на якість і кількість товарів, необхідних їм. Сталість і мінливість цінностей пояснюється існуванням тріади суспільних інститутів:

сім'ї, церкви, школи. Саме сімейне господарство є тим інституційним ядром, за допомогою якого відбувається природне, соціальне і культурне відтворення суспільства. Воно є носієм культурної традиції, що втілюється в культурній пам'яті, ремеслах, звичаях, мові, типах поведінки, способі ведення домашнього господарства.

Найбільш поширеними видами сімейного підприємництва в Україні є виробниче, комерційне і фінансове. Виробниче підприємництво - діяльність сімейного господарства, скерована на переробку сільськогосподарської продукції, проведення робіт та надання послуг. Перед сімейними господарствами першого виду найбільша проблема полягає у реалізації продукції (через посередників чи власними силами). На відміну від виробничого, діяльність комерційного підприємництва пов'язана з перепродажем продукції. Фінансове підприємництво представляє собою діяльність сімейних господарств з надання фінансових послуг, зокрема фінансування коштів на розвиток виробничої та комерційної діяльності [11].

У процесі реформування аграрного сектора економіки України виникають і розвиваються традиційні та нові типи сімейного господарства та бізнесу, зокрема особисті селянські (ОСГ) та фермерські господарства (ФГ). Праця в ОСГ є традиційною для селянського господарювання, головними перевагами якого є: особиста зацікавленість у трудовій активності, відсутність проміжних соціально-економічних ланок між працівником, засобами виробництва та результатами праці. Специфіка сільського способу життя з його виробничою, побутовою і культурною компонентами позитивно впливає на розвиток сімейних господарств [7].

Питома вага ОСГ у самозабезпеченні сільського населення окремими видами сільськогосподарської продукції значна, що обумовлено, насамперед, реформуванням

КСП та втратою значної частини селян робочих місць. Окрім того, з метою компенсації зменшення доходів від суспільного господарства селяни змушені збільшувати товарність своїх підсобних господарств, розширювати їх за рахунок земельних та майнових паїв, отриманих внаслідок реформування КСП (табл. 1).

Таким чином, сімейні господарства на селі доповнюють виробництво як продовольства, так і продуктів, які недоцільно або неможливо виробляти в умовах великотоварного виробництва (предмети народного вжитку: вишиванки, вироби з лози, бондарні, ковальські, гончарні, столярні, збруйні вироби, квітникарство, екотуризм тощо). Сімейне господарство відкриває можливості для більш повного використання трудових ресурсів (зменшує втрати часу при переміщенні до місця роботи і назад, при зміні видів праці завдяки злиттю сфери праці і побуту тощо). У сільських сімейних господарствах виробництвом сільськогосподарської продукції, як правило, займаються всі члени сім'ї.

Головною причиною падіння життєвого рівня більшості сімей України в процесі ринкової трансформації є, на нашу думку, перехід до нової моделі формування доходів, яка базується на ринкових механізмах, що передбачають право вибору кожним суб'єктом як форми участі у суспільному виробництві, зайнятості, розподілу особистих доходів, так і форми особистої відповідальності за цей вибір.

Вважаємо, що одним із способів подолання безробіття в Україні є впровадження та підтримка «домашнього» (надомного) бізнесу, у межах якого можна займатися ремеслами, побутовими послугами, надавати ділові та освітні послуги (фінансові, бухгалтерські, консультаційні, рекламні, комп'ютерні, управлінські), а також послуги будівництва, юридичні та оздоровчі послуги тощо.

Таблиця 1

Характеристика господарств населення сільської місцевості України*

	Рік				
	2010	2011	2012	2013	2016
Кількість домогосподарств, тис.	5 262,3	5 248,1	5 216,1	5 193,7	4 924,0
з них:					
– утримують худобу і птицю, %	77,1	77,9	76,3	75,6	76,9
– мають земельні ділянки, %	98,2	98,2	98,0	97,7	98,2
– тис. господарств	5 166,4	5 153,2	5 113,5	5 074,9	4 835,7
Всього земельних угідь, тис. га	14 806,9	14 130,1	14 905,8	13 646,4	14 374,7
те ж у середньому на домогосподарство, соток	286,6	274,2	291,5	268,9	297,2
Напрямок використання земельних угідь одним домогосподарством в середньому, %:					
– для вирощування продукції лише для власних потреб;	13,9	13,9	13,2	14,6	14,8
– для власних потреб і на продаж;	13,3	13,8	15,2	12,9	14,3
– здається в оренду;	71,1	71,3	70,5	71,4	69,7
– лише почали освоювати	1,7	1,00	1,1	1,1	1,29
Частка сільських домогосподарств у виробництві**:					
Продукція рослинництва	46,4	43,3	45,0	41,6	41,8
зерно	24,2	22,1	21,9	21,2	22,7
картопля	97,4	96,9	96,7	97,0	97,8
насіння соняшнику	17,5	15,9	15,0	14,5	14,6
овочі	88,1	84,3	85,7	88,3	86,1
плоди і ягоди	83,6	84,2	81,6	80,7	80,9
Продукція тваринництва	61,2	59,4	58,2	56,6	55,1
м'ясо всіх видів (забійна вага)	44,9	43,3	42,5	39,7	37,0
молоко	80,3	79,7	77,7	77,5	75,0
яйця	39,9	37,2	37,3	37,6	41,8

*Дані: Соціально-демографічні характеристики домогосподарств України за відповідні роки.

**Дані Держстату України за 2015 р.

Розвиток сімейного бізнесу в Україні має великі перспективи, оскільки він дає можливість економити час, щоб дістатися на роботу і з роботи, зумовлює відсутність транспортних проблем, сприяє зменшенню ризику простудних та інших захворювань, а також витрат на одяг, взуття, транспорт, сприяє покращенню догляду за дітьми тощо. Держава отримує певні вигоди від легального впровадження сімейного бізнесу, а саме: поповнення бюджету за рахунок податків, вирішення транспортної проблеми (зменшення людей, які добираються на роботу громадським транспортом), зменшення витрат комунального господарства (економія енергоносіїв), послаблення соціальної напруги тощо.

Обов'язковість зарубіжного малого бізнесу у контексті його використання для перспективного розвитку сімейних господарств в Україні переконують в тому, що лише організацією сімейного бізнесу всіх їх проблем вирішити неможливо. Проте комплексний і системний розвиток всіх форм бізнесу і зайнятості з метою відродження національної економіки може відіграти позитивну роль і вивести Україну на траєкторію сталого економічного зростання та процвітання.

Висновки. Оскільки сімейне господарство функціонує у різних економічних системах, можна зробити такі висновки:

1) зі зміною типу економічної системи змінюється й головна функція сімейного господарства. Перехід від командної до ринкової економічної системи викликав низку проблем в економічному житті суспільства і тому для сімейного господарства перехідного періоду головною функцією є вирішення проблеми виживання. І лише для сімейного господарства, що функціонує в ринковій економіці, головною функцією стає максимізація корисності в умовах обмеженості платоспроможного попиту;

2) у різних економічних систем джерела доходів, які є у розпорядженні сімейного господарства, різні. Найбільш стабільними в умовах ринкової економіки є джерела фінансування власне сімейного господарства. Умови існування, задані командно-адміністративною системою, поставили сімейне господарство в жорсткі рамки планової економіки. Економіка перехідного періоду змушує сімейне господарство самостійно вишукувати джерела для власного функціонування. У результаті проведеного аналізу зроблено висновок, що саме в умовах командно-адміністративної системи держава мала найбільший вплив на сімейне господарство;

3) в цілому якість життя населення, зайнятого в сімейних господарствах, за роки реформ знизилась, що проявилось, насамперед, у збільшенні частки витрат на продовольчі товари та зменшенні питомої ваги споживчих витрат на предмети довготривалого користування. У сільських сімейних господарствах збільшення сучасної побутової та господарської техніки є незначним. Ще досить рідко використовуються в них високопродуктивні вироби: мікрохвильові печі, посудомийні машини, міні-трактори тощо. Негативним моментом є те, що у сфері сімейного споживання є мала частка витрат на освіту, культуру, відпочинок. Загострення проблем здоров'я населення є очевидним, а загроза перетворення медико-демографічного чинника на гальмо відтворення генофонду нації - реальною. Зростання рівня та якості споживання в Україні неможливе без проведення активної державної політики підвищення реальних доходів населення. Оптимізація структури споживання населення в значній мірі залежатиме від співвідношення цін на продовольчі товари, товари широкого вжитку та інші види послуг;

4) у перехідний період сімейні господарства мають позитивне значення для розвитку економіки України, передусім - це відсутність необхідності надання робочого місця і забезпечення роботою населення, поглинання надлишку робочої сили на ринку праці, закріплення людей на селі, створення умов для прояву економічної активності та можливості самим заробляти на прожиття. Головними рисами сімейних господарств є їх висока економічна ефективність, гнучкість, динамічність, малі капіталовкладення тощо. З огляду на фінансове забезпечення сімейних господарств, прибутки, отримані за роботу у власному господарстві в умовах перехідної економіки, є вищими, ніж запропонована платня на державних підприємствах, яка ще й вчасно не виплачується робітникам. В умовах перехідної економіки робота у сімейних господарствах, власному бізнесі частково компенсує вирішення таких проблем як: транспортна (зменшення кількості людей, які дістаються на роботу громадським транспортом); зменшення соціальної напруги, а також витрат комунального господарства (економія енергоносіїв) тощо;

5) умовою успішного розвитку сімейного господарства є залучення інвестицій. У зв'язку з цим вибір найефективніших напрямків вкладення коштів у покращення зовнішніх і внутрішніх умов функціонування господарства стає метою його внутрішньої інвестиційної діяльності. Для розвитку сімейного господарства в Україні держава повинна налагодити ефективний механізм фінансово-кредитного та юридичного забезпечення родинного бізнесу;

6) зменшення рівня оподаткування сімейних господарств сприятиме їх легалізації, а отже, і своєчасній сплаті податків, що, в свою чергу, позитивно впливатиме на економіку України загалом. Необхідно підтримувати розвиток сімейного бізнесу в тих сферах, де не потрібні значні матеріальні ресурси (сфера ремонту, послуги на основі матеріалів замовника, надання консультаційних послуг тощо). Швидкий розвиток мережі таких послуг допоможе багатьом сім'ям у короткі строки покращити своє матеріальне становище;

7) дослідження зарубіжного досвіду показало, що жодна країна на певному етапі свого розвитку не змогла уникнути проблем, пов'язаних зі становленням сімейного господарювання та бізнесу. Сьогодні доцільно вивчати і використовувати будь-який досвід, який стосується підтримки сімейної підприємницької ініціативи. Для багатьох господарств високорозвинутих країн сімейні фірми і ферми є не лише економічною, а й соціальною опорою суспільства і високопрестижною справою. У сімейних господарствах, в яких поєднується приватний власник і виробник певної продукції та послуг, є можливість вибору поведінки щодо використання доходів, вирішення власних проблем тощо. В зарубіжному світі люди цінують можливість поєднувати вигоди міського життя з перевагами сільської місцевості, крім цього, сімейні господарства є носіями національних традицій, культури та родинного духу.

Таким чином, сімейне домогосподарство є організаційно-правовою формою життєдіяльності громадян - членів однієї сім'ї, які мають взаємні права та обов'язки, що виявили бажання щодо виробництва продукції, її переробки та реалізації на внутрішньому і зовнішньому ринках, виконання робіт та надання послуг з метою отримання доходу, створення додаткових робочих місць за власною ініціативою та за підтримки держави і органів місцевого самоврядування, реалізації права на підприємницьку діяльність, можливості заробляти на життя працюю, яку вони вільно обирають.

Оскільки сімейні господарства виступають основою малих форм господарювання на селі (особистих селянських, фермерських господарств та інших господарств сільського населення), то назріла нагальна потреба у прийнятті Закону України «Про сімейне господарство». Даний закон передбачить створення на селі єдиної організаційно-правової форми ведення малого сільського товаровиробництва. Така форма має базуватися на принципах добровільної участі, можливості отримати соціальні гарантії при сплаті відповідних внесків та мати спрощену систему оподаткування [13].

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Артемов В.А. Про сімейну економіку / В.А. Артемов // ЕКО. – 1997. – № 4. – С. 113–123.
2. Арутюнян М.Ю. Особливості сімейного взаємодії в сім'ях з різним розподілом побутових ролей : Дисс. ... канд. філос. наук / М.Ю. Арутюнян. – М., 1984. – 185 с.
3. Волков А.Г., Сороко Є.Л. Типологія сімей та домогосподарств в Росії: розвиток і аналіз (за даними мікроперепису 1994 р.) / А.Г. Волков, Є.Л. Сороко // «Питання статистики», 1999. – № 5.
4. Гребнев Л.С. Собственность и хозяйствование: комментарии к новому образовательному стандарту / Л.С. Гребнев // Вопросы экономики, 2001. – № 3. – С. 117–134.
5. Домогосподарство, сім'я і сімейна політика. – М.: Діалог – МДУ, 1998. – 190 с.
6. Збарський В.К. Сім'я та домогосподарство / В.К. Збарський // Агроінком. – 2007. – № 6. – С. 72–77.
7. Зверева Н.В., Калабіхіна І.Є., Калмикова Н.М., Гукова Є.Г., Тишкевич В.П. Методи вивчення сім'ї та домогосподарства та проблеми їх інформаційного забезпечення / [Н.В. Зверева, І.Є. Калабіхіна, Н.М. Калмикова, Є.Г. Гукова, В.П. Тишкевич] // Домогосподарство, сім'я і сімейна політика. – М., 1998. – С. 43–57.
8. Ленін В.І. Радянська влада і становище жінки / В.І. Ленін // 36. тв. В.І. Леніна. – М.: Политиздат, 1978. – С. 319–321.
9. Маркс К., Энгельс Ф. Сочинения / К. Маркс, Ф. Энгельс – 2-е изд. – Т. 23. – С. 51.
10. Милосердов В.В. Интересы, собственность, эффективность / В.В. Милосердов // АПК: экономика, управление, 2001. – № 1. – С. 11.
11. Тишкевич В.П. Домогосподарство та екологія / В.П. Тишкевич // Домогосподарство, сім'я і сімейна політика. – М. – 1998. – С. 132–141.
12. Програма розвитку АПК України на період до 2020 року / Українська Аграрна асоціація. – К., 2014. – 17 с.
13. Сімейний кодекс України: затверджений Закон України № 2947-ІІ від 10.01.2002 р. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.zakon1.rada.gov.ua>.

УДК 334.7

Капталан С.М.

аспірант

Одеського державного аграрного університету

КЛАСИФІКАЦІЯ АГРОПРОМИСЛОВИХ ФОРМУВАНЬ ЗА ВИДАМИ

Статтю присвячено питанням розгляду класифікаційних ознак розподілу агропромислових формувань за видами. Розглянуто дев'ять класифікаційних ознак. Особливу увагу приділено розподілу агропромислових формувань за видом і глибиною інтеграційних процесів.

Ключові слова: агропромислові формування, інтеграція, глибина інтеграції, переваги вертикальної інтеграції, класифікація агропромислових формувань.

Капталан С.М. КЛАССИФИКАЦИЯ АГРОПРОМЫШЛЕННЫХ ФОРМИРОВАНИЙ ПО ВИДАМ

Статья посвящена вопросам рассмотрения классификационных признаков распределения агропромышленных формирований по видам. Рассмотрено девять классификационных признаков. Особое внимание уделено разделению агропромышленных формирований по виду и глубине интеграционных процессов.

Ключевые слова: агропромышленные формирования, интеграция, глубина интеграции, преимущества вертикальной интеграции, классификация агропромышленных формирований.

Kaptalan S.M. CLASSIFICATION OF AGRO-INDUSTRIAL FORMATIONS

The article deals with the review of classifications of agro-industrial formations by type. Nine classifications of agro-industrial formations were considered. Special attention was given to the classification of agro-industrial formations by type and depth of integration processes.

Keywords: agro-industrial formation, integration, depth of integration, advantages of vertical integration, classification of agro-industrial units.

Постановка проблеми. Як засвідчує практика економічної діяльності агропромислового сектору у нашій та інших країнах світу, суб'єктам агропромислового комплексу (далі – АПК) властива багатоваріантність організаційно-правових форм. Устрій землегосподарства визначається рівнем економічного розвитку країни та агросектору зокрема. Відповідно до змін у економічних відносинах повинні відбуватися й зміни в організаційно-правових формах господарювання в агропромисловому секторі. Такий розви-

ток форм агропромислових підприємств називається історизмом, а непослідовність, невідповідність змін організаційних форм до реалій економічних відносин вважає причиною зниження ефективності їх діяльності. Це і є причиною більш уважного розгляду класифікації агропромислових формувань (далі – АПФ) за різними класифікаційними ознаками та аналізу позитивних й негативних сторін окремих їх видів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Первинною організаційною формою господарювання на селі

є індивідуальна сільськогосподарська діяльність, або фермерство, яке становить економічну базу як для розвитку інших форм організації діяльності, так і є основою формування середнього класу в сільській місцевості, забезпечення працевлаштування мешканців. Наступним етапом розвитку економічних відносин в сільському господарстві була необхідність укрупнення виробництва з метою впровадження результатів науково-технічного прогресу. В СРСР таке об'єднання було здійснено штучно у вигляді колгоспів та кооперативів. Штучність об'єднання полягала у невідповідності цих форм існуючому на селі характеру взаємовідносин. У 70–80-ті рр. минулого сторіччя почали розвиватись такі форми вже агропромислової інтеграції, як міжгосподарське підприємство, районні агропромислові об'єднання, агрокомбінати, в межах яких об'єднувались сільськогосподарські, обслуговуючі та переробні підприємства. Штучність і невідповідність реаліям розвитку виробничих сил цих агропромислових об'єднань підтвердилась майже повним їх зникненням після розпаду СРСР.

У процесі приватизації в Україні сільськогосподарським виробникам (колективним сільськогосподарським підприємствам (далі – КСП) та фермерським господарствам) давалась змога прийняти участь у пільговому роздержавленні переробних та харчових підприємств. Вони отримували безкоштовно 51% акцій цих підприємств пропорційно тому, яку частку сировини вони поставляли на це підприємство протягом останніх п'яти років. Однак і цей шлях примусової інтеграції не був вдалим. Академік В.Г. Андрійчук вважає, що процес розвитку АПФ в Україні можна розділити на три етапи. На першому відбулось перетворення колгоспів у КСП, на другому відбулась інтеграція КСП у приватні, фермерські господарства, а на третьому відбувається укрупнення та капіталізація цих АПФ [1, с. 31–32]. О.О. Єранкін доповнює ці етапи за рахунок розділу процесу капіталізації на підетапи. На першому підетапі на початку тисячоліття в агробізнес почали поступати надходження великого капіталу – дуже часто випадково. На другому етапі – 2001–2003 рр. – велика частка «випадкових» агропідприємств були змушені завершити свою діяльність через її непрофільність і збитковість. І лише на третьому підетапі відбулось осмислене надходження капіталу в АПК [2, с. 176].

Мета статті. В законодавстві України виділяються такі організаційно-правові форми об'єднань підприємств, як асоціація, консорціум, концерн, корпорація. Однак це суто формально-правовий підхід до виокремлення АПФ за видами. Серед науковців точиться дискусія щодо встановлення переліку класифікаційних ознак та конкретних видів АПФ, що і є предметом даного наукового дослідження.

Виклад основного матеріалу дослідження. В результаті розгляду підходів сучасних науковців було здійснено узагальнення класифікації АПФ за видами. Загальною для всіх науковців є класифікація АПФ за ознакою форми власності, згідно якої підприємства діляться на: приватні (одноосібні та сімейні), колективні (кооператив, акціонерне товариство, товариство з обмеженою відповідальністю та інші), державні (комунальне, муніципальне, державне). Іноді виділяються сумісні за формою власності підприємства.

За територіальним охопленням АПФ можна розділити на ті, які ведуть основну діяльність на рівні: району, регіону, держави та на міждержавному рівні. При цьому діяльність на міждержавному рівні може полягати як у формуванні спільних під-

приємств, так і у здійсненні зовнішньоекономічної діяльності вітчизняними підприємствами. Під спільним АПФ прийнято розумити таку організаційну структуру міжнародного співробітництва, яка полягає в об'єднанні капіталу національних та іноземних підприємств з метою здійснення спільної діяльності в агропромисловому секторі в довготривалій перспективі. Іноді АПФ міждержавного рівня територіального охоплення ще називають транснаціональними.

За галузевою приналежністю виділяють: виробництво і продаж сільськогосподарської продукції; виробництво, переробка й продаж агропромислової продукції; виробництво та продаж засобів сільськогосподарського виробництва та агропромислової продукції та інші. За цією ознакою можна виокремити АПФ, які здійснюють свою діяльність у всіх галузях, які входять до АПК, тому і варіантів класифікації може бути безліч. Ми пропонуємо виокремлювати АПФ за галузевою приналежністю на підставі визначення галузевої приналежності провідного суб'єкта АПФ. Те підприємство, яке має найбільший розмір капіталу, має найбільші обсяги виробництва або доходів.

За видом інтеграційних процесів, які спостерігаються в АПФ, пропонується виділяти: неінтегровані; горизонтально інтегровані; вертикально інтегровані; диверсифіковано інтегровані. Виділення підприємств за цією ознакою відповідає класифікації інтеграції в АПК за видами, яка була розглянута в попередньому пункті нашого дослідження. Горизонтально інтегрованими АПФ є об'єднання підприємств, що розміщені на одному рівні виробничого циклу, які могли б бути підприємствами-конкурентами оскільки випускають схожу або однакову продукцію.

Вертикально інтегрованим АПФ є об'єднання підприємств, які беруть участь у забезпеченні всіма видами ресурсів (від матеріальних до фінансових) та виробництві сільськогосподарської продукції, її логістикою, переробкою, виробництвом з неї кінцевих видів продукції та їх збутом. Окремої уваги потребує забезпечення АПФ фінансовими та нематеріальними ресурсами. У зв'язку із сезонністю виробництва сільськогосподарських підприємств не можуть існувати без кредитів [3, с. 108]. Що стосується нематеріальних ресурсів, то без їх активного використання неможливі як відповідність умов виробництва сучасним досягненням НТП, так і підвищення рівня конкурентоспроможності АПФ за рахунок його гудвілу [4, с. 298].

Вертикально інтегровані підприємства теж можна класифікувати за глибиною інтеграції в залежності від того, скільки рівнів ланцюгів взаємодій в процесі виробництва, переробки та продажу сільгосппродукції були задіяні в процесі інтеграції. Можна виокремити такі рівні взаємодії в процесі вертикальної інтеграції АПФ: забезпечення ресурсами (паливно-мастильними, матеріально-сировинними, матеріально-технічними, фінансовими, іншими ресурсами); виробництво сільськогосподарської продукції (рослинництво, тваринництво, інші види сільськогосподарської діяльності); переробка сільськогосподарської продукції; виробництво агропромислової продукції; транспортування сільськогосподарської та агропромислової продукції (автомобільний транспорт, річковий транспорт, морський транспорт, залізничний транспорт); зберігання сільськогосподарської та агропромислової продукції (елеватори, склади, рефрижератори, інші об'єкти); вузли перевалки сільськогосподарської та агропромислової продукції (з сухопутного на річковий/морський, з річкового на морський, з автомобільного на залізничний, інші варіанти перевалки); маркетинг та збут сільськогосподарської та агропромислової продукції.

Таким чином, вертикально інтегроване АПФ може об'єднувати 8 стадій ланцюга взаємодії в процесі створення та реалізації споживчої вартості агропромислової продукції. Тобто саму інтеграцію можна класифікувати на 7 рівнів залежно від того, скільки стадій об'єднані із провідною, ключовою стадією АПФ. Ті АПФ, де об'єднані всі 8 стадій ланцюга створення і реалізації вартості, відносяться до вертикально інтегрованих підприємств 7 рівня. Ті ж, на яких вертикальна інтеграція лише на початковій стадії, які об'єднують лише 2 стадії, відносяться до вертикально інтегрованих АПФ 1 рівня.

Чим вищий рівень вертикальної інтеграції, тим більше переваг від неї отримує АПФ. Автори виокремлюють багато організаційно-економічних переваг, які можуть отримувати вертикально інтегровані АПФ. Основними з них можемо виділити наступні: стабілізація, впорядкованість організаційно-економічних відносин між суб'єктами АПФ, що призводить до зменшення ризиковості діяльності та гармонізації розподілу доданої вартості; відсутність «вузьких місць» в ланцюгу створення та реалізації споживчої вартості агропромислової продукції, що є особливо важливим в умовах монополізації на деяких стадіях ланцюга; економія на трансакційних та логістичних витратах; ефект синергії при вертикальній інтеграції.

Останній вид АПФ відповідно до виду інтеграції – диверсифіковано інтегровані АПФ, які характеризуються об'єднанням підприємств АПФ із підприємствами, які не приймають участь у забезпеченні будь-якими видами ресурсів та виробництві сільськогосподарської продукції, у її логістиці, переробці, виробництві з неї кінцевих видів продукції та їх збуту.

Перейдемо до наступної класифікаційної ознаки АПФ. За розміром виділяють малі, середні та великі АПФ. Великі АПФ мають значні переваги у виробничо-господарській діяльності у порівнянні із іншими. Великі АПФ мають у своєму розпорядженні більші можливості для впровадження досягнень НТП, що призводить до використання більш сучасних засобів та предметів праці. Великі АПФ за законом економіки мають менший рівень витрат в розрахунку на одиницю продукції. Крім того, в умовах кризи судової системи та антимонопольного регулювання великі АПФ можуть використовувати обсяги своєї діяльності для отримання монопольних привілеїв на ринку.

За способом здійснення управління виділяють АПФ, на яких управління здійснюється на базі організаційного апарату провідного суб'єкта або зі створенням окремого організаційного апарату. У АПФ, які відносяться до другого типу, функції власності й управління, таким чином, розділені між окремими суб'єктами.

Ще однією класифікаційною ознакою є ступінь юридичної самостійності суб'єктів АПФ. За даною ознакою можна виокремити АПФ, в яких учасники: зберегли юридичну самостійність і є юридично різними суб'єктами; втратили юридичну самостійність і є частиною головного підприємства. Втрачання юридичної самостійності може бути повним або частковим, коли на базі інтегрованого суб'єкта створюється філія головного підприємства.

Юридична самостійність може мати різний прояв з точки зору економічної та управлінської самостійності. За рівнем економічної самостійності АПФ можуть розподілятися на ті, в яких суб'єкти: майже самостійні; частково самостійні та економічно несамо-стійні. До майже незалежних відносять підприємства, які входять у асоціації, спілки та інші організації, які об'єднують суб'єктів підприємницької діяльності. Частково самостійними є суб'єкти АПФ, які були

сформовані на основі взаємної участі в капіталі інших суб'єктів АПФ. Економічно несамо-стійними можна вважати суб'єктів АПФ, які відносяться до так званих холдингів, корпорацій, фінансово-промислових груп.

Розглянемо більш докладно сутність і особливості холдингів в АПФ. Згідно із Законом України «Про холдингові компанії в Україні», холдинг – це акціонерне товариство, яке користується, розпоряджається та володіє корпоративними пакетами акцій (часток, паїв) двох або більше підприємств [5]. Однак у Законі акцентується увага на акціонерному характері зв'язків між власниками холдингу, тоді як на практиці існують й інші. Деякі автори відносять до видів корпоративних об'єднань ті АПФ, які ґрунтуються на об'єднанні власності, а саме: картелі, корнери, синдикати, трести, концерни, консорціуми, фінансово-промислові групи, конгломерати, холдинги, союзи, асоціації, франчайзи. Не можемо погодитися із віднесенням до об'єднань, створених на відносинах власності, асоціацій, картелів, консорціумів, оскільки вважаємо що ці АПФ не передбачають об'єднання власності суб'єктів, які до них входять.

С.І. Дем'яненко під агрохолдингом розуміє специфічну форму володіння акціонерним капіталом, яка характеризується володінням акціями та управлінням дочірніми підприємствами з боку материнського, що призводить до об'єднання всіх підприємств в єдину організаційну структуру зі збереженням господарської та юридичної самостійності [6, с. 51]. Автор теж акцентує увагу лише на акціонерних товариствах, обмежуючи можливість розгляду в якості холдингів АПФ, які створені на базі інших організаційно-правових форм, наприклад, товариств. Т.Г. Дудар виділяє серед агрохолдингів види в залежності від напрямів основної діяльності: агропродхолдинг, продагрохолдинг, промагропродхолдинг, торгогрохолдинг, фінагропродхолдинг [7, с. 132]. На нашу думку автор намагався об'єднати кілька класифікаційних ознак в одній класифікації, що тільки заплує цей процес. До того ж, теоретично можливо виділити безліч варіантів об'єднань підприємств різних галузей економіки, що робить запропоновану автором класифікацію неповною.

Ще одним важливим питанням є виділення АПФ за юридичними формами. За організаційно-правовими формами прийнято виділяти такі види АПФ, як: товариства з обмеженою відповідальністю, акціонерні товариства (приватні, публічні), кооперативи та ті, що діють на підставі договорів і не мають юридичного організаційно-правового оформлення.

Ще одним дискусійним теоретичним і практичним питанням є вибір організаційно правової форми для АПФ. На думку Н.Й. Басюркіної такий вибір залежить від економічної доцільності й економічних інтересів конкретних інвесторів-інтеграторів. Найбільш поширеними організаційними формами є товариства, оскільки кооперативи мають малий пайовий фонд, не можуть приймати до свого складу суб'єктів підприємницької діяльності, які є юридичними особами. У кооперативах відсутня можливість отримувати великі кредити через відсутність заставної бази, що майже унеможливує великотоварне виробництво [8, с. 6, 33]. Саме тому найбільшого поширення набули інтегровані АПФ із організаційно-правовою формою товариства, а саме публічні та приватні акціонерні товариства і товариства з обмеженою відповідальністю.

Крім вищезазначених, науковці виділяють й інші класифікаційні ознаки видів АПФ. Але в результаті розгляду було зроблено висновок, що інші класифікаційні ознаки або є несуттєвими, або можуть бути включені як частина вищезазначених.

Таким чином, розглянувши основні теоретичні підходи до класифікації АПФ, було зроблено висновок, що їх можна розділити за 9 основними класифікаційними ознаками. А саме за: формою власності; територіальним охопленням; галузевою приналежністю; видом інтеграційних процесів; розміром; способом здійснення управління; ступенем юридичної самостійності суб'єктів; рівнем економічної самостійності; організаційно-правовими формами.

Висновки. В результаті критичного розгляду підходів провідних вітчизняних та закордонних авторів до визначення переліку класифікаційних ознак розподілу АПФ за видами було сформовано та обґрунтовано авторське бачення, згідно з яким було виділено дев'ять основних класифікаційних ознак із виділенням від двох до чотирьох видів АПФ за кожною з них. Також було розглянуто організаційно-економічні переваги в діяльності деяких з видів АПФ, що дозволило дійти висновків про економічну доцільність їх застосування в практичній діяльності суб'єктів підприємницької діяльності.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Андрійчук В.Г. Капіталізація сільського господарства: стан та економічне регулювання розвитку : [монографія] / В.Г. Андрійчук – Ніжин: Аспект-Поліграф, 2007. – 216 с.
2. Єранкін О.О. Формування агропромислових формувань в Україні: глобалізаційний і маркетинговий аспекти / О.О. Єранкін // Вчені записки : зб. наук. пр. / Мін-во освіти і науки України, ДВНЗ «Київ. нац. екон. ун-т ім. Вадима Гетьмана» ; [редкол.: А. Ф. Павленко (відп. ред.) та ін.]. – Київ : КНЕУ, 2008. – Вип. 10. – С. 175–186.
3. Крюкова І.О. Організаційно-економічний механізм розвитку аграрних формувань / І.О. Крюкова // Аграрний вісник Причорномор'я, Економічні науки. – 2010. – № 53. – С. 105–109.
4. Анохіна К.О., Літвінов О.С. Управління нематеріальними активами як фактор підвищення конкурентоспроможності підприємства: оцінка рівня та напрями підвищення : [монографія] / за заг. ред. О.Г. Янкового. – Одеса: Атлант, 2013. – С. 290–313.
5. Закон України «Про холдингові компанії в Україні» із змінами, внесеними згідно із Законом № 1617-VI (1617-17) від 24.07.2009 р. // Відомості Верховної Ради України (ВВР), 2010. – № 2–3. ст. 11.
6. Дем'яненко С.І. Агрохолдинги в Україні: процес становлення і розвитку / С.І. Дем'яненко // Економіка України. – 2009. – № 12(569). – С. 50–59.
7. Дудар Т.Г. Проблеми формування та розвитку вертикально інтегрованих структур у сільському господарстві // Вісник ТНЕУ. – 2012. – № 1. – С. 126–137.
8. Басюркіна Н.Й. Методологічні засади дослідження організаційно-правових форм у великотоварному агропромисловому виробництві / Н.Й. Басюркіна // Економіка харчової промисловості. – 2013. – № 1. – С. 5–9.

УДК 330.3

Корнецький А.О.

кандидат економічних наук,

*доцент кафедри підприємництва та економіки підприємств
Університету митної справи та фінансів*

Ісхаков Є.Ш.

*доцент кафедри підприємництва та економіки підприємств
Університету митної справи та фінансів*

АЛЬТЕРНАТИВНІ СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ: БІЗНЕС-МОДЕЛЬ ТА ПІДПРИЄМНИЦТВО

Стаття аналізує підходи до соціальних мереж з точки зору підприємництва та виокремлює категорію альтернативних соціальних мереж. Були окреслені основні перешкоди та інструменти розвитку представників даного сегменту. Авторами було визначено та описано підхід до побудови бізнес-моделей альтернативних соціальних мереж, який відрізняється особливою складовою – можливістю отримувати фінансову вигоду користувачами.

Ключові слова: соціальні мережі, альтернативні соціальні мережі, інтернет-бізнес, інтернет-компанії, бізнес-модель.

Корнецький А.О., Ісхаков Є.Ш. АЛЬТЕРНАТИВНЫЕ СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ: БИЗНЕС-МОДЕЛЬ И ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО

Статья анализирует подходы к деятельности социальных сетей с точки зрения предпринимательства и выделяет категорию альтернативных социальных сетей. Были очерчены основные препятствия и инструменты развития представителей данного сегмента. Авторами был определен и описан подход к построению бизнес-моделей альтернативных социальных сетей, который отличается особой составляющей – возможностью получать финансовую выгоду пользователями.

Ключевые слова: социальные сети, альтернативные социальные сети, интернет-бизнес, интернет-компании, бизнес-модель.

Kornetskyi A.O., Iskhakov E.Sh. ALTERNATIVE SOCIAL NETWORKS: BUSINESS MODEL AND ENTREPRENEURSHIP

The article analyzes the activity of social networks in terms of business and distinguishes the category of alternative social networks. The major obstacles and tools of the representatives in this segment were identified. The authors discovered and described an approach to building business models of alternative social networks, which has a special component – the ability to obtain a financial benefit by users.

Keywords: social networks, alternative social networks, online business, internet business, business model.

Постановка проблеми. В сучасних умовах, коли кожна особистість формує глобальне суспільство, коли ритм життя стає все більш напруженим, а робота займає майже весь вільний від сну час – постає питання про співіснування окремих індивідумів в межах суспільства. Безперечно, існує інститут

родини, є певні соціальні групи в місцях роботи або навчання, але людина переважно прагне більшого. У сучасних Номо roboticus часу на пошук та взаємодію з традиційними соціальними групами майже не лишається. Навіть школярі вже мають проблеми зі взаємодією із суспільством, бо школа не вирішує

проблеми у спілкуванні та соціалізації, а навчання, враховуючи виконання домашніх завдань, та додаткові заняття (танці, музика, силові тренування тощо), залишає час тільки на сон.

Тому соціальні мережі, які тільки відповіли на існуючі потреби, виявились настільки популярними. З 1995 р., коли з'явилася перша соціальна мережа «Classmates.com» (прародич всім відомій мережі «Однокласники»), кількість активних користувачів соціальних мереж, за статистикою сингапурської агенції «We are social», сягнула 2,31 млрд., що дорівнює 31% всього наявного населення планети [1]. 31% населення має від одного акаунту в тій чи іншій соціальній мережі. Це величезне поле користувачів, потенційних покупців та груп впливу. Саме тому зростає капіталізація компаній, яким належать соціальні мережі. А розвиток телекомунікаційних технологій, зокрема GSM, CDMA, UMTS, HSPA, LTE, спрощує доступ до соціальних мереж з будь-якого місця. Свій вплив оказує і урбанізація. Межі міст стають все більш широкими, а час на шлях «дім–робота» – все довшим. Причому чистий середній час цього шляху в мегаполісах вже наближається до двох годин. Дві години людина проводить в транспорті і скрасити цей час теж беруться соціальні мережі.

Нині ми маємо велику кількість окремих особистостей, які об'єднуються, створюючи соціальні мережі, що відповідають їх вподобанням, цілям та покладеним на них функціям. На знаходження в соціальних мережах у користувачів є вільний час, як мінімум час у транспорті, але показник користування соціальними мережами в деяких країнах перевищує його вдвічі. І до цього слід додати, що соціальні мережі – це великий сегмент Інтернет-бізнесу зі своїми моделями розвитку та існування. Тому тема дослідження є актуальною та потребує детального опрацювання.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Соціальні мережі як суспільне та економічне явище розглядаються дослідниками різних наукових напрямів. Базою для таких досліджень в сучасних роботах виступає сектор інформаційних технологій як платформи для функціонування соціальних мереж. Велика кількість робіт знаходиться в полі психологічних наук, які займаються проблемами міжособистісних взаємовідносин. Своє місце у структурі наукових напрямів, що займаються соціальними мережами, посідають і економічні дисципліни. Так, маркетинг і менеджмент, управління персоналом та підприємництво відображають сучасні економічні тренди, пов'язані з даною проблематикою.

Більшість досліджень соціальних мереж проводиться закордонними вченими. Вони створили та обґрунтували наукову базу, але дослідження продовжуються і нині мають більш практичний характер. Досить відомими є роботи таких закордонних вчених, як: Н. Елісон [2], Ч. Юнг [3], А. Ріхтер, М. Кох [4], К. Хемптон [5], Ф. Статсман [6], П. Ландж [7] та ін. Серед них особливий інтерес викликає робота Ч. Юнга, який досліджував соціальні мережі з точки зору децентралізації. Головним висновком його досліджень стала теза про те, що в майбутньому основного розвитку зазнають спеціалізовані соціальні мережі для конкретної аудиторії [3, с. 5]. А. Рахтер та М. Кох зробили дослідження щодо функцій соціальних мереж. Вони пропонують шість базових функцій, серед яких: самоменеджмент ідентифікації, пошук експертів, огляд подій, менеджмент контактів, огляд оточення та взаємообмін [3, с. 3]. Іншим цікавим дослідженням є робота Ф. Статсмана щодо оцінки поведінкових зв'язків при передачі даних в соціальних мережах.

За допомогою емпіричних даних, він показав, що користувачі активно передають власну ідентифікуючу інформацію в соціальних мережах, проте вона являє собою конструктор довільних фактів, що не дає змогу оцінити комплексно соціальні та поведінкові фактори [6, с. 7].

В українському науковому полі, на жаль, публікації щодо соціальних мереж поки не мають відповідної популярності. Серед науковців, що досліджують дану проблематику: С.В. Івашнюва [8], С.М. Ілляшенко [9], А.М. Пелещипин, Р.Б. Кравець, О.Ю. Серов [10], І.О. Башинська [11], Т.В. Фісенко [12], І.А. Ушакова [13] та ін. Більшість з цих публікацій носять інформаційний характер та являють собою огляд закордонної літератури чи кейсів. Іноді вітчизняні роботи розглядають соціальні мережі як предмет маркетингу [9; 11; 13] або як засіб задоволення інформаційних потреб [12]. В українській науковій літературі бракує досліджень, які б розглядали соціальні мережі з точки зору підприємництва, описували бізнес-моделі та розповсюджували часто нестандартні бізнес-підходи для популяризації цього інноваційного підприємництва. Ця задача отримує ще більший резонанс у сучасних умовах, тому що компанії-власники соціальних мереж дають змогу користувачам ставати своїми бізнес-партнерами, створюючи цим абсолютно нові економічні ефекти.

Мета статті. Основними завданнями дослідження є: визначення впливу соціальних мереж на бізнес, визначення підходів і функцій створення, засобів існування альтернативних соціальних мереж, окреслення бізнес-моделей альтернативних соціальних мереж в розрізі компаній та окремих користувачів.

Виклад основного матеріалу дослідження. Будь-яка соціальна мережа являє собою, по-перше, інтернет-майданчик, по-друге, – окрему бізнес-модель, яка за рахунок певних підходів до її монетизації є самоокупною та вигідною для власника. Відзначимо, що навіть «безкоштовні» соціальні мережі (реєстрація та спілкування користувачів є безкоштовними) мають свої моделі монетизації за рахунок додаткових опцій, продажу даних користувачів тощо. Інколи процедура монетизації незрозуміла користувачам, але це не значить, що її немає, вона просто є прихованою. Монетизація інколи є відтермінованою, тобто, компанія створює соціальну мережу (площадку), вкладаючи грошові кошти в її просування та розвиток і, при досягненні певної кількості користувачів, або інших поведінкових показників, починає запуск програми монетизації. І, якщо формат монетизації є «м'яким», то користувач, наприклад, «YouTube» не відмовиться від улюбленої мережі через необхідність перегляду короткотермінової реклами між блоками відео. Наголосимо, що саме м'яка монетизація дозволяє компаніям зберігати користувачів, бо використання нав'язливих та жорстких моделей ставало неодноразово причиною краху соціальних мереж.

Соціальні мережі як засіб спілкування та соціалізації виконують наступні функції:

- можливість самоідентифікації через створення індивідуального профілю, в якому буде міститися певна інформація про користувача, його смаки та вподобання;
- просування власних думок або створення позитивного бекграунду власної особистості. В мережі ніхто не вимагає у вас підтвердження власних навичок, знань або статків. Ви такий, який ви є, навіть якщо це зовсім не ви;
- пошук контактів та взаємодія користувачів, тобто спілкування. Це здійснюється, по-перше, за допомогою функцій пошуку користувачів мережі за

певним критерієм (місце навчання або роботи, інтереси, місце проживання та ін.). По-друге, можливості обміну повідомленнями між користувачами за допомогою ресурсів мережі (без прив'язки до власного поштового аканту). По-третє, співучасть, яка формується за допомогою коментарів контенту користувачами, лайків, розповсюдження (розшарювання) контенту серед друзів;

- можливість досягнення особистої або спільної мети шляхом кооперації. Наприклад, метою соціальної мережі може бути пошук нових друзів, пошук клієнтів, просування бренду, ведення групового блогу, пошук додаткових ресурсів тощо;

- можливість обміну. Обмінюватися можна контентом, ресурсними посиланнями, віртуальними грошима, ресурсами, персонажами тощо;

- можливість задоволення додаткових потреб за рахунок накопичення ресурсів. Наприклад, розкручена група з кількістю користувачів понад 100 тис. осіб є прекрасним рекламним майданчиком для її власника. Це і є ресурсами соціальної мережі – користувачі, друзі, кількість репостів тощо [агреговане і доповнене за 14].

Але класичні соціальні мережі мають певні обмеження, які стають перешкодою для певного ряду користувачів та не задовольняють особисті потреби, які взяли за основу власники альтернативних соціальних мереж.

Наприклад, витяг з розділу 3 Безпека «Положення про права та обов'язки» соціальної мережі «Facebook»: «Ви не будете розміщувати матеріали, які містять ворожі висловлювання, погрози, порнографію, зображення оголеного тіла або сцени насилля, або ті, які мають дуже неприємний для сприйняття характер» [15]. Соціальна мережа «Однокласники» витяг з розділу 7 «Права та обов'язки ліцензіата»: «Заборонено розміщувати в соціальній мережі матеріали еротичного і порнографічного характеру або гіперпосилання на Інтернет-сайти, які містять такі матеріали» [16].

А якщо метою соціальної мережі є не тільки знайомства, але і секс, або знайомства тільки заради сексу? Виявляється, ви в своєму профілі цього вказати не можете і відповідних «гарячих» фото розміщувати не маєте прав. І навіть, якщо ви, дотримуючись всіх правил, всюди, де необхідно, понамальовуєте зірки, а саму пропозицію завуальовуєте – будь-який користувач може звинуватити вас в порушенні саме його моральних принципів і ваш аккаунт заблокують. Також будь-якого користувача може образити нетрадиційна сексуальна орієнтація користувача, наприклад трансгендер, і знов той самий результат – скарга і бан.

Виявляється, найбільші соціальні мережі з кількістю користувачів більше 100 млн. – «Facebook» (1550 млн.), «Qzone» (653 млн.), «Tumblr» (555 млн.), «Instagram» (400 млн.), «Twitter» (320 млн.), «Baidu Tieba» (300 млн.), «Sina Weibo» (222 млн.), «YY» (122 млн.), «ВКонтакте», «Pinterest», «LinkedIn» (100 млн.) [1] – вирішили, що сексуальний контент та користувачі, які прагнуть сексу не в їхніх правилах. Але секс є однією з базових потреб, визначених ще А. Маслоу, а якщо є потреба, то є і компанії, які її здатні задовольнити. Отже на тлі наявної потреби та існуючих обмежень класичних соціальних мереж і виникли альтернативні соціальні мережі, головною задачею яких є вирішення проблем у спілкуванні з сексуальним

підтекстом. Далі визначимо, яка бізнес-індустрія ховається за так званими альтернативними соціальними мережами.

Якщо аналізувати статистику за 2015 р., надану одним з лідерів індустрії – компанією «Pornhub», то на кожного жителя Землі на рік припадає по 12 переглядів відео-контенту з «дорослим» змістом, а тривалість переглянутого на цьому ресурсі відео сягнула часу в 2,5 рази більшого, ніж тривалість існування людини. І хоча останнім часом статистика запитів в пошукових системах зміщується в бік соціальних мереж та головних подій в світі, пошукові запити «sex» та «porno» ніколи не випадають з топів.

Відповідно приведеним вище функціям соціальних мереж, альтернативні теж виконують аналогічні, але з приміткою «для дорослих». Так само можна створювати власний профіль, розмішуючи в ньому фото і відео матеріали категорії 18+, вказувати інтереси, причому тут коло значно ширше і не обмежується тільки сексуальними вподобаннями користувача. Просування власних думок та створення певного бекграунду – теж доступні. Користувачі даних мереж переважно мають систему рейтингування та статусів, на кшталт експерт, новачок та інших. Інші функції теж доступні в альтернативних соціальних мережах, але без обмежень – ваші сторінки не будуть заблоковані з питань чистіс моралі, якщо ви виконуєте вимоги правил мережі.

Альтернативні соціальні мережі можна умовно поділити на дві групи: професійні та аматорські. Критерій виділення стосується переважної більшості контенту та способів його генерації. Професійні мережі («Pornhub», «XHamster», «Xvideos» та інші) співпрацюють переважно з професійними студіями, інколи виступають як агрегатори контенту, можуть мати власні продакшн-студії, але містять і елементи соціальної мережі для користувачів. Вони дозволяють створювати профілі, завантажувати власне фото, відео, історії, створювати плейлисти та групи за інтересами, спільноти друзів, обмінюватися повідомленнями та коментувати контент інших учасників мережі. Але їх основна функція – не створення соціальної мережі, а забезпечення доступу користувачів до контенту. Деякі великі гравці ринку, які не роблять ставку на соціалізацію, мають відокремлені проекти, які задовольняють потреби користувачів у спілкуванні заради сексу. Наприклад, «Porn.com» володіє альтернативною соціальною мережею «Meet&fuck», яка в Україні представлена сервісом «Fuckbookukraine». Аматорські соціальні мережі («Pornfun», «Yuvutu», «Fantasti») переважно спеціалізуються на контенті, який завантажує та створює користувач. Аматорські альтернативні соціальні мережі існують завдяки зареє-



Рис. 1. Контрагенти компаній-власників альтернативних соціальних мереж

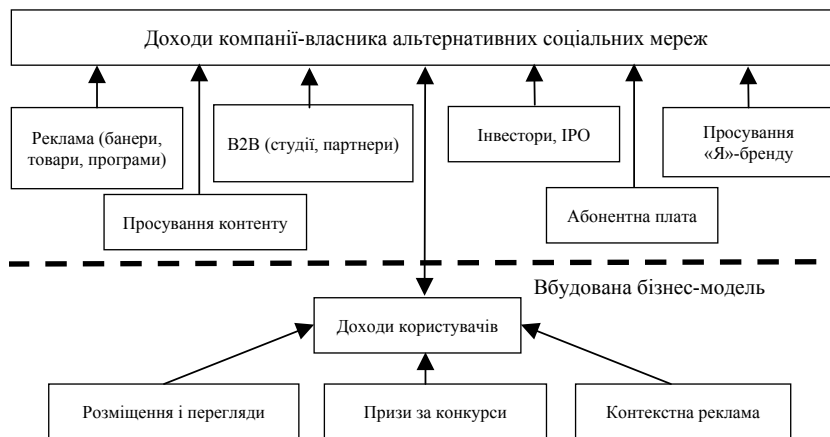


Рис. 2. Джерела генерації доходів в альтернативних соціальних мережах

строваним користувачам, які і наповнюють мережу контентом. Інші користувачі тільки переглядають контент і в цьому аматорські соцмережі схожі з професійними, сайтами-агрегаторами і секс-пошукачами (пошукові системи, які орієнтовані на пошук «дорослого відео»).

Альтернативні соціальні мережі, безперечно, існують не задля того, щоб зробити світ краще. В основу їх існування покладено отримання прибутку. Про це говорить і наступна статистика. «Pornhub», яка належить міжнародній IT-групі «MindGeek», за різними оцінками, коштує близько \$2,5 млрд. та генерує щорічний дохід більше \$600 млн. «XHamster», власником якої є кіпрська «Hammy Media Ltd», коштує близько \$1,75 млрд. та генерує щорічний дохід біля \$200 млн. Показники аматорських соціальних мереж скромніші, але все ж таки досить значущі. Наприклад, «Fantasti.cc», яка належить «Okeanus Finance Limited» з Британських Віргінських островів, коштує близько \$63 млн. та генерує біля \$3,5 млн. річного доходу. Дані є оціночними, оскільки компанії, що володіють даними мережами, зареєстровані переважно в офшорах та не розголошують своєї фінансової звітності.

Для досягнення ключових фінансових показників альтернативні соціальні мережі використовують певні моделі монетизації. Дослідження їх бізнес-кейсів дозволяють говорити про певні специфічні моделі взаємодії з контрагентом та генерації доходів. Ефективна взаємодія з контрагентами для даних компаній являє собою життєво необхідний процес, тому що в сучасних умовах більшість контенту створюється поза межами власних активів. Крім власних студій, медіа матеріали для компаній створюють аутсорс-студії, користувачі та компанії-партнери. Схема взаємодії з контрагентами представлена на рисунку 1.

Найцікавішою складовою бізнес-моделей сучасних компаній-власників альтернативних соціальних мереж є вбудована в них додаткова бізнес-модель, яка спрямована на користувачів. Такий підхід до ведення бізнесу є справжнім прикладом стратегії «Win-Win», коли фінансові можливості працюють для як для власне компанії, так і, в нашому випадку, для користувачів. Схема генерації доходів в альтернативних соціальних мережах представлена на рисунку 2.

Альтернативні соціальні мережі, як і найбільш популярні соціальні мережі, отримують основні доходи через рекламу. Інтернет-майданчики є платформою для реклами всіх видів, що, за певної популярності веб-сайту, створює великі можливості для рекламодавців. Іншими джерелами доходів є просування власного контенту та, так званого, «Я»-бренду, тобто саморе-

клама користувачів. Крім того, частина доходів перераховується користувачами у вигляді абонентної плати та компаніями-партнерами у вигляді взаєморозрахунків. Як і весь великий бізнес, альтернативні соціальні мережі є також цікавими об'єктами вкладень для інвесторів, а деякі виробники контенту навіть проводять первинне розміщення акцій на фондових біржах (наприклад, «New Frontier Media» та «Private Media Group»).

Інноваційним підходом до ведення бізнесу альтернативних соціальних мереж є створення додаткової бізнес-моделі для користувачів. Вони можуть власними силами завантажувати контент та отримувати фінансову вигоду у вигляді відсотків з продажу цього контенту чи контекстної реклами. Компанії також заохочують користувачів за допомогою додаткових призовів, але головним принципом цієї інновації виступає саме бажання компаній стати бізнес-партнерами з користувачами. Такий підхід не тільки дозволяє генерувати додатковий контент в необмежених об'ємах, але і створює особливу атмосферу громади та взаємоді-тримки, що є важливою складовою сучасного бізнесу.

Висновки. Соціальні мережі являють собою сучасний механізм взаємодії елементів соціуму, вони вирішують важливі комунікативні функції та надають додаткові можливості. Альтернативні соціальні мережі з'явилися як доповнюючий елемент, покриваючи такі потреби суспільства, які не здатні покрити класичні соціальні мережі в силу багатьох причин. За статистикою, альтернативні соціальні мережі за параметрами відвідуваності та переглядами контенту займають провідні місця, що викликає цікавість для розгляду їх з точки зору бізнесу. Було виявлено основні джерела генерації доходів альтернативних соціальних мереж, серед яких є особливий елемент – посередництво між користувачами, які можуть самі створювати контент, та клієнтами. Унікальною складовою бізнес-моделі є інша вбудована бізнес-модель для користувачів, яка автоматично створює партнерські відносини.

Стрімкий розвиток сучасних інтернет-технологій потребує швидких та ґрунтовних наукових досліджень. Соціальні мережі є лише частиною цього напрямку, але є досить цікавими для економістів, тому що часто використовують інноваційні підходи до бізнесу. Фінансовий результат у випадку з альтернативними соціальними мережами створюється на перетині IT-бізнесу, соціології, психології та додаткового партнерства. Кожний з таких підходів потребує досліджень і заслуговує на певний науковий інтерес, що може стати основою для трансформації бази знань з підприємництва.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Special report Digital in 2016 // We Are Social PTE LTD. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://wearesocial.com.sg/special-reports/digital-2016>.
2. Ellison N.B. Social network sites: Definition, history, and scholarship / N.B. Ellison // Journal of Computer Mediated Communication. – 2007. – 13.1. – P. 210–230.
3. Yeung C.A. Decentralization: The future of online social networking / C.A. Yeung // W3C Workshop on the Future of Social Networking Position Papers. – 2009. – Vol. 2. – P. 1–6.
4. Richter A., Koch M. Functions of social networking services / A. Richter, M. Koch // Proc. Intl. Conf. on the Design of Cooperative Systems. – 2008. – P. 4–8.

5. Hampton K. Social networking sites and our lives / K. Hampton // Pew Internet & American Life Research Center. – 2011. – July 12.
6. Stutzman F. An evaluation of identity-sharing behavior in social network communities / F. Stutzman // Journal of the International Digital Media and Arts Association. – 2006. – 3.1. – P. 10–18.
7. Lange P.G. Publicly private and privately public: Social networking on YouTube / P.G. Lange // Journal of Computer Mediated Communication. – 2007. – 13.1. – P. 361–380.
8. Івашнюва С.В. Використання соціальних сервісів та соціальних мереж в освіті / С.В. Івашнюва // Наукові записки [Ніжинського державного університету ім. Миколи Гоголя]. Сер.: Психолого-педагогічні науки. – 2012. – № 2. – С. 15–17.
9. Ілляшенко С.М. Сучасні тенденції застосування Інтернет-технологій у маркетингу / С.М. Ілляшенко // Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2011. – № 4(2). – С. 64–74.
10. Пелешишин А.М., Кравець Р.Б., Серов О.Ю. Аналіз існуючих типів віртуальних спільнот у мережі інтернет та побудова моделі віртуальної спільноти на основі веб-форуму / [А.М. Пелешишин, Р.Б. Кравець, О.Ю. Серов] // Інформаційні системи та мережі: Вісник Національного університету «Львівська політехніка». – 2011. – № 699. – С. 212–221.
11. Башинська І.О. Маркетингові комунікації підприємства у соціальних мережах / І.О. Башинська // Економічні науки. Сер.: Економіка та менеджмент. – 2012. – № 1. – С. 36–41.
12. Фісенко Т.В. Соціальні інтернет-мережі як засіб задоволення інформаційних потреб / Т.В. Фісенко // Наукові записки Інституту журналістики: науковий збірник. – 2010. – № 41. – С. 190–194.
13. Ушакова І.А. Соціальні мережі як засіб впливу на взаємовідносини з клієнтами / І.А. Ушакова // Системи обробки інформації. – 2012. – № 8. – С. 54–58.
14. Онищенко О.С. Соціальні мережі як чинник розвитку громадянського суспільства : [монографія] / [О.С., В.М. Горюхов, В.І. Попик та ін.]; НАН України, Нац. б-ка України ім. В. І. Вернадського. – К., 2013. – 220 с.
15. Положение о правах и обязанностях // Facebook Inc. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www.facebook.com/terms.php/>.
16. Лицензионное соглашение // Mail.Ru Group. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://ok.ru/regulations/>.

УДК 658.005.591.3

Корнілова Н.В.*кандидат економічних наук,**доцент кафедри туризму та готельно-ресторанної справи
Черкаського державного технологічного університету*

ЗАГАЛЬНА ПОСТАНОВКА ЗАВДАННЯ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ОРГАНІЗАЦІЙНИМ РОЗВИТКОМ ТУРИСТИЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Статтю присвячено дослідженню загальних завдань стратегічного управління організаційним розвитком туристичного підприємства. Сформульовано загальні цільові настанови підприємства, які складають комплекс стратегічних цілей його організаційного розвитку. Представлено загальну структуру системи стратегічного управління організаційним розвитком туристичного підприємства.

Ключові слова: туристичне підприємство, організаційний розвиток, цільові настанови, стратегічне управління, структура системи стратегічного управління організаційним розвитком.

Корнілова Н.В. ОБЩАЯ ПОСТАНОВКА ЗАДАЧИ СТРАТЕГИЧЕСКОГО УПРАВЛЕНИЯ ОРГАНИЗАЦИОННЫМ РАЗВИТИЕМ ТУРИСТИЧЕСКОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Статья посвящена исследованию общих задач стратегического управления организационным развитием туристического предприятия. Сформулированы целевые установки предприятия, которые составляют комплекс стратегических целей его организационного развития. Представлена общая структура системы стратегического управления организационным развитием туристического предприятия.

Ключевые слова: туристическое предприятие, организационное развитие, целевые установки, стратегическое управление, структура системы стратегического управления организационным развитием.

Kornilova N.V. GENERAL GOAL SETTING FOR STRATEGIC MANAGEMENT AND DEVELOPMENT OF TOURISM ENTERPRISES

The article investigates the common tasks of strategic management of organizational development of the travel business. Author formulated enterprise target settings that make up a set of strategic objectives of its organizational development. A general structure of the system of strategic management of organizational development was proposed.

Keywords: travel enterprise, organizational development, goals, strategic management, strategic management structure of the organizational development.

Постановка проблеми. На розвиток нових форм організації та управління туристичним підприємством (далі – ТП) значною мірою вплинули такі тенденції розвитку сучасних ринків, як їх глобалізація, зростання значення рівня якості товару, його ціни і ступеня задоволення споживачів, підвищення важливості стійких відносин зі споживачами (індивідуальними замовниками), а також посилення впливу нових інформаційних і комунікаційних технологій. За таких умов підприємство повинне ефективно протистояти змінам зовнішнього середовища, вдаючись до превентивних заходів, щоб зберігати свою життєздатність і досягати поставлених цілей. Сьогодні ТП

для виживання на ринку і збереження конкурентоспроможності повинно час від часу вносити зміни у свою господарську діяльність. Традиційні ієрархічні й бюрократичні форми організації та управління здебільшого не відповідають новим вимогам до сучасних підприємств щодо їхньої здатності до швидких змін, навчання і модернізації. Тому підприємства все частіше експериментують у сфері розвитку своїх структур і процесів. Особлива увага приділяється питанню організаційних змін.

Структури і методи управління, які в західних фірмах відпрацьовувалися впродовж багатьох десятиріч, не можуть переноситися на вітчизняні під-

приємства механічно, без урахування конкретних внутрішніх і зовнішніх умов. Тому відмінність завдання управління організаційним розвитком ТП від класичних завдань управління «...полягає насамперед у великій кількості неконтрольованих факторів, нежорстких важко формалізованих процесів системної й планомірної зміни організації, людських і соціальних взаємин у колективі, спрямований на дозвіл життєвих проблем підприємства» [15].

У сучасних умовах ринкових відносин проблема організаційного розвитку ТП розглядається як одна із ключових. Підприємство разом із середовищем своєї діяльності утворює організаційну систему, у якій можуть бути виділені структурні елементи, зміна яких відбувається лише в умовах розвитку. Саме проблема організаційного розвитку на етапі кризових явищ як у світовій економіці, так і у економіці України повинна враховувати можливість суб'єктів господарювання та компенсувати їх негативні сторони.

Дослідженнями проблеми стратегічного управління організаційним розвитком підприємства займаються А. Шатун, З. Макашова, А. Міщенко, Ю. Соболев, І. Пучугін, В. Гончаров, В. Веснін, Р. Дафт, Д. Бодді, Ф. Лютекс, М. Мексон, Дж. Гіпсон, Дж. Нюстром, К. Девіс та інші. Поряд з цим існують питання, які потребують подальшого теоретичного обґрунтування, у тому числі відпрацювання методологічних положень стратегічного управління організаційним розвитком ТП. Вирішення такого завдання потребує створення сучасної теоретико-методологічної бази, глибокого і ґрунтовного аналізу узгодженості процесу організаційного розвитку туристичних підприємств їх управлінським структурам.

Необхідно відзначити, що можливості використання класичних моделей та алгоритмів стратегічного управління підприємством для вирішення таких завдань у сфері туризму уявляються досить обмеженими. Тому у даній статті формулюються загальні завдання методології моделювання системи стратегічного управління організаційним розвитком з урахуванням особливостей функціонування підприємства сфери туризму.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Аналіз економічної літератури [2–4; 8; 11; 12] дає можливість виділити загальні завдання управління організаційним розвитком підприємства, які можуть бути розділені на такі групи:

- завдання оптимізації складу і структури організаційної системи (далі – ОС), у тому числі «завдання про призначення» і розподілу функцій;
- завдання оцінки ефективності діяльності елементів ОС, тобто вибору критеріїв оцінки, шкал і процедур: отримання і агрегування інформації, вибору варіантів тощо;
- завдання встановлення процедури найбільш ефективного розподілу ресурсів (матеріальних, фінансових, кадрових тощо) у ОС, маючи визначену структуру, систему збору і опрацювання інформаційних тощо;
- завдання забезпечення координації та узгодження інтересів, у тому числі завдання стимулювання і мотивації;
- завдання контролю і оперативного управління, тобто відслідкування функціонування ОС у реальному часі та внесення коректив у випадку відхилення її показників від запланованих.

У свою чергу В. Бурков і Д. Новіков формулюють завдання управління ОС таким чином:

- завдання встановлення складу учасників, тобто встановлення елементів системи;

- завдання структури системи (сукупність інформаційних, управляючих, технологічних та інших зав'язків між учасниками системи);

- завдання визначення множини допустимих стратегій учасників системи, які відображають інституціональні, технологічні та інші обмеження їх спільної діяльності;

- завдання цільових функцій учасників системи, які відображають їх уподобання та інтереси;

- завдання інформативності – тієї інформації, якою володіють учасники системи на момент прийняття рішень про вибір стратегій;

- завдання порядку функціонування системи – визначення послідовності отримання інформації та вибору стратегій учасниками системи [2].

Схиляючись до останнього підходу, у якості ознаки системи класифікації процедур прийняття управлінських рішень щодо стратегічного управління ОС у роботі приймається предмет управління – змінюваний у процесі й результаті управління елемент ОС [7]. Це дозволяє виділити за такою ознакою елементи:

- управління складом системи [3; 6];
- управління структурою системи [12];
- інституціональне управління (управління «допустимими множинами» [7];
- мотиваційне управління (управління уподобаннями та інтересами) [11];
- інформаційне управління (управління інформацією, якою володіють учасники системи на момент прийняття рішень) [11];
- управління порядком функціонування (управління послідовністю отримання інформації й вибору стратегій учасниками системи, яке розглядається як управління структурою) [12].

Поряд з цим потребує подальшого дослідження процес виділення загальних і специфічних для сфери послуг підходів до встановлення умов стратегічного управління організаційним розвитком туристичного підприємства.

Мета статті. Вищевикладене зумовлює актуальність обраної теми дослідження та постановку його мети: дослідження методологічних підходів до стратегічного управління організаційним розвитком підприємства сфери туризму.

Для досягнення мети у роботі вирішується такі завдання:

- визначити комплекс проблем методологічного характеру, з якими стикаються підприємства у реалізації стратегії організаційного розвитку;
- сформулювати на принциповому рівні завдання стратегічного управління організаційним розвитком туристичного підприємства.

Викладення основного матеріалу дослідження. Значимість та складність комплексного підходу до формування стратегії управління організаційним розвитком ТП визначається насамперед досягненням відповідного рівня професіоналізму його персоналу в організації та реалізації процесів зі створення споживчої вартості вироблених товарів і послуг. Це потребує ретельного дослідження всіх етапів господарської діяльності суб'єктів сфери туризму, складових міжфункціональної внутрішньої та зовнішньої взаємодії всіх його структур, включаючи її численні соціальні та економічні аспекти, в рамках яких діє значна кількість перемінних.

Разом із тим, стратегічне управління будь-якою ОС повинне оцінюватися за обмеженим числом критеріїв, які відображають її пріоритетні цільові настанови і показують, наскільки такі цілі реалізуються в кожному із напрямів господарської діяльності підприємства. Ступінь реалізації таких цілей відбиває ефективність його

стратегії, міру зацікавленості всіх працівників підприємства у досягненні успіху і, в результаті, – виправданість орієнтації на стратегічний розвиток.

На першому етапі вирішується питання формування цілей стратегічного управління організаційним розвитком ТП. Мета – це бажаний стан об'єкта управління у майбутньому [13]. Це конкретний кінцевий результат, якого намагається досягти підприємство (сукупність підприємств) у процесі своєї виробничо-обслуговуючої діяльності [9]. Вона характеризує поведінку відповідної організаційної системи, яка спрямована на досягнення певного остаточного результату.

Встановлення мети є початком будь-якого управлінського впливу або дії, основою побудови критеріїв, стандартів, нормативів, що використовуються для оцінки функціонування підприємства у цілому та окремих його підрозділів зокрема. При цьому цілеутворення є однією із основних складових, що використовуються для виявлення проблем соціального і економічного характеру (порівнюється мета та досягнуті параметри відповідної організаційної системи, для якої встановлено мету; розрив між ними є полем «проблем», які необхідно розв'язати), та встановлюють загальний або попередній варіант стратегічного рішення.

Отже, процес встановлення цілей стратегічного управління організаційним розвитком ТП є стрижнем його функціонування на ринку послуг, оскільки саме усвідомлення такої мети допомагає згуртувати працівників та створити дієву мотивацію його на досягнення очікуваного результату. Як відзначають А. Томпсон і А. Стрікланд, саме встановлення цілей переводить стратегічне бачення напрямів розвитку підприємства у конкретні завдання, що пов'язані з виробництвом і результатами діяльності підприємства [14]. Цілі у такому випадку складають певні зобов'язання ТП щодо досягнення встановлених результатів його функціонування як ОС у визначений часовий період. Загальні цільові настанови, у яких дається опис бажаного стану підприємства, складають комплекс його стратегічних цілей його розвитку. До них відносять:

- стратегічна спрямованість дій щодо організаційного розвитку підприємства, що визначається як сукупність певних значень релевантних параметрів, які у загальному вигляді описують бажаний стан його діяльності у майбутньому;
- оцінка стратегічних перспектив організаційного розвитку підприємства та пріоритетних напрямів його реорганізації носить як об'єктивний, так і суб'єктивний

характер, і вирішальною мірою залежить від природи внутрішніх і зовнішніх взаємовідносин;

– формалізація різних прагнень та очікувань від результатів організаційного розвитку підприємства здійснюється шляхом формування на основі компромісу між всіма учасниками ринкових відносин цілісної, інтегрованої системи цілей стратегії організаційного розвитку та ймовірних способів їх досягнення. Тому ігнорування інтересів будь-якої групи учасників таких відносин при встановленні цілей стратегії призведе до суттєвого зменшення мотивації участі суб'єктів ринку у досягненні кінцевих результатів розвитку сфери послуг, а відтак і до скорочення її економічного потенціалу;

– цілі стратегії організаційного розвитку, визначенні ТП, мають відповідати наступним вимогам: бути конкретними і придатними для визначення на підставі якісних і кількісних показників, бути зорієнтованими у часі та бути спроможними до безперечного досягнення;

– складність системи цілей стратегії організаційного розвитку підприємства має повністю відповідати складності внутрішніх взаємовідносин. Структура такої системи у більшості випадків має ієрархічний характер, який повною мірою відповідає можливостям суб'єктів господарювання як носіїв певних стратегічних очікувань. А відтак місце стратегічних цілей у такій ієрархії визначається саме їх можливостями до постійного розвитку;

– характер і складність внутрішніх і зовнішніх відносин, що існують на ринку туристичних послуг, безпосередньо відбивається на процедурах визначення цілей та принципів формування ієрархії стратегічних цілей організаційного розвитку. Тому ігнорування складного характеру таких відносин неминує призведе до виникнення міжфункціональних конфліктів.

Тому важливим моментом є визначення найбільш вдалого співвідношення об'єктивного та суб'єктивного підходу до встановлення цілей стратегічного управління організаційним розвитком. З одного боку, такі цілі мають відповідати об'єктивним закономірностям та законам управління. З іншого боку, такі цілі складають продукт свідомості, формулюються та реалізуються конкретними працівниками підприємства. Тобто на правильність постановки цілей організаційного розвитку та визначення шляхів їх реалізації значною мірою впливають інтереси суб'єктів (персонал, керівники підприємства різного рівня), які мають відношення до такої діяльності.

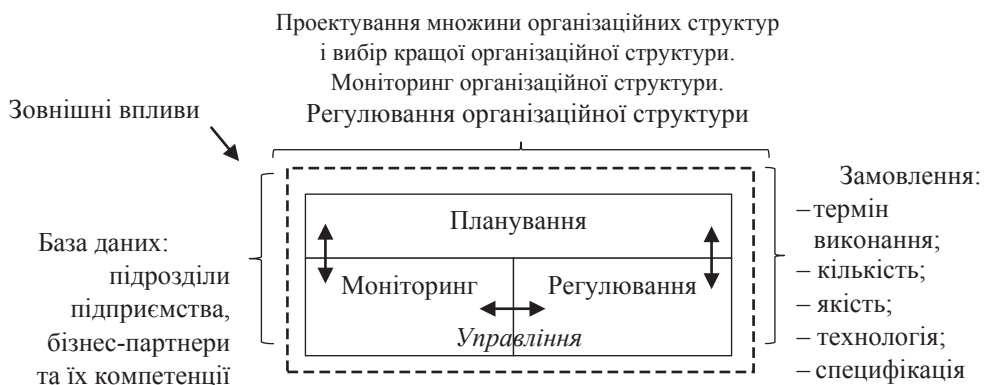


Рис. 1. Загальна структура системи стратегічного управління організаційним розвитком підприємства

Джерело: доопрацьовано автором на підставі [5]

Формування стратегії організаційного розвитку ТП передбачає, що відомі:

- параметри, що описують стан керованої системи і зовнішніх умов її функціонування (навколишнього середовища);
- залежність стану системи від управлінських впливів;
- множина допустимих управлінських впливів; критерій ефективності функціонування системи (дозволяє порівнювати за ефективністю будь-які її стани) [8].

При цьому у якості критерію ефективності стратегічного управління приймаються значення критерію ефективності стану системи, у якому вона опинилася під впливом такого управління. Тоді завдання оптимізації буде полягати у пошуку допустимого управлінського впливу, яке має максимальну ефективність, тобто такого, який приводить систему у найбільш ефективний стан. Приймаючи до уваги дослідження [5; 7], постановка завдання стратегічного управління організаційним розвитком ТП визначається такими положеннями.

Основними елементами системи стратегічного управління організаційним розвитком (далі – ССУОР) ТП є підсистеми планування, моніторингу і регулювання (рис. 1).

Завдання планування (формування) ССУОР ТП полягає у виборі на визначеній множині альтернатив найкращої конфігурації структури із урахуванням параметрів замовлень споживачів на обслуговування, а також характеристик досяжних підприємству у даний момент часу компетенцій.

На концептуальному рівні завдання стратегічного управління організаційним розвитком ТП полягає у такому.

1. Моніторинг функціонування ССУОР. Це відслідковування зовнішніх впливів (збурюючих факторів) на параметри функціонування ТП. Завдання моніторингу полягає у встановленні на ранніх стадіях небажаних ситуацій, які можуть привести до відхилень у функціонуванні системи.

2. Регулювання ССУОР. Це певна компенсація виниклих відхилень шляхом її структурних, функціональних та інших перетворень. Завдання регулювання – це вирішення проблемних ситуацій за допомогою управляючих впливів.

У якості базових показників, на підставі яких відбувається управління (моніторинг і регулювання) приймають:

- співвідношення фактичного і планового виробництва товарів та послуг у натуральному і вартісному вираженні;
- відхилення прямих фактичних витрат від нормативних;
- рівень накладних витрат;
- рівень використання капітальних вкладень;
- обсяги використання матеріальних ресурсів за статтями їх споживання;
- обсяги виробничо-обслуговуючих потужностей підприємства та їх узгодження зі споживчим попитом (реальним і прогнозованим);

– рівень невиконаних (відкладених) замовлень, об'єми зворотних матеріальних та інших потоків у каналах дистрибуції;

– рівень економії ресурсів та інше.

Таким чином, забезпечується взаємозв'язок підсистем планування, моніторингу і регулювання стратегічного управління організаційним розвитком ТП.

Висновки. Наведені вище результати дослідження дозволяють представити систему стратегічного управління організаційним розвитком туристичного підприємства як багатоконтурну систему із активними елементами підсистемами, що функціонує в умовах динамічного розвитку ринкового середовища. Враховуючи тісний зв'язок всіх цих елементів, безперечною є потреба у створенні єдиної методологічної бази комплексного аналізу і моделювання системи, що дозволило б узгодити моделі планування та управління (моніторингу і регулювання) організаційним розвитком, а також адаптувати їх до змінюваних умов функціонування ТП.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Балашов В.Г. Модели и методы принятия выгодных финансовых решений / В.Г. Балашов. – М. : Физматлит, 2003. – 408 с.
2. Бурков В.Н. Как управлять организациями / В.Н. Бурков, Д.А. Новиков. – М. : Синтег, 2004. – 400 с.
3. Губко М.В. Механизмы управления организационными системами с коалиционным взаимодействием участников / М.В. Губко. – М. : ИПУ РАН, 2003. – 118 с.
4. Жемчугов А.М. Организация: человек, стратегия, структура / А.М. Жемчугов, М.К. Жемчугов / Проблемы экономики и менеджмента. – 2012, № 7. – С. 3–25.
5. Иванов Д.А. Логистика. Стратегическая кооперация / Д.А. Иванов. – М. : Вершина, 2006. – 176 с.
6. Карман З.М. Організаційне забезпечення розвитку фінансових ресурсів підприємства / З.М. Карман // Економіка розвитку. – 2005, № 3(34). – С. 46–49.
7. Катаев А.В. Виртуальные бизнес-организации / А.В. Катаев. – СПб : Изд-во Политехнического университета, 2009. – 120 с.
8. Лепейко Т.І. Проблеми формулювання визначення організаційної структури управління підприємством / Т.І. Лепейко, Ю.В. Нестеренко // Економіка розвитку. – 2009, № 4(52). – С. 72–74.
9. Механізми стратегічного управління підприємством на засадах логістики : [монографія] / [В.М. Гриньова, К.М. Таньков, С.О. Огієнко] ; за заг. ред. д.е.н., проф. В.М. Гриньової – Х : Вид. ХНЕУ, 2011. – 232 с.
10. Некрасов С.И. Факторы организационного развития предприятий / С.И. Некрасов, О.В. Бусыгин. – М. : Академия Естествознания, 2009. – 80 с.
11. Новиков Д.А. Активный прогноз / Д.А. Новиков, А.Г. Чхартишвили. – М. : ИПУ РАН, 2002. – 101 с.
12. Новиков Д.А. Сетевые структуры и организационные системы / Д.А. Новиков. – М. : ИПУРАН, 2003. – 102 с.
13. Разумовская А.Л. Маркетинг услуг. Настольная книга российского маркетолога-практика / А.Л. Разумовская, В.М. Янченко. – М. : Вершина, 2006. – 496 с.
14. Томпсон А.А. Стратегический менеджмент. Искусство разработки и реализации стратегии / А.А. Томпсон, А.Дж. Стрикленд. – М. : Банки и биржи, 1998. – 576 с.
15. В.І. Тоцький, В.В. Лаврененко. Організаційний розвиток підприємства : [навч. посібник]. – К. : ХНЕУ, 2005. – 247 с. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.slv.com.ua/books/28.html.

СЕКЦІЯ 5

РОЗВИТОК ПРОДУКТИВНИХ СИЛ І РЕГІОНАЛЬНА ЕКОНОМІКА

УДК 338.48 (477.83)

Буторіна В.Б.
*кандидат економічних наук,
старший викладач кафедри туризму та готельно-ресторанної справи
Кам'янець-Подільського національного університету
імені Івана Огієнка*

ПРОБЛЕМИ І НАПРЯМИ РЕАЛІЗАЦІЇ ТУРИСТИЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ХМЕЛЬНИЧЧИНИ

У статті визначено напрями державної туристичної політики на місцевому рівні. Проаналізовано реалізацію туристичного потенціалу у Стратегії регіонального розвитку Хмельницької області на 2011–2020 рр. і Програму розвитку туризму у Хмельницькій області на 2013–2015 рр. Наведено негативні чинники і напрями розвитку туризму регіону.

Ключові слова: туризм, державна політика, туристичний потенціал, стратегія регіонального розвитку, програма розвитку.

Буторина В.Б. ПРОБЛЕМЫ И НАПРАВЛЕНИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ТУРИСТИЧЕСКОГО ПОТЕНЦИАЛА ХМЕЛЬНИЦКОЙ ОБЛАСТИ

В статье определены направления государственной туристической политики на местном уровне. Проанализирована реализация туристического потенциала в Стратегии регионального развития Хмельницкой области на 2011–2020 гг. и Программа развития туризма Хмельницкой области на 2013–2015 гг. Приведены негативные факторы и направления развития туризма региона.

Ключевые слова: туризм, государственная политика, туристический потенциал, стратегия регионального развития, программа развития.

Butorina V.B. PROBLEMS AND DIRECTIONS OF REALIZATION OF TOURISM POTENTIAL IN THE KHMELNITSKY REGION

In the article the directions of the state tourism policy at the local level. Analyzed the realization of tourism potential in the Regional Development Strategy of Khmelnytsky region for 2011–2020 and the program of tourism development in the Khmelnytsky region for 2013–2015. Are presented negative factors and directions of development of tourism in the region.

Keywords: tourism, public policy, tourism potential, strategy of regional development, program of development.

Постановка проблеми. Стрімкий розвиток економіки кожного регіону неможливий без туризму, адже в сучасній світовій економіці туризм відіграє все більш значну роль. Хмельницька область володіє ландшафтними, історико-культурними, рекреаційними ресурсами, невисокою концентрацією промисловості, порівняно сприятливою екологічною ситуацією, що створює необхідні передумови для активізації розвитку туризму. Аналіз регіональних проблем розвитку туризму, а також урахування досвіду провідних зарубіжних країн в організації туристичної діяльності є особливо актуальними питаннями для постановки завдань щодо покращення ситуації, яка склалася в регіоні.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Стан і перспективи розвитку туризму в Україні досліджують І.З. Криховецький, Т.І. Ткаченко, О.М. Костіна, В.І. Рачко. Праці В.Ф. Савченко, С.О. Стойка присвячено аналізу ролі держави у розвитку туризму. Регіональна політика у сфері туризму перебуває в центрі досліджень І.В. Ящишиної та І.М. Школи.

Мета статті полягає у визначенні проблем та наведенні шляхів реалізації туристичного потенціалу Хмельниччини.

Виклад основного матеріалу дослідження. На національному рівні туризм розглядається як сфера діяльності, яка створює економічне підґрунтя для підтримки ділової активності через розвиток торгівлі, інших бізнесових сфер діяльності, що причетні до виготовлення туристичного продукту. Туризм сприяє розширенню та диверсифікації (територіальної та асортиментної) сфери прикладання праці,

а також забезпечує залучення інвестицій та збільшення доходності місцевих бюджетів, виступає засобом підтримки конкурентоспроможності територій, що сприяє збереженню поселенської мережі. Зберігаються історична та культурна спадщина, підвищується імідж території за рахунок її інфраструктурного облаштування, поліпшується на цій основі рівень життя місцевого населення.

Туристична політика є практикою впровадження науково обґрунтованої концепції розвитку туризму в країні, що має за мету таку розбудову індустрії туризму, яка б за своїми кількісними і якісними параметрами давала змогу задовольняти потреби внутрішнього ринку і виступати з власним конкурентоспроможним турпродуктом на міжнародному ринку. Це система методів впливу і заходів соціально-економічного, правового, зовнішньополітичного, культурного та іншого характеру, яку здійснюють державні органи влади, державні і приватні організації, асоціації та заклади, що відповідають за туристичну діяльність, із метою регулювання і координації туристичної галузі, формування умов для її розвитку. Для реалізації туристичної політики держава створює необхідні умови правового, організаційно-економічного, інформаційного і маркетингового забезпечення діяльності суб'єктів туристичного ринку [2].

На сучасному етапі велике значення має туристична політика на державному рівні, що суттєво буде впливати на розвиток регіонального туризму. На місцевому рівні державну туристичну політику реалізують органи місцевого самоврядування. Ключовими напрямками їх діяльності такі (рис. 1).

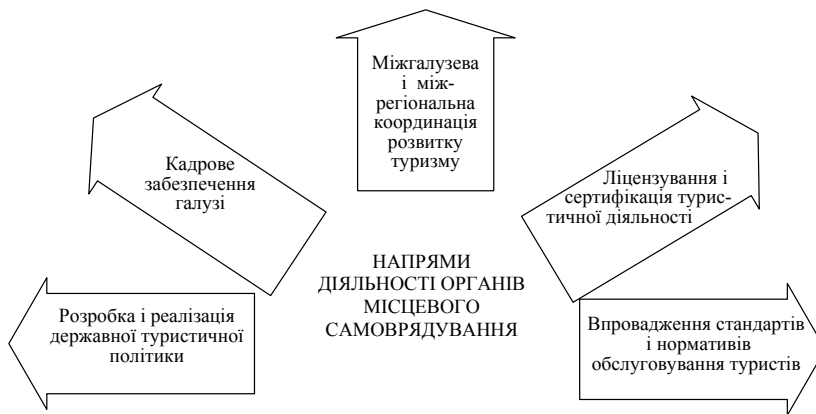


Рис. 1. Напрями державної туристичної політики на місцевому рівні

На рівні регіонального ринкового середовища туризм сприяє надходженню фінансових ресурсів, зростанню попиту на товари і послуги, зокрема на виробі місцевої промисловості. Розвиток туризму в регіонах дає змогу збільшити доходи регіональних і місцевих бюджетів, вирішити проблеми зайнятості та екології.

Одним із найбільш привабливих регіонів України з точки зору туристичного освоєння та використання є Поділля, зокрема Хмельницька область. Цей регіон багатий історично-культурними пам'ятками, природно-кліматичними умовами, має вигідне географічне розташування. Хмельницька область багата історико-культурними пам'ятками загальнодержавного значення, найбільша кількість яких зосереджена в Кам'янець-Подільському, Старокостянтиніві, Меджибожі та ін.

Розвиток туристичної сфери регіону розпочався в радянський період. Вона розвивалась за рахунок державного фінансування без урахування рекре-

ційних особливостей Хмельниччини. Саме в 20–30-ті роки ХХ ст. були створені основні структурні ланки сучасної туристичної системи: екскурсбюро, бази, станції. Після закінчення Другої світової війни поступово відроджується і туристична галузь; особливо швидко цей процес відбувався з початком хрущовської відлиги. Тоді здійснилося становлення виїзного туризму. Із 50-х років монополістами радянського туризму були: ВАТ «Інтурист», БММТ «Супутник» та ЦРТЕ ВЦРПС. Із розпадом адміністративно-командної економіки, відповідно, і туристична сфера зазнала впливу кризових явищ.

Основний туристичний потенціал включає мальовничу природу (р. Дністер, Товтри, ліси та озера на півночі області), мінеральні води (Нафтуся, Миргородського типу та радонові води), історична й архітектурна спадщина (м. Кам'янець-Подільський, селище Меджибіж, с. Самчики) і санаторії для медичного лікування і відновлення здоров'я. Існує 269 природоохоронних зон і об'єктів: 39 заказників (включаючи 15 державного значення), 198 пам'яток природи (чотири державного значення), ботанічний сад у м. Кам'янець-Подільський, сім природних заповідників, 24 парки, яким присвоєно статус пам'яток природи/паркового мистецтва (включаючи вісім державного значення) та одна пам'ятка ЮНЕСКО (дуга Струве, три з чотирьох елементів якої, наявних в Україні, знаходяться на території області). Найвизначніші туристичні місця області включають Національний природний парк «Подільські Товтри», Національний історико-культурний заповідник «Кам'янець», державний історико-культурний заповідник «Товтри» і державний історико-культурний заповідник «Самчики». Також існують цікаві історичні об'єкти (у населених пунктах Сутківці, Антоніни, Губин, Ізяслав, Гриців, Зінків, Старокостянтинів, Пілява, Жванчик, Сатанів, Іванківці тощо), низка санаторно-курортних закладів і центрів відновлення здоров'я на базі мінеральних вод [5].

Основними завданнями розвитку туризму на Хмельниччині є:

- формування туристично-рекреаційного комплексу, який задовольняв би потреби населення в санаторно-курортному лікуванні, відпочинку і туризмі;
- формування ринку конкурентоздатних на міжнародному рівні рекреаційних послуг на основі ефективного використання наявних природних і культурно-історичних ресурсів з одночасним збереженням екології;
- залучення максимальної кількості туристів на територію області;
- збільшення обсягів надходження коштів, у тому числі валютних, до місцевих бюджетів;

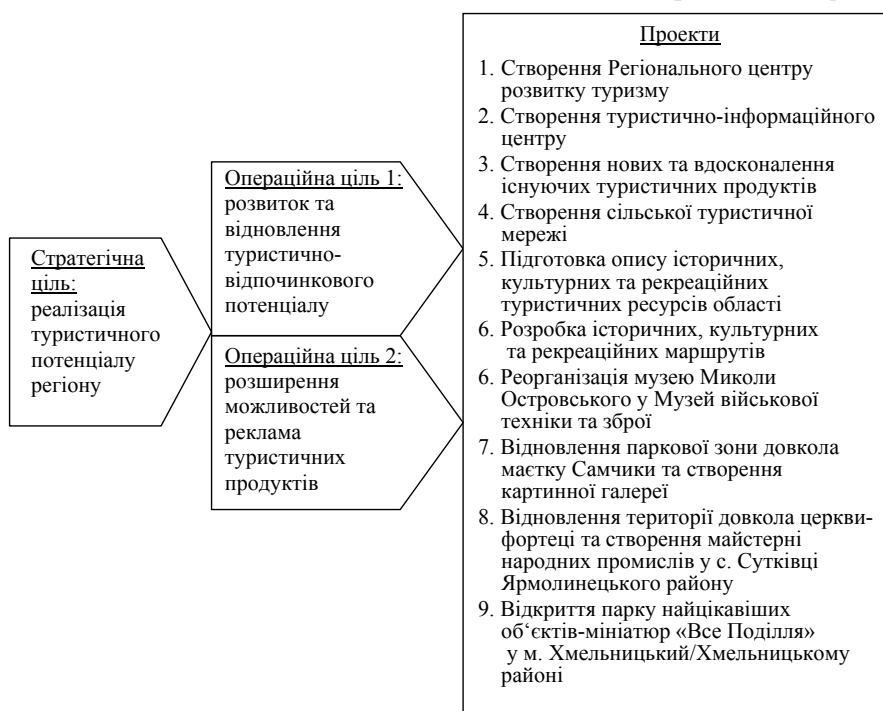


Рис. 2. Узгодження стратегічних і операційних цілей із проектами у Стратегії регіонального розвитку Хмельницької області на 2011–2020 рр.

Джерело: систематизовано автором за даними [5]

- збереження чистоти природного середовища;
- охорона рекреаційних ресурсів області.

На обласному рівні систематично розробляються та реалізуються програми і стратегії розвитку регіону в цілому та туризму зокрема.

Стратегію регіонального розвитку Хмельницької області на 2011–2020 рр. підготовлено робочою групою за участі різноманітних суб'єктів регіонального розвитку шляхом семінарів-практикумів і обговорень, що відбувалися у період з жовтня 2010 по травень 2011 р. Стратегію передбачалося реалізувати у три етапи: 2011–2014, 2015–2017 і 2018–2020 рр. [4].

Однією з чотирьох стратегічних цілей Стратегії є реалізація туристичного потенціалу регіону, щодо якої виділено дві операційні цілі. За встановленими цілями заплановано реалізувати дев'ять проектів (рис. 2).

Формування активної регіональної політики на сучасному етапі в Хмельницькій області потребує проведення аналізу основних негативних чинників, більшість з яких характерні як для країни в цілому, так і для її регіонів:

- політична та економічна нестабільність в державі, низька екологічна безпека і недосконалість державної туристичної політики;

- про Хмельниччину та її туристично-рекреаційний потенціал мало відомо закордонним споживачам. Причиною цього є недостатня фінансова підтримка держави і місцевих органів влади та відсутність комплексного підходу до просування вітчизняного турпродукту на національному і світовому ринках туристичних послуг;

- недостатній рівень розвиненості матеріально-технічної бази туризму та її невідповідність міжнародним стандартам, а також недостатньо розвинена транспортна

система, яка включає транзитні перевезення, організацію залізничного сполучення, розвиток автомагістралей, повітряного, морського і річкового транспорту [1, с. 9]. Транспортні шляхи регіону перебувають у незадовільному стані та не відповідають міжнародним вимогам щодо швидкого, надійного, безпечного та комфортного перевезення туристів. Окрім цього, недостатньо розвинена туристична і сервісна інфраструктури;

- проблеми системи водопостачання, збору сміття, поганий стан вулиць та тротуарів, освітлення, недосконалі засоби комунікацій і незадовільний темп їх реорганізації;

- недостатній розвиток інформаційної інфраструктури туристичного бізнесу, що не дає вітчизняним та іноземним туристам змоги оперативного отримувати корисну інформацію про туристично-рекреаційні можливості Хмельниччини, заздалегідь здійснити бронювання;
- недостатність нових розроблених туристичних маршрутів для українських та іноземних туристів.

В області втілюється у життя програма розвитку туризму на 2013–2015 рр. (затверджена рішенням обласної ради від 19 червня 2013 р.).

Проте як в Україні в цілому, так і на Хмельниччині обсяги бюджетного фінансування розвитку, оновлення і підтримки історико-культурних центрів недостатні для проведення масштабних програм.

Для підвищення ролі туризму в економіці регіону необхідно посилити її маркетингову компоненту за допомогою таких заходів:

- визначення найпривабливіших туристично-рекреаційних пропозицій для туристів шляхом проведення маркетингового дослідження туристичного ринку;

- проведення регіональних ярмарок, конференцій, семінарів, презентацій, присвячених проблемам розвитку туристичного бізнесу [3];

Базові пріоритети:	Пріоритетні завдання :	Шляхи:
1. Формування конкурентоспроможного обласного туристичного продукту, насамперед інвентаризація ресурсів, привабливих для використання у сфері туризму, їх паспортизація та внесення до реєстру. 2. Формування обласної мережі туристичних маршрутів 3. Сприяння розвитку інфраструктури. 4. Інформаційне забезпечення розробки нових і розвитку наявних конкурентоздатних туристичних продуктів	- вдосконалення адміністративно-правового регулювання туризму; - аудит стану туристичних ресурсів; - покращання роботи ринку екскурсійних послуг; - розширення мережі туристично-екскурсійних маршрутів; - підтримка перспективних видів туризму; - організація умов для додаткової зайнятості населення; - створення туристичних об'єктів на базі пам'яток культурної спадщини; - модернізація дорожньої інфраструктури; - сервісне обслуговування туристів; - використання об'єктів та територій природно-заповідного фонду для використання у туристичній сфері; - популяризація туристично-рекреаційного потенціалу області; - представлення пропозицій туристично-рекреаційної галузі; - підтримка туристичного іміджу; - інформаційне забезпечення та підтримка активних видів туризму; - підвищення професійного рівня працівників та обмін досвідом; - забезпечення безпечних умов перебування туристів	- впровадження сучасних методів рекламної діяльності; - підвищення ефективності використання рекреаційних та історико-культурних об'єктів; - створення сучасної дорожньої інфраструктури; - модернізація та реконструкція санаторно-курортних, відпочинкових і туристичних закладів; - підвищення якості туристичних послуг; - організація туризму серед усіх вікових груп населення; - впровадження нових туристичних маршрутів і тематичних екскурсійних програм; - підготовка та випуск якісної рекламної продукції і сувенірів

Рис. 3. Узгодження пріоритетних завдань і шляхів їх реалізації у Програмі розвитку туризму в Хмельницькій області на 2013–2015 рр.

Джерело: систематизовано автором за даними [5]

- розробка нових туристичних маршрутів міжнародного значення з урахуванням наявних туристичних ресурсів області та інтересів туристів;

- представлення нових турів на міжнародних туристичних виставках і подання комерційних пропозицій провідним туроператорам;

- створення регіональної інформаційної інфраструктури туристичного бізнесу (включаючи веб-сайт та електронні інформаційні довідники), а також створення або відновлення технічних, інформаційних та сервісних умов на рівні міжнародних стандартів;

- активне застосування засобів PR для створення привабливого іміджу області як туристичного регіону органами влади та представниками бізнесу.

Туризм у регіоні може і повинен стати джерелом поповнення державного та місцевих бюджетів, засобом загальнодоступного повноцінного відпочинку і оздоровлення, сферою створення нових робочих місць і розвитку малого бізнесу, а також ознайомлення з історико-культурною спадщиною та сьогоденням області. Тоді туристичні підприємства Хмельниччини стануть конкурентоспроможними на національному і світовому ринках.

Висновки. Метою державної туристичної політики є об'єднання державних і бізнесових інтересів та спрямування зусиль на задоволення туристичних потреб населення і ефективний розвиток туристичної галузі. Проведене дослідження підтверджує, що Хмельниччина є одним із перспективніших туристичних регіонів України. Формування ефективної регіональної туристичної політики стає особливо актуальним в умовах значного невикористаного потенціалу туристичної галузі в області.

Напрями розвитку туризму регіону мають стати концептуальною базою довгострокової обласної програми, що включатиме створення організаційно-правових та економічних засад становлення туризму як високорентабельної галузі економіки регіону, важ-

ливого засобу культурного та духовного виховання жителів області, відтворення їх трудового потенціалу:

- проведення науково-дослідних, проектних робіт з актуальних проблем розвитку рекреаційно-туристичних господарств;

- залучення приватного сектора, особливо у сільській місцевості, до рекреаційно-туристичного підприємництва та сільського зеленого туризму;

- створення сприятливих умов для розвитку оздоровчо-спортивного, екологічного, пригосподарського видів туризму тощо;

- ефективне використання природного та історико-культурного потенціалу Хмельниччини;

- організація приміських зон короткочасного відпочинку, створення нових рекреаційних зон загальнодержавного та місцевого значення;

- створення сучасної геоінформаційної системи «Туризм Хмельниччини» та маркетингової служби при обласній, районних та міських радах.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Драпушко Р.Г. Туристичний потенціал України: стан, проблеми та перспективи розвитку / Р.Г. Драпушко. – К.: Ін-т законодавчих передбачень і правової експертизи, 2007. – 152 с.
2. Савченко В.Ф. Роль держави у розвитку туристичної індустрії України / В.Ф. Савченко, С.О. Стойка // Науковий вісник ЧДІЕУ. – 2013. – № 1(17). – С. 9–15.
3. Розвиток туристичного бізнесу регіону: [навч. посіб.] / За ред. І.М. Школи. – Чернівці: Книги – XXI, 2007. – 292 с.
4. Хмельниччина туристична: історико-культурні, природно-географічні та економічні аспекти розвитку: [колективна монографія] / За ред. С.А. Копилова (гол. ред.), С.Е. Баженової (наук. ред.). – Кам'янець-Подільський: Кам'янець-Подільський національний університет імені Івана Огієнка, 2015. – Розділ 7. – С. 120–149.
5. Офіційний веб-сайт Хмельницької обласної державної адміністрації [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.adm.km.ua/>.

УДК 338.48

Комліченко О.О.

кандидат економічних наук,

доцент кафедри природничо-наукової підготовки

Одеського національного політехнічного університету

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ТУРИСТИЧНИХ ДЕСТИНАЦІЙ ПІВДНЯ УКРАЇНИ

Статтю присвячено дослідженню рівня конкурентоспроможності туристичних дестинацій півдня України. Визначені головні конкуренти, окреслені основні проблеми розвитку туризму. Запропоновано конкурентні стратегії, які дозволять забезпечити сталий розвиток туристичної дестинації.

Ключові слова: туристична дестинація, конкурентоспроможність, конкуренти, багатокутник конкурентоспроможності, конкурентні стратегії.

Комліченко О.А. КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ТУРИСТИЧЕСКИХ ДЕСТИНАЦИЙ ЮГА УКРАИНЫ

Статья посвящена исследованию уровня конкурентоспособности туристических дестинаций юга Украины. Определены основные конкуренты, очерчены проблемы развития туризма в них. Предложены конкурентные стратегии, которые позволят обеспечить стабильное развитие туристических дестинаций.

Ключевые слова: туристическая дестинация, конкурентоспособность, конкуренты, многоугольник конкурентоспособности, конкурентные стратегии.

Komlichenko O.A. COMPETITIVE TOURIST DESTINATION SOUTH OF UKRAINE

The article investigates the competitiveness of the tourist destinations of the southern Ukraine. Installed main competitors, outlined the main problems of tourism development. Offered competitive strategies that will ensure the sustainable development of tourist destinations.

Keywords: tourist destination, competitiveness, competition, polygon of the competitiveness, competitive strategies.

Постановка проблеми. В умовах ринкових відносин ефективність функціонування будь-якого суб'єкта господарювання забезпечується високою конкурентоспроможністю. В конкурентному середовищі постає необхідність визначення прогресу порівняно з конкурентами, а не порівняння діяльності з минулими досягненнями. Саме такий підхід сприятиме стабільному отриманню доходів в довгостроковій перспективі, утриманню та розширенню ринкової частки. Проблеми конкурентоспроможності, оцінки її рівня не оминули і туризм, роль якого в економіці країни постійно зростає. В теорії конкуренції розрізняють конкурентоспроможність окремого товару (послуги), конкурентоспроможність підприємства (його потенціалу), конкурентоспроможність галузі. На наш погляд, можна продовжити цей ряд об'єктів, доповнюючи його туристичною дестинацією з точки зору розвитку географічно-адміністративної території, яка має туристсько-рекреаційні ресурси та відповідну інфраструктуру, підтримується як місце відвідування туристів, в межах якої одним або групою підприємств виробляється туристичний продукт.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженню питань конкурентоспроможності в сфері туризму присвятили свої роботи Н.Б. Бандура, С.П. Гаврилюк, Л.І. Гонтаржевська, Т.І. Ткаченко, А.А. Требух. Трактують поняття «дестинації» вивчали Є.Г. Аленовою, В.С. Боголюбовим, Н.П. Костяєвим, М.А. Морозовим, Г.Ю. Рябухою. Методи оцінки розвитку туристичних територій та привабливості туристичних дестинацій розглядалися у наукових працях О.О. Бейдика, О.Я. Бовсунівської, С.Н. Голубничої, В.Ф. Данильчука, О.В. Мельник, О.В. Музиченко-Козловської. Проте детальний аналіз рівня конкурентоспроможності діяльності туристичної дестинації не проводився. Тому, розробка критеріїв оцінки конкурентоспроможності туристичних дестинацій, її проведення, визначення конкурентних стратегій для сталого розвитку територій є актуальною.

Метою статті є дослідження конкурентоспроможності туристичних дестинацій півдня України з точки зору наявності туристичних атракцій, інфраструктури, туроператорів і турагентств, туристичного продукту.

Виклад основного матеріалу дослідження. Насамперед доцільно з'ясувати зміст поняття «дестинація». Дестинація, за визначенням Європейської Комісії, – «територія, яка окремо ідентифікується і підтримується для туристів як місце відвідування і у межах якої туристичний продукт виробляється одним чи декількома закладами або організаціями» [4]. Як країни, регіони, міста та інші території, які приваблюють туристів, є головними місцями локалізації туристичної діяльності, потоків туристів та їх витрат; місця максимальної концентрації визначних туристичних пам'яток, засобів розміщення, харчування, розваг, інших послуг та економічного, соціального і фізичного впливу туризму визначає це поняття С. Медлік в Сучасному Оксфордському туристичному словнику. За визначенням Всесвітньої туристичної організації, дестинація – це простір, що «має фізичні й адміністративні кордони, які визначають форму його управління, імідж і репутацію, що впливають на його конкурентоспроможність на туристичному ринку» [4].

Нами поняття «дестинація» трактується як географічна територія, яка є привабливою для туристів завдяки наявності унікальних або специфічних туристсько-рекреаційних ресурсів та відповідної інфраструктури, доведених до споживачів у вигляді готового туристичного продукту з метою задоволення їх потреб.

Для оцінки рівня конкурентоспроможності існує багато методів, кожен з яких має свої можливості використання на практиці: індикаторні методи (метод різниць, метод рангів, SPACE-аналіз, вивчення профілю об'єкта); матричні методи (SWOT-аналіз, метод балів) тощо.

Рівень конкурентоспроможності туристичної дестинації можна визначити за наступними етапами:

- вибір конкурентів з числа туристичних дестинацій України для порівняння;
- збір необхідної інформації про конкурентів;
- розробка системи оцінних показників;
- розрахунок усереднених показників конкурентоспроможності досліджуваних об'єктів;
- побудова порівняльних таблиць, визначення та оцінювання рівня конкурентоспроможності дестинацій за обраними методами.

Таблиця 1

Основні показники функціонування суб'єктів туристичної діяльності

Показники	Україна	Запорізька	Миколаївська	Одеська	Херсонська
Всього суб'єктів туристичної діяльності, од.:	3 182	140	60	245	53
в т.ч.					
– туроператорів	500	7	5	24	4
– турагентів	2 547	124	52	200	44
Середньооблікова кількість штатних працівників, осіб	9 588	241	73	714	81
Дохід від надання туристичних послуг, тис. грн.	5 015 349,2	18 711,9	5 169,1	187 717,1	8 197,1
Операційні витрати, тис. грн.	4 529 026,6	8 963,4	2 627,9	91 916,9	7 231,0
Кількість реалізованих туристичних путівок, од.	11 521 45	21 172	4 995	37 949	9 108
Вартість реалізованих туристичних путівок, тис. грн.	18 926 417,5	264 616,5	92 053,1	555 068,5	77 406,0
Середня вартість однієї путівки, грн.	164 27,11	12 498,42	18 429,05	146 26,70	8 498,68
Кількість туроднів	10 879 203	250 634	50 294	323 564	66 058
Кількість обслужованих туристів, осіб	2 019 576	30 922	7 464	45 809	11 720
Розподіл туристів за метою поїздки, осіб:					
– дозвілля і відпочинок	1 702 940	30 266	7 359	41 197	10 243
– лікування	36 439	88	38	74	198



Рис. 1. Багатокутник конкурентоспроможності туристичних дестинацій півдня України

Для аналізу нами обрано дестинації, що в залежності від їх приймальної здатності представляють собою зони, які допускають лише певний рівень інтенсивності прийому туристів (навіть якщо можна розширити масштаби діяльності закладів розміщення). Такими місцями є, наприклад, морські узбережжя півдня України, а саме Одеська, Миколаївська, Херсонська і Запорізька області. Оцінка рівня конкурентоспроможності проводилась за даними 2015 р.

Дані для дослідження зібрані за допомогою форми № 1-ТУР «Звіт про діяльність туристичної організації» та містяться на сайті Державної служби туризму і курортів України (ДСТК) [6]. Ці відомості, оприлюднені в масштабах країни в розрізі її конкретних адміністративно-територіальних одиниць, є єдиним офіційним джерелом інформації, завдяки якому можна провести аналіз конкурентоспроможності туристичних дестинацій, визначаючи їх місце в конкурентному середовищі, та запропонувати шляхи її підвищення (табл. 1).

Для дослідження конкурентоспроможності туристичних дестинацій нами обрано індикаторні методи, бо нині вони широко використовуються іноземними інвесторами для визначення оптимального розміщення капіталовкладень. Метод рангів передбачає визначення місця дестинацій-конкурентів за кожним ключовим індикатором конкурентоспроможності шляхом ранжування часток досягнутих значень показників. Найкраще значення індикатора отримає мінімальний ранг.

Загальна сума рангів за ключовими індикаторами дозволить визначити дестинацію-лідера досліджуваної групи, рівень конкурентоспроможності якого найвищий за критерієм мінімального рангів. Індикаторами конкурентоспроможності виступають кількісні та вартісні показники, порівняння яких відбувається за відносним показником частки.

Нами сформовано систему оціночних показників, виходячи з цілей оцінювання конкурентоспроможності туристичних дестинацій та з урахуванням наявної інформації (табл. 2).

Результати розрахунку усереднених оціночних показників конкурентоспроможності туристичних дестинацій півдня України представлені у таблиці 3 та на рисунку 1.

Результати розрахунків, наведені в таблиці 3, свідчать про те, що жодна з туристичних дестинацій не вийшла за коло усереднених значень по Україні. Разом з тим, середня вартість туристичного обслуговування в Миколаївській та Одеській дестинаціях перевищила середньостатистичне значення та вказує на здорожчання туристичного обслуговування в цих дестинаціях (рис. 1). Лідером в конкурентній боротьбі є Одеська дестинація за рахунок вищих середніх платежів до бюджету; кращої продуктивності роботи суб'єктів туристичної діяльності; більших сум середнього доходу у розрахунку на одного працівника і на одного суб'єкта туристичної діяльності; кіль-

Таблиця 2

Система оціночних показників конкурентоспроможності туристичної дестинації

Показники	Роль показника	Метод (алгоритм) розрахунку
Середня вартість туробслуговування	Характеризує грошове вираження вартості обслуговування одного туриста (грн.)	Відношення обсягу наданих туристичних послуг, тис. грн., до кількості туристів, осіб
Середні платежі до бюджету	Характеризує грошове вираження сплати бюджетних податків у розрахунку на одного суб'єкта туристичної діяльності (тис. грн.)	Відношення обсягів платежів до бюджету, тис. грн., до кількості фактично працюючих суб'єктів туристичної діяльності, од.
Продуктивність роботи суб'єктів туристичної діяльності	Характеризує середній рівень доходів у розрахунку на одного суб'єкта туристичної діяльності (тис. грн.)	Відношення обсягу наданих туристичних послуг, тис. грн., до кількості фактично працюючих суб'єктів туристичної діяльності, од.
Ефективність роботи туристичної дестинації	Характеризує середню кількість туристів у розрахунку на одного суб'єкта туристичної діяльності, од. (осіб)	Відношення кількості обслугованих туристів, осіб, до кількості фактично працюючих суб'єктів туристичної діяльності, од.
Середній дохід у розрахунку на одного працівника	Характеризує ефективність використання трудових ресурсів дестинації (тис. грн.)	Відношення суми доходу від надання туристичних послуг, тис. грн., до середньооблікової кількості штатних працівників, осіб
Середня кількість туристів у розрахунку на одного працівника	Натуральний показник ефективності використання трудових ресурсів (осіб)	Відношення кількості обслугованих туристів, осіб, до середньооблікової кількості штатних працівників, осіб
Середній дохід у розрахунку на одного суб'єкта туристичної діяльності	Характеризує ефективність використання потенціалу суб'єкта туристичної діяльності (тис. грн.)	Відношення суми доходу від надання туристичних послуг, тис. грн., до кількості фактично працюючих суб'єктів туристичної діяльності, од.
Середня кількості штатних працівників на одного суб'єкта туристичної діяльності	Характеризує забезпеченість трудовими ресурсами дестинації (осіб)	Відношення середньооблікової кількості штатних працівників, осіб, до кількості суб'єктів туристичної діяльності, од.

кості штатних працівників на одного суб'єкта туристичної діяльності, яка відповідає загальнодержавній.

Їй належить стабільно високий ранг практично за всіма показниками розвитку туризму (за винятком середньої кількості туристів у розрахунку на одного працівника). Згідно ранжування, до числа основних конкурентів Одеської дестинації належать Запорізька та Херсонська дестинації. Аутсайдером за даними розрахунків постає Миколаївська дестинація.

Висновки. З наведеного вище можна зробити наступні висновки. Серед проблем, які гальмують розвиток туристичних дестинацій та знижують їх конкурентоспроможність, є такі:

- недосконалість системи статистичних спостережень у сфері туризму;
- відсутність потужного Інтернет-ресурсу, який повинен висвітлювати всі події відносно розвитку туризму в дестинації для всіх суб'єктів туристичного ринку;
- слабкість державної підтримки популяризації туристичного продукту дестинацій на світовому туристичному ринку;
- відсутність державної системи стимулювання туристичних дестинацій, які створюють інноваційні турпродукти, системи комплексного просування туристичного продукту;
- короткостроковість туристичного сезону на морських узбережжях та оптимізація структури туристичного потоку за метою подорожі;

- повільна розбудова якісної інфраструктури та низька інвестиційна активність дестинацій;

- недостатній рівень забезпеченості дестинацій висококваліфікованими фахівцями індустрії туризму тощо.

Для досліджуваних дестинацій пропонуємо впроваджувати наступні конкурентні стратегії:

- постійного наступу (полягає в безперервному удосконаленні та розробці інноваційних туристичних продуктів, залученні відпочиваючих шляхом введення нових (медичних і анімаційних) послуг та зниження вартості туристичного обслуговування) – для лідера;
- оборонна, фокусування та диференціації (орієнтація курортних зон на певний сегмент ринку) – для послідовника;
- кардинальної зміни (з'ясування причин кризи і пошук заходів підтримки курортної зони; залучення інвестицій тї її розвиток; перепрофілювання) – для аутсайдера.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Борушак М.А. Стратегія розвитку туристичних регіонів: автореф. дис. ... доктора екон. наук : спец. 08.00.05 «Розвиток продуктивних сил і регіональна економіка» / М.А. Борушак; Нац. академ. наук України, Ін-т регіон. дослідж. - Л., 2008. – 44 с.
2. Гаврилюк С.П. Конкурентоспроможність підприємств у сфері туристичного бізнесу : [навч. посібник]. / С.П. Гаврилюк. // К.: КНТЕУ, 2006. – 180 с.
3. Гонтаржевська Л.І. Ринок туристичних послуг в Україні : [навч. посібник]. / Л.І. Гонтаржевська. – Донецьк: Східний видавничий дім, 2008. – 180 с.

Таблиця 3

Ранжування туристичних дестинацій півдня України за їх часткою до усереднених значень загального показника

№	Показники	Одиниці виміру	Україна	у т.ч. по окремих дестинаціях			
				Запорізька	Миколаївська	Одеська	Херсонська
1	Середня вартість туробслуговування	тис. грн.	9,37	8,56	12,33	12,12	6,60
		%	100	91,4	131,6	129,3	70,4
		ранг	x	2	4	3	1
2	Середні платежі до бюджету	тис. грн.	24,66	8,24	6,1	12,86	4,02
		%	100	33,4	24,7	52,1	16,3
		ранг	x	2	3	1	4
3	Продуктивність роботи суб'єктів туристичної діяльності	тис. грн.	5 947,96	1 890,12	1 534,22	2 265,59	1 460,49
		%	100	31,8	25,8	38,1	24,6
		ранг	x	2	3	1	4
4	Ефективність роботи туристичної дестинації	осіб	634,7	220,9	124,4	187,0	221,1
		%	100	34,8	19,6	29,5	34,9
		ранг	x	2	4	3	1
5	Середній дохід у розрахунку на одного працівника	тис. грн.	523,1	77,6	70,8	262,9	101,2
		%	100	14,8	13,5	50,3	19,3
		ранг	x	3	4	1	2
6	Середня кількість туристів у розрахунку на одного працівника	осіб	210,6	128,3	102,2	64,2	144,7
		%	100	60,9	48,5	30,5	68,7
		ранг	x	2	3	4	1
7	Середній дохід у розрахунку на одного суб'єкта туристичної діяльності	тис. грн.	1 576,16	133,66	86,15	766,2	154,7
		%	100	8,5	5,5	48,6	9,8
		ранг	x	3	4	1	2
8	Середня кількість штатних працівників на одного суб'єкта туристичної діяльності	осіб	3,0	1,72	1,22	2,9	1,5
		%	100	57,3	40,7	96,7	50,0
		ранг	x	2	4	1	3
Загальний ранг		x	x	18	29	15	18

4. Ткаченко Т.І. Сталий розвиток туризму: теорія, методологія, реалії бізнесу : [монографія] / Т.І. Ткаченко. – 2-ге вид., випр. та доповн. – К.: КНТЕУ, 2009. – 463 с.
5. Требух А.А. Туристичний кластер як форма посилення конкурентних переваг регіону / А.А. Требух, Н.Б. Бандура // Науковий вісник НДТУ України. – 2010. – № 2. – С. 265–270.

УДК 323.326:332.025.12

Рибачук В.П.

аспірант, директор

Технологіко-економічного коледжу

Миколаївського національного аграрного університету

КЛАСТЕРНА МОДЕЛЬ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ АГРОПРОМИСЛОВОГО ВИРОБНИЦТВА РЕГІОНУ НА ЗАСАДАХ «ЗЕЛЕНОЇ ЕКОНОМІКИ»

Статтю присвячено дослідженню проблем інноваційного розвитку агропромислового виробництва регіону, розробці концепту кластерної моделі на засадах «зеленої економіки». Висвітлено теоретико-методичні положення організаційно-економічної побудови відносин в агровиробничій системі на принципах інноваційності, сталого розвитку і конкурентоспроможності.

Ключові слова: кластер, кластеризація, інновації, сталий розвиток, агропромислове виробництво, ефективність, конкурентоспроможність.

Рибачук В.П. КЛАСТЕРНАЯ МОДЕЛЬ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ АГРОПРОМЫШЛЕННОГО ПРОИЗВОДСТВА РЕГИОНА НА ОСНОВЕ «ЗЕЛЕННОЙ ЭКОНОМИКИ»

Статья посвящена исследованию проблем инновационного развития агропромышленного производства региона, разработке концепта кластерной модели на основе «зеленой экономики». Очерчены теоретические положения организационно-экономического построения отношений в агропроизводственной системе на принципах инновационности, устойчивого развития и конкурентоспособности.

Ключевые слова: кластер, кластеризация, инновации, устойчивое развитие, агропромышленное производство, эффективность, конкурентоспособность.

Rybachuk V.P. CLUSTER MODEL OF THE REGIONAL AGRO-INDUSTRIAL PRODUCTION'S INNOVATION DEVELOPMENT ON THE BASIS OF THE «GREEN ECONOMICS»

The article is dedicated to the research of the problems of the regional agro-industrial production's innovation development, to the development of the cluster model on the basis of the «green economics» concept. Theoretical and methodological principles of organizational and economic relations in the agro-industrial system construction by the principles of innovation, sustainability and competitiveness.

Keywords: cluster, clustering, innovations, sustainability, agro-industrial production, efficiency, competitiveness.

Постановка проблеми. Інноваційний розвиток видається надзвичайно складним процесом, який вбудований у всі сфери життєдіяльності людини, включаючи агропромислове виробництво. Це дійсно виглядає так, що людство в будь-яких діях потребує інновацій, особливо тоді, коли мова йде про продуктивність, відновлюваність, забезпечення сталого розвитку. Агропромислове виробництво в цьому плані стоїть особняком, адже має територіальну прив'язку, залежне від природно-кліматичних умов і регіональних особливостей, тому, безумовно, необхідною є розробка та впровадження передових способів організації його інноваційного функціонування. Головні ж резерви продуктивності галузі, її відповідності реаліям життя людей, зосереджені в системі організаційно-економічних інновацій, тому питання кластеризації постає одним із таких у вітчизняній агровиробничій системі.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Досліджувана проблема є об'єктом пошукових інтересів цілої низки науковців. По суті, у представленому вигляді питання аналізу останніх досліджень та публікацій необхідно структурувати за окремими напрямками, зокрема це: кластеризація, інновації та інноваційний розвиток агропромислового виробництва і «зелена економіка». Усі названі напрями активно досліджуються. Вивченням питання кластеризації та економічного моделювання наука завдячує М. Войнаренку [1; 17], М. Портеру [2], О. Соскіну [3],

Г. Шумський [7], Є. Терешину [8], Е. Карапетяну [14], М. Кропивку [15], С. Соколенко [16], М. Зубцю [18], С. Володін [18], О. Тищенко [20]; інновацій та інноваційного розвитку агропромислового виробництва – М. Шарко [4], О. Шпикуляку [5; 9; 21; 22], В. Шебаніну [10], О. Дацію [19]; проблемами становлення «зеленої економіки» займалися Я. Квач, К. Фірсова, О. Борисов [6], О. Чмир, Н. Захаркевич [12] та ін. Нами пропонується розглянути питання більш комплексно, для чого обґрунтуємо відповідну об'єднану концепцію його представлення, що дасть можливість вибудувати бачення сталого розвитку регіону на засадах кластеризації, інноваційного моделювання і принципів «зеленої економіки», долучившись, таким чином, до фундаментальної наукової дискусії.

Мета статті полягає в опрацюванні теоретико-методичних положень і представлення концепції практичних рекомендацій з реалізації ідеї побудови кластерної моделі інноваційного розвитку агропромислового виробництва регіону на засадах «зеленої економіки».

Виклад основного матеріалу дослідження. Необхідність предметного окреслення змісту піднятої проблеми і розробки пропозицій із підходів до її вирішення визначена об'єктивними потребами інноваційності агропромислового виробництва, запровадження кластерної моделі виробничо-ринкового обміну на рівні окремого регіону держави – Миколаївської області. Пропонується типологічний вимір

регіонального кластера за функціональними ознаками «зеленої економіки», адже в цьому бачаємо стратегічний пріоритет інноваційного розвитку за орієнтирами сталості, відновлюваності, агроекономічної безпеки.

«Зелена економіка» тяжіє до так званої інноваційної багатоаспектності, яка стосується всіх сфер життєдіяльності людини, особливо агропромислового виробництва, сільських територій. Кластеризація, або кластерна модель, інноваційного розвитку агропромислового виробництва регіону на засадах «зеленої економіки» – це якоюсь мірою панацея від деструктивних діянь людини у фокусі раціоналізації використання агроресурсів.

Кластерна модель – це організаційна основа політики забезпечення регіональної конкурентоспроможності, а також галузевої, продуктової тощо; «зелена економіка» – тип, модуляція організаційно-інституційних взаємодій учасників кластера (регіону), а інноваційний розвиток – наслідок, ефект, спосіб переходу до нових, більш «продуктивних» якостей системи. Схематичне представлення співвідношення даних дослідницьких позицій у найпростішому вигляді представлено нами на рис. 1.

Раціональним вважаємо підхід до подальшого дослідження проблеми, який дасть змогу теоретично обґрунтувати взаємозв'язки між складниками (рис. 1) і вказати на доцільні агрополітичні дії, які слід виконати, втілити інституційно. Мета ж кластеризації – це ефективність, відновлюваність, сталість, конкурентоспроможність, соціальна спрямованість, продуктивність. Принципи «зеленої економіки» є найбільш прийнятними для розвитку сучасного глобалізованого агропромислового виробництва, консоліднують інтереси учасників регіонального кластера як модель функціонування, типологічна конструкція організаційно-економічного розвитку на засадах інноваційності.

Досліджуючи проблему розвитку агропромислового виробництва в заданому контексті, вважаємо, що це дасть можливість визначити регіональну спеціалізацію, забезпечити раціональну координацію

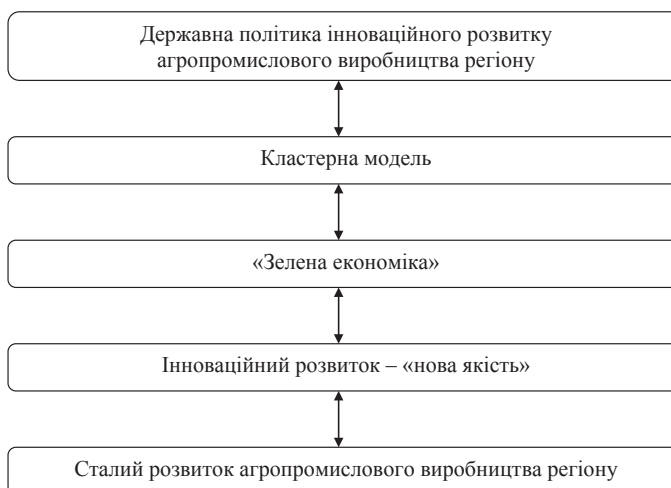


Рис. 1. Схема функціональних взаємозв'язків і цільових орієнтирів кластеризації агропромислового виробництва регіону на засадах «зеленої економіки»

Джерело: розроблена автором

відносин. Методично цей висновок витікає зі змісту визначень понять, які означають функціональні характеристики досліджуваної кластерної моделі, зокрема: кластер, модель, економічна модель, інноваційна модель, агропромислове виробництво, «зелена економіка» (табл. 1).

Фактично «зелена економіка», яка в нашому випадку є функціональною проекцією практики агропромислового виробництва, інструментально пропонується до втілення у формі кластерної моделі інноваційного розвитку. Тому ми концептуально розглядаємо її як ідеологічну основу побудови регіонального інноваційного кластера агропродовольчого спрямування, який об'єднуватиме всіх бажаючих цього суб'єктів цієї галузі і дотичних до неї для втілення головної ринкової мети – підвищення конкурентоспроможності на засадах сталого розвитку.

Таблиця 1

Категорії і поняття формації кластерної моделі інноваційного розвитку агропромислового виробництва

Категорія	Характеристики змісту визначення	Автор
Кластер	Зосередження в географічному регіоні взаємозалежних підприємств та установ у границях певної області [1]. Включає: постачальників спеціального оснащення, нових технологій, послуг, інфраструктури, сировини, додаткових продуктів; органи влади, університети, центри стандартизації, торговельні асоціації, тощо [1, с. 26]. Сукупність географічно близьких взаємозв'язаних компаній, організацій, які діють у споріднених галузях, конкуруючи, але ведучи спільну роботу зі взаємного підвищення конкурентоспроможності [2, с. 258].	М. Портер, М. Войнаренко
Модель	Прообраз об'єкта, представлений реально існуючого або уявного об'єкта в абстрактному представленні його властивостей	Довідкова література
Економічна модель	Система взаємозв'язків між економічними змінними. Абстрактно-інформаційний опис реального стану та перспектив розвитку системи взаємозв'язків, що становлять каркас економіки на певному рівні (мікро-, макро-, мезо-, глобальний), за допомогою вербальних (словесних) чи логіко-математичних (або їх поєднання) методів вираження [3]	О. Соскін
Інноваційна модель	Сукупність організаційно-економічних орієнтирів розвитку науково-технологічної сфери у взаємозв'язку з виробництвом, яка зорієнтована на: приріст ВВП за рахунок виробництва-реалізації наукомісткої продукції та послуг; підвищення конкурентоспроможності економіки [4], суб'єктів господарювання і товарів (авт.); спосіб модернізації суспільно-економічних відносин [5]	М. Шарко, О. Шпикуляк
Агропромислове виробництво	Система відносин із виробництва сільськогосподарської продукції та її переробки з метою забезпечення ефективного задоволення продовольчої, економічної, енергетичної безпеки, а також створення додаткового продукту (авт.)	Автор статті
«Зелена економіка»	Модель розвитку агропромислового виробництва і сільських територій, заснована на принципах сталості господарювання, відновлюваності ресурсів, пріоритетах екологічності, біоефективності тощо (авт.). Економіка, яка підвищує добробут людей і забезпечує соціальну справедливість, а також істотно знижує ризики для довкілля [6]	Я. Квач, К. Фірсова, О. Борисов

Джерело: сформовано автором на основі [1–6]

Таблиця 2

Категорії і поняття формації кластерної моделі інноваційного розвитку агропромислового виробництва

Принципи		
Кластеризації	Інноваційного розвитку	«Зеленої економіки»
Географічної локалізації, мережевої конструкції системи позиціонування учасників; системності, комплексності, оптимальності, ефективності; оптимуму різноманіття; взаємодоповнюваності; кооперації; свободи виходу (входу); автономії прийняття управлінських рішень; безперешкодного рівно конкурентного доступу до знань та інновацій; інноваційності та синергізму [7, 8]; консолідації ресурсів на засадах платності; відкритості і демократичності	Динамічності, адаптивності, самоорганізації, саморозвитку, науковості, всебічної інтелектуалізації, загальнодоступності знань, комплексності, інвестиційно-інноваційної привабливості, гнучкості, раціональності економічної поведінки, наукової обґрунтованості ризику, підприємливості, професіонального прийняття управлінських рішень	Нульові викиди вуглецю; безвідходне виробництво; сталий розвиток транспорту; екологічно чисті матеріали; стає харчування; стає управління водними ресурсами; захист та відновлення існуючого біорізноманіття; відродження місцевої культури і збереження спадщини; створення сильної місцевої економіки та забезпечення справедливої міжнародної торгівлі; зміцнення здоров'я і забезпечення благополуччя населення [11; 12]; орієнтація на забезпечення сталого розвитку; рівність і справедливість і в межах одного покоління, і між поколіннями; обережність щодо потенційних впливів на суспільство і навколишнє середовище; адекватний облік природного та соціального капіталу; стає й ефективне використання ресурсів, споживання і виробництва; викорінення бідності і підвищення конкурентоспроможності економіки [12; 13]

Джерело: сформовано автором на основі [7–13]

По суті, сама «зелена економіка» є функціональним представленням інноваційної моделі, формалізованої у вигляді кластера.

Для більш глибокого обґрунтування концептуальних положень змістовної характеристики пропонованої моделі необхідно наголосити на необхідності практичного дотримання принципів: кластеризації, інноваційного розвитку, «зеленої економіки» (табл. 2).

Дотримання принципів повинно бути комплексним, тобто таким, що враховує принципи кластеризації, інноваційного розвитку і «зеленої економіки», лише тоді агропромислове виробництво (у нашому випадку – Миколаївській області) дійсно буде спроможним розвиватися за втілення пропонованої моделі.

Кластерна модель інноваційного розвитку агропромислового виробництва регіону на засадах «зеленої економіки», яку ми концептуально представляємо в проекції Миколаївської області – це дійсно інноваційна модель, особливо на теренах України, адже зазвичай про новачки говорить наука, а практичного втілення вони не набувають. Через наявність фундаментальних інституційних проблем у формуванні інноваційної моделі розвитку агропромислового виробництва регіону в запропонованих контурах кластера й «зеленої економіки» бажано реалізовувати концепцію «керованої» дифузії інновацій, тобто впроваджувати вже відомі у світі інновації, тим самим прискорюючи набуття сталості в агрожиттєдіяльності. Це реальний шлях модернізації всієї системи агропромислового виробництва, він, на нашу думку, найбільш короткий в часі і найефективніший організаційно-економічно.

У практичному плані модернізації найбільш прийнятними видами економічної діяльності, альтернативними агровиробництву, є такі як: альтернативна (відновлювана) енергетика, насамперед біоенергетика; зелений туризм; «зелені» продовольчі продукти – виробництво екологічно чистого продовольства тощо. Принципи організації такого інноваційного виробництва через створення пропонованої моделі регіонального кластера вже давно відомі, потрібно лише правильно їх «накласти» на наявну ресурсну базу. Таким чином, сьогодні слід робити ставку на багатифункціональність галузі шляхом поєднання сільськогосподарських видів діяльності з дотичними до них у контексті інноваційної моделі сталого розвитку, яка вирішуватиме не тільки економічні, а й соціальні проблеми регіонального сільського розвитку.

Висновки. Засади, пріоритети, закріплені принципами «зеленої економіки», за їх адекватного втілення, зокрема в конструктивному плані формування кластера, забезпечать сталість, конкурентоспроможність, широкопланове задоволення потреб соціуму (індивіда). Щодо агропромислового виробництва, то в цьому вбачаємо безумовний ефект і необхідність запровадження концепції сталого розвитку. Наприклад, якщо взяти за модель визначення М. Портера [2], то для створення ефективного, функціонального агропромислового кластера на базі Миколаївської області є всі необхідні можливості. А саме: ресурсно-підприємницький складник (підприємства з виробництва сільськогосподарської продукції та її переробки); інфраструктурний (підприємства зі зберігання й підтримки експорту агропродовольчої продукції); науково-інноваційний (установи наукового забезпечення і впровадження агроінновацій); освітньо-навчальний (заклади освіти різних рівнів підготовки фахівців аграрного спрямування); спеціалізовані державні інституції (уповноважені органи з контролю-координації розвитку агрогосподарського процесу й взаємодії з елементами ринкового механізму). У цілому інноваційна модель повинна втілюватися в конкретних агроінноваційних проектах для сприяння системному залученню інвестицій, самі ж ці проекти можуть бути кластеризовані в регіональному вимірі та спрямовані на реалізацію пріоритетів «зеленої економіки». Кластерна модель є пріоритетною, адже вона забезпечує ефективність упровадження, поширення інновацій шляхом здійснення «керованої» дифузії.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Войнаренко М.П. Механізми адаптації кластерних моделей до політико-економічних реалій України / М.П. Войнаренко // Світовий та вітчизняний досвід запровадження нових виробничих систем (кластерів) для забезпечення економічного розвитку територій : матеріали конф. (1–2 листоп. 2001 р.). – К. : Спілка економістів України, 2001. – С. 25–33.
2. Портер М. Конкуренція / М. Портер; пер. с англ. – М. : Вільямс, 2005. – 608 с.
3. Соскін О.І. Теоретико-методологічні аспекти аналізу національної економічної моделі / О.І. Соскін // Актуальні проблеми економіки. – 2011. – № 3. – С. 35–46.
4. Шарко М. Модель формування національної інноваційної системи України: основні пріоритети розвитку / М.М. Шарко // Економіка України. – 2005. – № 8. – С. 25–30.

5. Шпикуляк О.Г. Розвиток інститутів інноваційної діяльності в аграрній сфері: теоретичний аспект / О.Г. Шпикуляк // Економіка АПК. – 2012. – № 5. – С. 131–138.
6. Квач Я.П. «Зелена економіка»: можливості для України / Я.П. Квач, К.В. Фірсова, О.Г. Борисов // Глобальні та національні проблеми економіки. – 2015. – № 6. – С. 52–56 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://global-national.in.ua/archive/6-2015/12.pdf>.
7. Шумська Г.М. Принципи функціонування кластерів у регіональній економіці України / Г.М. Шумська // Економічний простір. – 2011. – № 48/2. – С. 68–73.
8. Терешин Е.М. Система принципов создания, функционирования, развития и управления в кластерных образованиях / Е.М. Терешин, В.М. Володин // Экономические науки. – 2010. – № 6(67). – С. 197–199.
9. Шпикуляк О.Г. Організаційні форми і методи інноваційної діяльності у розвитку аграрної сфери економіки / О.Г. Шпикуляк [та ін.] // Економіка АПК. – 2010. – № 12. – С. 119–124.
10. Шебанін В.С. Наукове забезпечення інноваційного розвитку АПК як пріоритетний напрям діяльності аграрного університету / В.С. Шебанін // Економіка АПК. – 2014. – № 7. – С. 19–25.
11. Well-being and the Environment / The New Economics Foundation, new economics foundation. – London, 2005. – 12 p.
12. Чмир О.С. «Зелена» економіка: сутність, цілі та базові принципи / О.С. Чмир, Н.П. Захаркевич // Економічний вісник Донбасу. – 2013. – № 3. – С. 54–62 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecvd_2013_3_11.
13. «Зелёная» экономика: обзор оценок окружающей среды Европы / ЕАОС. – Копенгаген, 2011. – 213 с.
14. Карапетян Е. Модернізація типології промислових кластерів / Е. Карапетян // Соціально-економічні проблеми і держава. – 2011. – Вип. 2(5) [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://sepd.tntu.edu.ua/images/stories/pdf/2011/11keetpk.pdf>.
15. Кропивко М.Ф. Концептуальний підхід до кластерної організації та управління розвитком агропромислового виробництва / М.Ф. Кропивко // Економіка АПК. – 2010. – № 11. – С. 3–13.
16. Соколенко С.І. Кластери в глобальній економіці / С.І. Соколенко. – К. : Логос, 2004. – 848 с.
17. Войнаренко М.П. Кластери в інституційній економіці : [монографія] / М.П. Войнаренко. – Хмельницький : Тріада-М, 2011. – 502 с.
18. Зубець М.В. Кластерний підхід інтеграції та інноваційно-інвестиційного розвитку АПК / М.В. Зубець, С.А. Володін // Вісник аграрної науки. – 2009. – № 11. – С. 5–8.
19. Даций О.І. Інноваційна модель розвитку економіки України в умовах глобалізації : [монографія] / О.І. Даций, М.В. Гаман, Н.В. Даций. – Донецьк : Юго-Восток, 2010. – 368 с.
20. Тищенко О.П. Державна кластерна політика в контексті формування інноваційної моделі розвитку національної економіки / О.П. Тищенко, С.А. Заніздра // Бізнес Інформ. – 2014. – № 8. – С. 34–39 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://nbuv.gov.ua/UJRN/binf_2014_8_6.
21. Шпикуляк О.Г. Наукове забезпечення інноваційного розвитку аграрної сфери / О.Г. Шпикуляк, М.І. Грицаєнко / Бізнес-Інформ. – 2016. – № 4. – С. 143–149.
22. Шпикуляк О.Г. Інноваційна діяльність у механізмі стимулювання агропромислового виробництва / О.Г. Шпикуляк, Г.Ф. Мазур // Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету (економічні науки). – 2014. – № 4(28). – С. 73–77.

СЕКЦІЯ 6

ЕКОНОМІКА ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ ТА ОХОРОНИ НАВКОЛИШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА

УДК 330.15

Вороненко В.І.кандидат економічних наук,
асистент кафедри економіки та бізнес-адміністрування
Сумського державного університету

ВИБІР СТРАТЕГІЙ ЕКОЛОГО-ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ РЕГІОНУ¹

Статтю присвячено обґрунтуванню вибору стратегій еколого-економічного розвитку регіону. Сформовано деталізовану структуру процесу формування стратегії еколого-економічного розвитку регіону. Розроблено критерії вибору оптимальної стратегії еколого-економічного розвитку регіону, які базуються на визначенні еколого-економічної ефективності розвитку регіону. Сформовано систему якісних показників еколого-економічного стану регіону.

Ключові слова: еколого-економічний розвиток, регіон, стратегія, довкілля, валовий регіональний продукт, природні ресурси.

Вороненко В.И. ВЫБОР СТРАТЕГИЙ ЭКОЛОГО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ РЕГИОНА

Статья посвящена обоснованию выбора стратегий эколого-экономического развития региона. Сформирована детализированная структура процесса формирования стратегии эколого-экономического развития региона. Разработаны критерии выбора оптимальной стратегии эколого-экономического развития региона, основанные на определении эколого-экономической эффективности развития региона. Сформирована система качественных показателей эколого-экономического состояния региона.

Ключевые слова: эколого-экономическое развитие, регион, стратегия, окружающая среда, валовой региональный продукт, природные ресурсы.

Voronenko V.I. THE SELECTION OF THE REGION'S ECOLOGICAL AND ECONOMIC DEVELOPMENT STRATEGY

The article focuses on justification the selection of the region's ecological and economic development strategy. Detailed structure of the process of formation of the region's ecology and economic development strategy was formed. In the framework of the research, the criteria for choosing the optimal strategies for the regions, based on the determination of ecological and economic efficiency of development of the region, were suggested. The existing system of ratios of ecological and economic state of the region was formed.

Keywords: ecological and economic development, region, strategy, environment, gross regional product, natural resources.

Постановка проблеми. Успіх досягнення еколого-економічного розвитку в Україні залежить від багатьох факторів і насамперед від обґрунтованості стратегій, що покликані його забезпечити. Вирішення проблем економічного розвитку і мінімізації пов'язаних із цим негативних наслідків впливу на довкілля значною мірою локалізується в місцях їх виникнення, тобто на регіональному рівні. Сучасне загострення цих проблем на шляху до сталого розвитку викликає необхідність науково і методично обґрунтованого вдосконалення інструментів вибору еколого-економічних стратегій розвитку регіонів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Широкому колу стратегічних питань проблематики еколого-економічного розвитку регіонів присвячено праці О.Ф. Балацького, Л.Г. Мельника, якими розроблено фундаментальні засади еколого-економічної оцінки стану територій [1; 9]; Л.В. Жарової, якою вирішувались еколого-економічні проблеми систем [2; 5]; І.Є. Ярової, якою розглядалось розв'язання еколого-економічних проблем виробництва [3]; Г.Є. Мекуш, якою досліджувались еколого-економічні стратегії регіонів [4]; У. Ізарда, яким розроблено методи аналізу регіонів [6]; М.Я. Лемешева, яким запропоновано інструменти аналізу еколого-економічного стану територій [7]; В.І. Карамушки, яким досліджувались інструменти оцінки екологічної збалансованості

стратегій розвитку [8]; І.М. Сотник, якою розроблено еколого-економічні механізми стимулювання розвитку [10; 11]. Вирішення зазначених проблем започатковано у працях [12; 13], де нами розроблені принципи оцінки еколого-економічного розвитку регіонів і вибору для них відповідних стратегій.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Незважаючи на накопичений досвід, наукові засади обґрунтування регіональних стратегій як інструмента забезпечення еколого-економічного розвитку регіону потребують подальшого дослідження. Залишаються недостатньо розкритими питання визначення критеріїв оцінювання еколого-економічного розвитку та вибору відповідних стратегічних напрямів екологічно спрямованої трансформації регіонів України.

Мета статті полягає в удосконаленні науково-методичних підходів до вибору стратегій еколого-економічного розвитку регіону на основі оцінки його еколого-економічного стану.

Виклад основного матеріалу дослідження. Економічна діяльність людини сьогодні супроводжується активною витратою природних ресурсів та масштабним забрудненням біосфери, що призводить до неможливості природи компенсувати деструктивний вплив, який не лише має дуже високий рівень, а й прискорено збільшується. Тому шляхи вирішення цих проблем насамперед полягають у захисті довкілля від забруднення, оптимізації використання і видобування природних ресурсів та впровадженні заходів щодо їх швидкого відновлення. Більшість науковців визнає, що забезпечити ці процеси можна за допомогою стра-

¹ Публікація містить результати досліджень, проведених за грантом Президента України за конкурсним проектом № Ф66/12689 Державного фонду фундаментальних досліджень

тегій еколого-економічного розвитку територій з урахуванням регіональних особливостей. Це пов'язано з тим, що регіони значно відрізняються за економічним та природно-ресурсним потенціалом, інфраструктурою та за впливом на довкілля.

Аналіз досліджень [1–11] за цією проблематикою дав змогу зробити висновок, що у стратегіях розвитку регіонів екологічний фактор тісно пов'язаний з економічним, оскільки він може бути як рушійною силою розвитку, так і обмежувальним фактором, тому важливо обґрунтувати його стратегічне місце та значення. Під час формування стратегії еколого-економічного розвитку регіону необхідно встановити науково обґрунтовані напрями оптимального споживання природних ресурсів та прийняттого екодеструктивного впливу на довкілля регіону. Також повинні бути вдосконалені інструменти регулювання еколого-економічної взаємодії між державними органами та суб'єктами господарювання.

У стратегії еколого-економічного розвитку регіону необхідно створити такий механізм її реалізації, щоб це не зашкодило інтересам населення. Насамперед це стосується економічних та соціальних аспектів. Важливо впровадити механізм постійного вдосконалення системи природокористування регіону, заклавши надійну основу для його екозбалансованого розвитку. Успіх реалізації стратегії залежить від правильної постановки пріоритетних завдань, від скоординованої роботи центральних і місцевих органів влади та від їх реальних дій.

Ґрунтуючись на системному підході до розроблення стратегій еколого-економічного розвитку регіонів та спираючись на загальноприйняті відповідні методики, було визначено структуру процесу формування стратегії еколого-економічного розвитку регіону, яка містить такі частини: систему цілепокладання, аналітично-оціночну частину, етап розроблення та етап реалізації.

У ході дослідження було доведено, що в системі обґрунтування стратегії еколого-економічного розвитку регіону необхідно задіяти широкий спектр методів та інструментарію. Головний інтерес у цьому становлять методи та інструменти аналізу й оцінки еколого-економічного стану регіону, вибору оптимальної стратегії та оцінки її результативності. Але спочатку аналізуються вже існуючі стратегічні розробки з подібним змістом.

Було розглянуто різні аспекти регіонального еколого-економічного розвитку за допомогою стратегій, сучасні підходи та методики його оцінки і встановлено, що існуючі еколого-економічні показники стану регіону потребують доповнення через їх недостатність для вирішення завдань дослідження. Це дало змогу сформулювати систему якісних показників для аналізу й оцінки еколого-економічного стану регіону. За допомогою цих показників можна оцінити еколого-економічну ефективність розвитку регіону і на основі цього вибрати оптимальну стратегію еколого-економічного розвитку регіону, що дасть змогу значно спростити процес формування відповідних стратегій. Під оптимальною стратегією еколого-економічного розвитку регіону розуміється стратегія, яка, виходячи з еколого-економічної ситуації, що склалася в регіоні, дасть змогу одержати для нього максимальний економічний ефект за мінімальної заповняної шкоди його довкіллі. Пропозиція вибрати оптимальну стратегію саме за станом регіону виправдовується тим, що сучасні економічні системи функціонують в умовах нестабільності зовнішніх і внутрішніх факторів впливу. Запропонована система вміщує 16 якісних показників еколого-економічного стану регіону, які об'єднані в чотири блоки, по чотири показники в кожному блоці:

1) блок показників економічного результату на одиницю використання природних ресурсів за вираженням вартісної оцінки їх виснаження у регіоні за рік:

$$EC_i = (BPP - A - BPPP) / K_i; EC_{i=зем} = (W - Ac - BZPP) / K_{зем}, \quad (1)$$

де: EC_i – показник економічного результату на одиницю використання i -го природного ресурсу у регіоні; BPP – валовий регіональний продукт, грн.; A – амортизація основних фондів регіону, грн.; $BPPP$ – вартісна оцінка виснаження природних ресурсів регіону, грн.; K_i – вартісна оцінка кількості використаного i -го природного ресурсу регіоном, грн.; $EC_{i=зем}$ – показник економічного результату на одиницю використання земельних ресурсів у регіоні; W – валові продукція і послуги із земельних ресурсів регіону, грн.; Ac – амортизація основних фондів у сільському господарстві регіону, грн.; $BZPP$ – вартісна оцінка виснаження земельних ресурсів регіону, грн.; $K_{зем}$ – вартісна оцінка площі земель, з яких отримуються продукція і послуги, грн.

Перший блок містить показники економічного результату на одиницю використання в регіоні: 1) водних ресурсів; 2) мінеральних та енергетичних ресурсів; 3) лісових ресурсів; 4) земельних ресурсів;

2) блок показників економічного результату за вираженням еколого-економічних витрат на одиницю збитків від екодеструктивного впливу на довкілля регіону за рік:

$$EZ_j = (BPP - A - EBP) / M_j, \quad (2)$$

де EZ_j – показник економічного результату на одиницю збитків від екодеструктивного впливу j -го виду на довкілля регіону; BPP – валовий регіональний продукт, грн.; A – амортизація основних фондів регіону, грн.; EBP – сумарні витрати на штрафи та платежі за екодеструктивну діяльність, а також витрати природоохоронного призначення в регіоні, грн.; M_j – економічний збиток від екодеструктивного j -го виду впливу регіону на довкілля, грн.

Другий блок містить показники економічного результату на одиницю збитків від екодеструктивного впливу на довкілля регіону внаслідок: 1) забруднення атмосферного повітря; 2) забруднення водних ресурсів; 3) утворення відходів; 4) порушення земельних ресурсів;

3) блок показників співвідношення вартісної оцінки відновлених природних ресурсів та витрат на їх відновлення в регіоні за рік:

$$k_{eq} = V_Q / C_Q, \quad (3)$$

де k_{eq} – показник співвідношення вартісної оцінки відновленого суб'єктами господарської діяльності Q -го природного ресурсу та витрат на його відновлення в регіоні; V_Q – вартісна оцінка відновленого Q -го природного ресурсу в регіоні, грн.; C_Q – сумарні поточні витрати в регіоні на відновлення Q -го природного ресурсу, грн.

Третій блок містить показники співвідношення вартісної оцінки відновлених природних ресурсів та витрат на відновлення у регіоні: 1) лісових ресурсів; 2) земельних ресурсів; 3) водних ресурсів; 4) біоресурсів.

Для третього блоку вартісну оцінку відновленого Q -го природного ресурсу суб'єктами господарювання в регіоні за рік пропонується розраховувати за такою методикою:

$$V_{\Pi} = \sum_{z=1}^{n1} (\Pi_z \cdot S_{\Pi} \cdot u_{\Pi}); V_{\Gamma} = \sum_{y=1}^{n2} (S_y \cdot \Gamma_{\Pi}); V_B = H \cdot u_{\Pi}; V_T = \sum_{x=1}^{n3} (B \cdot u_{\Pi})_x, \quad (4)$$

де: V_d – вартісна оцінка відновлених лісових ресурсів регіону, грн.; Π_d – середньорічний приріст деревини по z -му лісовому господарству регіону, $\text{м}^3/\text{га}$; S_d – площа висадженого, висіяного та природно поновленого лісу в z -му лісовому господарстві регіону, га; cd – середньорічна вартісна оцінка одиниці ліквідної деревини лісозаготівель z -го лісового господарства регіону, грн./ м^3 ; $n1$ – кількість лісгосподарств у регіоні;

V_3 – вартісна оцінка відновлених земельних ресурсів регіону, грн.; S_3 – площа відновлених земельних ресурсів в y -му адміністративному районі регіону, га; Γ_{oz} – середньорічна нормативна грошова оцінка гектара орних земель для y -го адміністративного району, грн./га; $n2$ – кількість адміністративних районів у регіоні;

V_B – вартісна оцінка відновлених водних ресурсів регіону, грн.; H – об'єм відновлених водних ресурсів у регіоні, м^3 ; φ_B – вартісна оцінка одиниці об'єму відновлених водних ресурсів залежно від поверхневого водного басейну, грн./ м^3 ;

VT – вартісна оцінка відновлених біоресурсів регіону, грн.; B – абсолютний приріст кількості біоресурсів x -го виду в регіоні, од.; φ_B – середня вартісна оцінка одиниці біоресурсу x -го виду, грн./од.; $n3$ – кількість видів біоресурсів, що розглядаються;

4) блок показників співвідношення вартісної оцінки відвернених збитків та витрат на запобігання забрудненню довкілля в регіоні за рік:

$$g_{zu} = BZ_u / C_u, \quad (5)$$

де: g_{zu} – показник співвідношення вартісної оцінки відвернених збитків та витрат на запобігання U -го виду забруднення довкілля в регіоні; BZ_u – відвернений економічний збиток від U -го виду забруднення в регіоні, грн.; C_u – сумарні поточні витрати в регіоні на охорону довкілля від U -го виду забруднення, грн.

Четвертий блок містить показники співвідношення вартісної оцінки відвернених збитків та витрат на запобігання забрудненню в регіоні: 1) атмосферного повітря; 2) водних ресурсів; 3) земельних ресурсів; 4) довкілля внаслідок утворення відходів.

Для оцінки еколого-економічної ефективності розвитку регіону запропоновано систему зведених динамічних показників еколого-економічного стану регіону для кожного із наведених чотирьох блоків. Позитивний напрям динаміки всіх показників має однакову спрямованість – зростання. Критерієм ефективності є значення показників більше від одиниці. Зведені динамічні показники еколого-економічного стану по кожному блоку розраховуються на основі ланцюгових відносних приростів усіх показників:

$$\left\{ \begin{aligned} I_{EC} &= \sum_{i=1}^H \left(\sqrt[N-1]{\prod_{n=1}^{N-1} \left[\frac{EC_{i[n+1]}}{EC_{i[n]}(1+ir_{[n+1]})} \right]} \right) \cdot a_i, a_i = \sum_{n=1}^N K_{i[n]} / \sum_{n=1}^N \sum_{i=1}^H K_{i[n]}; \\ I_{E3} &= \sum_{j=1}^H \left(\sqrt[N-1]{\prod_{n=1}^{N-1} \left[\frac{E3_{j[n+1]}}{E3_{j[n]}(1+ir_{[n+1]})} \right]} \right) \cdot b_j, b_j = \sum_{n=1}^N M_{j[n]} / \sum_{n=1}^N \sum_{j=1}^H M_{j[n]}; \\ I_k &= \sum_{Q=1}^H \left(\sqrt[N-1]{\prod_{n=1}^{N-1} \left[\frac{k_{Q[n+1]}}{k_{Q[n]}(1+ir_{[n+1]})} \right]} \right) \cdot c_Q, c_Q = \sum_{n=1}^N V_{Q[n]} / \sum_{n=1}^N \sum_{Q=1}^H V_{Q[n]}; \\ I_g &= \sum_{U=1}^H \left(\sqrt[N-1]{\prod_{n=1}^{N-1} \left[\frac{g_{zuU[n+1]}}{g_{zuU[n]}(1+ir_{[n+1]})} \right]} \right) \cdot d_U, d_U = \sum_{n=1}^N BZ_{U[n]} / \sum_{n=1}^N \sum_{U=1}^H BZ_{U[n]}. \end{aligned} \right. \quad (6)$$

де: I_{EC} , I_{E3} , I_k , I_g – зведені динамічні показники еколого-економічного стану регіону для блоків 1, 2, 3, 4 відповідно; a_i , b_j , c_Q , d_U – відповідні вагові коефіцієнти; H – кількість показників у блоці; i_r – рівень інфляції; N – кількість років, за якими здійснюється аналіз; n – позначення номера року.

Для визначення оптимальної стратегії еколого-економічного розвитку для регіону розроблено кри-теріально-квадрантний метод вибору. Він базується на тому, що зведені динамічні показники I_{EC} та I_{E3} агрегуються в еколого-економічний показник ефективності розвитку за економічним результатом щодо природокористування R , а показники I_k та I_g – в еколого-економічний показник ефективності розвитку з охорони довкілля W :

$$R = A_1 \cdot I_{EC} + A_2 \cdot I_{E3}; W = B_1 \cdot I_k + B_2 \cdot I_g, \quad (7)$$

де: A_1 , A_2 , B_1 , B_2 – відповідні вагові коефіцієнти, які визначаються виходячи з того, що зведені динамічні показники I_{EC} та I_{E3} рівнозначні між собою у показнику R , а зведені динамічні показники I_k та I_g рівнозначні між собою у показнику W .

Розраховані значення R і W для досліджуваного регіону та для України в середньому по регіонах дають змогу вибрати оптимальну стратегію еколого-економічного розвитку цього регіону. Критерій ефективності розвитку за R і W аналогічний критерію для зведених динамічних показників, тому критерії вибору стратегії встановлені відповідно до $RLW \in (0;1) \cup (1;2)$. Тобто величина, що розбиває площину потраплянь значень R і W на квадранти, дорівнює одиниці. Залежно від одержаних значень R і W можливі 16 різних випадків потрапляння позиції регіону та України в середньому по регіонах до того чи іншого квадранта (рис. 1). Оптимальну стратегію можна обрати з чотирьох розроблених стратегій еколого-економічного розвитку регіону або з уже існуючих відповідних стратегій, якщо вони є. За потрапляння позицій R і W до групи В-Ф, В-Г, С-Ф, С-Г пропонується обрати стратегію «лідерства» для регіону; для групи А-Г, В-Н, С-Н, Д-Г – стратегію «відновлення»; для групи А-Ф, В-Е, С-Е, Д-Ф – стратегію «перетворення»; для групи А-Е, А-Н, Д-Е, Д-Н – стратегію «виходу із кризи». Після цього стратегії розгортаються та уточнюються.

Для стратегії «лідерства» характерним є збереження темпів еколого-економічного розвитку на досягнутому рівні. Стратегія полягає в необхідності збереження досягнутого рівня рівноваги між економічним та екологічним розвитком регіону, що виражається в раціоналізації природокористування, оптимізації деструктивного впливу на довкілля, стабілізації стану та якості навколишнього середовища; крім того, необхідно уникати дестабілізуючих розвитку факторів, що повинно досягатися за допомогою їх своєчасного виявлення.

Для стратегії «відновлення» характерним є нарощування економічного зростання у поєднанні з підсиленням природоохоронної діяльності. Стратегія полягає в поетапному зниженні екодеструктивного впливу на довкілля на фоні економічного розвитку регіону, зведення до мінімуму дестабілізуючих розвитку факторів та поступовому відновленні порушеної еколого-економічної збалансованості.

Для стратегії «перетворення» характерним є перегляд факторів економічного розвитку в бік інтенсифікації природоохоронної діяльності. Стратегія полягає в обмеженні і ліквідації негативних екологічних процесів, більш раціональному використанні природних ресурсів, локалізації дестабілізуючих розвитку факторів та перетворенні втраченої еколого-економічної збалансованості.

Для стратегії «виходу із кризи» характерним є перебудова всіх сфер економічної діяльності на новій природоохоронній основі. Стратегія полягає в припиненні

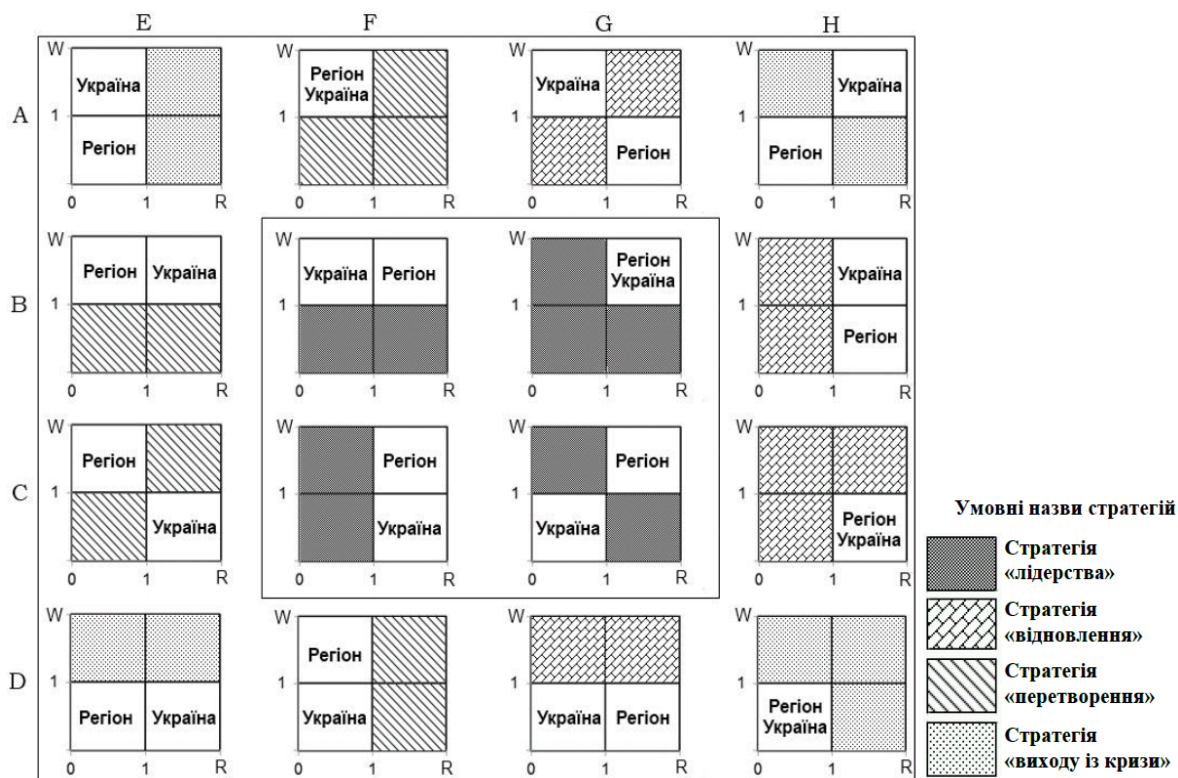


Рис. 1. Матриця позиціонування еколого-економічного розвитку регіону та України (середньорегіонального) у квадрантах згідно зі значеннями R і W

екодеструктивного впливу на довкілля (у тому числі виснаження природних ресурсів) за зменшення темпів економічного зростання регіону, мінімізації негативного впливу на населення регіону, ліквідації наслідків порушення довкілля та всеосяжної зміни системи відношень між економікою і природою для недопущення повної руйнації рівноваги в екосистемах.

Для експериментального дослідження викладених положень як приклад була вибрана Сумська область. Останнім часом характер еколого-економічного розвитку Сумської області демонструє досить позитивні тенденції, що підтверджують розраховані еколого-економічні показники ефективності розвитку за економічним результатом щодо природокористування $R = 1,14$ і з охорони довкілля $W = 1,3$. Фактичний еколого-економічний стан Сумської області також кращий за середньорегіональний рівень по Україні, для якого $R = 1,02$, а $W = 0,96$.

Комбінація одержаних значень R і W для Сумської області й у середньому по регіонах України відповідає випадку С-Г потрапляння позиції до того чи іншого квадранта (рис. 1). Одержаний результат указує на необхідність вибору для Сумської області еколого-економічної стратегії «лідерства», згідно з якою потрібно зберегти темпи еколого-економічного розвитку цієї області на досягнутому рівні. Таким чином, існують реальні передумови обрання відповідної стратегії еколого-економічного розвитку для Сумської області, що може дати змогу в майбутньому закласти підвалини для досягнення цим регіоном сталого розвитку.

Висновки. Узагальнення існуючих науково-методичних підходів до аналізу еколого-економічного розвитку регіонів переконує, що існують можливості залучення ефективних інструментів оцінки еколого-економічного стану регіонів, тому для вирішення цієї проблеми розроблена система якісних показників.

Для підвищення наукового рівня обґрунтування регіональних стратегій еколого-економічного розвитку розроблено методичні підходи до формування критеріальної бази щодо вибору оптимальної відповідної стратегії для регіону, що ґрунтується на розробленій системі якісних показників його еколого-економічного стану. Визначено еколого-економічний стан Сумської області, відповідно до якого розраховані еколого-економічні показники ефективності розвитку дорівнюють $R = 1,14$ і $W = 1,3$, а для України в середньому по регіонах $R = 1,02$ і $W = 0,96$. Одержані результати дають підстави свідчити про доцільність вибору для Сумської області еколого-економічної стратегії «лідерства», що полягає у збереженні темпів еколого-економічного розвитку на досягнутому рівні.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Экономика и качество окружающей природной среды / О.Ф. Балацкий, Л.Г. Мельник, А.Ф. Яковлев. – Л. : Гидрометеоиздат, 1984. – 190 с.
2. Жарова Л.В. Устойчивое развитие Украины в условиях евроинтеграционного выбора: эколого-экономические приоритеты / Л.В. Жарова, Е.В. Хлобыстов, В.Г. Потапенко // Устойчивое развитие предприятия, региона, общества: инновационные подходы к обеспечению : [монография] / под общ. ред. д-ра экон. наук, проф. О.В. Прокопенко. – Бельско-Бяла : Drukarnia i Studio Graficzne Omnidium, 2014. – С. 168–181.
3. Ярова І.Є. Екологізація виробництва як передумова розвитку екологоорієнтованого логістичного управління / І.Є. Ярова // Екологоорієнтоване логістичне управління виробництвом : [монографія] / Є.В. Мішенін, І.І. Коблянська, Т.В. Устік, І.Є. Ярова; за наук. ред. д.е.н., проф. Є.В. Мішеніна. – Суми : Папірус, 2013. – 248 с.
4. Мекуш Г.Є. Кемеровская область. Устойчивое развитие: опыт, проблемы, перспективы / Г.Е. Мекуш. – М. : Институт устойчивого развития Общественной палаты Российской Федерации, 2011. – 62 с.

5. Жарова Л.В. Макроекономічне регулювання природоохоронної діяльності : [монографія] / Л.В. Жарова ; за наук. ред. проф. Є.В. Хлобистова. – Суми : Університетська книга, 2012. – 296 с.
6. Изард У. Методы регионального анализа: введение в науку о регионах / У. Изард. – М. : Прогресс, 1966. – 526 с.
7. Лемешев М.Я. Эколого-экономическая модель природопользования / М.Я. Лемешев // Всесторонний анализ окружающей природной среды. – Л. : Гидрометеиздат, 1976. – С. 266–276.
8. Карамушка В.І. Екологічна збалансованість стратегічних ініціатив і проектів (інтегрування довкілляних аспектів у стратегічне планування та проектну діяльність) : [практ. посіб.] / В.І. Карамушка ; за ред. В. Кучинського. – К. : К.І.С., 2012. – 138 с.
9. Мельник Л.Г., Балацкий О.Ф. Теоретические и практические вопросы определения экономического ущерба от загрязнения окружающей среды / Л.Г. Мельник, О.Ф. Балацкий. – К. : Знание, 1982. – 15 с.
10. Сотник І.М. Економічне стимулювання ресурсозбереження у контексті сталого розвитку України / І.М. Сотник // Економіст. – 2010. – № 12. – С. 72–11.
11. Сотник І.М. Тенденції і проблеми управління дематеріалізацією виробництва й споживання / І.М. Сотник // Актуальні проблеми економіки. – 2012. – № 8. – С. 62–67.
12. Вороненко В.І. Ефективність відновлення природних ресурсів у еколого-економічній стратегії розвитку регіону / В.І. Вороненко // Вчені записки Університету «КРОК». Серія «Економіка». – 2013. – Вип. 34. – С. 12–22.
13. Вороненко В.І. Організаційно-економічний механізм розроблення стратегії розвитку природоохоронної діяльності регіону / В.І. Вороненко // Економіка та держава. – 2015. – № 1. – С. 100–106.

УДК 330.31.43.2

Дребот О.І.

*доктор економічних наук, професор,
Інститут агроєкології і природокористування
Національної академії аграрних наук України*

Гадзало А.Я.

*кандидат економічних наук,
Інститут агроєкології і природокористування
Національної академії аграрних наук України*

НАПРЯМИ ІНВЕСТИЦІЙНО ІННОВАЦІЙНОГО МЕХАНІЗМУ ЗБАЛАНСОВАНОГО ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ

У статті проаналізовано теоретичні аспекти інвестиційно-інноваційної діяльності природокористування, структуру капітальних інвестицій на охорону навколишнього природного середовища. Запропоновано взаємозв'язок напрямів інвестиційно-інноваційного механізму раціонального природокористування. Визначено, що економічний механізм забезпечення інвестиційно-інноваційної діяльності являє собою певний набір інструментів і важелів, які регулюють та стимулюють розвиток науки, технологій та інновацій в економіці в екологічній сфері.

Ключові слова: інвестиції, інноваційний механізм, збалансоване природокористування, навколишнє природне середовище.

Дребот О.И., Гадзало А.Я. НАПРАВЛЕНИЯ ИНВЕСТИЦИОННО-ИННОВАЦИОННОГО МЕХАНИЗМА СБАЛАНСИРОВАННОГО ПРИРОДОПОЛЬЗОВАНИЯ

В статье проанализированы теоретические аспекты инвестиционно-инновационной деятельности природопользования, структура капитальных инвестиций на охрану окружающей среды. Предложена взаимосвязь направлений инвестиционно-инновационного механизма рационального природопользования. Определено, что экономический механизм обеспечения инвестиционно-инновационной деятельности представляет собой определенный набор инструментов и рычагов, регулирующих и стимулирующих развитие науки, технологий и инноваций в экономике в экологической сфере.

Ключевые слова: инвестиции, инновационный механизм, сбалансированное природопользование, окружающая среда.

Drebot O.I., Gadzalo A.Y. DIRECTIONS INVESTMENT INNOVATIVE MECHANISM OF BALANCED MANAGEMENT OF NATURE

The theoretical aspects of investment innovative activity management of nature are analysed in the article. The structure of capital investments is analysed on the guard of natural environment. Intercommunication of directions of investment innovative mechanism of rational management of nature is offered. Certainly, that the economic mechanism of providing investment innovative activity shows a soba the certain set of tools and levers, that regulate and stimulate development science, technologies and innovations in an economy in ecological.

Keywords: investments, innovative mechanism, balanced management of nature, natural environment.

Постановка проблеми. Україна на сьогодні є однією з найзабрудніших та екологічно проблемних країн. За оцінками Індексу якості навколишнього природного середовища (Environmental Performance Index), які здійснює Йельський університет (США), Україна займає 87-е місце серед 163 країн світу. Рівень навантаження на навколишнє природне середовище в Україні в чотири-п'ять разів перевищує аналогічні показники інших країн. За рівнем раціонального використання та якості водних ресурсів, за даними ЮНЕСКО, Україна займає 95-е місце з 122 країн світу. Стан земельних ресурсів в Україні близький до критичного: на всій

території країни спостерігаються процеси деградації земель. Наймасштабнішими є ерозія (близько 57,5% земель) та забруднення земель (близько 20% території), а щорічні втрати гумусу становлять 0,65 т/га [1].

На сьогоднішній день невирішеною залишається проблема екологічності інвестиційної та інноваційної діяльності та її ефективного використання, оскільки така ситуація спричинена низькою вмотивованістю екологічно орієнтованої інноваційної діяльності підприємств.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Тенденції сучасного етапу розвитку суспільства призвели до необхідності впровадження новітніх підходів до

використання природних ресурсів, які би поєднували екологічні, соціальні, економічні, природничі та інші напрями. Одним з них стає стратегія збалансованого розвитку як засіб інтеграції економічних, соціальних та екологічних цілей для розвитку держав із позицій національних і міжнародних інтересів [2, с. 13]. Наукові дослідження з проблем реалізації природоохоронної інвестиційно-інноваційної політики у сфері екології здійснюють відомі вітчизняні вчені: О. Веклич, Т. Галушкіна, С. Ілляшенко, Т. Карпіщенко, О. Лапко, Л. Мельник, О. Прокопенко, О. Фурдичко, С. Харічков, М. Хвесик та ін.

Мета статті полягає в аналізі напрямів сучасного стану інвестиційно-інноваційного механізму для визначення основних чинників, що впливають на інвестиційно-інноваційний потенціал навколишнього природного середовища.

Виклад основного матеріалу дослідження. Сутність еколого-економічної діяльності, тенденції економічного розвитку країни та регіонів багато в чому залежать від стану навколишнього природного середовища (НПС). У сучасних умовах спостерігається подальше зростання антропогенного навантаження на навколишнє природне середовище, зростання забруднення НПС: витрати енергії і природних ресурсів, обсяги стоків, відходів і викидів на одиницю продукції в десятки разів вище, ніж в економічно розвинених країнах. Нині екологічний фактор реально знижує результати функціонування національної економіки, впливає на умови життя населення, рівень добробуту і задоволення його потреб. Екологічні виклики й загрози світової науковою спільнотою позиціонуються нині як основні ризики розвитку глобальної соціально-економічної системи. Вони стоять в одному ряду з ризиками геополітичних конфліктів та кризою фінансової системи і впливають на зростання економічних ризиків, як це було доведено у доповіді «Глобальні ризики – 2012» (Global Risk 2012) [3].

Відмітимо, що в структурі капітальних інвестицій на охорону навколишнього природного середовища за період 2007–2014 рр. частка капітальних інвестицій на охорону довкілля, профінансованих за рахунок коштів державного бюджету України, становила 10% (рис. 1), а в 2014 р. вона знизилась на 1%. Відбулось значне зменшення і частки капітальних інвестицій, що фінансуються з місцевих бюджетів (у 2014 р. їх частка становила 6%; у 2007 р. – 12%).

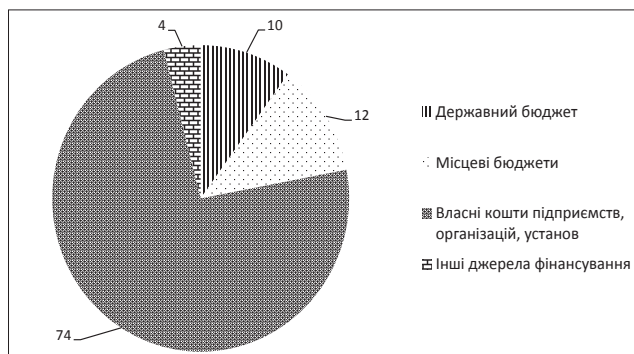


Рис. 1. Структура капітальних інвестицій на охорону навколишнього природного середовища за 2007 р.

Джерело: побудовано автором на основі [4]

Зменшення частки капітальних природоохоронних інвестицій, профінансованих, відповідно, з державного та місцевих бюджетів, супроводжувалось зменшенням питомої ваги капітальних інвестицій

на охорону навколишнього природного середовища, профінансованих за рахунок власних коштів підприємств, організацій та установ, а також зростанням частки аналогічних інвестицій – за рахунок інших джерел. Якщо в 2007 р. частка капітальних природоохоронних інвестицій, профінансованих суб'єктами господарювання, становила 74%, то в 2014 р. вона зменшилась до 60% (рис. 2).

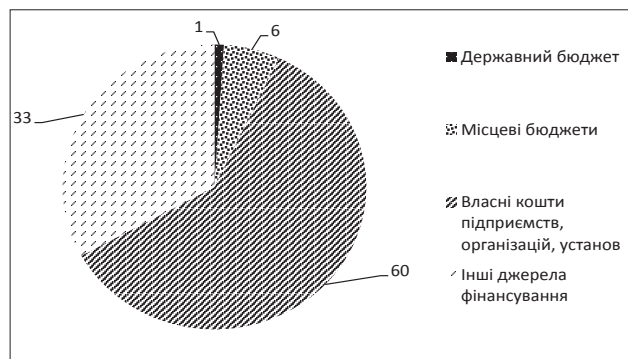


Рис. 2. Структура капітальних інвестицій на охорону навколишнього природного середовища за 2014 р.

Джерело: побудовано автором на основі [4]

Підвищення економічних переваг, досягнення цілей і пріоритетів збалансованого розвитку природокористування неможливо без формування сукупності різноманітних видів інвестиційно привабливих проектів у сфері природокористування, розробки дієвих механізмів їх підготовки і реалізації, всебічної оцінки наслідків щодо їх упровадження, визначення економічних, соціальних, екологічних результатів.

В економічній науці екологічно спрямований як інвестиційний, так інноваційний розвиток у цілому розглядається як процес господарювання, що ґрунтується на безперервному пошуку і використанні нових способів та сфер реалізації потенціалу національної економіки, регіону та підприємства в мінливих умовах зовнішнього середовища, які спрямовані на досягнення позитивних зрушень, пов'язаних з упровадженням екологічних інновацій, та сприяють зростанню соціального та еколого-економічного ефекту. Йдеться про процес неухильного і послідовного створення, впровадження екологічних напрямів інвестиційно-інноваційного механізму (рис. 3), які сприяють задоволенню існуючих та потенційних потреб споживачів та суспільства, без загрози вичерпання потенціалу інтегрального ресурсу та можливості забезпечення інтересів та потреб майбутніх поколінь для подальшого впровадження напрямів інвестиційно-інноваційного механізму раціонального природокористування.

Зазначимо, що економічний механізм забезпечення інноваційно-інвестиційної діяльності являє собою певний набір інструментів і важелів, які регулюють та стимулюють розвиток науки, технологій та інновацій в економіці. Загалом, світова практика передбачає широкий спектр таких механізмів, за допомогою яких забезпечується інноваційний процес як на національному, так і на міжнародному рівнях.

На жаль, доводиться констатувати, що процес провадження інновацій у виробництво в Україні відбувається повільно та в незначних масштабах. За даними Держслужби статистики України [4], кількість упроваджених нових технологічних процесів у 2014 р. становила 578, що на 61 більше порів-

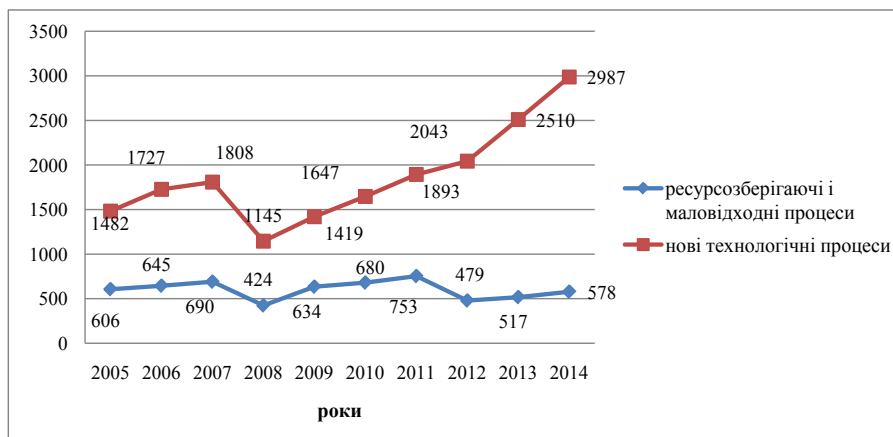


Рис. 4. Кількість запроваджених технологічних процесів по роках, од.

Джерело: побудовано автором на основі [4]

няно з 2013 р., а в 2014 р. – 2 987, що на 477 більше порівняно з попереднім. Однак у 2008 р. відбулося зменшення чисельності реалізованих маловідходних і ресурсозберігаючих процесів на 36% порівняно з 2007 р., а в 2010 р. почало збільшуватись і в 2014 р. становить 2 987 (рис. 4).

Екологічні інновації дають суто ринковими методами вирішувати протиріччя, оскільки капіталомісткі природоохоронні заходи, економічно недосконалі різноманітні заборони і санкції лише погіршують і без того скрутний фінансовий стан вітчизняних підприємств, звужують можливості реалізації наявних можливостей їх розвитку [5].

Сьогодні інвестиційно-інноваційна діяльність економіки повинна керуватися: високим рівнем знань, які наповнені духовно-моральним змістом, мотивовані підвищенням життєвого рівня суспільства; раціональним природокористуванням, охороною

довкілля; пошуком інновацій, які здатні замінити індустріальну, сировинну економіку факторами п'ятого та шостого технологічних рівнів.

На сьогоднішній день такою ланкою стає саме інноваційний економічний механізм, тому що наріжною проблемою України є впорядкування різноспрямованих інтересів влади, бізнесу та громади. Своєю чергою, це потребує пошуку методів гармонізації відносин між суб'єктами господарювання. Спираючись на європейський досвід, це можливо тільки за умов децентралізації системи управління з акцентом на низовий територіальний рівень. Особливе значення такий підхід має для сільських територій, де антропогенна діяльність безпосередньо впливає на навколишнє природне середовище, значною мірою послаблюючи його здатність до відтворення, а відтак, не тільки економічний складник збалансованого розвитку, а й соціальний як джерело культурологічного національного відродження.

Представники майже всіх політичних сил, які ведуть дискусію про економічний розвиток країни, сходяться на тому, що в основу стратегії розвитку України має бути покладено інвестиційно-інноваційну модель, засновану на знаннях та інформації, що передбачає посилення уваги до розвитку людського капіталу. Головними перешкодами на цьому шляху є, по-перше, відсутність взаємозв'язку між владою, наукою і суспільством; по-друге, відсутність механізмів управління реалізацією завдань довгострокового характеру та державного і громадського контролю їх результатів [6].



Рис. 3. Взаємозв'язок напрямів інвестиційно-інноваційного механізму раціонального природокористування

Джерело: побудовано автором

Тому утвердження інноваційно-інвестиційної моделі розвитку національної економіки є безальтернативним шляхом для України забезпечити конкурентоспроможність вітчизняної економіки, інтегруватися в глобальні інтеграційні процеси їх рівноправним суб'єктом спрямування, а також забезпечити випереджальні темпи економічного зростання відносно розвинених країн світу і створити економічне підґрунтя для запровадження високих соціальних стандартів, притаманних розвиненим країнам світу [6].

Інвестиційно-інноваційний механізм раціонального природокористування слід розглядати як:

- процес зміни інвестиційно-інноваційної привабливості певних об'єктів природокористування і передбачає динамічний аналіз явища у просторі та часі;
- економічне явище, яке відображає сучасний стан привабливості об'єктів природокористування щодо вкладення та розроблення новітніх технологій інвестиційно-інноваційної діяльності з різних джерел інвестування та їх походження на різноманітних рівнях управління.

Висновки. Необхідно впровадження напрямів реалізації комплексного природокористування шляхом посилення ресурсної компоненти у стратегіях, проєктах та програмах соціально-економічного розвитку і створення спеціальних інституцій, що беруть на себе функцію організаційно-економічного забезпечення регулювання природокористування з метою вдосконалення організаційно-економічного механізму, впровадження інноваційних підходів та проведення діагностичних і моніторингових досліджень.

Таким чином, одним із найбільш прийнятних шляхів розв'язання протиріч між економічним зростанням і збереженням стану навколишнього середовища слід уважати орієнтацію на інноваційний екологічно збалансований розвиток ринку шляхом переходу на нові принципи управління ефективністю, використовуючи маркетингові орієнтири прийняття стратегічних рішень. Інструменти маркетингового аналізу ринку здатні виявити та подолати ключові ризики екологічних інвестицій та інновацій раціонального природокористування.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Заключний звіт з науково-дослідної роботи «Проведення аналізу стану реалізації регіональної екологічної політики» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.menr.gov.ua/docs/activity-ecopolit/NDR%20regionalna%20politika%202013.doc>.
2. Галушкіна Т.П. Екологічний менеджмент та аудит рекреаційних територій (концептуальні засади та організаційні механізми): [монографія] / Т.П. Галушкіна. – Одеса: ІНВАЦ, 2006. – 184 с.
3. Веклич О.О. Україна – ЄС чи Україна – МС? / О.О. Веклич // Дзеркало тижня. Україна. – 2013. – № 29.
4. Офіційний сайт Державної служби статистики України. [Електронний ресурс]. – Доступний з <http://www.ukrstat.gov.ua/>.
5. Ілляшенко С.М. Формування ринку екологічних інновацій: екологічні основи управління: [монографія] / С.М. Ілляшенко, О.В. Прокопенко. – Суми: Університетська книга, 2002. – 250 с.
6. Лицур І.М. Чинники формування інноваційно-інвестиційної політики сталого розвитку / І.М. Лицур, Ю.В. Лимич [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2299>.

СЕКЦІЯ 7 ДЕМОГРАФІЯ, ЕКОНОМІКА ПРАЦІ, СОЦІАЛЬНА ЕКОНОМІКА І ПОЛІТИКА

УДК 330.87

Ровенська В.В.*кандидат економічних наук,
доцент кафедри економіки підприємства
Донбаської державної машинобудівної академії, м. Краматорськ***Лінник В.В.***студент
Донбаської державної машинобудівної академії, м. Краматорськ*

КОРПОРАТИВНА СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ЯК ОДИН ІЗ ФАКТОРІВ УСПІШНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ СУЧАСНОГО ПІДПРИЄМСТВА

У статті розглянуто роль корпоративної соціальної відповідальності в успішному розвитку підприємства та висвітлено її значення в підвищенні конкурентоспроможності підприємства як на внутрішніх, так і на міжнародних ринках. Розкрито сутність визначення «корпоративна соціальна відповідальність» за кількома версіями. Намічено орієнтири, на які акцентуються підприємства та корпорації, що діють за принципами корпоративної соціальної відповідальності.

Ключові слова: корпоративна соціальна відповідальність, стейкхолдери, бізнес, управління, акціонери, споживачі, відповідальність, стратегія, розвиток, конкуренти.

Ровенская В.В., Линник В.В. КОРПОРАТИВНАЯ СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ КАК ОДИН ИЗ ФАКТОРОВ УСПЕШНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СОВРЕМЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

В статье рассмотрена роль корпоративной социальной ответственности в успешном развитии предприятия и отражено ее значение в повышении конкурентоспособности предприятия как на внутренних, так и на международных рынках. Раскрыта сущность определения «корпоративная социальная ответственность» по нескольким версиям. Намечены ориентиры, на которые акцентируются предприятия и корпорации, действующие по принципам корпоративной социальной ответственности.

Ключевые слова: корпоративная социальная ответственность, стейкхолдеры, бизнес, управление, акционеры, потребители, ответственность, стратегия, развитие, конкуренты.

Rovenska V.V., Linnik V.V. CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY AS ONE OF THE FACTORS OF SUCCESSFUL CONTEMPORARY ENTERPRISE

The article discusses the role of corporate social responsibility in the successful development of the company and highlighted its importance in enhancing the competitiveness of enterprises both in domestic and international markets. The essence of the definition of «corporate social responsibility» in several versions. Also, in the article the guidelines, which accentuated companies and corporations that operate on the principles of corporate social responsibility.

Keywords: corporate social responsibility, stakeholders, business, management, shareholders, customers, responsibility, strategy, development, competitors.

Постановка проблеми. У розвинутих країнах світу, а також на міжнародних ринках досить тривалий час реалізується корпоративна соціальна відповідальність (КСВ) як елемент довгострокової стратегії, який є невід'ємною умовою стійкого розвитку компаній та бізнесу в цілому. Крім того, КСВ відкриває доступ до широкого кола інвестиційних ресурсів і допомагає досягти стійкого економічного та соціального розвитку.

Разом із тим далеко не всі українські компанії розуміють цінність і важливість взаємодії зі стейкхолдерами, підвищення прозорості свого бізнесу і використання сучасних підходів до управління, що дають змогу не тільки досягати короткострокових цілей, а й закласти основу для довгострокового розвитку організації. Все це призводить до зниження рівня соціальної відповідальності підприємств та втрати іміджу як перед працівниками, так і перед зацікавленими особами.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Аналіз робіт, присвячених корпоративній соціальній відповідальності, свідчить про те, що проблема соціальної відповідальності була вивчена в значній кіль-

кості наукових праць вітчизняних учених, таких як: Д. Баюра, О. Грішнова, А. Колот, О. Бобирь, О. Олійник, Е. Лібанова та ін.

Мета статті полягає у розкритті сутності корпоративної відповідальності та розгляді її принципів для ефективного управління підприємством на прикладі зарубіжних компаній.

Виклад основного матеріалу дослідження. На сьогоднішній день сучасні українські підприємства все більш впевненими кроками переходять до ринкової економіки, орієнтуючись на успішні міжнародні організації. Але разом із тим зростає конкуренція в умовах ринкової економіки як на внутрішніх, так і на зовнішніх ринках. Саме це спонукає підприємства шукати нові та ефективні методи оптимізації середовища з метою отримання максимального прибутку та мінімізації загроз та витрат. Багато в чому успіх цього процесу залежить від ефективності транзакцій компанії з її внутрішніми і зовнішніми стейкхолдерами – широким колом зацікавлених осіб, які впливають на діяльність компанії або відчувають її вплив на собі.

У зв'язку із цим одним із найважливіших інструментів ринкової економіки стає корпоративна соціальна відповідальність. Нині українські компанії, реагуючи на нові виклики, змушені використовувати у своїй діяльності крім традиційного економічного аспекту вимоги соціального характеру з боку стейкхолдерів.

Відомо, що корпоративна соціальна відповідальність – це спосіб управління бізнес-процесами з метою забезпечення позитивного впливу на суспільство [1, с. 187], це спосіб якісного вдосконалення суспільного продукту через економічний ріст суспільного виробництва. Іншими словами, це якісна складова частина науково-технічного прогресу.

За версією Міжнародного форуму бізнес-лідерів, корпоративна соціальна відповідальність розуміється як просування практик відповідального бізнесу, які приносять користь бізнесу, суспільству та сприяють економічно стійкому розвитку шляхом максимізації позитивного впливу бізнесу на суспільство і мінімізації негативного, особливо в міжнародному менеджменті.

За версією Світової ради бізнесу для сталого розвитку, корпоративна соціальна відповідальність – це зобов'язання бізнесу робити свій внесок у сталий економічний розвиток, трудові відносини з працівниками, їх сім'ї, місцевою спільнотою і суспільством у цілому для поліпшення їх якості життя.

За версією Світової ради компаній зі сталого розвитку, корпоративна соціальна відповідальність – це довгострокове зобов'язання компаній поводитися етично та сприяти економічному розвитку, водночас покращуючи якість життя працівників та їх родин, громади та суспільства загалом [2, с. 224].

Як зазначає Н. Огороднікова, корпоративна соціальна відповідальність передбачає здійснення діловим співтовариством, компаніями та окремими представниками бізнесу своєї діяльності з акцентом на такі орієнтири [5, с. 114]:

- виробництво якісної продукції та послуг для споживачів;
- створення привабливих робочих місць, виплата легальних зарплат і інвестиції в розвиток людського потенціалу;
- неухильне виконання вимог законодавства: податкового, трудового, екологічного;
- побудова добросовісних відносин з усіма зацікавленими сторонами;
- ефективне ведення бізнесу, орієнтоване на створення доданої економічної вартості і зростання добробуту своїх акціонерів;
- облік суспільних очікувань і загальноприйнятих етичних норм у практиці ведення справ;
- внесок у формування громадянського суспільства через партнерські програми та проекти розвитку місцевого співтовариства;
- участь у благодійних програмах.

Коротко розглянемо основні моделі КСВ. У світі існує кілька усталених моделей корпоративної соціальної відповідальності, кожна з яких відображає той суспільно-економічний уклад, який історично сформувався в тій чи іншій країні, той устрій суспільства, який сформувався в умовах розвиненої демократії, де діють цивільні інститути, системи вирішення спорів і свобода слова і вибору і т. д.

Для американської моделі КСВ характерно мінімальне втручання держави в приватний сектор. США розробили численні механізми участі бізнесу в соціальній підтримці суспільства, про це свідчить велика кількість корпоративних фондів, націлених на вирішення різноманітних соціальних проблем за допомогою бізнесу. Відповідальна перед суспільством

поведінка корпорацій заохочується відповідними податковими пільгами і заліками, які закріплені на законодавчому рівні.

Модель КСВ Континентальної Європи можна охарактеризувати наявністю державного регулювання даної сфери, тому цю модель часто відносять до прихованих форм КСВ. Так, у багатьох країнах континенту законодавчо закріплено обов'язкове медичне страхування й охорона здоров'я працівників, пенсійне регулювання і низка інших соціально значущих питань. Окрім того, державне регулювання багатьох аспектів КСВ значно перевершує північно-американську систему.

КСВ у Великобританії поєднує елементи американської та континентальної моделей. У цілому для британської моделі характерні такі ознаки:

- пильна увага фінансового сектора до проектів в області КСВ (тенденція зростання кількості соціально відповідальних інвестиційних фондів);
- публікація індексів соціальної відповідальності у ЗМІ;
- широкий розвиток сектора незалежного консалтингу в області КСВ;
- система бізнес-освіти Великобританії однозначно перевершує Континентальну Європу за кількістю і різноманітністю навчальних курсів в області КСВ;
- участь уряду в розвитку КСВ проявляється у створенні партнерств із приватними підприємствами в освітньому секторі, підтримки ініціатив у сфері КСВ через співфінансування проектів, податкові пільги та ін.

Підбиваючи підсумок за моделями КСВ, потрібно підкреслити: для того щоб активність в області корпоративної соціальної відповідальності дійсно приносила відчутні економічні результати, важливо враховувати особливості соціальних, політичних та економічних умов, що склалися в тій країні, де корпорація веде свою діяльність [5, с. 115].

Підприємство виконує комплекс взаємопов'язаних суспільних, економічних та соціальних функцій, які впливають із розуміння взаємодії корпорації зі стейкхолдерами.

О. Бобирь зазначає, що для відображення своєї корпоративної соціальної відповідальності акціонерне товариство, що здійснює діяльність на міжнародному ринку [2, с. 227]:

- по відношенню до акціонерів, здійснює справедливую та добropорядну дивідендну політику, своєю чергою, акціонери становлять акціонерний капітал АТ;
- по відношенню до ділових партнерів та конкурентів – дотримання ділової етики, участь у тендерах; своєю чергою, ділові партнери та конкуренти будуть орієнтуватися на довгострокову співпрацю та довгострокові контракти;
- відносно працівників організації – безпека праці, стандартизовані робочі місця, гідна оплата праці; своєю чергою, працівники дають право користуватися своєю висококваліфікованою працею;
- відносно споживачів – високий рівень якості продукції, сервісу, дотримання екологічних стандартів; своєю чергою, споживачі будуть забезпечувати зростання рівня продажу продукції, лояльне ставлення до торгової марки та підприємства;
- відносно кредиторів та інвесторів – сплата за користування ресурсами; своєю чергою, кредитори будуть надавати право користуватися своїми фінансовими ресурсами;
- відносно місцевого населення – підприємство надає нові робочі місця, дотримується екологічних норм; своєю чергою, місцеве населення гарантує

гарну соціальну обстановку, лояльне відношення та своєчасне забезпечення потреб підприємства в працівниках;

- відносно до органів влади – підприємство бере на себе зобов'язання будувати певні об'єкти інфраструктури та забезпечувати місцеве населення робочими місцями; своєю чергою, органи влади надають право користуватися природними ресурсами, сприятливий інвестиційний клімат;

- відносно профспілок – підприємство бере на себе зобов'язання приймати участь та підтримувати соціальні проекти, займатися благодійною діяльністю; своєю чергою, профспілки та некомерційні організації гарантують соціальний захист та оздоровлення працівників підприємства.

Саме дотримання всіх цих пунктів у комплексі дає підприємству змогу вважати себе корпоративно відповідальними та підвищувати свій статус на світових ринках серед конкурентів і не втрачати свій прибуток.

Центр розвитку КСВ порівняв тлумачення терміну «корпоративна відповідальність» міжнародними ті вітчизняними компаніями.

Отже, порівняємо на прикладі вітчизняних та зарубіжних фірм, які відмінності вони мають у розумінні поняття «корпоративна соціальна відповідальність».

Зарубіжні компанії вбачають у терміні «корпоративна відповідальність» таке [8]:

- Accenture (Ірландія): прагне бути відповідальним корпоративним громадянином, орієнтованим на мінімізацію впливу на навколишнє середовище та надання допомоги особам у всьому світі, щоб вони набули навичок, які дадуть їм змогу брати участь і робити свій внесок у розвиток економіки країни;

- CISCO (США): створення довгострокових цінностей. Програми КСВ призначені для забезпечення довгострокових вигод для співробітників, клієнтів, акціонерів, партнерів та людей у всьому світі. Вони зосереджені на трьох основних сферах: персонал, навколишнє середовище, соціальні інвестиції;

- Ernst and Young (Великобританія): створення перспектив в епоху змін. Вони розробили бізнес-стратегію, яка ґрунтується на тісній взаємодії зі своїми співробітниками, клієнтами та суспільством, щоб допомогти їм реалізувати свій потенціал;

- Microsoft (США): мета політики корпоративного громадянства – визначити свої відповіді на найбільш нагальні економічні, соціальні та екологічні проблеми;

- Nestle (Швейцарія): створення основних цінностей компанією «Нестле» є фундаментальною основою ведення бізнесу, яка орієнтована на основні види діяльності компанії, а саме: використання води, харчування і розвитку аграрних регіонів, де цінності можуть найкращим чином бути створені як для суспільства, так і акціонерів;

- Novo Nordisk (Данія): вважає, що здорова економіка, навколишнє середовище і суспільство мають основоположне значення для довгострокового успіху в бізнесі. Саме тому вони будують свій бізнес на основі принципу потрібної лінії (Triple Bottom Line), а також роблять істотний внесок у вирішення глобальних проблем, таких як цукровий діабет, зміна клімату, природних ресурсів, подолання дисбалансу соціального розвитку і економічне процвітання.

Вітчизняні ж компанії вкладають у поняття корпоративної відповідальності таке:

- «Астеліт» – український оператор зв'язку life:) як один із лідерів ринку мобільного зв'язку країни відповідально ставиться до своїх абонентів, держави і суспільства, до потреб громадян, питань збереження

навколишнього середовища і природних багатств. Соціально-відповідальний бізнес – це перш за все бізнес, який відповідає за якість свого продукту перед кінцевим споживачем;

- «Систем Кєпітал Менеджмент»: побудувати успішний і прибутковий бізнес і бути відповідальним корпоративним громадянином – цілі, які не виключають, а доповнюють один одного. Ці цілі лежать в основі стратегії Групи «СКМ». Будучи однією з найбільших бізнес-груп, вона усвідомлює масштаб свого впливу на соціальний та економічний розвиток України та визнає свої зобов'язання перед українським суспільством. При цьому вона не підмінює своєю діяльністю зобов'язання держави перед громадянами;

- «Галнафтогаз»: із моменту створення «Концерн Галнафтогаз» як акціонери, так і менеджмент компанії мають спільне бачення щодо підприємства. «Концерн Галнафтогаз – це прогресивна, сучасна, відкрита і прозора компанія, яка у своїй діяльності орієнтується на кращі європейські і світові стандарти;

- ДТЕК: масштаби та динаміка розвитку компанії дають змогу не тільки ставити і вирішувати амбітні виробничі завдання, а й співвідносити методи їх вирішення з їх відповідальністю перед суспільством. Це розуміння ґрунтується на реаліях бізнесу компанії;

- «Київстар»: соціальна відповідальність бізнесу – це принцип роботи компанії, за якого вона вважає важливим і необхідним брати участь у розвитку українського суспільства і держави в цілому;

- МТС: розглядає КСВ як ефективний бізнес-інструмент, який є важливою складовою частиною стратегії і планується на майбутнє, як і будь-який стратегічно важливий напрям діяльності компанії.

Отже, як бачимо, для міжнародних фірм під корпоративною відповідальністю розуміється не лише відповідальність перед споживачами та співробітниками, але й перед акціонерами та стейкхолдерами. Також важливо зазначити, що зарубіжні фірми особливо увагу приділяють охороні навколишнього середовища, що надає їм переваги перед вітчизняними підприємствами. Довгострокові перспективи розвитку бізнесу та планування діяльності – основні риси для ведення корпоративної відповідальності за кордоном.

Для України корпоративна відповідальність це передусім не добровільна річ, а «зобов'язання перед українським суспільством», саме «українське суспільство» досить часто згадується в термінології. На жаль, в Україні КСВ ще не розвинена до міжнародного рівня, вона потребує підтримки з боку держави. Але, як відомо, в Україні протягом певного часу розміщують свої філіали та концерни зарубіжні організації, які впроваджують свою політику щодо корпоративної відповідальності. Це дасть змогу українським підприємствам навчитися грамотному керуванню фірмами та використовувати КСВ на рику України та світу.

Висновки. У розвинутих країнах світу, а також на міжнародних ринках досить тривалий час реалізується корпоративна соціальна відповідальність (КСВ) або соціальна відповідальність бізнесу (СВБ) як елемент довгострокової стратегії, який є невід'ємною умовою стійкого розвитку компанії та бізнесу в цілому. Сьогодні принципи КСВ стають однією зі складових частин успішної стратегії, що зміцнює імідж і репутацію компанії, приваблює клієнтів та утримує найкращих працівників та акціонерів.

Цілком очевидно, що КСВ в Україні наразі знаходиться на початковій стадії свого розвитку. Потреба українського бізнесу в закріпленні на внутрішньому

і зовнішньому ринках є стимулом для змін у підході компаній до взаємодії із суспільством. Розвиток соціальної відповідальності українського бізнесу дасть змогу вітчизняним підприємствам інтегруватись у світову бізнес-спільноту.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Антошко Т.Р. Інституціонально-організаційні заходи щодо впровадження української моделі корпоративної соціальної відповідальності / Т.Р. Антошко // Формування ринкових відносин в Україні. – 2011. – № 10(101). – С. 187–193.
2. Бобирь О.І. Концепції корпоративної відповідальності в стратегіях міжнародного менеджменту / О.І. Бобирь // Бізнес-навігатор. – 2013. – № 1(30). – С. 224–230.
3. Колот А.М. Сучасна філософія корпоративної соціальної відповідальності: еволюція поглядів / А.М. Колот // Україна: аспекти праці. 2013. – № 8. – С. 3–17.
4. Крылов А.Н. Корпоративная социальная ответственность: экономические модели – мораль – успех – устойчивое развитие / Ред. и сост. А.Н. Крылов. – М. : Вест-Ост-Ферлаг Берлин, 2013. – 450 с.
5. Огородникова Н.Л. Инструменты механизма стимулирования корпоративной социальной ответственности в системе управления деятельностью предприятия / Н.Л. Огородникова // Вісник економічної науки України. – 2012. – С. 114–118.
6. Олійник О.О. Корпоративна соціальна відповідальність у системі управління персоналом підприємства / О.О. Олійник // Національний університет водного господарства та природокористування. – 2015. – С. 142–149.
7. Модели корпоративной социальной ответственности / Л.М. Симонова, О.П. Аникеева, Л.А. Бердина // Всероссийский журнал научных публикаций. – 2013. – № 5(15). – С. 28–30.
8. Сайт центру розвитку КСВ в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://csr-ukraine.org/wp-content/uploads/2014/04/Guide_1.pdf.

СЕКЦІЯ 8 ГРОШІ, ФІНАНСИ І КРЕДИТ

УДК 368.03:336.025(043.5)

Алексєєнко Л.М.

*доктор економічних наук, професор,
завідувач кафедри обліку та фінансів*

*Івано-Франківського навчально-наукового інституту менеджменту
Тернопільського національного економічного університету*

ФІНАНСОВІ ТЕХНОЛОГІЇ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТАБІЛЬНОСТІ СТРАХОВОГО РИНКУ В КОНТЕКСТІ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ

Статтю присвячено теоретичним, методологічним і практичним аспектам концептуалізації розробки і застосування фінансових технологій в умовах зміни організаційно-правових і політико-економічних умов забезпечення стійкості страхового ринку. Обґрунтовано, що доцільно визначити фінансові технології надання страхових послуг у сегменті забезпечення соціального захисту і мінімізації ризиків. У контексті економічної безпеки стратегії розвитку страхових компаній потребують удосконалення дистанційного обслуговування клієнтів; використання мобільних фінансових додатків; залучення банківських платіжних сервісів; адаптивності хмарних технологій.

Ключові слова: страховий ринок, фінансова технологія, економічна безпека, страхова послуга, продуктова кооперація, фінансовий регулятор, фінансова функція.

Алексєєнко Л.М. ФИНАНСОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ ОБЕСПЕЧЕНИЯ СТАБИЛЬНОСТИ СТРАХОВОГО РЫНКА В КОНТЕКСТЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ

Статья посвящена теоретическим, методологическим и практическим аспектам концептуализации разработки и применения финансовых технологий в условиях изменения организационно-правовых и политико-экономических условий обеспечения устойчивости страхового рынка. Обосновано, что целесообразно определить финансовые технологии предоставления страховых услуг в сегменте обеспечения социальной защиты и минимизации рисков. В контексте экономической безопасности стратегии развития страховых компаний нуждаются в усовершенствовании дистанционного обслуживания клиентов; использовании мобильных финансовых приложений; привлечении банковских платежных сервисов; адаптивности облачных технологий.

Ключевые слова: страховой рынок, финансовая технология, экономическая безопасность, страховая услуга, продуктовая кооперация, финансовый регулятор, финансовая функция.

Alekseyenko L.M. FINANCIAL TECHNOLOGIES OF PROVIDING OF STABILITIES INSURANCE MARKET IN CONTEXT OF ECONOMIC SECURITY

The article is sacred to the theoretical, methodological and practical aspects of концептуалізації of development and application of financial technologies in the conditions of change of organizational, legal, political, economic terms of providing of firmness of insurance market. Reasonably, that it is expedient to define financial technologies of grant of insurance services in the segment of providing of social defence and minimization of risks. In the context of economic security of strategy of development of insurance companies need improvement of remote service of clients; use of mobile financial additions; bringing in of bank pay services; adaptiveness of cloudy technologies.

Keywords: insurance market, financial technology, economic security, insurance favour, productive co-operation, financial regulator, financial function.

Постановка проблеми. Фінансово-економічні процеси супроводжуються масштабними змінами в політичному, економічному та соціальному житті суспільства. Перспективи розвитку фінансового сектору в середньостроковій перспективі будуть визначатися новим режимом монетарних політик у провідних країнах і ймовірністю фінансової кризи. Страхування є важливим сегментом економіки, що сприяє забезпеченню соціально-економічної стабільності в суспільстві, компенсації збитків під час настання несприятливих подій.

Здійснення страхової діяльності актуалізується в умовах поглиблення глобалізації та імплементації з Європейським Союзом регулювання ринків фінансових послуг з урахуванням вимог Директиви 2009/138/ЄС Платоспроможність II, Директиви 2016/97/ЄС про реалізацію страхових продуктів та Директиви 2002/87/ЄС щодо нагляду за фінансовими установами, що входять до фінансового конгломерату. У сучасній економіці застосування фінансовими посередниками новітніх технологій є одним із

пріоритетних завдань незалежно від сфер і масштабів їх діяльності. Оскільки фінансові технології не завжди забезпечують стійкість фінансового ринку, дослідження новітніх технологій є актуальними і своєчасними.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретичні та методологічні засади закономірностей розвитку міжнародних страхових ринків і їх інституціональної структури розглянуто в працях вітчизняних учених, серед яких: О.О. Гаманкова, В.К. Хлівний (теоретико-методологічні засади страхового ринку України в глобальному страховому просторі) [1, с. 58–67]; Н.В. Кричильська (закономірності і протиріччя розвитку національного страхового ринку) [2, с. 62–65]; О.Є. Новіков, О.Д. Сафонова (перспективи розвитку страхового ринку України) [3, с. 92–96]; А.С. Шолойко (класифікація та періодизація страхового ринку України) [4, с. 95–99].

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Проте, незважаючи на вагомий науковий напрацювання вчених-економістів, залишається

багато перспективних напрямів досліджень. Хоча питання концептуальних і організаційно-прикладних засад застосування сучасних фінансових технологій, орієнтованих на вартість, широко висвітлюються в професійній літературі, не завжди враховуються всі чинники, що визначають співвідношення попиту та пропозиції на застосування фінансових технологій у контексті забезпечення стійкості страхового ринку.

Мета статті полягає у дослідженні сучасних фінансових технологій, виявленні проблематики їх розробки і застосування, оскільки від виваженості й своєчасності визначення сфери їх використання залежить ефективність діяльності страхових компаній у контексті гарантування економічної безпеки.

Виклад основного матеріалу дослідження. Країни з ринком, що формується, зіштовхуються з подвійними проблемами у глобалізованому співтоваристві: сповільненням макроекономічного зростання й ускладненням фінансових відносин. Залежність більшості економік країн, що розвиваються, від зовнішніх запозичень усе більше поглиблювалася в процесі лібералізації фінансових ринків. Водночас фінансові ринки, що розвиваються, демонструють більшу стійкість до кризових явищ порівняно з ринками розвинених країн.

Міжнародні фінансові регулятори здійснюють заходи щодо переходу від спекулятивної моделі фінансового ринку до інвестиційної, реструктуризації ринків цінних паперів і деривативів. У сучасній економіці створення нових інститутів розвитку, застосування депозитно-кредитних схем із низькою прибутковістю зобов'язують фінансових посередників адаптуватися до нових витрат і для уникнення реалізації деяких обмежувальних положень регуляторів розробляти інноваційні продукти. Крім того, нові стандарти банківської діяльності можуть зумовити переміщення деяких видів діяльності в сектор небанківських фінансових установ, де ці стандарти не застосовуються.

Фахівці Всесвітнього економічного форуму у дослідженні «Роль фінансових послуг у суспільстві. Розуміння впливу технологічних інновацій на фінансову стабільність» визнають, що відновлення стабільності фінансового сегменту та довіри до нього в суспільстві є важливою доктриною глобалізаційного економічного розвитку. У 2014 р. інвестиції у сферу фінансових технологій становили 12,21 млрд. дол. США; інвестиції у фінансові технології в Європі збільшилися на 215% порівняно з 2013 р. У 2015 р. світові інвестиції у сферу фінансових технологій досягли піка в 19,1 млрд. дол. США. Вже в I кварталі 2016 р. інвестиції у сферу фінансових технологій становили 5,3 млрд. дол. США [5].

Особливої уваги заслуговують технології, які тим або іншим способом спроможні трансформувати економічні та фінансові процеси. В економічних системах застосовують такі фінансові технології: технології фінансового самообслуговування; Інтернет-банкінг; мобільний банкінг; SAAS-рішення; Big Data; IT-аутсорсинг; сервіси особистих фінансів; сервіси для управління корпоративними фінансами; геотехнології; скорринг; краудфандинг; p2p-кредитування; NFC-технології; інновації для торгівлі; Tablet commerce. Ці технології потребують комплексного застосування банками, страховими компаніями та іншими фінансовими посередниками. Конкуренція зростає як із боку нових гравців (стартапи в сегменті фінансів, телеком-компанії, Інтернет-гіганти), так і всередині фінансових установ у контексті їх консолідації.

Фінансові технології застосовують і масштабують усередині фінансової установи, що можливо тільки у великих установах або тих установах, власники яких реалізують стратегію розширення бізнесу.

На практиці фінансові технології застосовують і масштабують відразу в декількох фінансових установах у форматі продуктової кооперації.

В економічній спільноті особлива увага приділяється технологіям управління інвестиціями і грошовими потоками фінансових посередників, які розглядають у контексті управління фінансами з точки зору їх формування, руху та розподілу. Зниженню витрат сприяє розвиток платформ, які дають змогу спрощувати бізнес-процеси й оперувати нижчими цінами порівняно з традиційними каналами надання послуг. Покращенню механізму управління ризиками сприяє продуманість системи збирання та обробки даних. Усі фінансові операції страхових компаній мають супроводжуватися підготовленими документами, які мають бути складені так, щоб можна було провести вибірко-вий аналіз даних, зокрема фінансовими регуляторами.

Концептуальні засади фінансових методів оцінки вартості компаній: оцінка, заснована на дисконтуванні грошових потоків (дохідний метод); порівняльна оцінка; оцінка на основі умовних вимог (опціонів). Основні індикатори створення вартості: ринкова додана вартість (Market Value Added (MBA)); економічна додана вартість (Economic Value Added (EVA)); акціонерна додана вартість (Shareholder Value Added (SVA)); генеровані грошові потоки на інвестиції (Cash Flow Return on Investment (CFROI)); грошова додана вартість (Cash Value Added (CVA)).

На практиці особливу увагу варто приділити основним фінансовим технологіям створення вартості. Під час визначення драйверів вартості доцільно враховувати фінансову та нефінансову точки зору на драйвери вартості. До сучасних процесно-орієнтованих методів ідентифікації драйверів вартості відносять: ABB (Activity Based Budgeting), ABC (Activity Based Costing), ABPA (Activity Based Performance Analysis), систему збалансованих показників (Balanced Scorecards).

Прискорення у світовій економіці інтеграційних процесів, які характеризуються закономірностями і протиріччями, суттєво вплинуло на застосування фінансових технологій у діяльності страхових компаній. Функціонування страхового ринку потребує адекватної цілісної, стійкої і впорядкованої інституційної структури, яка розвивається й удосконалюється. Становлення та розвиток страхового ринку ґрунтується на особливостях класифікації страхування. А.С. Шолойко визнає, що поняття «страховий ринок» є більш загальним та всеохоплюючим, ніж поняття «ринок страхових послуг», тому в основу класифікації та періодизації ставлять саме страховий ринок [4, с. 95–99]. Класифікація страхового ринку відіграє важливу роль під час вибору пріоритетів його розвитку, регулювання, моніторингу і сегментації. Динамічному розвитку страхового ринку сприятиме розширення фінансування реального сектора економіки, забезпечення доступності страхових послуг для громадян.

Проблематика застосування фінансових технологій для забезпечення стійкості страхового ринку потребує системного дослідження із застосуванням глобально-історичного та цивілізаційного підходів. Щодо центрів відповідальності, то на практиці відділи планування та маркетингу страхової компанії відповідають за виконання фінансової функції. Відділ планування розраховує рентабельність, відділ маркетингу пропонує страхові послуги.

Для визначення пріоритетів надання послуг страхові компанії також проводять персоналізовані заходи щодо дослідження основних подій із реального життя клієнтів. Клієнти приймають активну участь у системі онлайн-співтовариства, обговорюють

послуги банків і страхових компаній, пропонують нові рішення та діляться досвідом в управлінні особистими фінансами.

Залучення клієнтів має відбуватися за рахунок ефективної автоматизації та клієнтоорієнтованості, тому актуалізується питання дигіталізації, ідентифікації, розвитку колективних сховищ більших даних (Big Data), інтерактивних технологій і штучного інтелекта, віртуалізації та хмарних технологій, криптиотехнологій і підходів до Uber-ізації фінансового простору. На практиці певні ризики несуть віртуальні валюти, реалізовані у відкритих мережах з анонімним доступом, складним й довгим механізмом підтвердження, автоматичною емісією грошей. У процесі використання віртуальних валют актуалізується асиметричність інформації на ринках цифрових валют, утрата конфіденційних даних, висока ресурсоемність і невизначеність наслідків емісійних рішень.

Співпраця страхових компаній і банків сприяє формуванню нових бізнес-моделей і технологій та потребує забезпечення безпечного й професійного підходу. Зауважимо, що станом на 31 грудня 2015 р. найбільша доля активів страхових компаній зосереджена не в акціях, на відміну від 2014 р., а в банківських вкладах (12,6 млрд. грн., було – 9 млрд. грн.), сума активів в акціях зменшилась на 34%, з 18 млрд. грн. до 11,9 млрд. грн. [8].

Фінтех-компанії розробляють та удосконалюють фінансові послуги (продукти), створюють і забезпечують надійне функціонування центральної інфраструктури для обслуговування цих послуг (продуктів). Зауважимо, що фінансові послуги (продукти) надаються клієнтам (фізичним і юридичним особам) банками і страховими компаніями. На практиці фінтехкомпанія і банки чи страхова компанія створюють екосистему фінансової послуги (продукту).

Для підвищення ефективності управлінських рішень у страховій компанії варто здійснювати тестування прибутку й аналіз чутливості економічних показників, що закладаються в розрахунки. Застосування тестування прибутку до вже існуючих пенсійних продуктів дає змогу визначати оптимальний рівень параметрів, що закладаються в розрахунок тарифів і резерву премій, підвищуючи тим самим надійність операцій, зокрема щодо страхування пенсії.

Маркетингову стратегію доцільно спрямувати на залучення нових страхувальників і утримання існуючих клієнтів, прогнозування можливих обсягів продаж конкурентоспроможних страхових продуктів. Підвищенню конкурентоспроможності національних страхових послуг сприятиме налагодження взаємин із Міжнародною асоціацією органів нагляду за страховою діяльністю щодо адаптації міжнародних стандартів до національних реалій, зокрема формування так званих «кластерних ініціатив».

Дж. Фрідмен і В. Краус визнають, що природна спрямованість одержання найбільшого прибутку керівниками фінансових інститутів не сприяє розвитку системи оцінки ризиків [5, с. 198–212]. Сучасна тенденція в ризиковому страхуванні – збільшення частки роздрібного сегменту в розрізі платежів з одночасним зростанням частки виплат корпоративному сегменту в структурі виплат. Реформування системи регулювання ринків похідних фінансових інструментів спрямоване на підвищення їхньої прозорості і, відповідно, обмеження контрагентських ризиків.

У світовій економіці відбуваються зміни в регулюванні діяльності фінансових установ. Ці зміни сприяють модернізації регулювання в контексті

пруденційності, багатоканальності і багатомірності. В умовах перманентних кризових явищ втручання фінансових регуляторів має бути виваженим і своєчасним. Зауважимо, що в Європейському Союзі в банків у багатьох випадках вартість відповідності регуляторним вимогам (compliance cost) є вищою, ніж вартість кредитних ризиків (cost of risks).

До Нацкомфінпослуг за період з 1 вересня 2015 р. до 29 лютого 2016 р. надійшло 2 205 звернень, скарг фізичних та юридичних осіб із питань страхової діяльності, що на 1 060 звернень менше, ніж за аналогічний період. За результатами розгляду звернень за зазначений період загальний обсяг виплат страхового відшкодування страховими компаніями становив 37,156 млн. грн. [7].

У фінансовому секторі регуляторам доцільно визначити переваги і недоліки прямих обмежень на деякі види діяльності для фінансових посередників; посилити моніторинг і розробити систему пруденціальних нормативів для небанківських фінансових установ, що створюють системні ризики; вдосконалювати методи заохочення застосування простіших фінансових продуктів і організаційних структур; сформувати трансграничні механізми врегулювання діяльності великих фінансових установ для досягнення вигод від глобалізаційних процесів. У рамках Угоди про асоціацію між Україною та Європейським Союзом Нацкомфінпослуг реалізує проєкт «Технічна допомога за пріоритетними напрямками фінансового сектору в Україні» EU-FINSTAR, який, на нашу думку, сприятиме розвитку цього сектору.

Висновки. З наведеного вище можна зробити такі висновки щодо ролі фінансових технологій у забезпеченні стійкості страхового ринку в умовах невизначеності.

По-перше, у світовій економіці відстежують такі три тренди: непередбачуваність економіки, зміну поведінки споживачів, розробку та впровадження нових фінансових технологій. В умовах фінансової невизначеності змінюється поведінка споживачів фінансових послуг – перехід від споживчої до ощадної моделі поведінки. Цим зумовлено зростання депозитів фізичних осіб, незважаючи на падіння реальних доходів населення. Відповідно, розширюється сфера страхування депозитів фізичних осіб. Третій тренд характеризується активізацією розробки і запровадження нових технологій. Відповідно, збільшується кількість нових гравців, а також зростають ризики використання цих технологій. З урахуванням високої залежності суб'єктів господарювання і населення від недепозитного фінансування складні фінансові продукти приймають нові форми, тому в контексті економічної безпеки особливої уваги заслуговує визначення основних засад формування механізму страхових послуг для забезпечення соціального захисту і мінімізації ризиків.

По-друге, фінансовий механізм організації страхової діяльності має забезпечувати поступальність виконання страховиками своїх зобов'язань. Фінансовий розвиток страхової компанії має враховувати той факт, що розвиток – це досягнення поліпшеного стану, запорука успішного розвитку компанії. Сучасні стратегії розвитку страхових компаній потребують застосування ефективних фінансових технологій (інновацій); удосконалення дистанційного обслуговування клієнтів; використання мобільних фінансових додатків; залучення банківських платіжних сервісів (електронні валюти, р2р, банківські рішення, NFC); адаптивності хмарних технологій.

По-третє, в умовах перманентних кризових явищ і системних економічних структурних трансформацій, що мають власну циклічність, фінансові регулятори мають здійснювати регуляторні заходи, оскільки в такі періоди спроможність саморегулювання фінансових посередників нівелюється. Гарантування еконо-

мічної безпеки потребує посилення конкурентоспроможності та стійкості страхового ринку до системних ризиків; створення інфраструктури фінансової стабільності та сегмента страхування.

Держава як регулятор та економічний агент має орієнтуватися на антициклічне регулювання страхового ринку для попередження системних ризиків. Доцільно здійснювати заходи на міжнародному і національному рівнях із метою підвищення глобальних стандартів фінансового регулювання та забезпечення їх послідовного застосування відповідними національними інститутами. Розвиток страхового ринку потребує професійного регулювання, об'єктивного моніторингу і контролю, що сприятиме підвищенню рівня конкурентоспроможності національних страхових компаній. Водночас дискусійним є створення єдиного регулятора, оскільки існують як переваги, так і можливі протиріччя у формуванні єдиного органа регулювання банківського й небанківського секторів.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Гаманкова О.О. Страховий ринок України у глобальному страховому просторі / О.О. Гаманкова, В.К. Хлівний // *Фінанси України*. – 2012. – № 5. – С. 58–67.
2. Кричильська Н.В. Аналіз основних тенденцій та перспектив розвитку страхового ринку України / Н.В. Кричильська // *Магістеріум. Економічні студії*. – 2014. – Вип. 56. – С. 62–65.
3. Новіков О.Є. Перспективи розвитку страхового ринку України / О.Є. Новіков, О.Д. Сафонова // *Науковий вісник МДУ імені В.О. Сухомлинського. Економічні науки*. – 2014. – Вип. 5.2(101). – С. 92–96.
4. Шолойко А.С. Страховий ринок України: підходи до його класифікації та періодизації / А.С. Шолойко // *Науковий вісник Національного університету біоресурсів і природокористування України. Серія «Економіка, аграрний менеджмент, бізнес»*. – 2014. – Вип. 200(3). – С. 94–102.
5. Чим небезпечні фінансові інновації (16.07.2016) [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://eizvestia.com/uk/finance-ukr/full/832-chim-nebezpechni-finansovi-innovaci%d1%97>.
6. Нацкомфінпослуг оголосила попередні підсумки діяльності небанківського фінансового ринку у 2015 році [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://nfp.gov.ua/news/1377.html>.
7. Фридмен Дж., Краус В. Рукотворный финансовый кризис. Системные риски и провал регулирования. Engineering the financial crisis. Systemic risk and the failure of regulation / Дж. Фридмен, В. Краус ; пер. с англ. – М. : ИРИСЭН ; Мысль, 2012. – 320 с.
8. Інформація про роботу зі зверненнями громадян та юридичних осіб на дії страхових компаній [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://nfp.gov.ua/news/1377.html>.

УДК 339.186

Гризоглазов Д.В.
кандидат економічних наук,
доцент кафедри фінансів і кредиту
Київського національного економічного університету
імені Вадима Гетьмана

Давидов І.А.
аспірант кафедри фінансів і кредиту
Київського національного економічного університету
імені Вадима Гетьмана

ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД ЗДІЙСНЕННЯ ДЕРЖАВНИХ ЗАКУПІВЕЛЬ

Статтю присвячено вивченню фінансово-економічних, організаційних та методологічних аспектів функціонування системи державних закупівель, визначенню переваг та недоліків функціонування теперішньої системи та пошуку дієвих напрямів їх оптимізації.

Ключові слова: державні закупівлі, тендерна процедура, органи місцевого самоврядування, державно-приватне партнерство, комерційний сектор.

Грызоглазов Д.В., Давыдов И.А. ИНОСТРАННЫЙ ОПЫТ ПРОВЕДЕНИЯ ГОСУДАРСТВЕННЫХ ЗАКУПОК

Статья посвящена изучению финансовых, экономических, организационных и методологических аспектов системы закупок, определению сильных и слабых сторон функционирования существующей системы и поиску эффективных направлений их оптимизации.

Ключевые слова: государственные закупки, тендерная процедура, органы местного самоуправления, государственно-частное партнерство, коммерческий сектор.

Gryzoglazov D.V., Davydov I.A. FOREIGN EXPERIENCE OF PUBLIC PROCUREMENT

This article examines the financial, economic, organizational and methodological aspects of the procurement system, determining the strengths and weaknesses of existing systems and find effective directions of their optimization.

Keywords: public procurement, tendering, local authorities, public-private partnership, commercial sector.

Постановка проблеми. Одним з найперспективніших шляхів реалізації концепції раціонального та ефективного використання бюджетних коштів є широке впровадження у сферу закупівель товарів, робіт і послуг для державних потреб єдиної структурованої системи, заснованої на засадах конкурен-

ції, прозорості, недискримінації та децентралізації. У міру зростання обсягу та вартості державних закупівель підвищується їх значення і для забезпечення зайнятості, і для національної економіки в цілому. У більшості країн законодавство із закупівель на ранніх стадіях розроблялося для захисту вітчизняної еко-

номіки. У той же час конкуренція між національними компаніями за державні замовлення збільшувалася тими ж темпами, що і державні витрати на товари та послуги. Законодавство із закупівель на ранній стадії визнавало право національних постачальників на рівне ставлення та отримання рівного доступу до державних контрактів. У результаті, стандартний спосіб закупівлі передбачав публікацію оголошення про заплановані закупівлі, щоб залучити до участі в торгах (як правило, у формі аукціону) всі компанії, зацікавлені в отриманні державного контракту.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дану проблематику вивчали такі автори: Н. Ткаченко [1], В. Морозов [2], С. Козлов [3], В. Колотій [4], О. Грибовський [5], О. Ганчак [6] та інші.

В умовах нової економічної системи механізм здійснення державних закупівель важливо розглядати як інструмент, що дозволяє державі здійснювати належним чином свої функції, паралельно впливаючи на економічні відносини і створюючи сприятливі умови для розвитку певних галузей економіки. Разом з тим, соціальна й економічна складова механізму державних закупівель носить хоч і значний, але не визначальний характер, тоді як забезпечення функціонування держави має пріоритетне значення.

Держава, як правило, не тільки фінансує, а й організовує виробництво окремих груп товарів і послуг. При цьому завдання, поставлені перед державою в ході розподілу суспільних коштів, полягають в наступному: придбання матеріальних благ і послуг, надання яких здійснюється державою в силу історичних та національних традицій; придбання матеріальних благ і послуг, спрямованих на зміцнення безпеки та обороноздатності; організація ефективної соціальної політики в галузі охорони здоров'я, освіти, соціального обслуговування населення.

Мета статті. Дослідити імплементацію зарубіжного досвіду у сфері державних закупівель, а саме механізму країн ЄС, та проаналізувати зміни механізму державних закупівель в Україні.

Виклад основного матеріалу дослідження. Закон України від 25.12.2015 р. № 992-VIII «Про публічні закупівлі» набрав чинності 19.02.2016 р. В даному Законі згрупували нормативно-правовий акт Закон України від 24.05.2012 р. № 4851-VI «Про особливості здійснення закупівель в окремих сферах господарської діяльності» та Закон України від 10.04.2014 р. № 1197-VII «Про здійснення державних закупівель». Також система державних закупівель набула певних змін, модернізацій, які були запропоновані країнами ЄС. Основна ідея цих змін – врегулювання системи державних закупівель, які матимуть неабияке значення в процесі подальшої гармонізації українського законодавства зі стандартами ЄС у найближчі роки [7].

Тому пропонуємо розглянути підхід до здійснення державних закупівель країн ЄС для подальшого порівняння з механізмом України та зі змінами.

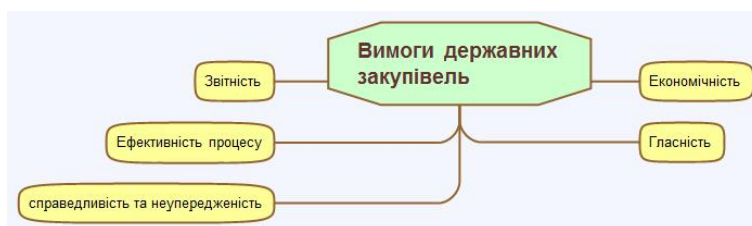


Рис. 1. Вимоги державних закупівель

Джерело: побудовано авторами

Основна мета державних закупівель – краща якість за нижчу ціну. У країнах ЄС також основною метою визначають створення конкурентного середовища, що є інструментом держави для регулювання ринку та створення сприятливих умов.

Основні вимоги державних закупівель зображено на рисунку 1.

Здійснюючи державні закупівлі, необхідно дотримуватися певних принципів (рис. 2).

Державні закупівлі відіграють стратегічно важливу роль у таких сферах:

- 1) модернізація інфраструктури;
- 2) створення нових інформаційних технологій;
- 3) розвиток охорони здоров'я;
- 4) обладнання навчальних закладів;
- 5) будівництво та реконструкція закладів охорони здоров'я і навчальних закладів.

В ЄС введено в дію шість різних директив.

Директиви щодо державної закупівлі [8]:

- 1) Директива Ради 93/36/ЄЕС (про державну закупівлю товарів);
- 2) Директива Ради 93/37/ЄЕС (про державну закупівлю робіт);
- 3) Директива Ради 92/50/ЄЕС (про державну закупівлю послуг);
- 4) Директива Ради 89/665/ЄЕС (про засоби суспільно-правового захисту);
- 5) Директива Ради 93/38/ЄЕС (щодо підприємств з надання комунальних послуг);
- 6) Директива Ради 92/13/ЄЕС (про засоби судового захисту підприємств з надання комунальних послуг).

Положення угод та директив забороняють дискримінацію або обмеження щодо усіх контрактів, незалежно від їх вартості, і застосовуються безпосередньо до державної закупівлі, навіть якщо не посилюються на неї спеціально.

Директиви мають на меті не погодження усіх національних правил державної закупівлі, а уніфікацію процедур, яких мають дотримуватися країни-члени, якщо очікувана вартість закупівель перевищує порогові показники. Директиви застосовуються до окремих державних контрактів, тоді як загальні принципи, закладені у Римській угоді, – до всіх контрактів, незалежно від їх вартості.

Крім того, законодавство ЄС передбачає, що державні підприємства та установи, відповідальні за водопостачання та енергопостачання, транспорт і телезв'язок, повинні керуватися такими принципами:

- відсутність дискримінації;
 - прозорість процедур здійснення закупівель.
- Якщо вартість предмета закупівлі перевищує встановлені директивами порогові показники, повідомлення про закупівлю розміщується у Додатку до Офіційного журналу ЄС (ОЖ) з бази даних із закупівлі TED (щоденні пропозиції в електронному форматі);
- інформування про обрану процедуру присудження контракту;

- відповідність технічним вимогам. Європейські стандарти, якщо такі є, повинні мати пріоритет перед іншими міжнародними або вітчизняними стандартами;

- прозорість процедур добору підрядників і присудження контрактів через використання завчасно сформульованих об'єктивних критеріїв.

Принципи організації закупівель Світового банку. Різні міжнародні організації, наприклад фонди сприяння розвитку, Світовий банк тощо, можуть вимагати вико-

ристання власних правил закупівлі при фінансуванні проекту або наданні позики на фінансування проекту розвитку. Ці правила здебільшого відповідають принципам європейських директив стосовно закупівлі. У директивах вказано, що вони не застосовуються до державних контрактів, які керуються різними процедурними правилами і присуджуються згідно зі спеціальною процедурою міжнародної організації.

Світовий банк та Європейський банк реконструкції та розвитку (ЄБРР), що відіграють важливу роль у підтриманні розвитку та економічного зростання через забезпечення фінансування і впровадження нових для країн з перехідною економікою, користуються процедурами і детальними правилами, а також керівними принципами для здійснення закупівлі в межах проектів і програм, що фінансуються цими організаціями.

В основу вимог Світового банку покладено чотири ключові принципи:

- 1) необхідність економії та ефективності;
- 2) створення для всіх учасників торгів, як з розвинутих країн, так і країн, що розвиваються, можливості конкуренції;
- 3) заохочення розвитку національних ринків державних закупівель;

4) забезпечення прозорості у процесі закупівлі [9].

У більшості випадків ці потреби й інтереси можуть найкраще реалізовуватися через належним чином організовані міжнародні конкурентні торги (МКТ), що передбачають преференційні умови для вітчизняних товарів і, у разі можливості, залучення вітчизняних підрядників для виконання робіт згідно зі встановленими умовами.

Якщо МКТ, з погляду Світового банку, не є, безсумнівно, більш економічними та найефективнішим методом закупівлі, можуть застосовуватися інші методи закупівель, визначені у відповідній Угоді про позику.

Типовий закон про закупівлю товарів, будівельних робіт і послуг – UNCITRAL. UNCITRAL (ЮНСІТРАЛ) – комісія ООН з питань міжнародної торгівлі. Типовий Закон ЮНСІТРАЛ, прийнятий у 1994 р., спрямований на надання допомоги країнам у реформуванні й удосконаленні своїх законів щодо процедур закупівлі. Закон містить процедури, призначені для досягнення цілей конкуренції, прозорості, справедливості та об'єктивності у процесі закупівлі, а отже, вищого рівня економії та ефективності закупівлі [10]. Основними його цілями є:

- максимальна економічність та ефективність закупівлі;

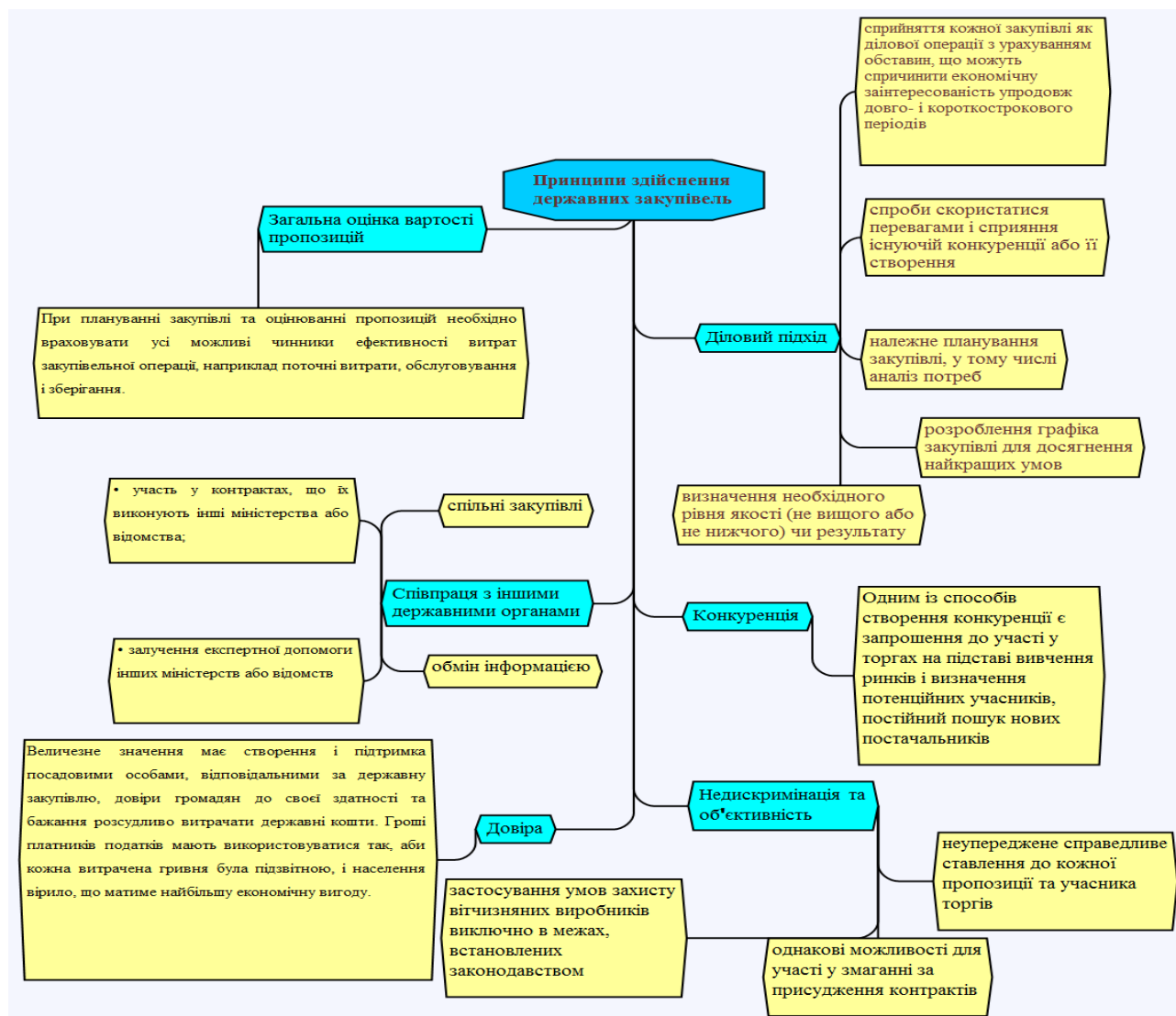


Рис. 2. Принципи здійснення державних закупівель

Джерело: побудовано авторами на основі літератури [8]



Рис. 3. Правила країн ЄС щодо державних закупівель

Джерело: рисунок побудований авторами

- сприяння і заохочення участі у процедурах закупівлі постачальників і підрядників, незалежно від їх національної належності, що сприяє розвитку міжнародної торгівлі;
- сприяння конкуренції серед постачальників і підрядників при постачанні товарів, будівельних робіт або закупівлі послуг;
- забезпечення справедливого і рівноправного ставлення до всіх постачальників і підрядників;
- сприяння чесності, справедливості та довіри громадськості до процесу закупівлі;
- досягнення прозорості процедур, пов'язаних із закупівлею.

У країнах ЄС існують певні правила щодо державних закупівель (рис. 3).

1) Порогові контракти. Директиви ЄС поширюються тільки на договори вище певного рівня вартості, в основному тому, що саме такі договори є важливими в контексті міжнародної торгівлі. Адже основною метою директив є сприяння такій торгівлі, а не регулювання державних контрактів загалом. Однак це не означає, що директиви надають національному законодавству повну свободу щодо присудження контрактів нижче порогової вартості.

2) Суб'єкти, на які поширюється дія директив ЄС. Директиви ЄС про державні закупівлі поширюються на органи державної влади та на інших учасників державного сектора. Має значення саме мета діяльності суб'єкта. Для цього директиви ЄС розрізняють діяльність на комерційній основі та діяльність задля забезпечення суспільних потреб.

3) Технічна специфікація. Третя особливість стосується вимог директив ЄС щодо технічної специфікації – опису вимог до того, що повинно бути

виконано згідно з договором про державні закупівлі. Технічна специфікація є важливим елементом тендерної документації, яку надають учасникам тендера і на основі якої ті готують свої пропозиції.

4) Критерії оцінювання. Ще одна, четверта, властивість стосується критеріїв визначення найкращої пропозиції. Українське законодавство передбачає оцінку вартості пропозиції як основного критерію для визначення переможця, що в умовах невизначеності часто використовують і як єдине можливе мірило (через його відносну об'єктивність і простоту).

5) Охорона довкілля. Особливість закупівель ЄС, на яку варто звернути увагу, полягає в їх використанні як інструмента для реалізації екологічних та інших завдань. Оскільки основна

мета регулювання державних закупівель полягає в тому, щоб зобов'язати державний сектор поводитися в комерційно ефективний спосіб, може виникнути питання щодо того, чи додаткові завдання не спотворюватимуть первинної мети. Певною мірою можна стверджувати, що «зелені» закупівлі насправді мають ключове значення. Прецедентне право ЄС має безліч прикладів, коли вимоги до систем екологічного управління були включені до основних вимог у процесі державних закупівель.

6) Електронні закупівлі. Зважаючи на тенденцію в Україні в останні роки, електронні закупівлі розглядають як окрему процедуру закупівель, яка потребує інших правил та передбачає передусім застосування електронного реверсивного аукціону, де найнижча ціна є єдиним критерієм для вибору постачальника. Положення директив передбачають ширше застосування електронних комунікацій, включаючи використання електронних засобів та пристроїв у системі державних закупівель у цілому. Ідея полягає в тому, щоб замінити традиційні «паперові» процеси на опрацювання стандартних електронних документів, обмін електронними повідомленнями та підтримку автоматизованої обробки документів на кожному етапі процесу державних закупівель [11].

Також в країнах ЄС використовують послуги централізованих закупівельних організацій (ЦЗО). Обов'язкове чи добровільне використання послуг ЦЗО та рамкових угод, ступінь зобов'язання використовувати послуги ЦЗО в різних країнах ЄС суттєво відрізняється. У деяких державах-членах обов'язок закуповувати певні товари чи послуги через ЦЗО стосується лише певних визначених типів замовників. Наприклад, в Австрії, Іспанії та Португалії установи центрального рівня зобов'язані законом здійснювати закупівлі через ЦЗО, а для решти замовників така процедура не є обов'язковою.

У Бельгії встановлено таку обов'язковість у разі перевищення певного вартісного обсягу закупівель, а в Німеччині, де ЦЗО функціонують на рівні Міністерства внутрішніх справ, усі закупівельні тендери федеральних міністерств вище певного порогового рівня повинні проводити виключно через ЦЗО. У деяких державах-членах встановлено обов'язок за обсягом рамкових угод, а в інших такого обов'язку не передбачено. Фінська модель зобов'язує замовників використовувати певний набір рамкових угод ЦЗО, а використання інших договорів має добровільний характер.



Рис. 4. Моделі фінансування ЦЗО

Джерело: побудовано авторами на основі даних [12]

Добровільна система пропонує більшу гнучкість у прийнятті рішень щодо використання чи невикористання рамкових угод залежно від очікуваних результатів. ЦЗО, які функціонують у добровільних чи частково добровільних системах, завжди зацікавлені в підвищенні рівня своїх послуг для гарантування якомога кращих результатів для своїх клієнтів. Тож добровільний характер системи певним чином стимулює конкуренцію серед ЦЗО.

Якщо обов'язок використовувати ЦЗО не встановлено, то замовники при присудженні контрактів можуть знаходити різні причини для використання власних стратегій, які не сприяють поліпшенню закупівельних умов. Необов'язкова система може призвести до сегментування попиту, а тому централізація не досягне передбачених цілей, а саме стандартизації та зниження витрат.

Різні моделі фінансування ЦЗО в ЄС можуть бути згруповані в такі три категорії (рис. 4).

У зв'язку з цим слід відзначити, що в різних країнах моделі фінансування ЦЗО істотно відрізняються. У Франції, Данії, Ісландії та Португалії ЦЗО повністю фінансують коштом зборів, що дає більшу незалежність від власників. Середній розмір збору, який беруть ЦЗО за послуги, у різних державах-членах ЄС становить близько 1,75% від суми закупівлі (у діапазоні від 0,5% до 3%) [12].

Висновки. Жодна країна не може сказати, що розробила ідеальне рішення, яке можна адаптувати в інших країнах. Однак, продовжуючи розвивати свою систему державних закупівель відповідно до стандартів ЄС, Україні корисно вивчити та проаналізувати досвід різних країн ЄС, особливо щодо складніших аспектів державних закупівель. Подальша модернізація української системи державних закупівель продовжить сприяти:

- поліпшенню умов для конкуренції на ринку державних контрактів в Україні унаслідок підвищення рівня законності, відкритості та неупередженості процесу укладення контрактів;

- забезпеченню кращого співвідношення ціни та якості при виборі переможця тендера на державні закупівлі;

- скороченню випадків корупції;
- удосконаленню системи управління;
- проведенню маркетингових досліджень щодо попиту та пропозиції товар чи послуг на ринку для чіткого та ефективного планування закупівель та створення конкурентного середовища на ринку.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Ткаченко Н.Б. Дослідження механізму здійснення державних закупівель в Україні / Н.Б. Ткаченко // Вісник КНТЕУ. – 2005 – № 3. – С. 32–35.
2. Морозов В.В. Основи закупівель товарів, робіт та послуг в проектах (Тендерні процедури та контракти) / В.В. Морозов. – К.: Таксон, 2003. – 744 с.
3. Козлов С.М. Державні закупівлі: проблеми та перспективи / С.М. Козлов // Юридична газета. – 2005. – № 7(43). – С. 4.
4. Колотій В.М. Регулювання правовідносин у сфері державних закупівель в ЄС та в Україні: [наук. видання] / [В.М. Колотій, В.І. Пила, О.П. Шатковський та ін.]. – Міністерство юстиції України, Центр європейського та порівняльного права. – К.: Ніка-Прінт, 2005. – 294 с.
5. Грибовський О.В. Державні закупівлі: проблеми функціонування в Україні / О.В. Грибовський // Фінансовий контроль. – 2006. – № 4(33). – С. 48–50.
6. Ганчак О.А. Історія становлення системи державних закупівель / О.А. Ганчак // Державні закупівлі України. – 2008. – № 10. – С. 16–21.
7. Закон України від 25.12.2015 р. № 992-VIII «Про публічні закупівлі».
8. Шатковський О.П., Файвеш Г. Електронні державні закупівлі: пошук українського шляху / О.П. Шатковський, Г. Файвеш. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://eupublicprocurement.org.ua/e-procurement-finding-a-way-for-ukraine.html?lang=UK>
9. European Investment Bank. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.eib.org/>
10. Американська торговельна палата в Україні. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://chamber.ua/uk/Media/News/5926>.
11. Бруун-Нільсен С. Державні закупівлі: шість ключових уроків від ЄС / С. Бруун-Нільсен // Європейська правда. – 2015. <http://www.eurointegration.com.ua/articles/2015/06/4/7034467/>
12. Історія та перспективи державних закупівель. Розділ IV. – Радник в сфері державних закупівель. – 2016 р.

УДК 336.71:658.014.1(477)

Денис О.Б.*кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри економіки та управління персоналом
Львівського навчально-наукового інституту
ДВНЗ «Університет банківської справи»*

ОЦІНКА РОБОТИ НАГЛЯДОВИХ РАД В БАНКАХ УКРАЇНИ

В статті, на основі опрацювання звітності всіх банківських установ України, проаналізовано роботу наглядових рад банків. Досліджено такі показники роботи наглядових рад: склад, структура та процедури діяльності наглядової ради; роль і незалежність сторонніх директорів; кількість засідань наглядової ради; наявність комітетів у складі наглядової ради; система винагороди наглядової ради; внутрішня система управління ризиками; впровадження внутрішніх положень банку щодо регламентації інститутів корпоративного управління та політик, що обмежують конфлікт інтересів.

Ключові слова: банк, акціонери, корпоративний конфлікт, наглядова рада, банківські ризики.

Денис О.Б. ОЦЕНКА РАБОТЫ НАБЛЮДАТЕЛЬНЫХ СОВЕТОВ В БАНКАХ УКРАИНЫ

В статье, на основе отчетности всех банковских учреждений Украины, проанализирована работа наблюдательных советов банков. Исследованы такие показатели работы наблюдательных советов: состав, структура и процедуры деятельности наблюдательного совета; роль и независимость сторонних директоров; количество заседаний наблюдательного совета; наличие комитетов в составе наблюдательного совета; система вознаграждения наблюдательного совета; внутренняя система управления рисками; внедрение внутренних положений банка по регламентации институтов корпоративного управления и политик, ограничивающих конфликт интересов.

Ключевые слова: банк, акционеры, корпоративный конфликт, наблюдательный совет, банковские риски.

Denys O.B. THE ASSESSMENT OF THE SUPERVISORY BOARDS OF THE BANKS OF UKRAINE

In the article, on the bases of processing all Ukrainian banks reports the work of the supervisory boards of banks is analyzed. The parameters of the Supervisory Board (composition, structure and operating procedures of the Supervisory Board; the role and independence of external directors; the number of Supervisory Board meetings; the presence in the composition of the committees of the Supervisory Board; the system of remuneration of the Supervisory Board; the internal risk management system; implementation of internal regulations of the bank, according to the regulation of corporate governance institutions and policies that limit conflicts of interest.) are investigated.

Keywords: bank shareholders, corporate conflict, supervisory board, bank risks.

Постановка проблеми. Незважаючи на те, що акціонерна форма власності є основною в банківському секторі України, багато важливих питань, що стосуються регулювання корпоративних відносин в банках та ролі наглядових рад банків у збалансуванні конфліктів інтересів стейкхолдерів, залишаються недостатньо дослідженими.

Досвід країн з розвиненими банківськими системами свідчить, що ефективна робота наглядових рад банків є одним з основних механізмів збалансування інтересів акціонерів, менеджерів та вкладників банківських установ.

Період кризи та масових банкрутств банків в Україні висвітлює слабкість інституту наглядових рад банків.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. З огляду на актуальність, проблематика роботи наглядових рад привертала увагу багатьох дослідників. Так, теоретичні основи роботи наглядових рад висвітлені в працях Д. Деніс, Дж. Маконела. Особливості корпоративних відносин в банках та інші ефекти прояву традиційних механізмів корпоративного управління представлено в публікаціях П. Млберта, П. Сайсанеллі. Питання наглядових рад вітчизняних банків розглянуті в працях українських дослідників О. Костюка, Я. Головіної та ін.[1–5].

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Водночас, віддаючи належне напрацюванням науковців, слід зазначити, що сучасні кризові тенденції розвитку банківського сектору України потребують додаткових емпіричних досліджень роботи наглядових рад банків.

Виклад основного матеріалу дослідження. Теоретичні джерела свідчать, що наглядова рада є інститутом, створеним для контролю діяльності правління корпорації в інтересах її власників-акціонерів.

Робота наглядових рад банків має свої особливості, обумовлені галузевою специфікою.

Внаслідок виконання функції грошово-кредитного посередництва в банківських установах виникають дві групи інвесторів – акціонери та вкладники банків. При цьому внески вкладників значно перевищують внески акціонерів, а можливості їх контролю правління є обмеженими.

Особливої ваги інститут наглядових рад набуває в банківських установах країн з високим рівнем концентрації акціонерної власності, оскільки саме ефективна наглядова рада дозволяє обмежити можливості зловживання власника контрольного пакету акцій внесками інших груп принципалів – міноритарних акціонерів та вкладників банків.

Відповідно, до сфери дії наглядової ради банку належить виконання наступних основних функцій: захист інтересів вкладників, акціонерів та інших кредиторів, збереження і примноження вартості банку; визначення зовнішнього аудитора; забезпечення належних систем внутрішнього контролю та управління ризиками; визначення та схвалення заходів на випадок непередбачуваних обставин; визначення джерел капіталізації та іншого фінансування банку.

Частина принципів та процедур роботи наглядових рад банків та нефінансових корпорацій є спільними (оптимальна кількість членів, наявність незалежних членів та комітетів, раціональна кількість засідань наглядових рад, ефективна система винагороди).

Однак, закономірно, що наявність додаткових завдань породжує і додаткові вимоги, що стосуються, насамперед, належного професійного нагляду, підзвітності, об'єктивності та справедливості.

До основних відмінностей формування наглядо-



Рис. 1. Середня кількість засідань наглядових рад банків України у 2015 р.

вих рад банків у зарубіжній практиці можна віднести: більша кількість членів наглядових рад, особлива увага до наявності незалежних членів наглядових рад, використання додаткових внутрішніх інструментів регулювання.

З огляду на складність вирішення завдань наглядовою радою банку, як визнані світові організації, такі як Світовий банк, Базельський комітет та ін., так і науковці особливу увагу акцентують на двох інструментах в діяльності наглядової ради, що дозволяють попередити появу корпоративних конфліктів.

Першим інструментом виступають комітети наглядової ради, головною метою створення яких є надання допомоги наглядові раді для здійснення своїх повноважень щодо нагляду та контролю через додаткове більш глибоке вивчення та підготовку окремих питань, що належать до її компетенції.

З огляду на специфіку банківської діяльності, найбільшу вагу набувають два комітети: аудиторський та комітет з управління ризиками.

Другим, не менш важливим і актуальним для банківської діяльності інструментом попередження появи корпоративних конфліктів є процедури та політики регулювання конфліктів інтересів (розбіжностей між особистими інтересами посадової особи або її пов'язаних осіб та її посадовими (професійними) обов'язками діяти у найкращих інтересах банку) та операцій з пов'язаними особами.

З метою оцінки ефективності механізму наглядових рад банків України та його відповідності кращій міжнародній практиці, нами було проведено дослідження практики наглядових рад в банках України на основі інформації про власників істотної участі банків, представленої на сайті Національного банку України та сайті «НКЦПФР smida» за 2015 р., та порівнянні

особливостей їх роботи з кращою міжнародною практикою [6; 7].

Дослідження роботи наглядових рад в банках України проводилося за наступними напрямками: склад, структура та процедури діяльності наглядової ради; роль незалежності сторонніх директорів; кількість засідань наглядової ради; наявність комітетів у складі наглядової ради; система винагороди наглядової ради; внутрішня система управління ризиками; впровадження внутрішніх положень банку щодо регламентації інститутів корпоративного управління та політик, що обмежують конфлікт інтересів.

Опрацьовано звітність всіх 117 банків України, які відповідно до нового підходу НБУ до групування банків, поділено на чотири групи: банки з державною часткою (7 банків); банки іноземних банківських груп (19 банків); банки 1 групи (більше 0,5% активів банківської системи) (13 банків); банки 2 групи (менше 0,5% активів системи) (78 банків).

Оцінка ключових груп акціонерів та концентрації (середній розмір найбільшого пакету акцій власника істотної участі) показала, що банківський

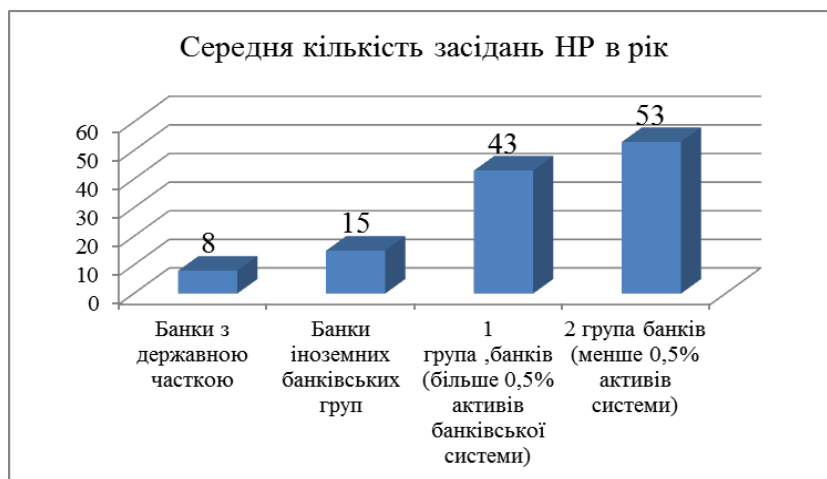


Рис. 2. Структура винагород наглядових рад банків України

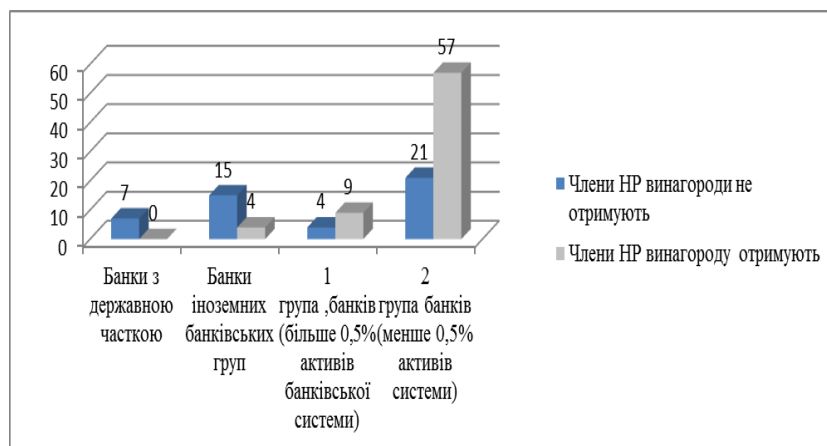


Рис. 3. Виплати винагороди членам наглядових рад в розрізі груп банків

сектор України характеризується високим ступенем концентрації та домінуванням до непрозорої опосередкованої участі в капіталі банків.

За нашими розрахунками, розмір середньої сукупної участі найбільшого акціонера становив 73,36%, при цьому розмір прямої істотної частки складав 38,52%, опосередкованої – 36%.

Результати дослідження роботи наглядових рад показали наступне.

У всіх банках України є створені наглядові ради, оскільки наявність наглядової ради є вимогою Закону «Про банки і банківську діяльність» [8].

Аналіз кількості членів наглядових рад банків показав, що середній розмір кількості наглядових рад банків складає 5–6 осіб, при цьому більшість банків I та II груп формують ради з 5 осіб, тоді як для іноземних та державних банків характерними є більші ради. Загалом всього 18,8 % банків мали ради, що перевищували 5 осіб, з них 9 банків іноземних банківських груп та 6 державних банків [7].

Ситуація в Україні не відповідає кращій міжнародній практиці щодо формування великих рад в банках.

Якщо в класичній теорії корпоративного управління наглядові ради є «міні-загальними зборами акціонерів», призначеними контролювати менеджерів, то у вітчизняних реаліях більшість наглядових рад більше стають інструментами оперативного управління.

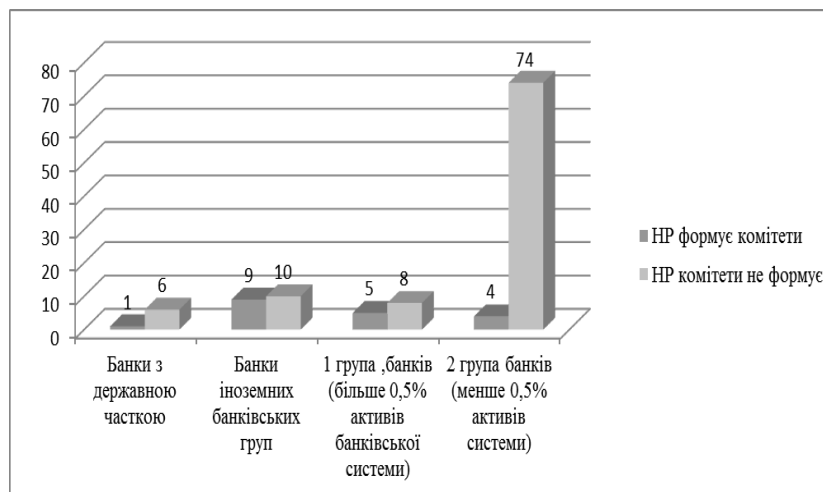


Рис. 4. Формування комітетів наглядовими радами банків України в розрізі груп банків

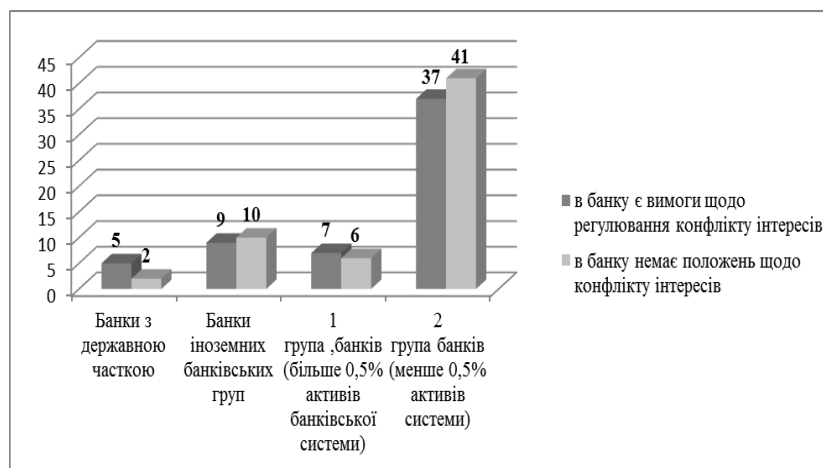


Рис. 5. Впровадження положень щодо конфлікту інтересів банками України

Так, середня кількість засідань наглядових рад становить 42 рази на рік. Зазначимо, що ця цифра залишається незмінною практично роки. Найбільш часто проводять засідання наглядових рад вітчизняних банків, особливо банків 2 групи (рис. 1).

Разом з цим, при надмірному втручанні наглядової ради в оперативне управління банком, більшість банків (61%) декларують про безоплатну роботу наглядової ради. Це дозволяє припустити, що частина членів наглядових рад є безпосередньо крупними акціонерами банків або представляють інтереси останніх [7].

З банківських установ, які звітують про роботу наглядової ради на платній основі, 22% оприлюднюють інформацію про фіксовані суми винагород членів наглядової ради, в 11% на платній основі працює лише голова наглядової ради (рис. 2) [7].

Аналіз виплат винагород членам наглядової ради в розрізі груп банків показав, що найбільш схильні виплачувати винагороди власники 1 та 2 груп (рис. 3).

Оцінка формування комітетів наглядовими радами банків в Україні показала що комітети у складі наглядових рад є лише у 16% банків (19 установ), з них: 5 банків належать до першої групи, 4 банки – до 2 групи, 9 – до банків іноземних банківських груп і 1 державний банк [7].

Більшість банків створюють один комітет у складі наглядової ради. Так, по одному комітету мали 16 банків, два банки створили по два комітети в складі наглядової ради і лише наглядова рада одного банку створила три комітети (рис. 4) [7].

Щодо сфери діяльності комітетів, то найбільш поширеними є комітети з аудиту (їх створили наглядові ради 10 банків).

Дані, які оприлюднюють банки, показують, що застосування Національних принципів корпоративного управління та Методичних рекомендацій НБУ щодо організації корпоративних відносин в діяльності банків залишається на низькому рівні.

Оцінка внутрішніх політик регулювання конфлікту інтересів показала, що лише 46,15% банків (54 установи) у внутрішніх положеннях зазначають вимоги щодо відсутності конфлікту інтересів.

Дані рис. 5 свідчать, що суттєвих відмінностей в розрізі груп банків, контролюючих інвесторів фізичних та юридичних осіб щодо прийняття політик регулювання конфліктів інтересів, не спостерігається.

Зазначимо також, що частка банків, в яких розмір найбільшого пакета сукупної участі перевищує 75%, що визначає вимоги щодо конфлікту інтересів, теж не суттєво перевищує середній показник по сектору (48,3%). Відсутність коливань показника відносно банків, де проблема конфлікту інтересів є особливо актуальною, дозволяє зробити висновок про формальний підхід до вирішення проблеми конфлікту інтересів в банках.

Оцінка наявності кодексів корпоративного управління показала, що їх прийняли майже половина банків (49,57%) [7].

Найбільш активними при прийнятті кодексів були банки 2 групи (кодекс прийняли 42 установи). З інших груп дані показали, що кодекс є у 8 банків 1 групи, 5 банків іноземних банківських груп і 3 державних банки.

З огляду на те, що важливим інститутом, діяльність якого спрямована на зниження рівня інформаційної асиметрії в банках, є інститут корпоративного секретаря, ми проаналізували наявність цієї структури в банках України.

Дані свідчать, що, незважаючи на популяризацію найкращої міжнародної практики щодо впровадження посади корпоративного секретаря зі сторони регуляторів, посада його запроваджена лише у 30,1% банків (36 установ) [7].

У відсотковому співвідношенні щодо банків своєї групи найбільш активними при впровадженні посади корпоративного секретаря були державні банки. Так, посаду корпоративного секретаря впровадили 5 банків 1 групи (38,46% від банків групи), 6 банків іноземних банківських груп (31,58% від банків групи), 5 державних банків (70,42% від банків групи) та 20 банків 2 групи (25,64% від банків групи) [7]. Що характерно, суттєвих коливань показника в залежності від кількості контролюючих акціонерів не спостерігається.

Висновки. За рядом характеристик наглядові ради банків, які контролюються різними типами власників, мають схожі риси, формально відповідають вимогам чинного законодавства і не відповідають міжнародній практиці.

У подібних випадках менеджмент орієнтується виключно на мажоритарних власників і повністю від них залежить. При цьому юридичну відповідальність власник не завжди несе, а заручниками прийнятого рішення у випадку понесених банком збитків можуть стати його вкладники.

У підсумку, зазначена система врегулювання корпоративних відносин в банках створює високі організаційні ризики, що породжують ряд інших банківських ризиків.

З огляду на вищенаведене, на думку автора, подальші тенденції розвитку корпоративних відносин в банківському секторі України в значній мірі залежатимуть від наявності чи відсутності обмежень на монополію при прийнятті стратегічних рішень власниками.

До обмежень, які в підсумку дозволили б знизити ймовірність зловживань власника контрольного пакету акцій, належать, на думку автора, додаткові вимоги до наглядових рад. У ряді європейських країн із високим рівнем концентрації власності монополий вплив власників контрольних пакетів акцій на управління обмежується вимогами до термінів повноважень та структури наглядової ради за різними критеріями.

Наприклад, можна навести наступні: у Німеччині та Франції членів спостережних рад обирають на термін не більше ніж чотири роки; в Німеччині як правило, чисельність спостережної ради формується в залежності від чисельності працівників та розміру статутного фонду. Так, у невеликих корпораціях (менше 500 працівників) акціонери обирають увесь склад наглядової ради, у середніх – дві третини, а

у великих корпораціях акціонери мають право обирати тільки половину членів ради. В товариствах зі статутним фондом до 3 млн. марок число членів спостережної ради може бути до дев'яти чоловік, більш як 3 млн. марок – 15, більш як 30 млн. марок – до 21 особи [9]; у Франції для фірм, що використовують дворівневу модель корпоративного управління, 1/3 частина членів ради директорів призначається трудовим колективом, у Люксембурзі частка призначених трудовим колективом членів ради директорів становить 1/2, у Швеції трудовий колектив призначає 2 або 3 членів ради директорів, 1/3 від загальної кількості членів ради призначається працівниками в Австрії та Нідерландах [10].

На нашу думку, адаптуючи міжнародний досвід з врахуванням специфіки банківського бізнесу в Україні, для попередження появи корпоративних конфліктів в банківському секторі України при формуванні внутрішніх механізмів врегулювання корпоративних конфліктів доцільним на законодавчому рівні є наступне:

- встановлення вищої кількості наглядових рад банків. Кількість членів наглядових рад повинна визначатися у тісній прив'язці до розміру капіталу банку, і, відповідно, потенційного системного ризику, що може виникнути внаслідок його банкрутства;
- зміна вимог до структури наглядової ради через включення в раду працівників банків, та, в окремих випадках, за необхідності, працівників Центрального банку;
- усунення можливості «пожиттєвого виконання» обов'язків членами наглядових рад через введення обмежень на переобрання.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Ciancanelli P., Gonzalez J. Corporate Governance in Banking: A Conceptual Framework Working paper / P. Ciancanelli, J. Gonzalez. European financial management association conference. Athens, June 2000. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=253714.
2. P. Ciancanelli. Corporate Governance in Banking: A Conceptual Framework / Ciancanelli. P. Social Science Research Network Electronic Paper. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://papers.ssrn.com/paper.taf?abstract_id=253714
3. P.O. Mylbert. Corporate Governance of Banks after the Financial Crisis / Mylbert P.O. – Theory, Evidence, Reforms Working Paper №151. – 2010.
4. Корпоративне управління в банку [монографія] / Костюк О.М. – Суми: ДВНЗ «УАБУ НБУ», 2008. – 332 с.
5. Denis D.K., McConnell J.J. «International Corporate Governance» (2001). Purdue CIBER Working Papers. Paper 17. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://docs.lib.purdue.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1016&context=ciberwp>
6. Інтернет-ресурс Національного банку України. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.bank.gov.ua>
7. Інтернет-ресурс звітності емітентів в Україні. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.smida.gov.ua>
8. Закон України «Про банки і банківську діяльність». – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/2121-14>
9. Матеріали Міжнародної фінансової корпорації.
10. Ключко В.Н. Германская модель корпоративного управления: генезис, особенности и тенденции / В.Н. Ключко. // Менеджмент в России и за рубежом. – 2006. – № 6. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://dis.ru/library/561/25871/>.

УДК 336.711

Закутня А.О.

аспірант кафедри бухгалтерського обліку і аудиту
Навчально-наукового інституту бізнес-технологій
«Українська академія банківської справи»
Сумського державного університету

ОЦІНКА ІНФЛЯЦІЙНИХ ЗВІТІВ ЦЕНТРАЛЬНИХ БАНКІВ КРАЇН СВІТУ З ПОЗИЦІЇ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ТРАНСПАРЕНТНОСТІ МОНЕТАРНОЇ ПОЛІТИКИ

Реалізація стратегії інфляційного таргетування центральним банком пов'язана з публічним оголошенням цільових орієнтирів з інфляції та зобов'язанням центрального банку досягти цих цілей. Основним елементом комунікаційної політики є Інфляційний звіт. У статті здійснено оцінку якості Інфляційних звітів центральних банків 15 країн світу, які застосовують режим інфляційного таргетування, з позиції забезпечення транспарентності монетарної політики. На основі проведеного дослідження з використанням пакету STATISTICA 10 доведено наявність статистичного зв'язку між якістю інфляційних звітів та передбачуваністю монетарної політики.

Ключові слова: центральний банк, монетарна політика, транспарентність, інфляційний звіт, інфляційне таргетування.

Закутня А.А. ОЦЕНКА ИНФЛЯЦИОННЫХ ОТЧЕТОВ ЦЕНТРАЛЬНЫХ БАНКОВ СТРАН МИРА С ПОЗИЦИИ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ТРАНСПАРЕНТНОСТИ МОНЕТАРНОЙ ПОЛИТИКИ

Реализация стратегии инфляционного таргетирования центральным банком связана с публичным объявлением целевых ориентиров инфляции, а также с обязательством центрального банка достичь этих целей. Основным элементом коммуникационной политики является Инфляционный отчет. В статье осуществлена оценка качества Инфляционных отчетов центральных банков 15 стран мира, которые применяют режим инфляционного таргетирования, с позиции обеспечения транспарентности монетарной политики. На основе проведенного исследования с использованием пакета STATISTICA 10 доказано наличие статистической связи между качеством инфляционных отчетов и предсказуемостью монетарной политики.

Ключевые слова: центральный банк, монетарная политика, транспарентность, инфляционный отчет, инфляционное таргетирование.

Zakutnia A.O. EVALUATION OF THE INFLATION REPORTS OF CENTRAL BANKS AROUND THE WORLD IN VIEW OF ENSURING MONETARY POLICY TRANSPARENCY

Implementation of inflation targeting strategy by central bank is connected with public announcement of inflation targets and central bank's obligation to achieve these goals. Inflation Reports have generally become the central element of communication policy. The study offers an evaluation of the Inflation Reports produced by 15 inflation-targeting central banks. Statistical relationship between the quality of inflation reports and predictability of monetary policy was proved by using STATISTICA 10 package.

Keywords: central bank, monetary policy, transparency, Inflation Report, inflation targeting.

Постановка проблеми. Упродовж останніх трьох десятиліть більшість економічно розвинутих країн та країн, що розвиваються, удосконалювали свою монетарну політику шляхом включення таргетування інфляції до організаційно-правової бази її реалізації. Інфляційні звіти є основним інструментом комунікацій з учасниками фінансового ринку. Саме тому необхідним є проведення оцінки якості інфляційних звітів центральних банків країн світу, які застосовують режим інфляційного таргетування.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблеми транспарентності монетарної політики та системи комунікацій центральних банків з громадськістю привертають увагу багатьох дослідників на сьогодні, здебільшого, з країн Північної Америки та Європейського Союзу, таких як П. Сіклос [8], С. Ейфінгер [3], П. Гераатс [6], Д. Стасаваже [9] та інші. Що стосується дослідження значення інфляційних звітів для забезпечення транспарентності монетарної політики, а також оцінки їх якості, слід виокремити праці М. Андерсона [1] та Л.І.О. Свенсона [10]. В Україні наукові здобутки з досліджуваної нами тематики представлені працями В.П. Гордієнко [11], К.К. Мельника [13], С.Р. Моїсєєва [14].

Мета статті. На сьогоднішній день в Україні лише розпочато дослідження поняття транспарентності, її складових та комунікаційних каналів центрального банку. У той же час зарубіжна наука перебуває на етапі розробки та удосконалення інструментарію кількісного аналізу рівня транспарентності моне-

тарної політики. У контексті розширення кількості країн, які перейшли до режиму інфляційного таргетування, вважаємо необхідним проведення якісного аналізу Інфляційних звітів та кількісної оцінки статистичного зв'язку між якістю інфляційних звітів та передбачуваністю монетарної політики.

Виклад основного матеріалу дослідження. Вперше режим таргетування інфляції запровадив центральний банк Нової Зеландії у грудні 1989 р. [7]. На сьогодні кількість країн, що застосовують на практиці даний монетарний режим, становить 43, з них (за класифікацією Світового банку) з високим рівнем доходу – 15, з рівнем доходів вище за середній – 15, нижче середнього – 11 та з низьким рівнем доходів – 2 (рис. 1). Єдиними країнами, центральні банки яких формально припинили застосовувати режим таргетування інфляції, є Фінляндія, Іспанія та Словаччина, оскільки ці країни вступили в ЄС і делегували повноваження щодо монетарної політики Європейському центральному банку [11].

Центральні банки використовують різноманітні інструменти комунікації з учасниками фінансового ринку: прес-релізи, прес-конференції, публікації протоколів засідань Ради директорів, публікації прогнозів та статистичних даних [13]. Проте, на нашу думку, основним елементом комунікаційної політики центрального банку, що застосовує режим інфляційного таргетування, є Інфляційний звіт.

У контексті нашого дослідження вважаємо за потрібне здійснити оцінку якості Інфляційних звітів центральних банків країн світу, які застосо-

вують режим інфляційного таргетування, з позиції забезпечення транспарентності монетарної політики. Вибірка складається з 14 країн (Австралія, Велика Британія, Ісландія, Ізраїль, Канада, Таїланд, Нова Зеландія, Норвегія, ПАР, Польща, Угорщина, Чехія, Швеція, Швейцарія), які перейшли до режиму інфляційного таргетування.

Перейдемо до оцінки Інфляційних звітів, опублікованих центральними банками у 2016 р., експертним методом з використанням методики, розробленої А. Фракасо [5] (табл. 1). Перший критерій оцінки – «переконливість» звіту. Його суть полягає у оцінці довіри користувачів до дій центрального банку шляхом визначення рівня аргументованості рішень центрального банку щодо монетарної політики. Загальна оцінка експертів є задовільною. За рідкісним винятком, користувачі не довіряють монетарним регуляторам. Варто зробити акцент на Великій Британії, яка отримала максимальну оцінку за цим критерієм.

Наступним критерієм оцінки є повнота звіту, тобто чи знайшли експерти відповіді на всі запитання, які виникали у них стосовно реалізації монетарної політики за умов режиму інфляційного таргетування. Результати свідчать, що деякі центральні банки (Швейцарія, Австралія, Польща) свідомо не включають всю інформацію до інфляційних звітів, а оголошують її через інші комунікаційні інструменти, щоб пересічному громадянину без відповідної освіти було складно знайти інформацію, яка його цікавить. Крім того, деяка важлива інформація публікується тільки один раз на рік в річному звіті банку. У цьому

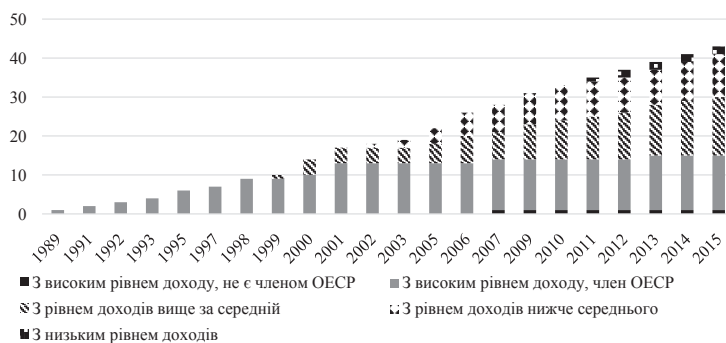


Рис. 1. Хронологія запровадження режиму інфляційного таргетування центральними банками країн світу

Джерело: складено автором на основі [4; 7; 11; 2]

контексті важливим є наступний аспект – стиль викладу інформації. Більшість центральних банків отримали позитивну оцінку. На нашу думку, основні проблеми у розумінні звіту можуть бути пов'язані з перекладом його з мови оригіналу на англійську.

Більшість центральних банків близькі до досягнення максимальних оцінок щодо кількості оголошуваної інформації. Слід відмітити, що у повній мірі розкривається інформація щодо рівня інфляції та поточних цін. Дещо гірша ситуація з інформацією щодо економічного зростання. Так, навіть центральні банки, що використовують правило Тейлора, надають неповну інформацію щодо темпів зростання економіки. У такий спосіб монетарні регулятори намагаються акцентувати увагу користувачів на показнику рівня інфляції та зменшити роль зростання при формуванні монетарної політики.

Таблиця 1
Загальна оцінка інфляційних звітів країн світу (мінімальне значення – 0, максимальне – 10)

Країна	Переконливість		Повнота розкриття інформації		Стиль написання		Інформація, що надається		Середнє значення за показниками (переконливість, повнота, стиль, інформація)*		Є зрозумілою для			
	Значення	σ	Значення	σ	Значення	σ	Значення	σ	Значення	σ	Економістів		Не економістів	
Австралія	4,4	1,7	3,2	1,3	7,6	1,7	4,2	1,3	4,4	1,7	8,2	2,5	7,0	2,3
Велика Британія	9,2	0,4	8,9	0,2	10,0	0,0	9,2	0,4	9,2	0,4	9,1	0,7	6,3	0,8
Ісландія	7,8	1,7	7,2	0,8	7,4	1,5	6,6	1,1	7,8	1,7	8,8	0,5	5,8	2,7
Ізраїль	6,6	0,4	5,0	1,4	7,4	0,9	7,6	1,9	6,6	0,4	8,8	1,1	5,8	1,9
Канада	5,4	1,7	4,4	1,1	9,0	0,7	7,4	0,9	5,4	1,7	9,8	0,4	7,0	1,9
Нова Зеландія	8,4	0,4	7,6	0,5	9,2	0,8	8,4	0,5	8,4	0,4	9,6	0,5	7,4	1,9
Норвегія	6,8	1,7	5,6	1,5	7,6	0,9	7,2	0,4	6,8	1,7	7,6	1,5	5,0	2,3
ПАР	5,8	0,4	4,6	1,3	7,0	0,7	5,2	1,3	5,8	0,4	9,2	1,1	7,8	1,6
Польща	5,2	1,7	4,2	1,1	7,0	1,0	5,8	1,3	5,2	1,7	7,6	1,3	4,6	2,1
Таїланд	7,6	0,4	7,8	1,3	7,0	1,2	7,6	0,9	7,6	0,4	8,6	1,1	5,8	1,3
Україна	6,0	1,7	4,4	1,5	6,8	2,8	4,1	1,9	6,0	1,7	8,2	0,9	6,1	2,6
Угорщина	7,1	0,4	5,2	2,2	7,2	2,3	8,6	2,3	7,1	0,4	8,0	1,0	4,8	2,0
Чехія	6,9	1,7	7,2	1,3	7,6	1,1	8	1	6,9	1,7	6,4	0,8	4,8	1,8
Швеція	7,0	0,4	5,6	1,9	7,6	1,1	7,2	1,3	7,0	0,4	8,4	1,7	5,2	2,6
Швейцарія	5,8	1,7	4,0	2,3	8,2	1,1	4,8	2,8	5,8	1,7	9,0	0,7	6,4	1,1

Примітка: * – розраховано з метою проведення кількісної оцінки статистичного зв'язку між якістю інфляційних звітів та передбачуваністю монетарної політики

Джерело: складено автором

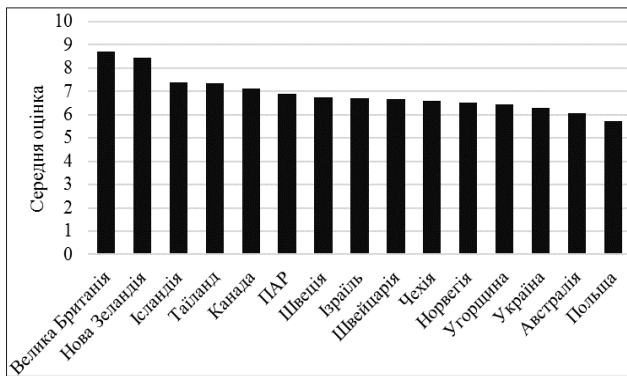


Рис. 2. Середня оцінка інфляційних звітів країн світу
Джерело: складено автором

Цікавим є останній критерій оцінки, який демонструє різницю в сприйнятті змісту інфляційного звіту економістами та не економістами. З даних, наведених у таблиці 1, очевидним є факт, що всі звіти є зрозумілими для економістів. У той же час людям, які не мають фахової освіти, складно було зрозуміти зміст звітів Ізраїлю, Ісландії, Польщі та Швейцарії.

Усереднені підсумкові показники у розрізі досліджуваних центральних банків наведено на рисунку 2. Так, цілком закономірно, що найвищу оцінку отримав Банк Англії, який публікує найзмістовніший та найдеталізованіший інфляційний звіт. Другим за якістю Інфляційного звіту є Резервний Банк Нової Зеландії – країни, яка перша запровадила режим інфляційного таргетування та почала публікацію інфляційних звітів.

Наступним кроком нашого дослідження є оцінка зв'язку передбачуваності монетарної політики та якості інфляційних звітів. Для кількісної оцінки статистичного зв'язку скористаємось рівнянням регресії, запропоноване А. Фракасо [5]:

$$S_i = \alpha_0 + \sum_{j=1}^n \alpha_j Ch_i^j + \sum_{k=1}^m \beta_k C_i^k + u_i, \quad (1)$$

де S – ступінь неочікуваності (surprise) для учасників фінансового ринку змін в монетарній політиці;

Ch – характеристики інфляційних звітів, які впливають на сприйняття учасниками фінансового ринку рішень щодо монетарної політики (characteristic);

C – макроекономічні показники, які впливають на сприйняття учасниками фінансового ринку рішень щодо монетарної політики (control).

Розглянемо більш детально етапи застосування запропонованого економіко-математичного підходу.

1. Розрахунок ступеня неочікуваності зміни відсоткової ставки центрального банку для учасників фінансового ринку у зв'язку з проведенням засідань Комітету з монетарної політики. Відомо, що на очікування учасників фінансового ринку у період до та після оголошення рішення Комітету впливає публікація офіційного оголошення про засідання на сайті центрального банку, а основним індикатором зміни очікувань є зміна ринкової відсоткової ставки [5]. Тому i_t^h позначимо ринкову процентну ставку за борговим зобов'язанням строком h на певну дату t (день, коли відбулася зустріч Комітету з монетарної політики з метою прийняття рішення щодо того, збільшити, зменшити чи залишити незмінною відсоткову ставку). У нашому дослідженні ми використовуємо щоденні дані за відсотковими ставками, тому найближчим датами до та після дати оголошення рішення про зміну політики, буде $D-1$ та $D+1$ відповідно. Таким чином, ступінь неочікуваності змін в монетарній політиці буде розрахований наступним чином:

$$S = \Delta_t^h = i_{t+1}^h - i_{t-1}^h, \quad (2)$$

де $S = \Delta_t^h$ – міра неочікуваності для учасників фінансового ринку змін монетарної політики (surprise);

i_{t+1}^h – ринкова процентна ставка за борговим зобов'язанням строком h (1, 3 та 12 місяців) на певну дату t .

Для дослідження нами було використано набір даних щодо розміру ринкової процентної ставки за борговими цінними паперами строком 1, 3 та 12 місяців за період з 01 січня 2014 р. по 01 серпня 2016 р. Інфляційний звіт центрального банку Ісландії було виключено з оцінки (порівняно з дослідженням, проведеним вище) у зв'язку з тим, що центральний банк не анонсує засідання Комітету з монетарної політики.

За результатами розрахунків $S = \Delta_t^h$ для кожної країни було визначено середнє значення показників:
– ABS^h – середнє значення абсолютних значень Δ_t^h ;
– $ABS^{\uparrow h}$ – середнє значення абсолютних значень Δ_t^h за умови, що значення відсоткової ставки було збільшено;

Таблиця 2

Зміна міжбанківської процентної ставки за кредитами строком на 3 місяці, пов'язана з проведенням засідання Комітету з монетарної політики, % (курсивом позначено кількість спостережень)

Країна	ABS ^h		ABS ^{↑h}		ABS ^{↓h}		ABS _{no} ^h	
Австралія	0,016	28	0,000	0	0,050	3	0,012	25
Велика Британія	0,003	36	0,000	0	0,000	0	0,003	36
Ізраїль	0,007	31	0,000	0	0,020	4	0,005	27
Канада	0,023	26	0,000	0	0,249	2	0,004	24
Нова Зеландія	0,044	20	0,110	5	0,030	4	0,018	11
Норвегія	0,062	15	0,000	0	0,045	4	0,068	11
ПАР	0,242	16	0,340	5	0,000	0	0,197	11
Польща	0,049	31	0,000	0	0,051	2	0,049	29
Таїланд	0,029	20	0,000	0	0,09	3	0,018	17
Україна	1,327	15	1,580	5	1,117	6	1,325	4
Угорщина	0,047	31	0,000	0	0,0936	14	0,009	17
Чехія	0,003	20	0,000	0	0,000	0	0,003	20
Швеція	0,011	16	0,000	0	0,016	6	0,008	10
Швейцарія	0,009	12	0,000	0	0,002	1	0,010	11

Джерело: складено автором

– $ABS\downarrow^h$ – середнє значення абсолютних значень Δ_B^h за умови, що значення відсоткової ставки було зменшено;

– $ABS_по^h$ – середнє значення абсолютних значень Δ_B^h за умови, що значення відсоткової ставки залишилось незмінним.

Слід зробити акцент на тому, що ступінь неочікуваності змін в монетарній політиці не є чутливим до періоду кредитування (розрахований коефіцієнт кореляції між ABS^1-ABS^3 ; ABS^1-ABS^{12} ; ABS^3-ABS^{12} дорівнює 99, 94, 98 відповідно), тому для подальших розрахунків будемо використовувати значення ступеня неочікуваності, виходячи зі ставки 3-місячного строку кредитування, яка є в наявності для всіх країн (табл. 2).

2. Визначення змінних, що характеризують якість інфляційних звітів досліджуваних країн. У зв'язку з тим, що наше дослідження базується на незначній кількості спостережень (14 країн), слід обирати для аналізу невелику кількість незалежних змінних. Крім того, вище нами було зазначено, що центральні банки, які мають високі бали за одним критерієм якості звіту, матимуть високі бали за іншими критеріями. У результаті побудови кореляційної матриці нами було встановлено критерії, які корелюють з результативною ознакою (ступеня неочікуваності (surprise)), нами було обрано наступні характеристики інфляційних звітів, які впливають на сприйняття учасниками фінансового ринку рішень щодо монетарної політики:

– переконливість (наскільки користувачі довіряють центральному банку, чи в повній мірі центральний банк аргументує прийняті рішення щодо монетарної політики);

– повнота розкриття інформації (чи знайшли експерти відповіді на всі запитання, які в них виникали стосовно реалізації монетарної політики);

– стиль написання (викладу матеріалу);

– кількість інформації, що надається.

Слід зазначити, що перелічені змінні мають високий ступінь кореляції між собою, тому для наочності нами введено додатковий узагальнюючий показник – «загальна оцінка звіту» (незважає середнє значення за чотирма показниками).

Включення більше ніж одного показника якості інфляційного звіту до регресійного моделі є неможливим через значний ступінь мультиколінеарності змінних. Як результат, ми не можемо визначити, наскільки важлива одна характеристика, порівняно з іншою.

3. Визначення макроекономічних показників, які впливають на сприйняття учасниками фінансового ринку рішень щодо монетарної політики. На ступінь передбачуваності монетарної політики впливають не тільки якість інфляційного звіту та ступінь розвитку комунікацій центрального банку з громадськістю, але й економічне середовище в країні. У результаті

побудови кореляційної матриці та виключення критеріїв, які слабо корелюють з результативною ознакою, у регресійну модель нами введено додаткові незалежні змінні:

– середнє значення інфляції за аналізований період (IL);

– зростання рівня ВВП (середнє значення за період) (GDP).

4. Інтерпретація результатів регресійного аналізу. У зв'язку з тим, що значення ступеня неочікуваності (surprise) для учасників фінансового ринку змін в монетарній політиці є додатним за своїм визначенням, ми трансформували її в форму натурального логарифма, щоб мати впевненість у тому, що результати регресії також будуть додатними. Результати регресійного аналізу наведено в таблиці 3. Незалежні (контрольні) змінні мають додатний вплив на ступінь неочікуваності, а, отже, рішення з монетарної політики набагато складніше передбачити в умовах макроекономічної нестабільності. Що стосується змінних, які характеризують якість інфляційних звітів, то (як і очікувалося) вони мають негативний вплив на рівень неочікуваності. П'ятий, введений нами показник, також має високий ступінь кореляції та підтверджує висунуту нами гіпотезу, що публікація якісних інфляційних звітів зменшує ступінь невизначеності в економіці.

Висновки. Підсумовуючи викладені вище результати дослідження, можна зробити висновок, що останнім часом значно зросла кількість країн, які включили або розглядають питання про включення таргетування інфляції до організаційно-правової бази грошово-кредитної політики. Реалізація зазначеної монетарної стратегії пов'язана з публічними оголошенням цільових орієнтирів з інфляції та зобов'язанням центрального банку досягти цих цілей. Саме тому стратегія комунікації центрального банку стає ключовим моментом у підвищенні ефективності грошово-кредитної політики у контексті таргетування інфляції. Основним елементом комунікаційної політики є Інфляційний звіт.

Нами було здійснено оцінку якості Інфляційних звітів центральних банків країн світу, які застосовують режим інфляційного таргетування, з позиції забезпечення прозорості монетарної політики. За результатами дослідження можна стверджувати, що найвищу оцінку отримав Банк Англії, який публікує найзмістовніший та найбільш детальний інфляційний звіт. Другим за якістю інфляційного звіту є Резервний Банк Нової Зеландії. Доказом того, що центральні банки знаходяться на шляху підвищення рівня прозорості своєї діяльності та розширення каналів комунікацій, є високі оцінки інших центральних банків. Навіть інфляційні звіти країн, які знаходяться в кінці рейтингу, оцінені досить високо (від 5,5 до 6,8 балів з 10).

Таблиця 3

Результати регресійного аналізу впливу якості інфляційного звіту на ступінь невизначеності

№ з/п	Контрольні змінні		Незалежні змінні (характеристики інфляційних звітів)					R ²	Критерій Фішера F _{факт} > F _{табл}
	IL	GDP	CONV	COMP	STYLE	INF	COMB		
1	1,87	1,2	-0,28					0,67	6.89 > 3,71
2	1,81	1,16		-0,31				0,68	7.33 > 3,71
3	1,39	0,75			-0,28			0,67	7 > 3,71
4	1,91	1,35				-0,36		0,69	7,65 > 3,71
5	1,83	1,23					-0,35	0,70	7.86 > 3,71

Джерело: складено автором

Також нами було доведено статистичний зв'язок між якістю інфляційних звітів та транспарентністю центральних банків (у контексті передбачуваності монетарної політики). Але такий статистичний зв'язок не є причинно-наслідковим. Результати дослідження можна інтерпретувати двояко. Так, якісні інфляційні звіти підвищують рівень довіри користувачів та допомагають їм передбачати дії монетарного регулятора. Але, з іншого боку, результати дослідження можуть свідчити про те, що центральні банки розвинених країн (які мають штат висококваліфікованих працівників та високий рівень транспарентності) дотримуються вимог «Кодексу належної практики по забезпеченню прозорості у грошово-кредитній і фінансовій політиці» та публікують якісні інфляційні звіти.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

- Andersson M. Monetary Policy Signaling and Movements in the Swedish Term Structure of Interest Rates / [M. Andersson, H. Dillén, P. Sellin] // Sveriges Riksbank Working Paper. – 2001. – № 132.
- Bordo M. Central Bank Credibility, Reputation and Inflation Targeting in Historical Perspective / M. Bordo, P. Siklos // NBER Working Paper. – № 20693. – 2014. – [Electronic resource]. – Access mode : <http://www.nber.org/papers/w20693>.
- Eijffinger Sylvester C.W. How Transparent Are Central Banks? / [Sylvester C.W., Petra M. Geraats] // European Journal of Political Economy. – 2006. – № 31(9). – P. 159–173.
- Faust J. Transparency and credibility: monetary policy with unobservable goals / [J. Faust, Lars E.O. Svensson]. – [Electronic resource]. – Access mode : <http://www.federalreserve.gov/pubs/ifdp/1998/605/ifdp605.pdf>.
- Fracasso A. How do central banks write? An Evaluation of Inflation Targeting Central Banks / [A. Fracasso, H. Genberg, C. Wyplosz] // International Center for Monetary and Banking Studie. – [Electronic resource]. – Access mode : <http://www.norges-bank.no/Upload/import/konferanser/2003-05-05/data/fracasso.pdf>.
- Geraats P. Why about transparency? The publication of Central bank forecasts / P. Geraats // ECB Working Paper. – 2001. – №41.
- Quinonez S.J. Inflation Targeting: A Panel Approach / S.J. Quinonez // Utah State University. – 2015. – [Electronic resource]. – Access mode: <http://digitalcommons.usu.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1693&context=gradreports>.
- Siklos P.L. Monetary Policy Transparency, Public Commentary, and Market Perceptions about Monetary Policy in Canada / P.L. Siklos // Discussion Paper Series 1: Economic Studies. – 2000.
- Stasavage D. Transparency, Democratic Accountability and the Economic Consequences of Monetary Institutions / D. Stasavage // American Journal of Political Science. – 2003. – №. 47(3). – P. 389–402.
- Svensson L.E.O. Inflation Targeting: Should It Be Modeled as an Instrument Rule or a Targeting Rule? / L.E.O. Svensson // European Economic Review. – № 46(4–5). – P. 771–780.
- Гордієнко В.П. Таргетування інфляції як ефективний метод забезпечення стабільності цін / В.П. Гордієнко, Я.І. Чайковський. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://fdk.org.ua/article/viewFile/28895/25902>.
- Кодекс надлежачей практики по обеспечению прозрачности в денежно-кредитной и финансовой политике : Декларация от 26.09.1999 № 995-950. – [Електронний ресурс] – Режим доступу : http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/995_950.
- Мельник К.К. Транспарентність як необхідна умова забезпечення ефективності системи комунікацій центрального банку / К.К. Мельник // Проблеми і перспективи розвитку банківської системи України : зб. наук. праць / Державний вищий навчальний заклад «Українська академія банківської справи Національного банку України». – Суми, 2010. – Вип. 29. – С. 208–216.
- Моисеев С.Р. Открытость и транспарентность денежно-кредитной политики / С.Р. Моисеев // Банковское дело. – 2011. – № 5. – С. 2–6.

УДК 336.226.11

Ілляшенко А.Х.
професор кафедри корпоративних,
публічних фінансів та фінансового посередництва
доктор економічних наук, професор,
Чернівецького національного університету
імені Юрія Федьковича

АНАЛІЗ ТА РОЗВИТОК СИСТЕМИ АДМІНІСТРУВАННЯ ПОДАТКІВ ДО ДЕРЖАВНОГО БЮДЖЕТУ

У статті автором визначено підходи до розробки податкової політики України з урахуванням бюджетного збалансування; розроблено модель системи податкового регулювання на основі відповідних інституційних змін податкового механізму.

Ключові слова: державний бюджет, податкова політика, податкові платежі.

Ильяшенко А.Х. АНАЛИЗ И РАЗВИТИЕ СИСТЕМЫ АДМИНИСТРИРОВАНИЕ НАЛОГОВ В ГОСУДАРСТВЕННЫЙ БЮДЖЕТ

В статье автором определены подходы к разработке налоговой политики Украины с учетом бюджетного сбалансирования; разработана модель системы налогового регулирования на основе соответствующих институциональных изменений налогового механизма.

Ключевые слова: государственный бюджет, налоговая политика, налоговые платежи.

Ilyashenko A.H. THE ANALYSIS AND DEVELOPMENT OF SYSTEM ADMINISTRATION TAXES TO THE STATE BUDGET

In this article the author approaches to development of tax policy of Ukraine in view of budget balance, the model system of tax regulation on the basis of relevant institutional changes tax mechanism.

Keywords: state budget, tax policy, tax payments.

Вступ. У процесі практичного запровадження Податкового кодексу України стало очевидним, що цілісний гармонізований документ у сфері оподаткування забезпечить виконання тактичних і стратегічних завдань податкової політики у країні лише за умови професійного і збалансованого адміністрування податків. Саме недосконалість адміністративних процедур, пов'язаних з оподаткуванням, є однією з головних причин недоотримання податкових платежів до державного бюджету, негативного ставлення платників до виконання свого податкового обов'язку, а також низької позиції України в міжнародному рейтингу умов ведення бізнесу.

Постановка завдання. Мета статті – запропонувати шляхи удосконалення системи адміністрування податкових платежів до державного бюджету.

Результати. Податкове адміністрування як регламентована законами й іншими нормативно-правовими актами управлінська діяльність, що здійснюється податковими та іншими контролюючими органами, передбачає розв'язання таких основних завдань:

- забезпечення платникам податків зручних умов для виконання їхніх обов'язків щодо розрахунку, декларування та сплати податків і зборів;
- контроль із боку держави виконання платниками своїх обов'язків щодо розрахунку, декларування та сплати податків і зборів, забезпечення їх повного виконання всіма платниками;
- забезпечення захисту законних прав та інтересів платників податків від протиправного втручання з боку органів державної влади;
- життя державою заходів примусу щодо платників, які не виконують свої обов'язки.

З урахуванням необхідності розв'язання цих завдань має будуватися система адміністрування податків. При цьому виконання одних завдань покладається на органи державної влади, інших – на платників податків.

До функцій органів державної влади, закріплених нормами Податкового кодексу, при проведенні адміністрування податків належать:

- надання послуг платникам податків у ході виконання ними своїх обов'язків з розрахунку, декларування та сплати податків і зборів;
- здійснення контролю з виконання платниками податкового законодавства;
- вирішення спорів, що виникають при застосуванні податкового законодавства;
- забезпечення відповідальності за порушення податкового законодавства як платників податків, так і органів державної виконавчої влади;
- здійснення примусового стягнення податків, не сплачених у встановлені терміни, та життя заходів, спрямованих на поновлення платоспроможності платників податків [6, С. 127].

Функції, покладені на органи державної влади щодо адміністрування податкових платежів в Україні, в основному відповідають міжнародній практиці податкового адміністрування. Основна відмінність полягає в якості забезпечення належних умов і значному спрощенні необхідних процедур під час виконання податкового обов'язку платниками (табл. 1).

Як видно з табл. 1, напрями адміністрування податків та інструменти його реалізації в Україні та інших державах світу згідно із законодавством є ідентичними, однак практична реалізація й цілі принципово різняться. Міжнародна практика адміністрування спрямована на сприяння добровільній сплаті податків і створення максимально зручних умов для

виконання платниками своїх обов'язків. Лише за умови неналежного їх виконання вживаються заходи покарання і примусу, при цьому адміністратор сам неухильно дотримується норм і процедур податкового законодавства. Українська ж практика адміністрування юридично спрямована на забезпечення добровільної сплати податків і створення зручних умов платникам, фактично ж превалює контрольна функція та створення зручних умов для роботи адміністратора податків, причому саме податкові органи доволі часто дають приклад можливості безкарного порушення податкового законодавства.

Наразі система адміністрування податків в Україні побудована на протистоянні держави і платників податків. При цьому як держава не готова поступатися своїми інтересами, так і платники не бажають рахуватися з інтересами держави.

Основною функцією держави у системі адміністрування залишається податковий контроль, а основним методом податкового контролю – перевірки, тоді як надання допомоги платникам у здійсненні податкового менеджменту взагалі не приділяється уваги, заходи в цьому напрямі виконуються формально й підпорядковані загальній фінансовій ідеології. У розвинених країнах надання допомоги платникам податків у здійсненні ними податкового менеджменту є пріоритетним у діяльності органів державної влади [3, с. 344].

В Україні акцент на перевірки робиться на тлі того, що платник податків окрім податкової звітності, яка містить в собі велику кількість додатків, подає адміністратору ще й фінансову звітність підприємства. Як наслідок, результативність контрольних заходів у нашій державі є значно нижчою, ніж у розвинених країнах. Наприклад, у Данії, де запроваджено достатньо виважену (хоч і складну) систему податкових перевірок, рівень виконання податкового законодавства – один із найвищих у світі, зокрема, з питань сплати ПДВ він перевищує 95%.

У європейських країнах при проведенні податкового контролю перевага надається застосуванню попереджувальних заходів, а вплив на платника здійснюється відповідно до його поведінки (від поліпшення надання послуг до боротьби з фактами шахрайства). Метою попереджувальних заходів є усунення будь-яких підстав для ухилення платника від виконання своїх податкових зобов'язань. Щодо примусових заходів, то вони не мають на меті лише збільшення надходжень до державних фондів, а спрямовані на обмеження можливостей ухилення платників від виконання своїх зобов'язань без застосування засобів покарання. Збільшення кількості послуг, які надає адміністратор, та підвищення їхньої якості спрямовано на надання допомоги платникам для повного і вчасного виконання ними податкових зобов'язань.

Робота вітчизняних податкових органів з проведення контролю істотно впливає на умови ведення бізнесу в державі. Часті перевірки, необґрунтовані вимоги до платників податків відволікають від виконання господарських функцій, створюють атмосферу невизначеності й непевності. Найгірше, якщо об'єктом таких перевірок стають сумлінні платники, тоді як несумлінні продовжують отримувати конкурентні переваги через несплату податків.

Забезпечення принципу рівності всіх платників перед законом і рівномірний розподіл податкового навантаження створюють рівні конкурентні умови в економіці. Саме тому питання податкового контролю та його процедур в Україні є такими актуальними. Адже забезпечене контролюючими підрозділами

Таблиця 1

Відмінності податкового адміністрування у державах світу і в Україні

Напрямок	Міжнародна практика	Практика України
Забезпечення платникам податків зручних умов для виконання їхніх обов'язків щодо розрахунку, декларування та сплати податків і зборів	Максимальне спрощення форми податкової декларації, де зазначаються лише показники, що мають значення для визначення суми податку, який підлягає сплаті (середньостатистична європейська податкова декларація для фізичних осіб включає 4-10 рядків, для корпорацій - 15-30) Забезпечення прийняття податкової звітності в електронному вигляді, в основному з використанням віддаленого доступу (наприклад, мережі інтернет). Причому декларація вважається наданою лише тоді, коли вона фактично не подавалася Надання платникам податків актуальної та об'єктивної інформації з питань застосування податкового законодавства Зведення до мінімуму додаткових процедур, які мають виконуватися платниками при виконанні своїх обов'язків	Включення до форми податкової звітності максимальної кількості даних, що дають змогу вести контроль. Як результат, форма декларації передбачає 32 рядки та 17 додатків різного обсягу окрім фінансової звітності, що подається з декларацією Процес прийняття податкової звітності спрямований на забезпечення зручності адміністратора податків і на сьогодні майже напрацює дистанційно через неналежну технічну готовність адміністратора і платника Надання платникам податків актуальної та об'єктивної інформації з питань застосування податкового законодавства (трактування норм податкового законодавства з урахуванням необхідності виконання плану надходжень) Зведення до мінімуму додаткових процедур, які мають виконуватися адміністратором податків
Контроль з боку держави виконання платниками податків своїх обов'язків щодо розрахунку, декларування та сплати податків і зборів	Основний принцип: мінімізація витрат часу на складання податкової звітності та її подання до контролюючих органів Зведення до мінімуму переліку документів, що мають подаватися платником податків при реєстрації Надання контролюючим органам повноважень зі збирання повної інформації щодо діяльності Налагодження на належному рівні інформаційного обміну між органами державної влади: інформація, подана платником до одного органу державної влади, не повинна подаватися ним повторно іншому органу державної влади. Питання отримання такої інформації вирішується за рахунок інформаційного обміну між органами державної влади Надання контролюючим органам повної інформації щодо стану виконання платниками податків їхніх обов'язків із розрахунку, декларування і сплати податків	Основний принцип: забезпечення адміністратору можливості виконати план надходжень до державного бюджету Перелік документів при реєстрації платника податків має бути достатнім для здійснення контролю Надання контролюючим органам повноважень зі збирання повної інформації щодо діяльності На сьогодні обмін інформацією між органами державної влади є обмеженим, що посилює адміністративне навантаження на платника Надання контролюючим органам повної інформації щодо стану виконання платниками податків їхніх обов'язків із розрахунку, декларування і сплати податків
Забезпечення захисту законних прав та інтересів платників податків від протиправного втручання з боку органів державної влади	Застосування ризико-орієнтованого підходу при обранні об'єктів перевірок. Для перевірок мають відбиратися платники, щодо яких існує найбільше підстав припускати наявність фактів ухилення від сплати податків Основний принцип: платники податків, що сумлінно виконують свої обов'язки, мають піддаватися найменшій кількості перевірок та адміністративних процедур. Візити до компанії і перевірки замінено на перекресні перевірки звітів компаній Ураховування законних прав та інтересів платників податків на всіх етапах адміністрування.	Застосування ризико-орієнтованого підходу при обранні об'єктів перевірок передбачено нормативною базою Основний принцип: платники податків, що сумлінно виконують свої обов'язки, піддаються найбільшій кількості перевірок та адміністративних процедур Ураховування законних прав та інтересів платників податків за умови, що платник готовий їх відстоювати.
Вжиття державою заходів примусу щодо платників податків, які не виконують свої обов'язки	Відшкодування платникам матеріальної шкоди, завданої неправомірними діями органів державної влади Заходи примусу й покарання, які вживає держава до платників податків, покликані забезпечити дотримання принципу рівності всіх перед законом. Порушення податкового законодавства має негативні наслідки	Відшкодування платникам матеріальної шкоди, завданої неправомірними діями органів державної влади фактично не відбувається, хоча механізм передбачено Податковим кодексом Порушення податкового законодавства не завжди має негативні наслідки у вигляді відповідальності та примусових заходів

Джерело: складено автором

зростання бази оподаткування за рахунок несумлінних платників податків (детінізації економіки) має збільшити бюджетні доходи держави без створення додаткового податкового навантаження на сумлінних платників.

Вплив податкових перевірок на поведінку платників залежить як від організації їх проведення, так і від упровадження заходів щодо їх реалізації. Податкова служба повинна мати детально розроблену й виважену програму проведення таких перевірок із метою виявлення виключно ухилення від оподаткування, а також зниження суми сплачених податків.

Удосконалення моделі податкового контролю сприятиме створенню рівних конкурентних умов для всіх учасників економічних відносин. Головною ж метою вдосконалення податкового контролю є забезпечення виконання вимог податкового законодавства усіма учасниками податкових відносин, виявлення фактів його порушень та їх усунення.

Дотримання вимог податкового законодавства не може бути досягнуто лише внаслідок застосування примусових заходів. Як свідчить практика, коли більшість суб'єктів ухиляються від виконання своїх законодавчо визначених обов'язків – жодна каральна система не може з цим упоратися. Тому основними завданнями є сприяння добровільній сплаті податків і вжиття попереджувальних заходів щодо уникнення оподаткування.

У процесі реформування податкової системи держава намагається створити умови, за яких платник податків сам усвідомлював би необхідність їх сплати. Лише тоді можна застосовувати конкретні механізми співпраці, які будуть частиною загальної системи адміністрування податків і сприятимуть їх добровільній сплаті [5, с. 31].

Ухвалення Податкового кодексу України, який із точки зору адміністрування є виваженим і всеохоплюючим документом, що регулює діяльність усіх сторін податкового процесу (рис. 1), уже сьогодні дає певні позитивні результати.

По-перше, Кодекс забезпечив кодифікацію податкового законодавства, що робить значно простішою і зрозумілішою роботу з нормативною базою у сфері оподаткування як для адміністратора, так і для платника податків.

По-друге, сторони податкових правовідносин отримали чітко визначені функції, обов'язки і процедури, що містяться в одному документі. Це, з одного боку, зменшує витрати часу на роботу з нормативними документами у сфері оподаткування, з другого, чітко визначає межі повноважень і компетенцію всіх сторін податкових правовідносин.

По-третє, Податковий кодекс надає платникам податків усі можливості для захисту

своїх законних прав на забезпечення належних умов для сплати податків, і необхідно знати ці можливості та вміти правильно їх використовувати.

Нормами кодексу передбачено, зокрема:

- розширення переліку дій податкових органів, які потребують судового дозволу. Цей механізм гарантує платнику податку, що рішення про застосування заходів, які можуть істотно обмежити його права, прийматиметься неупередженою особою;
- уточнення й чітку формалізацію різних видів перевірок, установлення переліку документів, що мають бути пред'явлені для проведення документальної виїзної та фактичної перевірок;
- затвердження умов повернення помилково та/або надмірно сплачених грошових зобов'язань платників податків;
- звільнення платника від відповідальності за неналежну діяльність контролюючих органів;
- спрощення системи оскарження рішень податкової служби шляхом запровадження дворівневої системи оскарження рішень замість трирівневої;
- стягнення коштів з рахунків платників податків у рахунок погашення податкового боргу в судовому порядку;
- спрощення й формалізацію електронного документообігу та конкретизацію порядку підтвердження справжності документів;
- обмеження можливості необґрунтованої відмови у прийнятті декларації платника податків.

Податковим кодексом також передбачено вдосконалені системи обліку платників податків, а саме:

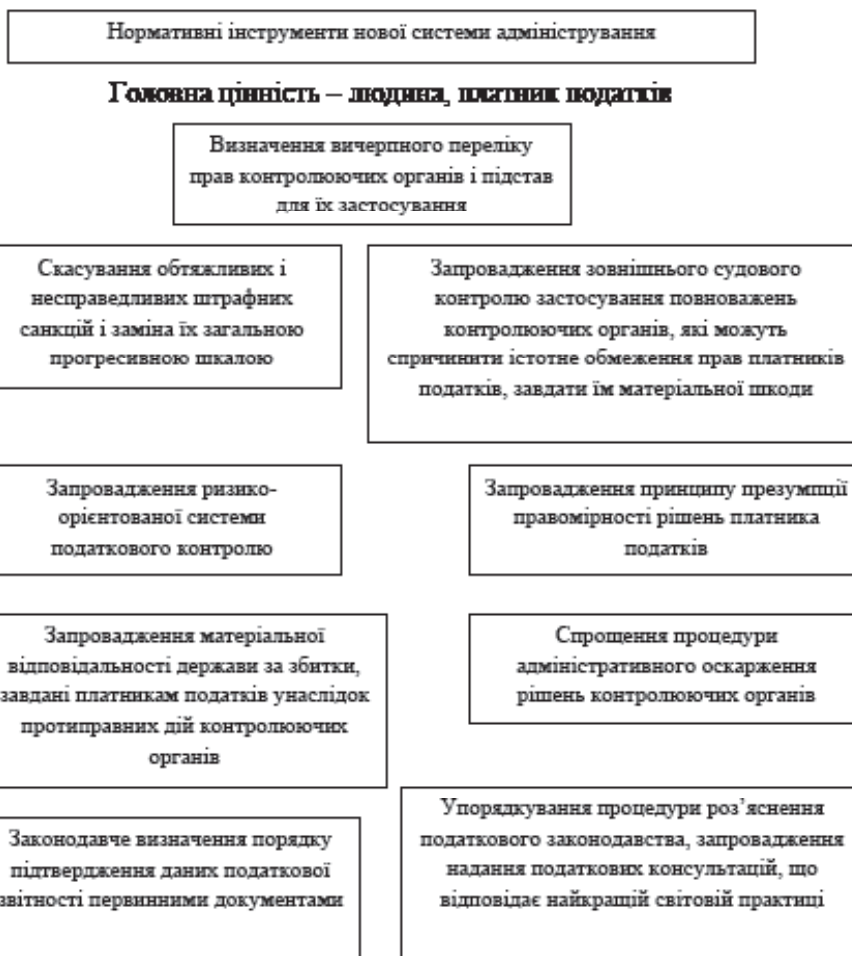


Рис. 1. Система адміністрування, передбачена Податковим кодексом України [1]

– створення системи обліку в розрізі платників податків, їхніх відокремлених підрозділів та об'єктів оподаткування;

– заміну ідентифікаційного номера особи на реєстраційний номер облікової картки платника, що викликало багато нарікань із боку платників. Разом із тим запроваджено альтернативну форму обліку за серією та номером паспорта для громадян, які через свої релігійні або інші переконання відмовляються від прийняття податкового номера;

– правове забезпечення системи автоматичної реєстрації громадян України як платників податків за даними органів реєстрації актів громадянського стану, що дасть змогу спростити процедуру реєстрації та, відповідно, поліпшити систему адміністрування [3, с. 42].

Здійснено розмежування правоохоронної та контрольної функцій органів державної податкової служби.

Пропонується визначити, що в разі коли правоохоронні органи виявлятимуть ознаки податкового злочину, кримінальна справа порушуватиметься за такими ознаками, а не за фактом наявності рішення органу державної податкової служби. Факт скоєння податкового злочину має доводитися засобами, передбаченими кримінально-процесуальним законодавством, а не в межах адміністративного процесу. Рішення про нарахування платнику податків податкового зобов'язання прийматиметься за результатами розгляду кримінальної справи судом.

При цьому захист прав платників податків від необґрунтованого кримінального переслідування гарантуватиметься запровадженням у кримінально-процесуальному законодавстві механізмом оскарження постанов про порушення кримінальних справ.

Опосередкованим підтвердженням результативності податкової реформи є той факт, що за перше півріччя 2011 р. порівняно з аналогічним періодом 2010 р. відбулося збільшення ВВП на 4,4%, обсягу промислового виробництва – на 8,7%, валової продукції сільського господарства – на 3,2%, обороту роздрібної торгівлі за січень – червень 2011 р. – на 15,2% (становив 295,7 млрд грн), а також зростання інвестицій у основний капітал за цей період на 14,5%.

Разом із тим динаміка макроекономічних показників дає можливість оцінити лише загальний результат реформ. Удосконалення ж будь-яких нормативних документів не дасть бажаних результатів, у т. ч. в адмініструванні податків і зборів, якщо сторони процесу не готові змінити принципи своєї поведінки відповідно до вимог нормативних документів. На сьогодні в Україні саме це має найбільший вплив на процес застосування Податкового кодексу та його повноцінне запровадження. Між тим зміна принципів поведінки всіх суб'єктів податкових відносин відбувається поступово, еволюційним шляхом.

На заваді цьому стоять як недоліки в роботі органів податкової служби, так і низький рівень податкової культури громадян. За розрахунками податківців у 2007 р. в Україні добровільно сплачувалося 85 % податків. Для прикладу: в США за цей же рік показник добровільної сплати був таким самим. Проте слід ураховувати, що рівень тіньової економіки в Україні перевищує відповідні показники в розвинених країнах у декілька разів. Тому фактичний стан добровільної сплати податків в нашій країні є значно нижчим. За оцінками експертів, він не перевищує 50%. Слід зв'язати й на те, що на стягнення податків у нашій країні витрачається значно більше зусиль, ніж у розвинених країнах.

Платники податків не бажають усвідомлювати свою відповідальність перед державою, виконуючи податкові обов'язки в основному під загрозою покарання. Така психологія є спадком етапу первинного накопичення капіталу, що відбувся в Україні з початку 90-х років минулого століття. Іншою причиною є відсутність чіткої залежності між сплаченими податками й рівнем державних послуг, що їх отримують платники.

Загалом існують три моделі взаємовідносин держави і платників податків. Перша – модель домінування держави в цих взаємовідносинах. У цій моделі платники податків розглядаються, як правило, виключно з позицій постачальників фінансового ресурсу, що мають лише зобов'язання, а держава має стосовно них лише права. Такий підхід притаманний авторитарним державам і не може використовуватися країнами, що претендують на статус демократичних.

Крім того, модель домінування держави над платниками передбачає постійну боротьбу між ними. Держава збільшує адміністративний тиск, роблячи систему державного контролю ще жорсткішою. Натомість платники податків, особливо ті, що займаються підприємницькою діяльністю, постійно винаходять способи ухилення від сплати податків. В умовах відкритого суспільства вони знаходять нові й нові можливості уникати підвищеного контролю з боку держави. Наслідками цього процесу є дедалі більше зростання державного контрольного апарату при одночасному зменшенні його ефективності та збільшення рівня тінізації економіки. Крім цього, така податкова модель абсолютно неконкурентна, що, у свою чергу, блокує залучення зовнішніх інвестицій і провокує процеси відпливу з держави національного капіталу [3, с. 10].

Протилежною цій моделі є модель домінування платника податків, що є характерною для слабких держав із неефективним державним апаратом. У цій моделі функції державного контролю обмежуються до такої міри, коли він стає взагалі неможливим. Наслідком фактично безконтрольних дій платників, як і в попередній моделі, стає масова несплата податків, що спричиняє:

- 1) зменшення податкових доходів держави;
- 2) створення конкурентного середовища, оскільки платники податків, що ухиляються від їх сплати, відразу отримують додатковий фінансовий ресурс, який дає їм перевагу над платниками, що виконують свої обов'язки у повному обсязі;
- 3) безкарне ухилення від оподаткування й погіршення конкурентних умов спонукає інших платників до ухилення від оподаткування.

Прикладом намагання запровадити такий підхід в Україні є Закон «Про основні засади державного нагляду (контролю) у сфері господарської діяльності» від 05.04.2007 № 877-V. Цей Закон, декларуючи цілком розумну мету стандартизації та регламентації процесу державного контролю, низкою своїх положень фактично взагалі унеможливив проведення такого контролю.

Модель домінування платника, враховуючи у принципі примусовий характер податків, не може бути ефективною. Її наслідком, рано чи пізно, стають криза державних фінансів і різке посилення державного контролю, аж до формування взаємовідносин між державою і платниками на засадах домінування держави. Одним із прикладів зміни суспільної думки внаслідок масштабних ухилень від оподаткування є Німеччина. Викриття в цій кра-

іні масштабних ухилень від оподаткування стало можливим завдяки інформації, отриманої Службою зовнішньої розвідки. Однак відповідно до законодавства країни ця служба не має права займатися податковими питаннями. Тобто докази, що дали поштовх до масштабного розслідування фінансових афер, були отримані сумнівним із точки зору законодавства шляхом. Водночас розслідування підтримали всі без винятку правлячі політичні партії ФРН, а також середній клас. Це наочно демонструє, що масштабні порушення законодавства однією стороною можуть стати поштовхом до легітимізації порушень законодавства з боку другої, особливо якщо вони пояснююватимуться необхідністю захисту інтересів суспільства.

Отже, модель домінування платника так само є небезпечною для суспільства, як і модель домінування держави.

Розвинені демократичні країни, а також ряд постсоціалістичних країн із перехідною економікою обирають іншу модель податкового контролю, яку можна умовно визначити як модель «взаємних зобов'язань». Модель передбачає, що всі суб'єкти податкових відносин вважаються рівноправними, а діяльність кожного з них є підзвітною й підконтрольною. При застосуванні такої моделі висуваються однакові вимоги до всіх суб'єктів податкових відносин (неухильне виконання норм податкового законодавства), установлюється однакова відповідальність (наявність дієвих інструментів примусу суб'єктів податкових відносин до виконання вимог податкового законодавства), надаються однакові гарантії дотримання й захисту законних прав одного суб'єкта від незаконних дій іншого. За таких умов платник податків розглядається не як об'єкт контролю, а як рівний партнер, який заслуговує на повагу до себе та якому мають бути створені найкращі умови для виконання обов'язку щодо сплати податків. У свою чергу, державний апарат стає не ворогом платника, якого потрібно за будь-яку ціну ослабити й позбавити повноважень, а гарантом рівного виконання законодавства усіма суб'єктами податкових відносин [1, с. 339].

Мета податкового контролю при застосуванні моделі «взаємних зобов'язань» полягає в забезпеченні дотримання податкового законодавства всіма учасниками податкових відносин.

При застосуванні цієї моделі контролю підлягають такі напрями діяльності платника податків:

- облік результатів господарської діяльності, господарських операцій, матеріальних і нематеріальних активів, доходів та інших об'єктів, що підлягають оподаткуванню;

- розрахунок податкових зобов'язань (власних або інших платників у разі виконання функцій податкових агентів);

- подання податкової звітності та іншої інформації про платників та їхню діяльність у порядку і строки, визначені податковим законодавством;

- сплата податкових зобов'язань.

Щодо органів виконавчої влади, які від імені держави здійснюють податковий контроль, то їхня діяльність є підконтрольною в таких питаннях:

- правомірність застосування до платників податків тих чи інших контрольних заходів;

- законність використання прав, наданих контролюючим органам при проведенні заходів податкового контролю;

- правомірність рішень, що приймаються за результатами податкового контролю.

Задекларованою метою податкового контролю в Україні є забезпечення додержання податкового законодавства, правильності обчислення, повноти і вчасності сплати до бюджетів, державних цільових фондів податків і зборів (обов'язкових платежів), а також неподаткових доходів, установлених законодавством (ст. 2 Закону «Про державну податкову службу в Україні» від 04.12.1990 № 509-ХІІ). Водночас фактичною метою податкового контролю є збільшення доходів державного бюджету. Практика адміністрування податків у країні ґрунтується саме на фіскальній спрямованості податкового контролю.

Висновки. Таким чином, основним завданням удосконалення податкового адміністрування в Україні є його формування відповідно до моделі «взаємних зобов'язань». Для цього необхідно забезпечити:

- проведення подальшої роботи з удосконалення нормотворчої техніки з метою конкретизації та усунення неоднозначного трактування окремих норм;

- підвищення ефективності роботи податкових органів через впровадження автоматизованого обміну інформацією між податковими органами й іншими органами державної влади у сфері регулювання та забезпечення електронного зв'язування даних;

- підвищення кваліфікації працівників податкової служби, яке передбачало б не лише вивчення норм Податкового кодексу, а й методології обліку, вміння вести роз'яснювальну роботу з платниками, спрямовану на допомогу платнику, використовувати в роботі електронні бази даних, застосовувати ризико-орієнтовані моделі контролю;

- створення простих форм звітності і зменшення кількості додатків до неї;

- забезпечення підвищення ступеня комп'ютеризації та автоматизації процесів складання й подання декларацій платниками до податкових органів;

- впровадження дистанційних методів перевірок, що не спричинятимуть адміністративного навантаження на платника, – наприклад, проведення перехресних перевірок звітів платників та їх порівняння із ключовими даними промисловості замість візитів до платників і перевірки документів;

- фактичне впровадження ризико-орієнтованих моделей контролю й перевірок;

- організацію співпраці з платниками податків, щоб вони мали можливість вчасно і добровільно заповнювати й подавати податкові декларації, шляхом: попередження платників про настання строку подачі декларацій; надання кваліфікованої допомоги під час складання звітності; забезпечення зручних умов подання звітності (відсутність черг, належна культура обслуговування, перевірка даних декларації після її подання тощо);

- проведення активної роботи з інформування платників щодо їхніх прав та обов'язків, вимог законодавства до порядку здійснення операцій з оподаткування;

- створення умов для невідворотності покарання за невиконання податкового законодавства як платниками податків, так і податківцями;

- справедливість оподаткування. Дотримання податкового законодавства працівниками органів податкової служби й забезпечення можливості адміністративного та судового оскарження рішень податкових органів є фундаментом формування податкової системи, заснованої на принципі справедливості.

Якість і повнота застосування податковими органами перелічених механізмів співпраці мають прямий вплив на податкову поведінку платників податків.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Габбард Р. Глен. Гроші. Фінансова система та економіка: підручник / Р. Глен Габбард; пер. з англ.; наук. ред. пер. М. Савлук, Д. Олесневич. – К.: КНЕУ, 2004. – С. 64–94, с. 338–341.
2. Державний бюджет і бюджетна стратегія в умовах економічних реформ (За загальною редакцією М. Я. Азарова); Т. 2. – Київ, 2011. – С. 288.
3. Колпаков В. К., Кузьменко О. В. Адміністративне право України: підруч. / В. К. Колпаков, О. В. Кузьменко. – К.: Юрінком Інтер, 2003. – 544 с.
4. Кузнецова Ю. А. Повышение качества и эффективности бюджетных услуг: обобщение опыта зарубежных стран [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.anrb.ru/isei/cf2006/d897.htm>.
5. Податковий кодекс України від 02.12.2010 № 2755-VI [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.rada.gov.ua.
6. Стратегія розвитку ДКРС на період до 2015 року: затв. наказом Головного контрольно-ревізійного управління України від 06.03.2009 № 46 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.dkrs.gov.ua/kru/uk/publish/category/32570>.
7. Тимченко О. М. Податковий борг в Україні: причини, наслідки, менеджмент: моногр. / О. М. Тимченко. – К.: КНЕУ, 2009.

СЕКЦІЯ 9 БУХГАЛТЕРСЬКИЙ ОБЛІК, АНАЛІЗ ТА АУДИТ

УДК 378.32

Ковнір Д.А.
*аспірант кафедри обліку в кредитних і бюджетних установах
та економічного аналізу
Київського національного економічного університету
імені Вадима Гетьмана*

МЕТОДИКА Й ОРГАНІЗАЦІЯ АНАЛІЗУ ДОХОДІВ ЗА НАПРЯМАМИ ДІЯЛЬНОСТІ ДЕРЖАВНИХ ВИЩИХ НАВЧАЛЬНИХ ЗАКЛАДІВ

Стаття присвячена аналізу доходів державних вищих навчальних закладів (ДВНЗ). Тому в роботі було розглянуто структуру доходів ДВНЗ. Визначено та проаналізовано основні методики аналізу доходів. Запропоновано розрахунок різних варіантів сплати за навчання. Виявлені додаткові джерела надходження коштів. Сформовано групи власних надходжень ДВНЗ та напрямки їх використання.

Ключові слова: державні вищі навчальні заклади (ДВНЗ), дохід, джерела фінансування, структура доходу, оплата послуг.

Ковнір Д.А. МЕТОДИКА И ОРГАНИЗАЦИЯ АНАЛИЗА ДОХОДОВ ПО НАПРАВЛЕНИЯМ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ГОСУДАРСТВЕННЫХ ВЫСШИХ УЧЕБНЫХ ЗАВЕДЕНИЙ

Статья посвящена анализу доходов государственных высших учебных заведений (ГВУЗ). Поэтому в работе было рассмотрено структуру доходов ГВУЗ. Определены и проанализированы основные методики анализа доходов. Предложен расчет различных вариантов оплаты обучения. Выявлены дополнительные источники поступления средств. Сформированы группы собственных поступлений ГВУЗ и направления их использования.

Ключевые слова: государственные высшие учебные заведения (ГВУЗ), доход, источники финансирования, структура дохода, оплата услуг.

Kovnir D.A. METHODOLOGY AND ORGANIZATION OF ANALYSIS OF INCOME FOR ACTIVITY DIRECTIONS OF STATE HIGHER EDUCATIONAL INSTITUTIONS

The article deals with the analysis of income of state higher educational institutions (SHEI). The structure of income of SHEI was in-process considered therefore. Basic methodologies of analysis of income are identified and analyzed. The calculation of different variants of education payment is offered. The additional sources of financing are identified. The groups of own income of SHEI and directions of their use are formed.

Keywords: state higher educational institutions (SHEI), income, sources of financing, income structure, services payment.

Постановка проблеми. Сучасна система вищої освіти в Україні перебуває в процесі трансформування, необхідність якого зумовлена як загальносвітовими чинниками (становлення інформаційного суспільства, зростання ролі знань, нові вимоги виробництва до людських інноваційних досягнень), так і реформаційними перетвореннями в українському суспільстві та державності. Найголовнішою проблемою сучасних ДВНЗ на сьогодні стала їх фінансова спроможність. Недостатнє бюджетне фінансування вищої освіти в Україні обумовлює необхідність розширення доходів ДВНЗ за рахунок різних напрямів діяльності. Бюджетне недофінансування ДВНЗ на сьогодні замінюється коштами спеціального фонду, який формується за рахунок плати за надання додаткових послуг: оренди, виконання науково-прикладних розробок, ведення господарчих робіт, за навчання понад держзамовлення та ін. Ця обставина трансформує ДВНЗ у суб'єкт ринкових відносин, для якого ефективне використання спеціального фонду університету можливе при прогнозуванні та управлінні процесом надходження грошових коштів від платних послуг, що дозволить забезпечити покриття видатків, пов'язаних як із наданням даних платних послуг, так і з необхідністю нагромадження коштів для оновлення матеріально-технічної бази державних вищих навчальних закладів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Значна увага питанням формування дохідної частини ДВНЗ присвячена у вітчизняній і зарубіжній літературі такими науковцями, як: А.М. Асаул, В.М. Андрієнко, Ю.Ю. Бенедик, І.С. Благун, Л.М. Буяк, Ю.Ю. Богач, Т.М. Боголіб, В.В. Вітлінський, П.М. Григорук, Т.П. Завгородня, Т.О. Ілляшенко, Л.І. Іщук, Б.М. Капаров, Н.С. Килипенко, Ю.Я. Ковальчук, С.В. Козловський, Д.О. Кумар, Л.І. Леваєва, Ю.Г. Лисенко, Г.А. Лукичев, В.В. Лук'янова, В. Масатеру, Б.І. Мокін, Е.В. Морган, П. Наїр, В.М. Нижник, Л.О. Плахотнік, М.Н. Сас, В.Є. Сафонова, В.В. Стадник, І.С. Ткаченко, Ш. Юань та інші.

Мета статті. На основі викладеного можна сформулювати мету дослідження, яка полягає в аналізі існуючих методів дохідності ДВНЗ, виявленні недоліків та формуванні груп додаткових власних надходжень ДВНЗ та напрямків їх використання.

Виклад основного матеріалу дослідження. Виконання важливої ролі ДВНЗ вимагає відповідного фінансування. Проте ознайомлення з фінансовим забезпеченням закладів освіти та наукової діяльності за останні роки оптимізму не додає. Так, відбувається поступове щорічне зменшення фінансування ДВНЗ з боку держави та перехід на майже повне самофінансування. Законом України «Про вищу освіту» передбачено бюджетні асигнування на освіту в розмірі не менше 10% національного доходу.

При цьому ж фактично виділяється трохи більше 6% [1]. Отже, на сьогоднішній день забезпечення освітньої діяльності державного вищого навчального закладу фінансовими ресурсами є однією з найважливіших проблем економіки України, з таких головних причин: недостатнє державне забезпечення ДВНЗ; низька платоспроможність населення та відсутність державної підтримки програм освітнього кредитування, недостатнє використання університетами можливостей у наданні додаткових платних послуг для надходження власних грошових коштів. Також слід зазначити, що на відміну від інших галузей економіки, де науково-технічний прогрес відносно здешевлює послуги, прогрес освіти супроводжується їх подорожчанням.

На сьогодні фінансові результати (дохід) ДВНЗ формується із двох джерел: загального та спеціального фонду. Основними джерелами наповнення загального фонду можуть бути кошти державного та місцевого бюджету, центральні органи виконавчої влади. Спеціальний фонд ДВНЗ формується із власних надходжень та інших коштів. Загальну схему формування дохідної частини ДВНЗ наведено на рисунку 1.

Традиційно основним джерелом фінансування (доходу) діяльності ДВНЗ є кошти загального фонду бюджету, що спрямовуються на підготовку фахівців у межах державного замовлення та проведення науково-дослідних робіт. При цьому треба відзначити, що забезпечення закладів вищої освіти державою відбувається на основі застосування методу кошторисного фінансування. Одним із головних недоліків такого підходу є те, що бюджет ДВНЗ затверджується в кінці календарного року на наступний, знову ж таки, календарний рік. Потрібно звернути увагу на те, що кількість ставок викладачів, яка затверджується в цьому бюджеті,

розраховується на основі міністерських нормативів із урахуванням поточного контингенту студентів і прогнозованого контингенту першокурсників та старшокурсників (спеціалістів і магістрів) станом на 1 вересня наступного навчального року. Зрозуміло, що спрогнозувати в нинішніх умовах точну кількість студентів є досить складним завданням, тому після проведення вступної кампанії, разом зі зміною контингенту студентів, доводиться і перераховувати нормативну кількість ставок викладачів. У результаті державою змінюється фінансування загального фонду ВНЗ відповідно до кількості студентів, що навчаються за рахунок державного замовлення, що призводить до уточнення бюджету.

Значні обсяги фінансування залучаються вищою освітою і з позабюджетних коштів, насамперед за рахунок плати за навчання. Якщо проаналізувати структуру наповнення бюджетів (доходів) ДВНЗ, то можна зробити висновок, що частка позабюджетних коштів постійно зростає, особливо за останні роки.

Для аналізу розглянемо структуру формування бюджету (доходу) діяльності провідних ДВНЗ Полтавського регіону (Полтавська державна аграрна академія (ПДАА), Полтавський національний педагогічний університет ім. В.Г. Короленка (ПНПУ ім. В.Г. Короленка), Полтавська Українська медична стоматологічна академія (ПУМСА)) та Київського національного економічного університету імені В. Гетьмана (КНЕУ ім. В. Гетьмана). Аналітичні дані згрупуємо у таблиці 1.

Як бачимо, лише КНЕУ ім. В. Гетьмана та ПУМСА має у своїй структурі доходів більше 50% фінансування з державного бюджету. Всі інші, як і більшість провідних ДВНЗ України, мають дохідну частину фінансування за рахунок недержавного фінансування.

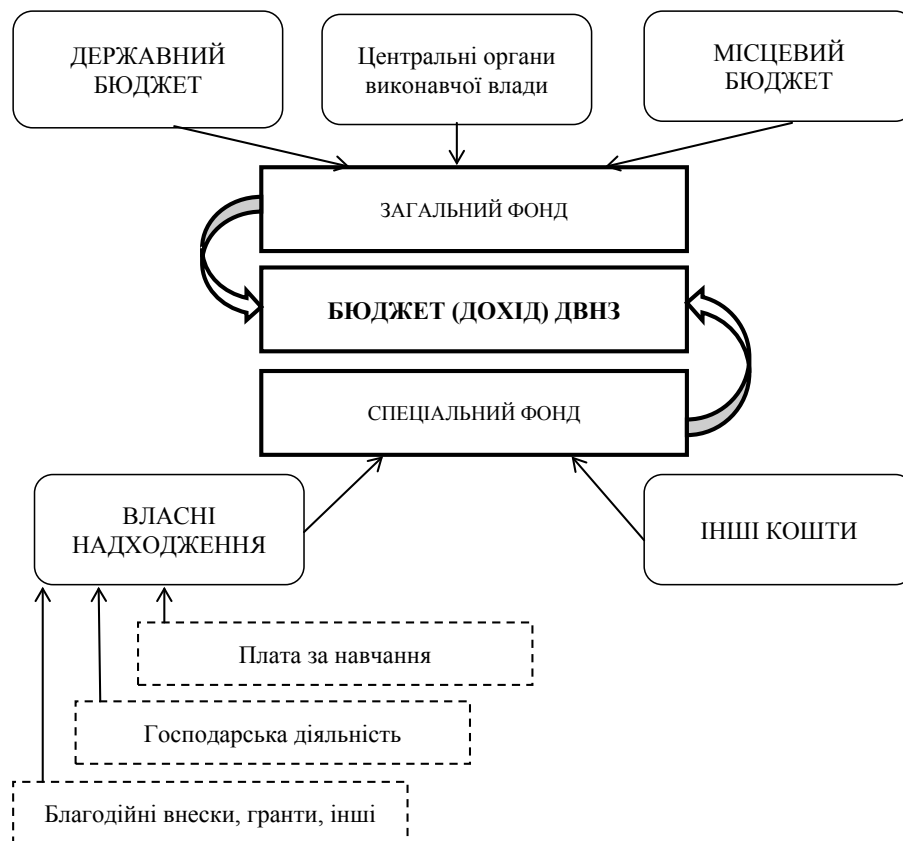


Рис. 1. Джерела фінансування (дохід) ДВНЗ

Як уже зазначалось, недержавне фінансування ДВНЗ складає спеціальний фонд. Структура і відносний обсяг джерел наповнення фонду здебільшого є однаковою для більшості ДВНЗ (рис. 2).

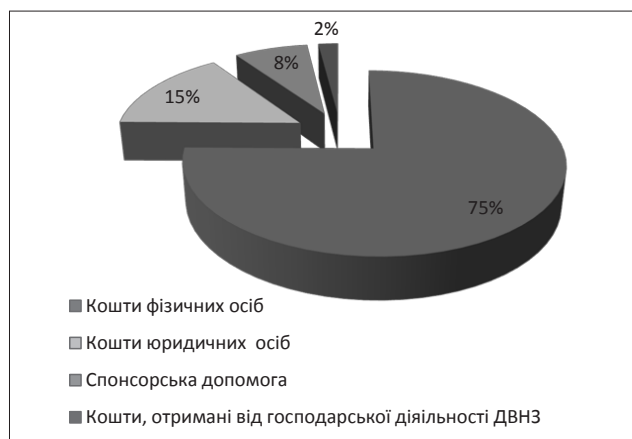


Рис. 2. Джерела наповнення (доходу) спеціального фонду ДВНЗ

Джерело: складено на основі [6]

Слід зазначити, що для галузевих ДВНЗ частка кожної статті витрат може відрізнитись. Так, наприклад, для навчальних закладів III–IV рівня акредитації, що підпорядковуються Міністерству аграрної політики та продовольства України (тобто Полтавська державна аграрна академія), доходи спеціального фонду в 2015 р. мали таку структуру: 70% – плата за навчання (сукупно кошти юридичних і фізичних осіб), 27% – отримано від господарської діяльності та здачі в оренду майна, 3% – інші надходження (гранти, спонсорська допомога тощо). Доцільно зауважити, що такий великий відсоток наповнення спеціального фонду коштами, отриманими від господарської діяльності, є, скоріше, винятком, ніж правилом [7].

Проведемо аналіз фінансування (дохідності) за рахунок спеціального фонду ДВНЗ на прикладі вищезазначених вузів. Для цього слід розглянути методики і особливості організації аналізу доходів ДВНЗ.

У сучасних умовах зазвичай використовуються такі методики аналізу дохідності ДВНЗ:

1. Горизонтальний (часовий) аналіз – порівняння кожної позиції звітності з попереднім періодом. Такий аналіз є основою організації моніторингу поточної фінансової діяльності. У процесі цього аналізу виявляють відхилення звітних показників від планових (нормативних), визначаються причини цих відхилень і вносяться рекомендації щодо корегування окремих напрямків фінансової діяльності навчального закладу. Аналіз дає можливість визначити роль бюджетного фінансування за загальним і спеціальним фондом.

2. Вертикальний (структурний) аналіз – визначення структури фінансових показників з оцінюванням впливу різних факторів на кінцевий результат. Такий аналіз дає можливість визначити найвагоміші складові в балансі навчального закладу, але найбільш вагомим є його використання в аналізі складових доходів і витрат кошторису.

3. Трендовий аналіз – порівняння кожної позиції звітності з рядом попередніх періодів та визначення тренду, тобто основної тенденції динаміки показників, очищеної від впливу індивідуальних особливостей окремих періодів. На основі екстраполяції можливо не тільки визначити перспективне значення основних показників, а й спрогнозувати перспективний аналіз фінансового стану вищого навчального закладу.

4. Порівняльний аналіз – внутрішньогосподарський аналіз зведених показників звітності за окремими показниками самої організації (філій), а також міжгосподарський аналіз показників цієї організації порівняно з показниками конкурентів або із середньогалузевими та середніми показниками. При порівняльному аналізі фінансових показників розглянутого вищого навчального закладу і середньогалузевих показників виявляється ступінь відхилення основних результатів фінансової діяльності вищого навчального закладу від середньогалузевих з метою оцінки своєї конкурентної позиції за фінансовими результатами господарювання і виявлення резервів подальшого підвищення ефективності фінансової діяльності. При порівняльному аналізі фінансових показників вищого навчального закладу й навчального закладу – конкурента виявляються слабкі сторони фінансової діяльності навчального закладу з метою розробки заходів з підвищення його конкурентної позиції на регіональному ринку. При порівняльному аналізі фінансових показників структурних одиниць і підрозділів даного навчального закладу проводиться порівняльна оцінка й пошук резервів підвищення ефективності фінансової діяльності внутрішніх підрозділів навчального закладу.

5. Факторний аналіз – визначення впливу окремих факторів (причин) на результативний показник детермінованих (розділених у часі) або стохастичних (що не мають певного порядку) прийомів дослідження. Проводиться за допомогою моделювання (детермінованого та стохастичного).

6. Маржинальний аналіз – метод оцінювання й обґрунтування управлінських рішень на основі причинно-наслідкового зв'язку обсягу продажу, собівартості наданих бюджетною організацією послуг та поділу витрат на постійні та змінні.

7. Аналіз відносних показників (коефіцієнтів) – розрахунок відношень між окремими позиціями звіту або позиціями різних форм звітності, визначення взаємозв'язків показників.

Предметом фінансового аналізу навчального закладу є фінансові ресурси навчального закладу, їх

Таблиця 1

Структура формування бюджету (доходу) провідних державних ВНЗ Полтавського регіону та КНЕУ ім. В. Гетьмана у 2015 р.

Назва та статус ДВНЗ	КНЕУ ім. В. Гетьмана	ПДАА	ПНПУ ім. В.Г. Короленка	ПУМСА
Затверджено кошторисом обсяг власних надходжень, отриманих як плата за послуги, %	48,9	54,8	50,3	40,1
Затверджено кошторисом обсяг фінансування освітніх послуг за рахунок бюджетних асигнувань, %	51,1	45,2	49,7	59,9

Джерело: складено на основі [2; 3; 4; 5]

формування та використання. А усі вищеперелічені методики не враховують особливості надходження фінансових ресурсів ДВНЗ.

Інформаційною базою аналізу виконання кошторису доходів є планові фінансові документи установи, до яких входить безпосередньо кошторис, план асигнувань загального фонду, план використання бюджетних коштів, помісячний план використання бюджетних коштів, зведення показників спеціального фонду кошторису та фінансова і бюджетна звітність, до якої входить Звіт про надходження й використання коштів загального фонду (ф. 2д), Звіт про рух грошових коштів, Звіт про надходження і використання коштів, отриманих як плата за послуги (ф. 4-1д), Звіт про надходження й використання коштів, отриманих за іншими джерелами власних надходжень (ф. 4-2д), Звіт про результати фінансової діяльності (ф. 9д). Згідно з цими документами можна зазначити, що домінуючим позабюджетним джерелом формування фінансового забезпечення ДВНЗ залишаються кошти студентів та їх батьків, рідше юридичних осіб, що оплачували навчання своїх співробітників. І від того, як буде сплачуватися плата за навчання, залежить бюджет (дохід) ДВНЗ.

Порівнюємо різні варіанти оплати за навчання. Для визначення оптимального порядку і строків оплати за платне (контрактне) надання освітніх послуг проведемо розрахунки з врахуванням інфляції у 2015 р. з вартістю навчання, наприклад, у 8 950 грн., враховуючи індекс інфляції квартальний, піврічний та річний відповідно [8].

1. Якщо плата за навчання вартістю 8 950 грн. з урахуванням інфляції за 2015 р. вноситься один раз на рік на початку навчального року, то розраховується таким чином:

$$PV = \left(\frac{r_1 \times \dots \times r_n}{100^n} \right) \times A,$$

де PV – поточна вартість; A – величина рівномірного надходження; r – індекс інфляції; n – кількість періодів.

$$PV1 = 8\,950 \times 1,21 = 10\,829,5 \text{ (грн.)}$$

Отже, якщо в ДВНЗ навчається 2 000 студентів за контрактом, то збільшення вартості сягне $2\,000 \times 1\,879,5 = 3\,759$ (тис. грн.).

2. Якщо плата за навчання вартістю 8 950 грн. з урахуванням інфляції за 2015 р. вноситься двічі на рік, то розраховується таким чином:

$$PV2 = 1,12 \times 4\,475 + 1,12 \times 4\,475 = 5\,012 + 5\,012 = 10\,024 \text{ (грн.)}$$

Отже, за рахунок збільшення вартості у 1 074 грн. ДВНЗ має отримати $2\,000 \times 1\,074 = 2\,148$ (тис. грн.)

3. Якщо плата за навчання вноситься поквартально:

$$PV3 = 1,03 \times 2\,282,25 + 1,08 \times 2\,282,25 + 1,04 \times 2\,282,25 + 1,07 \times 2\,282,25 = 9\,634,3 \text{ (грн.)}$$

За таким варіантом вартість навчання збільшиться на 684,3 грн., отже, університет отримає від 2 000 контрактників $2\,000 \times 684,3 = 1\,368,61$ (тис. грн.).

Для того, щоб захиститися від інфляційних втрат, зазначені доходи від оплати за навчання, наприклад, можна розмістити на депозитному рахунку в банку, що суттєво збільшить дохідну частину ДВНЗ [9, с. 62].

Також, як уже зазначалось, на даний час більшість ДВНЗ функціонує за рахунок загального фонду, тобто бюджетних коштів може вистачити, щоб профінансувати лише частину витрат по заробітній платі та нарахування на неї, частину витрат на енергоносії й комунальні послуги та стипендії студентам [10, с. 182]. Саме тому посилюється роль в якості джерела фінансових ресурсів університету спеціального фонду, який створюється за допомогою платних послуг університетів.

Для того, щоб університет мав достатньо коштів для функціонування з позабюджетної діяльності (спеціального фонду), необхідно розглядати ДВНЗ не лише як навчальний заклад, але і як підприємство, а позабюджетну діяльність треба представити як суму бізнес-процесів, як безліч внутрішніх кроків (видів) діяльності, що починаються з одного або більше входів і закінчуються створенням продукції, необхідної замовнику. Одним з основних джерел позабюджетних надходжень або бізнес-процесів є платні освітні послуги [11, с. 84].

Згідно із Законом України «Про вищу освіту», університети мають право залучати додаткові кошти з нормативно визначених джерел, серед яких: кошти, одержані за навчання, підготовку, підвищення кваліфікації та перепідготовку кадрів; плата за надання додаткових освітніх послуг; кошти, одержані за науково-дослідні роботи (послуги) та інші роботи, виконані навчальним закладом на замовлення підприємств; доходи від реалізації продукції навчально-виробничих майстерень і господарств від надання в

Таблиця 2

Власні надходження ДВНЗ та напрямки їх використання

Група власних надходжень від ДВНЗ	Підгрупи власних надходжень	Напрямки використання надходжень ДВНЗ
1. Плата за послуги, що надаються бюджетною установою (мають постійний характер і обов'язково плануються)	1.1 Плата за послуги, надання яких пов'язане з виконанням основних функцій та завдань бюджетних установ	Покриття витрат, пов'язаних з організацією та наданням зазначених послуг
	1.2 Надходження від господарської та/або виробничої діяльності (кошти від господарсько-виробничої діяльності допоміжних, навчально-допоміжних підприємств, господарств, майстерень, квартирна плата та плата за гуртожиток)	Організація зазначених видів діяльності, а також на господарські видатки бюджетних установ
	1.3 Плата за оренду майна	Утримання, обладнання, ремонт майна
	1.4 Надходження від реалізації майна (крім будівель та споруд)	Ремонт, модернізація чи придбання нових необоротних активів та матеріальних цінностей
2. Інші джерела власних надходжень бюджетних установ	2.1 Благодійні внески, гранти та дарунки (в т.ч. внески від спонсорів та меценатів)	Гранти, спрямовані на реалізацію цілей, визначених програмою їх надання
	2.2 Кошти, які отримує ДВНЗ на виконання окремих конкретних доручень від підприємств, організацій, фізичних осіб, інших бюджетних установ	За спеціально визначеними напрямками в разі їх надходження

оренду приміщень, обладнання; дотації з місцевих бюджетів та дивіденди від цінних паперів; валютні надходження та добровільні грошові внески, матеріальні цінності, одержані від підприємств, установ, організацій, окремих громадян, інші кошти [1].

Спираючись на проведений аналіз, наведемо дві основні групи власних надходжень ДВНЗ, їх підгрупи та напрямки їх використання у функціонуванні роботи університету, які можна збільшувати кожному із ДВНЗ (табл. 2).

З даної таблиці видно, що велику роль відіграють власні надходження у вигляді плати за освітні послуги, які мають постійний характер.

Отже, головним джерелом додаткового, а в деяких ДВНЗ і основного, позабюджетного фінансування ДВНЗ є плата за навчання студентів на контрактній основі, тому надзвичайно важливого значення набувають управлінські заходи, спрямовані на підвищення попиту на послуги ДВНЗ, що дасть можливість підвищити конкурентоспроможність освітніх закладів.

Висновки. Для ефективного управління процесом дохідності ДВНЗ, який є важливою складовою системи менеджменту університету, насамперед необхідно розробити економіко-математичні моделі прогнозу надходження й управління надходженнями фінансових ресурсів від платних послуг ДВНЗ та розробити методи аналізу дохідності, що будуть враховувати особливості надходження фінансових ресурсів ДВНЗ.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Закон України «Про вищу освіту» від 1 липня 2014 р. № 1556-VII // Відомості Верховної Ради України (ВВР). – 2014. – № 37–38. – ст. 2004 [зі змінами та доповненнями]. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1556-18>.
2. Бухгалтерська та статистична звітність КНЕУ ім. В. Гетьмана за 2015 р. // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://kneu.edu.ua/ua/University_en/dostup/.
3. Бухгалтерська та статистична звітність Полтавської державної аграрної академії за 2015 р. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.pdaa.edu.ua/lib/docs/Звіт%20ректора%202015.pdf>.
4. Бухгалтерська та статистична звітність Полтавського національного педагогічного університету ім. В.Г. Короленка за 2015 р. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: npnu.edu.ua/ua/files/zvit-rektora-2014.doc.
5. Бухгалтерська та статистична звітність Полтавської Української медичної стоматологічної академії за 2015 р. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://umsa.edu.ua/stat79/zvit_rektora_15.pdf.
6. Основні показники діяльності вищих навчальних закладів України на початок 2014/2015 навчального року // Статистичний бюлетень. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://ukrstat.org/uk/druk/publicat/Arhiv_u/15/Arch_vnz_bl.htm.
7. Інформація про виконання результативних показників, що характеризують виконання бюджетної програми за 2015 р. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://goo.gl/KVm1GF>.
8. Державний комітет статистики України: Індекси споживчих цін у 1991–2015 рр. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>.
9. Шевчук В.Я. Основи інвестиційної діяльності / В.Я. Шевчук, П.С. Рогожин. – К.: Генеза. – 1997. – 384 с.
10. Бублій Г.А. Позабюджетні джерела фінансування системи вищої освіти / Г.А. Бублій // Держава та регіони. – 2012. – № 1. – С. 181–187.
11. Желюк Н.С. Визначення динаміки попиту на платні освітні послуги вищого навчального закладу / Н.С. Желюк // Економіко-соціальні аспекти реформування та розвитку України: Міжнар. наук.-практ. конф., 30 вересня–1 жовтня 2011 р.: тези доповідей. – К., 2011. – Ч. 1. – С. 83–85.

СЕКЦІЯ 10
СТАТИСТИКА

УДК 311:3

Іщук Я.В.

кандидат економічних наук,
доцент кафедри статистикиКиївського національного економічного університету
імені Вадима Гетьмана

СТАТИСТИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПРОДОВОЛЬЧОЇ БЕЗПЕКИ

В статті визначено поняття продовольчої безпеки як складового елемента економічної безпеки держави. Розглянуто основні індикатори і критерії продовольчої безпеки згідно із Законом України «Про продовольчу безпеку». Проаналізовано стан продовольчої безпеки України загалом і у розрізі окремих областей за такими показниками, як середньодобова поживність раціону, достатність споживання окремих продуктів харчування, економічна доступність продуктів харчування, ємність внутрішнього ринку та імпортозалежність за окремими групами продовольства.

Ключові слова: продовольча безпека, критерій продовольчої безпеки, глобальний індекс продовольчої безпеки, достатність споживання продуктів харчування, економічна доступність продуктів харчування, продовольча незалежність.

Ищук Я.В. СТАТИСТИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРОДОВОЛЬСТВЕННОЙ БЕЗОПАСНОСТИ

В статье определено понятие продовольственной безопасности как составного элемента экономической безопасности государства. Рассмотрены основные индикаторы и критерии продовольственной безопасности в соответствии с Законом Украины «О продовольственной безопасности». Проанализировано состояние продовольственной безопасности Украины в целом и в разрезе отдельных областей по таким показателям, как среднесуточная питательность рациона, достаточность потребления отдельных продуктов питания, экономическая доступность продуктов питания, емкость внутреннего рынка и импортозависимость по отдельным группам продовольствия.

Ключевые слова: продовольственная безопасность, критерий продовольственной безопасности, глобальный индекс продовольственной безопасности, достаточность потребления продуктов питания, экономическая доступность продуктов питания, продовольственная независимость.

Ishchuk Ya.V. STATISTICAL SUPPORT OF FOOD SECURITY

Food security in Ukraine in the current economic and political environment is one of the basic conditions for national sovereignty and independence. The concept of «food security» is defined as a component of economic security of the state. The main indicators and criteria of food security in accordance with the Law of Ukraine «On Food Security» are given. The analysis covers official statistical data on sufficiency of foods consumption by Ukrainian region (2015), the share of households' expenses on foods by Ukrainian region (2015), domestic food market capacity (2014, 2015), imports dependency by category of food (2014, 2015). The evaluation is made by the method fixed in the Law of Ukraine «On Food Security».

Keywords: food security, food security criterion, Global Index of Food Security, sufficiency of foods consumption, economic accessibility of foods, food sovereignty.

Постановка проблеми. Продовольча безпека України в сучасних економічних і політичних умовах є однією з основних умов збереження національного суверенітету і незалежності держави. Продовольча безпека є невід'ємною складовою економічної безпеки країни. Проблема продовольчої безпеки не має кон'юнктурного характеру. Вона буде існувати, поки є держава, визначальним фактором сили і авторитету якої є підтримання відповідного рівня продовольчої безпеки. Підтвердженням цього є правове забезпечення та постійна увага до проблем продовольчої безпеки в країнах ЄС, США, Японії та інших.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питанням державного регулювання забезпечення продовольчої безпеки приділяли увагу українські та зарубіжні учені. Серед українських авторів слід виділити В. Гейця, С. Герасименка, Л. Дейнеко, Е. Лібанову, І. Калачову, О. Кочеткова, І. Лукінова, Д. Манцурова, І. Манцурова, Р. Маркова, Г. Мостового, П. Саблука, В. Трегубчука, В. Юришина, В. Вороніна, А. Дегтяр, Б. Гунського та інших [1–7]. Однак дослідження цієї проблеми не можна вважати вичерпними, оскільки велика кількість її аспектів ще недостатньо висвітлена, а деякі з них потребують постійного моніторингу та аналізу.

Метою статті є оцінювання стану і тенденцій розвитку продовольчої безпеки як загалом в Україні, так і в розрізі окремих її областей.

Виклад основного матеріалу дослідження. Згідно із Законом України «Про продовольчу безпеку України» поняття «продовольча безпека» визначає таке соціально-економічне та екологічне становище, за якого всі соціальні та демографічні групи населення стабільно та гарантовано забезпечені безпечним і якісним продовольством у необхідній кількості та асортименті, необхідних і достатніх для фізичного і соціального розвитку особистості, забезпечення здоров'я населення України [8].

Продовольча безпека як багаторівнева системна категорія характеризує економічні відносини на різних рівнях людської спільноти: глобальному, національному, на рівні соціальних груп, сімей, окремої особи. Вона не зводиться тільки до проблем споживання окремих продуктів харчування. Продовольча безпека має три аспекти: політичний, економічний та соціальний. Політичний аспект полягає в набутті окремою державою конкурентного положення в глобальному конкурентному середовищі на світовому ринку продовольчих товарів. Економічний аспект

показує здатність держави використовувати внутрішній агропотенціал і гарантувати незалежність від зовнішніх ринків продовольства. Соціальний аспект характеризує зайнятість населення в аграрному секторі та забезпечення гідних умов і оплати праці.

Одним із міжнародних показників, які характеризують продовольчу безпеку держави, є Глобальний індекс продовольчої безпеки, який розраховується починаючи з 2012 р.

Глобальний індекс продовольчої безпеки (далі – ГППБ), розроблений дослідницьким підрозділом журналу «The Economist» («Economist Intelligence Unit»), оцінює основні аспекти фінансової та фізичної доступності продовольства, а також якості та безпеки продуктів харчування в 109 країнах світу. ГППБ являє собою динамічну кількісно-якісну модель, що базується більш ніж на 28 показниках, яка вимірює фактори продовольчої безпеки в розвинених країнах.

Таблиця 1
Динаміка значення глобального індексу продовольчої безпеки України

Рік	Значення індексу	Місце у світовому рейтингу
2012	57,8	46
2013	57,6	48
2014	56,6	52
2015	54,4	59
2016	55,2	63

У 2016 р. серед сильних аспектів (кількісна характеристика яких більше ніж 75 пунктів) були названі такі: невисока частка населення, яке перебуває за глобальної межею бідності (витрачає менше ніж \$1,90 за день на особу), безпека продовольства, невисокі втрати продовольства, низькі ввізні мита, достатнє постачання та наявність програм з дотримання безпеки продовольства. Слабкими сторонами були названі високий рівень корупції, ризики політичної нестабільності, низьке значення ВВП на душу населення.

Оцінювання стану продовольчої безпеки України на держаному рівні здійснюється згідно із методикою Закону України «Про продовольчу безпеку», яка включає наступні індикатори [8]:

1) рівень споживання населенням харчових продуктів, який визначається фактичним споживанням окремих видів харчових продуктів у розрахунку на душу населення, добовою енергетичною цінністю раціону людини, його збалансованістю за вмістом білків, жирів, вуглеводів, вітамінів, макро- та мікроелементів;

2) економічна доступність харчових продуктів, яка визначається вартістю продовольчого кошика відносно рівня середньомісячної реальної заробітної плати та або часткою сукупних витрат на харчування у загальному обсязі сукупних витрат домогосподарств;

3) фізична доступність харчових продуктів, яка визначається структурою джерел реалізації харчових продуктів на ринку, наявністю мережі роздрібної торгівлі у розрахунку на 10 тис. осіб, чисельністю торговельних місць на продовольчих ринках у розрахунку на 10 тис. осіб, станом розвитку оптової торгівлі продовольчими товарами, наявністю та асортиментом основних видів харчових продуктів у роздрібній торговельній мережі та на ринках на відповідній території;

4) стійкість продовольчого ринку, яка визначається рівнем роздрібних і закупівельних цін на сільськогосподарську продукцію з урахуванням нормативної рентабельності її виробництва;

5) ступінь незалежності продовольчого ринку, який визначається часткою імпортичних харчових продуктів у загальній структурі їх реалізації, рівнем самозабезпеченості основними видами продовольства, обсягом державних запасів продовольства та балансом зовнішньої торгівлі продовольчими товарами;

6) безпечність і якість харчових продуктів, яка визначається станом харчових продуктів, що є результатом діяльності з їх виробництва та обігу, яка здійснюється з дотриманням вимог, встановлених санітарними заходами та/або технічними регламентами, і забезпечує впевненість у тому, що харчові продукти не завдають шкоди здоров'ю людини, якщо вони спожиті за призначенням, а також ступенем досконалості властивостей та характерних рис харчових продуктів, які здатні задовольнити потреби та побажання споживачів;

7) рівень розвитку аграрного сектору, який визначається за допомогою оцінок обсягу виробництва окремих видів продовольства, урожайності основних видів сільськогосподарських культур, продуктивності худоби і птиці, частки господарств населення у виробництві окремих видів сільськогосподарської продукції, рентабельності виробництва основних видів продовольства; фінансових результатів підприємств сільського та рибного господарства, харчової промисловості та промисловості з перероблення сільськогосподарських продуктів, а також обсягу інвестицій в аграрний сектор, у тому числі іноземних, рівня державної підтримки аграрних товаровиробників;

8) природно-ресурсний потенціал і ефективність його використання, які визначаються за показниками родючості земель сільськогосподарського призначення, у тому числі в розрізі окремих територій, частки деградованих земель у загальній їх структурі та рівнем розораності земель.

У Законі України «Про продовольчу безпеку» наведено такі критерії оцінювання стану продовольчої безпеки:

1) граничний критерій індикатора незалежності продовольчого ринку, який визначається як співвідношення між обсягом продовольчого зерна у державних продовольчих ресурсах і обсягом внутрішнього споживання населенням хліба і хлібопродуктів у перерахунку на зерно, а також як співвідношення між обсягом імпорту окремого продукту в натуральних одиницях та ємністю його внутрішнього ринку; становить 20%;

2) граничний критерій індикатора економічної доступності харчових продуктів, який визначається як частка сукупних витрат на харчування у сукупних витратах домогосподарств; граничний критерій цього індикатора становить 50% і змінюватиметься при зростанні реальних доходів населення;

3) граничний критерій індикатора споживання населенням харчових продуктів, який визначається як сума добутків одиниці маси окремих видів продуктів, які споживаються людиною протягом доби, та їхньої енергетичної цінності; становить 3 000 кілокалорій на добу.

За даними Державної служби статистики [10] у 2015 р. середньодобова поживність раціону українця становила 2 799 ккал, що майже на 7% менше граничного критерію, визначеного Законом України «Про продовольчу безпеку» (3 000 ккал). Дані у регіональному розрізі свідчать, що областями з найнижчими показниками середньодобової поживності раціону є Луганська (2 252 ккал) та Донецька (2 664 ккал), а лідерами – Вінницька (3 053 ккал) та Черкаська (3 185 ккал) (рис.1).

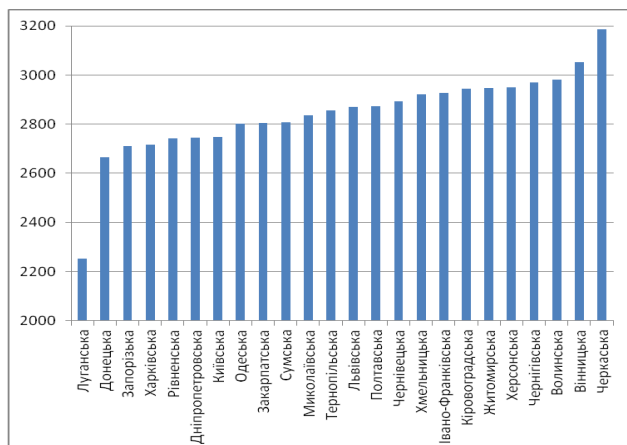


Рис. 1. Калорійність середньодобового раціону населення за областями України у 2015 р.

Джерело: розраховано за даними Державної служби статистики України

Свої потреби у необхідній кількості калорій українці в 2015 р. задовольняли за рахунок продуктів рослинного походження – 72%. Решту складало споживання продукції тваринного походження – 28%. Це майже у 2 рази менше від необхідного для здорового харчування рівня (55%).

Якщо проаналізувати достатність споживання населенням України основних продуктів харчування, то ситуація у 2015 р. залишається невтішною.

У 2015 р. можна побачити, що за найважливішими групами продуктів харчування, такими як м'ясо і м'ясопродукти, молоко і молокопродукти, фрукти та ягоди, риба і рибні продукти, рівень споживання навіть не досяг мінімальних норм споживання.

Дана тенденція свідчить про економічну кризу всередині країни, коли через суттєве зростання цін на продукти харчування населення стало обмежувати себе в їх споживанні. Відповідно, населення стало споживати більше дешевих хлібобулочних виробів, яєць, картоплі, овочів. Тобто власні енергетичні потреби населення країни забезпечує за рахунок дешевих (доступніших) продуктів, що свідчить про незбалансованість харчування населення.

За даними Державної служби статистики, пересічне домогосподарство в Україні у 2015 р. витратило на продукти харчування 2 207,23 грн. на

місяць, що складало 53,1% сукупних витрат, що на 3,1 п. п. перевищує граничне значення 50%, зафіксоване Законом України «Про продовольчу безпеку». У 2013 р. граничне значення цього показника було вперше законодавчо зменшено з 60 до 50%, що наблизило його до світових стандартів (середньосвітове значення цього показника у 2013 р. серед країн світу згідно з ГППБ становило 47%).

Динаміка витрат на харчування свідчить, що найближче до граничного рівня витрат на харчування Україна наближалась у 2012–2013 рр., коли ця частка складала 50,1%.

Таблиця 3

Динаміка частки витрат на харчування в сукупних витратах домогосподарств, %

	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Витрати на харчування	51,6	51,3	50,1	50,1	51,9	53,1

Частку витрат домогосподарств на продукти харчування за областями України наведено на рисунку 2.

Найменшу частку сукупних витрат (до 50%) витрачали на придбання продуктів харчування домогосподарства із Запорізької, Луганської областей України. В інших областях частка витрат домогосподарств

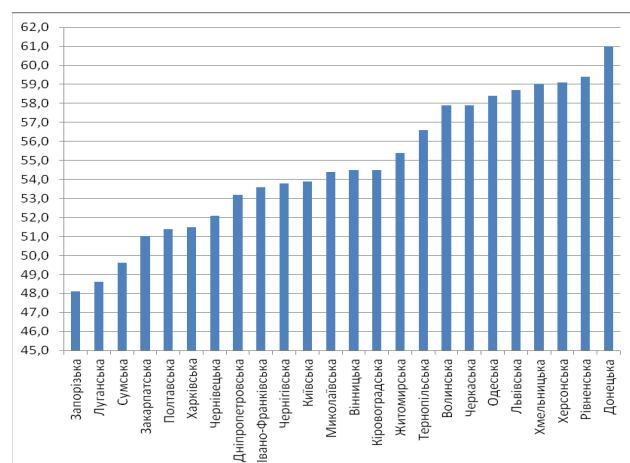


Рис. 2. Частка витрат домогосподарств на харчування за областями України у 2015 р.

Джерело: розраховано за даними Державної служби статистики України

Таблиця 2

Рівень споживання населенням України основних продуктів харчування, кг на 1 особу на рік

Продукти	Мінімальні норми*	Раціональні норми**	2010	2011	2012	2013	2014	2015
М'ясо та м'ясопродукти	52	80	52	51	54	56	54	51
Молоко та молочні продукти	341	380	206	205	215	221	223	210
Яйця (млн. шт.)	231	290	290	310	307	309	310	285
Хлібні продукти	94	101	111	110	109	108	109	103
Картопля	96	124	129	139	140	135	141	138
Овочі та баштанні продовольчі культури	105	161	144	163	163	163	163	161
Плоди, ягоди та виноград (без переробки на вино)	68	90	48	53	53	56	52	51
Риба та рибні продукти	12	20	15	13	14	15	11	9
Цукор	32	38	37	39	38	37	36	36
Олія	8	13	15	14	13	13	13	12

* Затверджені Постановою кабінету Міністрів України від 14.04.2000 р. № 656

** За термінологією МОЗ України «Орієнтовний набір основних продовольчої сировини і харчових продуктів для забезпечення у середньому на душу населення на 2005–2015 роки»

Джерело: розраховано за даними Державної служби статистики України

на харчування перевищує встановлений критерій, що є свідченням певних обмежень в економічній доступності продуктів харчування в цих областях.

Якщо порівнювати даний показник з аналогічним в розвинутих країнах світу, то ситуація виглядає майже критичною: у країнах ЄС цей показник не перевищує 13%, в США – менше 10%.

Ще одним індикатором стану продовольчої безпеки є ємність внутрішнього ринку. Він розраховується як добуток річного середньодушового споживання певного продукту та середньорічної чисельності населення. Зважаючи на те, що за 2015 р. населення України скоротилося на 168,4 тис. осіб або на 0,4%, ємність внутрішнього ринку в більшій мірі була обумовлена зміною рівня споживання. Оцінку ємності внутрішнього ринку наведено в таблиці 4.

Порівняно з попереднім роком у 2015 р. відбулося збільшення ємності внутрішнього ринку всіх продовольчих груп. Особливо помітним воно було в таких групах, де споживання найбільше відстає від раціональних норм: м'ясо та м'ясопродукти, молоко і молочні продукти, риба і рибні продукти.

Таблиця 4

Оцінка ємності внутрішнього ринку споживання продуктів харчування, тис. т

	Ємність ринку		Темп приросту, %
	2014	2015	
М'ясо та м'ясопродукти	2 325,4	2 178,7	-6,3
Молоко і молочні продукти	9 581,1	8 995,0	-6,0
Яйця (млн. шт.)	13 344,7	12 014,8	-9,9
Хлібні продукти	4 667,7	4 422,8	-5,2
Картопля	6 061,3	5 891,5	-2,8
Овочі і баштанні продовольчі культури	7 019,1	6 889,8	-1,8
Плоди, ягоди та виноград	2 248,6	2 178,9	-3,1
Риба та рибні продукти	479,4	367,2	-23,4
Цукор	1 559,1	1 527,6	-2,0
Олія	561,2	525,1	-6,4

Джерело: розраховано за даними Державної служби статистики України

Потреби населення у продовольстві у 2015 р. задовольнялися здебільшого вітчизняним виробництвом (табл. 5).

Таблиця 5

Розрахунок імпортозалежності за групами продовольства, тис. т

	Імпорт продукції в 2015 р.	Ємність внутрішнього ринку в 2015 р.	% імпортозалежності	
			2014	2015
Зернові і зернобобові	4 423	190	2,0	4,3
М'ясо і м'ясопродукти	2 179	158	8,6	7,3
Молоко і молокопродукти	8 995	78	3,7	0,9
Риба і рибопродукти	367	237	75,4	64,6
Яйця	12 015	190	0,9	1,6
Овочі і баштанні	6 890	95	3,2	1,4
Плоди, ягоди та виноград	2 179	588	38,1	27,0
Картопля	5 892	17	0,7	0,3

Цукор	1 528	4	0,4	0,3
Олія рослинна	525	160	39,8	30,5

Джерело: розраховано за даними Державної служби статистики України

Як свідчать дані таблиці 5, найбільш імпортозалежними групами продовольства у 2015 р. були риба і рибопродукти, плоди, ягоди та виноград і олія рослинна. Питома вага імпорту цих груп значно відрізняється від інших груп. Позитивним є те, що у 2015 р. показник імпортозалежності майже всіх основних продуктів харчування знизився в порівнянні з 2014 р., тобто відбулося насичення внутрішнього ринку більш дешевими продуктами власного виробництва.

Значний відсоток імпорту у групі «олія рослинна» обумовлений ввезенням тропічних олій, які не виробляються в Україні. Внутрішній попит на соняшникову олію повністю забезпечувався власним виробництвом.

Висновки. У 2015 р. відбулося погіршення значень більшості індикаторів, що характеризують стан продовольчої безпеки України: зменшилася середньодобова калорійність раціону українців; знизився рівень доступності харчування для населення: витрати на харчування становили 53,1% від сукупних витрат домогосподарств проти 51,9% у попередньому році; відбулося зменшення ємності внутрішнього ринку завдяки зниженню рівня споживання за такими «цінними» продовольчими групами, як м'ясні і молочні продукти, яйця, плоди, ягоди та виноград і риба.

Майже єдиним позитивним моментом можна вважати зниження рівня імпортозалежності країни за такими товарними групами, як риба і рибопродукти, плоди та ягоди та рослинні олії. Але в даному випадку задоволення потреби населення у продовольстві продукцією вітчизняного виробництва відбувалося внаслідок суттєвого падіння купівельної спроможності.

Проте, Україна, маючи сприятливі природно-кліматичні умови для вирощування більшості видів сільськогосподарської продукції та потужний людський потенціал, має можливість не тільки забезпечити внутрішню продовольчу безпеку, а й стати конкурентним гравцем на світовому ринку продовольства. Тому державна політика забезпечення продовольчої безпеки в сучасних умовах повинна полягати в стимулюванні виробництва сільськогосподарської продукції вітчизняними виробниками.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Калачова І.В. Інформаційне забезпечення соціального управління : [монографія] / І.В. Калачова. – К. : ІВЦ Держкомстату України, 2006. – 352 с.
2. Інформаційне забезпечення державного та регіонального соціального управління : [монографія] / [О.Г. Осауленко, О.Ф. Новікова, Н.С. Власенко, І.В. Калачова та ін.] – Київ; Донецьк: ІЕП НАН України; Держкомстат України, 2004. – 656 с.
3. Парфенцева Н.О. Статистичне вивчення соціально-економічного розвитку України : [підручник] / Н.О. Парфенцева, Р.О. Кулинич; Нац. акад. статистики, обліку та аудиту. – К., 2011. – 456 с.
4. Єріна А.М. Статистичне моделювання та прогнозування : [підручник] / А.М. Єріна, Д.Л. Єрін. – К. : КНЕУ, 2014. – 348 с.
5. Лібанова Е.М. Бідність населення України: причини, масштаби, наслідки : [монографія] / Е.М. Лібанова. – К. : КНЕУ, 2008. – 328 с.
6. Манцуrow Д.І. Статистичне оцінювання рівня життя населення України в умовах глобальної економічної кризи / І.Г. Манцуrow, Д.І. Манцуrow // Формування ринкової економіки : зб. наук. праць. – К. : КНЕУ, 2010. – С. 431–442.

7. Манцуров І.Г. Статистика економічного зростання та конкурентоспроможності країни : [монографія] / І.Г. Манцуров. – К. : КНЕУ, 2006. – 392 с.
8. Закон України «Про продовольчу безпеку України» від 22.12.2011 р. № 4227-IV. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon3.rada.gov.ua>.
9. The Global Food Security Index. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://foodsecurityindex.eiu.com/>
10. Офіційний веб сайт Держстату України. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua/>

СЕКЦІЯ 11 МАТЕМАТИЧНІ МЕТОДИ, МОДЕЛІ ТА ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ЕКОНОМІЦІ

УДК 681.83

Білоцерківський О.Б.
кандидат технічних наук,
доцент кафедри менеджменту
зовнішньоекономічної діяльності та фінансів
Національного технічного університету
«Харківський політехнічний інститут»

ПРОГНОЗУВАННЯ ВИРОБНИЦТВА ЕЛЕКТРОЕНЕРГІЇ В УКРАЇНІ ЗА ДОПОМОГОЮ ЕКОНОМЕТРИЧНИХ МОДЕЛЕЙ

У статті досліджено сучасний стан та тенденції розвитку електроенергетики України. Розглянуто виробництво електроенергії в Україні за кварталами 2014–2015 рр., досліджено структуру виробництва. Розраховано аналітичні показники ряду динаміки. Побудовано парні регресійні, одночленні та двохчленні авторегресійні моделі. Перевірено адекватність побудованих моделей. Зроблено точковий прогноз виробництва електроенергії на 2016 р.

Ключові слова: електроенергія, структура, базисні та ланцюгові показники ряду динаміки, парні регресійні та авторегресійні моделі, точковий прогноз.

Белоцерковский А.Б. ПРОГНОЗИРОВАНИЕ ПРОИЗВОДСТВА ЭЛЕКТРОЭНЕРГИИ В УКРАИНЕ С ПОМОЩЬЮ ЭКОНОМЕТРИЧЕСКИХ МОДЕЛЕЙ

В статье исследованы современное состояние и тенденции развития электроэнергетики Украины. Рассмотрено производство электроэнергии в Украине по кварталам 2014–2015 гг., исследована структура производства. Рассчитаны аналитические показатели ряда динамики. Построены парные регрессионные, одночленные и двухчленные авторегрессионные модели. Проверена адекватность построенных моделей. Сделан точечный прогноз производства электроэнергии на 2016 г.

Ключевые слова: электроэнергия, структура, базисные и цепные показатели ряда динамики, парные регрессионные и авторегрессионные модели, точечный прогноз.

Bilotserkivskiy O.B. FORECASTING OF ELECTRO-ENERGY PRODUCTION IN UKRAINE USING ECONOMETRIC MODELS

The current state and trends of electro-energy in Ukraine were investigated. Ukrainian electro-energy production for quarters of 2014-2015 was analyzed, the production structure was investigated. The analytical time series parameters were calculated. The pair regressive, one- and two-term autoregressive models were constructed. Adequacy of the built models was tested. A point forecast of electro-energy production for 2016 was made.

Keywords: electro-energy, structure, basis and chain time series parameters, pair regressive, one- and two-term autoregressive models, a point forecast.

Постановка проблеми. Електроенергетика – це галузь промисловості, яка забезпечує електрифікацію господарства та побутові потреби населення на основі виробництва та розподілу електроенергії. Електроенергетика посідає провідне місце в енергетиці країни. Вона є матеріальною основою науково-технічного прогресу, зростання продуктивності праці в усіх галузях суспільного виробництва. Електроенергетика – це основа розвитку економіки країни. Розвиток електроенергетики, будівництво потужних електростанцій сприяють створенню нових промислових вузлів [1]. В Україні електроенергія виробляється здебільшого за рахунок непоновлюваних джерел (спалювання вугілля, мазуту, природного газу), а також використання енергії води та атомної енергії [2, с. 22], тому дослідження в галузі потенційно можливого виробництва електроенергії є актуальними та мають важливе практичне значення.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженню виробництва електроенергії в Україні присвячено роботи К.В. Ущиповського [3], Г.Б. Варламова [4], М.М. Чепурного [5] та ін. Так, у роботі К.В. Ущиповського [3] окреслено стан та перспективи розвитку електроенергетичної галузі України, визначено

загрози та можливості, а також ключові фактори успіху в галузі постачання електроенергії. Систематизацію матеріалу про технологічні особливості виробництва теплової та електричної енергії з використанням органічного палива і про комплексні методи та перспективні напрями підвищення енергетичної ефективності й екологічної безпеки теплоенергетичних об'єктів здійснено в роботі Г.Б. Варламова [4]. Дослідження М.М. Чепурного [5] присвячене аналізу впливу експлуатаційних факторів на ефективність роботи різного типу енергетичних установок, призначених для комбінованого виробництва електроенергії та тепла. Проте в наведених роботах відсутні або потребують оновлення економетричні моделі, що описують виробництво електроенергії в Україні.

Мета статті полягає в аналізі структурних складників виробництва електроенергії в Україні, визначенні базисних і ланцюгових показників ряду динаміки, виділенні з ряду динаміки тренду, побудові рівняння тренду, перевірки його адекватності, прогнозуванні виробництва електроенергії в Україні за кварталами 2016 р.

Виклад основного матеріалу дослідження. Проведено аналіз структурних складників виробництва електроенергії в Україні за даними Держкомстату України

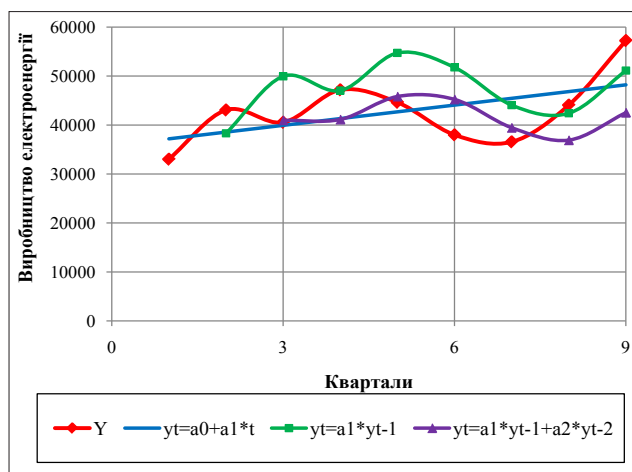


Рис. 1. Виробництво електроенергії в Україні за квартали 2014–2016 рр.:

Y – фактичні; y_t – вирівняні дані

про виробництво електроенергії за 2010–2015 рр. [6] Аналіз показав, що співвідношення між складниками виробництва електроенергії змінюються у часі та будуть змінюватися в майбутньому: питома вага складника «теплові електростанції та теплоелектроцентралі» впродовж шести останніх років зменшилася на 4,54% у загальному виробництві електроенергії, така ж тенденція в гідроелектростанцій (2,7%), водночас питома вага складника «атомні електростанції» за цей же період збільшилася на 6,3%. Також майже на 1% збільшилася частка альтернативних джерел енергії. Це можна пояснити російською анексією Криму з втратою перспективних родовищ нафти та природного газу на шельфі Чорного моря та тривалим збройним конфліктом на Донбасі з проросійськими сепаратистами, під контролем яких опинилися практично всі антрацитові вугільні шахти [7, с. 186]. Своєю чергою, це збільшило навантаження на атомні електростанції та стимулювало розвиток альтернативної енергетики.

Використовуючи метод збільшення інтервалів, було перетворено місячні дані Держкомстату України про виробництво електроенергії за 2014–2016 рр. [6] у квартальні (табл. 1, стовпці 1–3).

Чисельні дані, наведені в табл. 1, являють собою динамічний ряд. Наявність рядів динаміки потребує їх аналізу, що має за мету вивчення зміни явища за часом і встановлення його напрямку, характеру цієї зміни і вияв закономірності розвитку [8, с. 20].

Властивості рядів динаміки оцінюються за допомогою аналітичних показників. При цьому базою порівняння може бути змінний попередній рівень (розрахунок ланцюговим способом) або постійний віддалений за часом рівень (розрахунок базисним способом).

Абсолютний приріст (або зменшення) Δ_i відповідає швидкості зміни рівнів ряду і розраховується як різниця рівнів ряду:

$$a) \text{ базисний } \Delta_{i0} = y_i - y_0; \quad (1)$$

$$b) \text{ ланцюговий } \Delta_i = y_i - y_{i-1}, i=1..n, \quad (2)$$

де n – кількість рівнів ряду динаміки.

Темп зростання K_i характеризує інтенсивність змін рівнів ряду і виражається у відносних величинах числом або у процентах:

$$a) \text{ базисний } K_{i0} = \frac{y_i}{y_0}; \quad (3)$$

$$b) \text{ ланцюговий } K_i = \frac{y_i}{y_{i-1}}. \quad (4)$$

Темп приросту T_i виражається в процентах і показує, на скільки рівень y_i більший (менший) від рівня, взятого за базу порівняння:

$$a) \text{ базисний } T_{i0} = \frac{\Delta_{i0}}{y_0} 100\% = \frac{y_i - y_0}{y_0} 100\%; \quad (5)$$

$$b) \text{ ланцюговий } T_i = \frac{\Delta_i}{y_{i-1}} 100\% = \frac{y_i - y_{i-1}}{y_{i-1}} 100\%. \quad (6)$$

Абсолютне значення одного проценту приросту A_i характеризує вагомість кожного проценту приросту і розраховується як відношення абсолютного приросту до темпу приросту:

$$A_i = \frac{\Delta_i}{T_i} = \frac{y_{i-1}}{100} = 0,01 y_{i-1}, \%. \quad (7)$$

Результати індексного аналізу наведено в табл. 1, стовпці 4–10. Із табл. 1 видно, що в I кварталі 2016 р. виробництво електроенергії порівняно з I кварталом 2014 р. збільшилося на 24 206,4 млн. кВт/год., або в 1,73 рази (73,29%). Найбільший темп зростання виробництва електроенергії порівняно з попереднім кварталом спостерігався у II кварталі 2014 р. (1,3%), найменший – у II кварталі 2015 р. (0,85%). Кожен відсоток абсолютного приросту у I кварталі 2015 р. становив 440,74 млн. кВт/год. Таким чином, розвиток електроенергетичної галузі України з виробництва електроенергії є позитивним, а її показники зростають із року в рік.

Проведено моделювання часового ряду, тобто виділено тренд. Загальне уявлення про характер зміни явища можна отримати із графічного зображення ряду динаміки (рис. 1).

Таблиця 1

Статистичні дані та результати індексного аналізу

Роки	Кwartали	Вироблено електричної енергії, млн. кВт/год.	Абсолютний приріст, млн. кВт/год.		Темп зростання, %		Темп приросту, %		Абсолютне значення 1% приросту, млн. кВт/год.
		y_i	Δ_i	Δ_{i0}	K_i	K_{i0}	T_i	T_{i0}	A_i
2014	1	33025,7	...	0	...	1,00	...	0	...
	2	43067,4	10041,7	10041,7	1,31	1,31	30,41	30,41	330,26
	3	40555	-2512,4	7529,3	0,94	1,23	-5,83	22,79	430,67
	4	47182,6	6627,6	14156,9	1,16	1,43	16,34	42,87	405,55
2015	1	44636,2	-2546,4	11610,5	0,95	1,35	-5,39	35,16	471,83
	2	37994,4	-6641,8	4968,7	0,85	1,15	-14,88	15,05	446,365
	3	36562,8	-1431,6	3537,1	0,96	1,11	-3,77	10,71	379,95
	4	44072,8	7510	11047,1	1,21	1,34	20,54	33,45	365,63
2016	1	57232,1	13159,3	24206,4	1,29	1,73	29,86	73,29	440,73

З рис. 1 видно, що фактичні дані ряду динаміки розміщені близько до прямої лінії, тому спочатку для виділення тренду була побудована модель лінійної парної регресії $\bar{y} = 42703,2 + 1377,8 \cdot t$. Це означає, що кожен квартал виробництво електричної енергії в Україні збільшується на 1 377,8 млн. кВт/год.

Для оцінки тісноти зв'язку між ознаками було обчислено коефіцієнти детермінації $R^2 = 0,29$ та кореляції $R = 0,54$, що свідчить про слабкий зв'язок між ознаками. Оцінено тісноту зв'язку за допомогою F -критерію Фішера, тобто обчислено теоретичне значення F -критерію Фішера та зроблено порівняння з табличним $F_{таб, \alpha}$. Оскільки $F < F_{таб, \alpha}$ ($2,84 < 5,59$ [9, с. 295]), то це означає недостатню значущість зв'язку між ознаками. Також було оцінено значущість коефіцієнта кореляції R за допомогою t -критерію Стюдента. Оскільки $t < t_{таб, \alpha}$ ($1,68 < 2,36$ [9, с. 293]), то це свідчить про слабкий зв'язок між ознаками, тому були побудовані авторегресійні моделі за методикою Ю.І. Лернера. Дано деякий ряд динаміки величини y . Ставиться проблема прогнозування значення величини на майбутній період по ряду попередніх значень за допомогою деякого рівняння регресії, зокрема лінійного

$$\tilde{y}_t = a_1 y_{t-1} + a_2 y_{t-2} + \dots + a_k y_{t-k} \quad (8)$$

з коефіцієнтами, що визначаються за методом найменших квадратів.

Доведено, що залежність (8) у тому і тільки в тому разі відображає поведінку випадкової величини y в генеральній сукупності, якщо різниця між розрахованими значеннями $\tilde{y}_t$ по (8) і фактичними даними y_t

$$\varepsilon_t = \tilde{y}_t - y_t \quad (9)$$

є величиною незалежною від часу. Ця умова замінюється двома іншими:

а) значення ε_t нормально розподілені; б) некорельовані між собою.

З огляду на те, що ряд містить невелику кількість членів, то умова (а) не перевіряється. Для перевірки умови (б) використовується критерій Неймана. Розглядається відношення середнього квадрата послідовних різниць $\varepsilon_t - \varepsilon_{t-1}$ до середнього квадрата ε_t :

$$K = \frac{\sum_{t=k+2}^n (\varepsilon_t - \varepsilon_{t-1})^2}{n-k-1} \cdot \frac{\sum_{t=k+2}^n \varepsilon_t^2}{n'} \quad (10)$$

Для критерію K складена таблиця істотності при 5%-му і 1%-му рівня значущості для різних значень $n' = n - k$ ($4 \leq n' \leq 60$). Якщо розрахункове значення K потрапляє в допустиму область за 5%-го рівня значущості, приймаємо гіпотезу неавтокорельованості залишків ε_t і затверджуємо k -членну авторегресійну модель (8). Якщо ж K потрапляє в критичну область за 1%-го рівня значущості, то відкидаємо гіпотезу неавтокорельованості залишків ε_t і відмовляємося від моделі (8), при цьому намагаємося збільшити кількість членів рівняння (якщо довжина ряду дозволяє).

За даними табл. 1 складено одночленні або, за наявності автокорельованості залишків ε_t , двочленні авторегресійні моделі:

$$\tilde{y}_t = a_1 y_{t-1}; \quad (11)$$

$$\tilde{y}_t = a_1 y_{t-1} + a_2 y_{t-2}. \quad (12)$$

Отримано такі рівняння авторегресійної моделі: одночленне $\tilde{y}_t = 1,16 y_{t-1}$ ($K = 2,14$) та двочленне

$\tilde{y}_t = 0,79 y_{t-1} + 0,21 y_{t-2}$ ($K = 2,14$) ($K = 2,14$). При цьому побудовані авторегресійні моделі є адекватними за критерієм Неймана та прийнятними для прогнозування, тому що останні члени часового ряду потрапляють у довірчі інтервали з 95%-ю гарантійною ймовірністю.

Для перевірки адекватності побудованих економетричних моделей було обчислено точкові прогнози на I квартал 2016 р. за цими моделями та здійснено їх порівняння з відомим значенням 57 232,1 млн. кВт/год. Відхилення результату вимірювання від істинного значення вимірювальної величини було визначено за допомогою абсолютних Δ і відносних δ похибок вимірювання [10, с. 40]:

$$\Delta = X_{\text{вим}} - X_d, \quad (13)$$

де X_d – значення величини, яке прийняте за дійсне.

$$\delta = \pm \frac{\Delta}{X_d} \cdot 100\%. \quad (14)$$

Результати порівняння наведено в табл. 2.

Таблиця 2
Прогнозне значення на I квартал 2016 р.

№	Тип економетричної моделі	Прогноз за моделлю	Похибка	
			абсолютна	відносна
1	парна регресійна	48214,50	-9017,6	–
2	авторегресійна одночленна	51124,45	-6107,65	-10,67 %
3	авторегресійна двочленна	42525,41	-14706,7	-25,7 %

Як видно з табл. 2, найменшу відносну похибку прогнозу (-10,67%) має одночленна авторегресійна модель, отже, другий член двочленної моделі практично не впливає на отримані результати, тому для прогнозу можна обмежитися одночленною авторегресійною моделлю.

Виходячи з цього, було зроблено точковий прогноз виробництва електроенергії в Україні за кварталами 2016 р.: I квартал – $\tilde{y}_9 a_1 y_8 = 1,16 \times 44072,8$ млн. кВт/год.; II – $\tilde{y}_{10} = 59304,4$ млн. кВт/год.; III – $\tilde{y}_{11} = 69793$ млн. кВт/год.; IV – $\tilde{y}_{12} = 79800$ млн. кВт/год.

Висновки. Проведено аналіз структури виробництва електроенергії в Україні, який показав, що питома вага складника «теплові електростанції та теплоелектроцентралі» впродовж шести останніх років зменшилася на 4,54% у загальному виробництві електроенергії, така ж тенденція в гідроелектростанцій (2,7%), водночас питома вага складника «атомні електростанції» за цей же період збільшилася на 6,3%. Також майже на 1% збільшилася частка альтернативних джерел енергії.

Визначено базисні та ланцюгові показники ряду динаміки. Результати показали, що розвиток електроенергетичної галузі України з виробництва електроенергії є позитивним, а її показники зростають із року в рік.

Із ряду динаміки виділено тренд. Визначено вид лінії тренду (лінійна функція) та одержано її параметри: $a_0 = 42703,2$; $a_1 = 1377,8$. Були побудовані одно- та двочленні авторегресійні моделі:

$\tilde{y}_t = 1,16 y_{t-1}$, $\tilde{y}_t = 0,79 y_{t-1} + 0,21 y_{t-2}$.
Зроблено прогноз виробництва електроенергії в Україні за кварталами 2016 р.: I квартал – $\tilde{y}_9 a_1 y_8 = 1,16 \cdot 44072,8 = 51124,5$ млн. кВт/год.; II – $\tilde{y}_{10} = 59304,4$ млн. кВт/год.; III – $\tilde{y}_{11} = 68793$ млн. кВт/год.; IV – $\tilde{y}_{12} = 79800$ млн. кВт/год.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Електроенергетика України, її значення та сучасна структура виробництва і споживання електроенергії [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://uchebnik-online.com/128/94.html>.
2. Білоцерківський О.Б. Моделювання часового ряду з виробництва електроенергії в Україні / О.Б. Білоцерківський // Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія «Міжнародні економічні відносини та світове господарство». – Ужгород : Гельветика, 2016. – Вип. 7. – Ч. 1. – С. 22–25.
3. Ушаповський К.В. Тенденції розвитку електроенергетики: загрози та можливості / К.В. Ушаповський, Ю.Д. Костін // Энергосбережение. Энергетика. Энергоаудит. – 2013. – № 1(107). – С. 21–32.
4. Варламов Г.Б. Теплоэнергетичні установи та екологічні аспекти виробництва енергії : [підручник] / Г.Б. Варламов, Г.М. Любчик, В.А. Маляренко. – К. : Політехніка, 2003. – 232 с.
5. Чепурний М.М. Показники ефективності роботи енергетичних установок для сумісного виробництва теплової та електричної енергії / М.М. Чепурний, С.Й. Ткаченко, Н.В. Пішеніна // Наукові праці ВНТУ. – 2010. – № 1. – С. 1–5.
6. Виробництво основних видів промислової продукції [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://ukrstat.gov.ua>.
7. Оптимізація систем теплопостачання із використанням економіко-математичного моделювання : [монографія] / О.М. Гавриш, О.О. Замула, В.О. Шведун [та ін.] ; М-во освіти і науки України, НТУ «ХПІ». – Х. : Щедра садиба плюс, 2015. – 208 с.
8. Білоцерківський О.Б. Статистичний аналіз виробництва електроенергії в Україні / О.Б. Білоцерківський // Молодий вчений. – Херсон : Гельветика, 2016. – № 5(32). – Ч. 1. – С. 19–23.
9. Кремер Н.Ш. Эконометрика : [учебник для вузов] / Н.Ш. Кремер, Б.А. Путко. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2005. – 311 с.
10. Білоцерківський О.Б. Методичні вказівки до практичних занять з курсу «Технічне регулювання» для студентів спеціальності 6.030510 «Товарознавство та комерційна діяльність» / О.Б. Білоцерківський. – Х. : НТУ «ХПІ», 2015. – 88 с.

УДК 658.07

Куруджи Ю.В.

*ассистент кафедры менеджмента
и маркетинга на морском транспорте
Одесского национального морского университета*

РАЗРАБОТКА МЕТОДА ОЦЕНКИ РЫНОЧНОГО РИСКА ПРИ ПЛАНИРОВАНИИ РАБОТЫ ЦЕПИ ПОСТАВОК С УЧЕТОМ ФАКТОРОВ ВНУТРЕННЕЙ И ВНЕШНЕЙ НЕОПРЕДЕЛЕННОСТИ

В статье предложен методический подход к оценке рыночного риска при планировании работы цепи поставок. Спрос в пунктах потребления продукции и производственные коэффициенты предполагаются случайными величинами с заданными законами распределения. Суть разработанного метода состоит в оценке ожидаемой прибыли от реализации продукции с учетом страхования рисков и без страхования.

Ключевые слова: цепь поставок, стохастическая оптимизация, случайный спрос, случайная производительность линий, рыночный риск, страхование риска.

Куруджи Ю.В. РОЗРОБКА МЕТОДУ ОЦІНКИ РИНКОВОГО РИЗИКУ ПРИ ПЛАНУВАННІ РОБОТИ ЛАНЦЮГА ПОСТАВОК З УРАХУВАННЯМ ФАКТОРІВ ВНУТРІШНЬОЇ ТА ЗОВНІШНЬОЇ НЕВИЗНАЧЕНОСТІ

У статті запропоновано методичний підхід до оцінки ринкового ризику при плануванні роботи ланцюга поставок. Попит в пунктах споживання продукції та виробничі коефіцієнти передбачаються випадковими величинами із заданими законами розподілу. Суть розробленого методу полягає в оцінці очікуваного прибутку від реалізації продукції з урахуванням страхування ризиків і без страхування.

Ключові слова: ланцюг поставок, стохастична оптимізація, випадковий попит, випадкова продуктивність ліній, ринковий ризик, страхування ризику.

Kurudzhi Yu.V. DEVELOPMENT OF MARKET'S RISK ASSESSMENT METHOD FOR SUPPLY CHAIN ACTIVITY PLANNING TAKING INTO ACCOUNT THE FACTORS OF INTERNAL AND EXTERNAL UNCERTAINTY

In the article a methodological approach to the assessment of market risk for supply chain activity planning is suggested. The random fluctuation of demand at destinations and random variations of production equipment's rates at a plant was taken into account. The method is to assess the expected profits from sales of products based on risk insurance and without insurance.

Keywords: supply chain, stochastic optimization, random demand, random variations of production rates, market risk, insurance risk.

Постановка проблеми. Организация и планирование работы цепей поставок связаны с необходимостью учета различных видов риска. К основным из них относятся риски нарушения сроков и объемов поставок, риски перепроизводства готовой продукции и упущенной выгоды из-за ее недостаточного выпуска, трудности с получением сырья, внезапные отказы производственного оборудования, колебания производительности рабочих и др. Поэтому при моделировании логистических систем и оптимизации совместных планов работы различных звеньев цепей поставок важно учитывать влияние как внутренних, так и внешних факторов неопределенности.

При решении задач управления рисками целесообразно использовать достижения современной теории риска, которая основана на классической теории вероятностей. Однако существующие подходы к управлению рисками недостаточно учитывают специфику цепей поставок, основанных на управлении материальными и финансовыми потоками на всем протяжении цепи. Этим обусловлена более широкая постановка проблемы, связанной с координацией всех видов потоков и управлением финансовыми рисками в деятельности цепей поставок, а также необходимость разработки соответствующих методов моделирования и исследования.

Анализ последних исследований и публикаций. Для управления рисками в настоящее время разработаны различные приемы и методы [1–4]. Из последних работ, посвященных непосредственно моделированию цепей поставок с учетом финансовых процессов риска и порождающих их процессов производства, перевозки и хранения продукции, можно отметить работы Дж. Брамеля, Д. Симчи-Леви [5], П. Брандимарте, Г. Зоретти [6], И. Морозовой, М. Постана, С. Дашковского [7], Д. Малиновского [8] и других.

В работе М. Постана [10] приведен метод оценки рисков при оптимизации планирования выпуска продукции предприятием в условиях случайного спроса. В нашей работе «Разработка метода оценки рыночного риска при планировании работы цепи поставок при случайном спросе» [11] этот подход был распространен для задачи управления риском в цепях поставок типа А с учетом совместной оптимизации планирования производства и доставки готовой продукции в пункты потребления при случайном спросе (фактор внешней неопределенности) с заданным законом распределения. В нашей статье «Разработка модели оптимизации плана выпуска и доставки продукции с учетом факторов неопределенности» [12] исследована модель оптимизации производственно-транспортного типа, учитывающая также случайные колебания производительностей технологических линий (фактор внутренней неопределенности).

Цель статьи. Целью данной работы является распространение подхода, реализованного в вышеупомянутых работах [10; 11], для решения задачи управления рисками на примере цепи поставок типа А (несколько производителей, изготавливающих комплектующие, и одно предприятие, потребляющее их продукцию) с учетом одновременного влияния факторов внешней и внутренней неопределенности.

Основная задача исследования заключается в разработке метода, позволяющего количественно оценить экономическую целесообразность страхования риска недостатка ресурсов для производства продукции вследствие колебаний производительностей технологических линий и рисков, возникающих из-за случайного колебания спроса на продукцию.

Изложение основного материала исследования. Метод оценки рисков предприятия. Приведем статическую модель оптимизации плана выпуска комплектующих, готовой продукции и доставки произве-

денной продукции со склада предприятия в пункты назначения через некоторые пункты перевалки (цепь поставок типа А), рассмотренную в нашей работе «Об одной модели оптимизации плана выпуска и доставки продукции в цепи поставок» [13]:

$$S = \sum_{k=1}^K \sum_{m=1}^M p_{km} y_k - \sum_{s=1}^S \sum_{l=1}^{L_s} c_{sl}^{(1)} x_{sl} - \sum_{k=1}^K c_k^{(2)} y_k - \sum_{k=1}^K \sum_{n=1}^N c_{kn}^{(3)} z_{kn} - \sum_{k=1}^K \sum_{n=1}^N \sum_{m=1}^M c_{knm}^{(4)} z_{knm} \rightarrow \max, \quad (1)$$

$$\sum_{l=1}^{L_s} a_{slr}^{(1)} x_{sl} \leq b_{sr}, r = 1, \dots, R_s, s = 1, \dots, S, \quad (2)$$

$$\sum_{k=1}^K a_{slk}^{(2)} y_k \leq x_{sl}, l = 1, \dots, L_s, s = 1, \dots, S, \quad (3)$$

$$\sum_{n=1}^N z_{kn} = y_k, k = 1, \dots, K, \quad (4)$$

$$\sum_{n=1}^N z_{kn} \leq w_n, n = 1, \dots, N, \quad (5)$$

$$\sum_{m=1}^M z_{knm} = z_{kn}, k = 1, \dots, K, n = 1, \dots, N, \quad (6)$$

$$\sum_{n=1}^N z_{knm} = d_{km}, k = 1, \dots, K, m = 1, \dots, M, \quad (7)$$

$$x_{sl}, y_k, z_{kn}, z_{knm} \geq 0 \forall s, l, k, n, m. \quad (8)$$

Здесь через x_{sl} обозначено количество комплектующих l -го вида, которые запланировало к выпуску предприятие-поставщик под номером s , при этом на производство единицы комплектующей l -го вида необходимо затратить $a_{slr}^{(1)}$ сырья вида k , а ресурс r -го вида на s -м предприятии-поставщике имеется в количестве b_{sr} , $s = 1, \dots, S$, $l = 1, \dots, L_s$, $r = 1, \dots, R_s$; y_k – количество готовой продукции вида k , запланированное для выпуска предприятием-изготовителем, причем на производство одной единицы продукции k -го вида необходимо затратить $a_{slk}^{(2)}$ комплектующих l -го вида, произведенных на s -м предприятии-поставщике, $K = 1, \dots, K$; через z_{kn} обозначено количество готовой продукции k -го вида, планируемое для перевалки в пункте P_n с пропускной способностью w_n , $n = 1, \dots, N$; z_{knm} – количество готовой продукции k -го вида, которое планируется доставить из перевалочного пункта P_n в пункт назначения D_m , d_{km} – потребность в продукции k -го вида в пункте назначения D_m , $m = 1, \dots, M$. Предприятие предполагает реализовать продукцию по цене p_{km} , затрати-

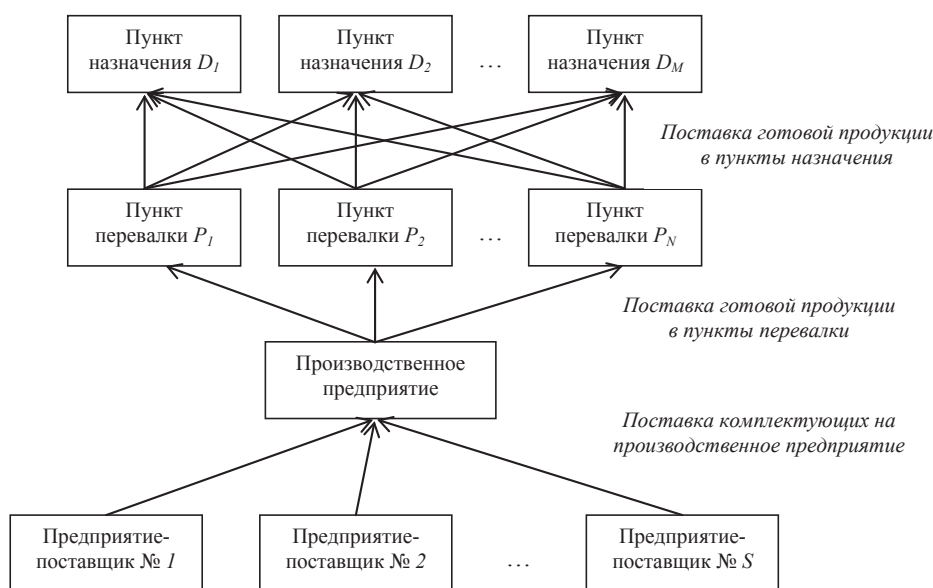


Рис. 1. Схема цепи поставок

вая при этом на производство одной единицы продукции k -го вида $c_k^{(2)}$ денежных единиц. Затраты на производство единицы комплектующей l -го вида и ее доставку от поставщика под номером s составляют $c_{sl}^{(1)}$; $c_{kn}^{(3)}$ – стоимость перевозки единицы готовой продукции k -го вида, включая ее перевалку, в пункт P_n ; $c_{km}^{(4)}$ – стоимость перевозки единицы готовой продукции k -го вида из пункта P_n в пункт назначения D_m .

Схема рассматриваемой цепи поставок типа А представлена на рисунке 1.

В работе «Разработка метода оценки рыночного риска при планировании работы цепи поставок при случайном спросе» [11] величины спроса $d_{km}(\omega)$ предполагаются непрерывными взаимно независимыми случайными величинами с заданными плотностями распределения $\varphi_{km}(d)$, что влечет за собой риски возникновения потерь, связанных с дополнительным хранением на складе предприятия-производителя нереализованной продукции, а также риски недополучения прибыли вследствие неудовлетворения спроса на товар. Введем в рассмотрение величину

$$v_{km} = \sum_{n=1}^N z_{kmn}, k=1, \dots, K, m=1, \dots, M, \quad (9)$$

которая означает суммарное количество готовой продукции k -го вида, планируемое для доставки в пункт назначения D_m в соответствии с планом, составленным до реализации случайного спроса.

В статье «Разработка модели оптимизации плана выпуска и доставки продукции с учетом факторов неопределенности» [12] показано, как при решении задачи оптимизации может быть учтено влияние факторов внешней неопределенности. Производственные коэффициенты $a_{slr}^{(1)}$ и $a_{slk}^{(2)}$ будем считать случайными величинами с известными законами распределения $\psi_{slr}^{(1)}(a)$ и $\psi_{slk}^{(2)}(a)$ соответственно. Тогда плотности случайных величин $v_{sr}^{(1)} = \sum_{l=1}^{L_s} a_{slr}^{(1)} x_{sl}$ и $v_{sl}^{(2)} = \sum_{k=1}^K a_{slk}^{(2)} y_k$ при условии, что $a_{slr}^{(1)}$ и $a_{slk}^{(2)}$ – независимые в совокупности случайные величины, могут быть найдены с использованием правила нахождения плотности распределения суммы независимых случайных величин:

$$\psi_{sr}^{(1)}(v) = \psi_{slr} \left(\frac{v}{x_{s1}} \right) * \psi_{s2r} \left(\frac{v}{x_{s2}} \right) * \dots * \psi_{sL_r} \left(\frac{v}{x_{sL_r}} \right), \quad (10)$$

$$\psi_{sl}^{(2)}(v) = \psi_{sl1} \left(\frac{v}{y_1} \right) * \psi_{sl2} \left(\frac{v}{y_2} \right) * \dots * \psi_{slK} \left(\frac{v}{y_K} \right), \quad (11)$$

где символ $*$ означает свертку плотностей.

Ограничения (2)–(3) в таком случае примут вероятностный характер и будут иметь вид:

$$\int_0^{b_r} \psi_{slr}^{(1)}(v) dv \geq 1 - \varepsilon, r=1, \dots, R_s, s=1, \dots, S, \quad (12)$$

$$\int_0^{x_l} \psi_{slk}^{(2)}(v) dv \geq 1 - \varepsilon, l=1, \dots, L_s, s=1, \dots, S, \quad (13)$$

где ε заданная малая вероятность.

Используем эти результаты и составим выражения для возможной прибыли предприятия-производителя: для случая, когда принимается решение о страховании возможных рисков, и для случая отказа от страхования.

Предположим, что между предприятием-производителем готовой продукции и страховой компанией составлен договор о страховании, по которому страховщик обязуется полностью компенсировать риски, возникающие в результате колебаний спроса на продукцию и производственных коэффициентов.

Введем в рассмотрение величины c_{km}^+ и c_{km}^- , обозначающие соответственно выплаты предприятия страховой компании за единицу недостающей продукции и за единицу нереализованной, причем $p_{km} > c_{km}^+$,

$s_k > c_k^-$, где s_k – стоимость хранения на складе единицы нереализованной продукции. Пусть также c_{sr}^b и c_{sl}^x представляют собой выплаты за единицу дефицитного сырья и недостающей комплектующей соответственно, $\pi_{sr} > c_{sr}^b$, $c_{sl}^{(1)} > c_{sl}^x$, где π_{sr} – плата за приобретение дополнительной единицы сырья r -го вида для s -го предприятия-поставщика.

Тогда в случае страхования рисков, возникающих из-за дефицита сырья и случайного колебания спроса на продукцию, выражения

$$\sum_{s=1}^S \sum_{r=1}^R c_{sr}^b \max(0, v_{sr}^{(1)} - b_{sr}), \sum_{s=1}^S \sum_{l=1}^L c_{sl}^x \max(0, v_{sl}^{(2)} - x_{sl}),$$

$$\sum_{k=1}^K \sum_{m=1}^M p_{km} \max(0, d_{km}(\omega) - v_{km}), \sum_{k=1}^K \sum_{m=1}^M s_k \max(0, v_{km} - d_{km}(\omega))$$

будут представлять собой размеры страхового возмещения, которое может получить предприятие, а выплаты предприятия страховой компании составят:

$$\sum_{k=1}^K \sum_{m=1}^M [c_{km}^+ \max(0, d_{km}(\omega) - v_{km}) + c_{km}^- \max(0, v_{km} - d_{km}(\omega))] +$$

$$+ \sum_{s=1}^S \sum_{r=1}^R \pi_{sr} \max(0, v_{sr}^{(1)} - b_{sr}) + \sum_{s=1}^S \sum_{l=1}^L c_{sl}^{(1)} \max(0, v_{sl}^{(2)} - x_{sl}).$$

В том случае, когда предприятие принимает решение не страховать риски, последнее выражение будет являться размером экономии на страховании.

Если предприятие-производитель не страхует риски, то его возможная суммарная прибыль при планах выпуска и перевозки $\{x_{sl}\}$, $\{y_k\}$, $\{z_{kn}\}$ и $\{z_{kmn}\}$, удовлетворяющих условиям (4)–(6), (8)–(9), (12)–(13), составит:

$$\Pi_{ncmp} = \sum_{k=1}^K \sum_{m=1}^M [p_{km} \min(v_{km}, d_{km}(\omega)) - (p_{km} - c_{km}^+) \max(0, d_{km}(\omega) - v_{km}) -$$

$$- (s_k - c_k^-) \max(0, v_{km} - d_{km}(\omega))] - \sum_{s=1}^S \sum_{r=1}^R (\pi_{sr} - c_{sr}^b) \max(0, v_{sr}^{(1)} - b_{sr}) -$$

$$- \sum_{s=1}^S \sum_{l=1}^L (c_{sl}^{(1)} - c_{sl}^x) \max(0, v_{sl}^{(2)} - x_{sl}) - R, \quad (14)$$

$$\text{где } R = \sum_{s=1}^S \sum_{l=1}^L c_{sl}^{(1)} x_{sl} + \sum_{k=1}^K c_k^{(2)} y_k + \sum_{k=1}^K \sum_{n=1}^N c_{kn}^{(3)} z_{kn} + \sum_{k=1}^K \sum_{m=1}^M c_{km}^{(4)} z_{kmn}.$$

В том случае, когда предприятие принимает решение о страховании, выражение для возможной прибыли предприятия будет иметь вид:

$$\Pi_{cmp} = \sum_{k=1}^K \sum_{m=1}^M [p_{km} \min(v_{km}, d_{km}(\omega)) + (p_{km} - c_{km}^+) \max(0, d_{km}(\omega) - v_{km}) +$$

$$+ (s_k - c_k^-) \max(0, v_{km} - d_{km}(\omega))] + \sum_{s=1}^S \sum_{r=1}^R (\pi_{sr} - c_{sr}^b) \max(0, v_{sr}^{(1)} - b_{sr}) +$$

$$+ \sum_{s=1}^S \sum_{l=1}^L (c_{sl}^{(1)} - c_{sl}^x) \max(0, v_{sl}^{(2)} - x_{sl}) - R. \quad (15)$$

Выражения (14) и (15) являются случайными величинами, которые могут принимать как положительные, так и отрицательные значения. Для решения вопроса о страховании можно определить математическое ожидание прибыли предприятия для двух вариантов его действия ($МП_{cmp}$ и $МП_{ncmp}$):

$$МП_{ncmp} = \sum_{k=1}^K \sum_{m=1}^M \left[p_{km} \int_0^\infty \min(v_{km}, u) \varphi_{km}(u) du - \right.$$

$$- (p_{km} - c_{km}^+) \int_{v_{km}}^\infty (u - v_{km}) \varphi_{km}(u) du - (s_k - c_k^-) \int_0^{v_{km}} (v_{km} - u) \varphi_{km}(u) du \left. \right] -$$

$$- \sum_{s=1}^S \sum_{r=1}^R (\pi_{sr} - c_{sr}^b) \int_{b_{sr}}^\infty (u - b_{sr}) \varphi_{sr}^{(1)}(u) du - \sum_{s=1}^S \sum_{l=1}^L (c_{sl}^{(1)} - c_{sl}^x) \int_{x_{sl}}^\infty (u - x_{sl}) \varphi_{sl}^{(2)}(u) du - R, \quad (16)$$

$$МП_{cmp} = \sum_{k=1}^K \sum_{m=1}^M \left[p_{km} \int_0^\infty \min(v_{km}, u) \varphi_{km}(u) du + \right.$$

$$+ (p_{km} - c_{km}^+) \int_{v_{km}}^\infty (u - v_{km}) \varphi_{km}(u) du + (s_k - c_k^-) \int_0^{v_{km}} (v_{km} - u) \varphi_{km}(u) du \left. \right] +$$

$$+ \sum_{s=1}^S \sum_{r=1}^R (\pi_{sr} - c_{sr}^b) \int_{b_{sr}}^\infty (u - b_{sr}) \varphi_{sr}^{(1)}(u) du + \sum_{s=1}^S \sum_{l=1}^L (c_{sl}^{(1)} - c_{sl}^x) \int_{x_{sl}}^\infty (u - x_{sl}) \varphi_{sl}^{(2)}(u) du - R. \quad (17)$$

Теперь, решив две задачи максимизации с целевыми функциями (16) и (17), учитывая ограничения (4)–(6), (8)–(9), (12)–(13), решение о страхова-

ний рисков можно принимать в случае выполнения неравенства: $МП_{стр} > МП_{нстр}$.

Это решающее правило является простейшим. Для окончательного принятия решения о страховании для случайных величин $П_{нстр}$ и $П_{стр}$ необходимо определить дисперсию и коэффициент вариации, которые характеризуют меру изменчивости ожидаемого значения прибыли. Можно показать, что для некоторого фиксированного плана выпуска и перевозки продукции $\{\bar{x}_{sl}, \bar{y}_k, \bar{z}_{km}, \bar{z}_{km}\}$ дисперсии $ДП_{нстр}$ и $ДП_{стр}$ совпадают. Учитывая, что все случайные величины $d_{km}(\omega)$, $a_{slr}^{(1)}$ и $a_{slk}^{(2)}$ независимы друг от друга, а также пользуясь свойствами дисперсии, получим:

$$\begin{aligned} ДП_{стр} = ДП_{нстр} = & \sum_{k=1}^M \sum_{m=1}^M [p_{km}^2 D \min(v_{km}, d_{km}(\omega)) + \\ & + (p_{km} - c_{km}^+)^2 D \max(0, d_{km}(\omega) - v_{km}) + (s_k - c_k^-)^2 D \max(0, v_{km} - d_{km}(\omega))] + \\ & + \sum_{s=1}^S \sum_{r=1}^R (\pi_{sr} - c_{sr}^b)^2 D \max(0, v_{sr}^{(1)} - b_{sr}) + \sum_{s=1}^S \sum_{l=1}^L (c_{sl}^{(1)} - c_{sl}^+)^2 D \max(0, v_{sl}^{(2)} - x_{sl}) = \\ = & \sum_{k=1}^M \sum_{m=1}^M \left\{ p_{km}^2 + (s_k - c_k^-)^2 \right\} \int_0^\infty (\min(v_{km}, u))^2 \varphi_{km}(u) du - \left(\int_0^\infty \min(v_{km}, u) \varphi_{km}(u) du \right)^2 + \\ & + (p_{km} - c_{km}^+)^2 \int_0^\infty (\max(v_{km}, u))^2 \varphi_{km}(u) du - \left(\int_0^\infty \max(v_{km}, u) \varphi_{km}(u) du \right)^2 + \\ & + \sum_{s=1}^S \sum_{r=1}^R (\pi_{sr} - c_{sr}^b)^2 \int_0^\infty (\max(u, b_{sr}))^2 \psi_{sr}^{(1)}(u) du - \left(\int_0^\infty \max(u, b_{sr}) \psi_{sr}^{(1)}(u) du \right)^2 + \\ & + \sum_{s=1}^S \sum_{l=1}^L (c_{sl}^{(1)} - c_{sl}^+)^2 \int_0^\infty (\max(u, x_{sl}))^2 \psi_{sl}^{(2)}(u) du - \left(\int_0^\infty \max(u, x_{sl}) \psi_{sl}^{(2)}(u) du \right)^2. \end{aligned}$$

На основе сравнения коэффициентов вариации можно сформулировать следующее решающее правило, позволяющее установить целесообразность страхования рисков предприятия, связанных с возможным отклонением запланированного объема выпуска продукции от фактического спроса на эту продукцию, а также с нехваткой сырья для производства:

$$\frac{\sqrt{ДП_{стр}}(\bar{X}_{стр})}{\max МП_{стр}} < \frac{\sqrt{ДП_{нстр}}(\bar{X}_{нстр})}{\max МП_{нстр}} \quad (18)$$

где $(\bar{X}_{нстр})$ и $(\bar{X}_{стр})$ – планы выпуска и перевозки продукции, обеспечивающие максимальные значения $МП_{нстр}$ и $МП_{стр}$ соответственно. Отметим, что если выполняется условие (18), то решение о страховании нередко принимается даже при невыполнении условия $МП_{стр} > МП_{нстр}$.

Применение разработанного метода для установления целесообразности страхования рисков. Проведем вычисления и проиллюстрируем применение разработанного метода для установления целесообразности страхования рисков в случае, когда предприятие-изготовитель выпускает два вида товаров ($K=2$) с использованием четырех видов комплектующих ($S=2, L_1=2, L_2=2$). Продукция предприятия доставляется в два пункта назначения ($M=2$) через два пункта перевалки ($N=2$).

Рассмотрим случай, когда величины спроса $d_{km}(\omega)$ имеют экспоненциальное распределение с параметрами λ_{km} , т. е. их плотности $\varphi_{km}(d) = \lambda_{km} e^{-\lambda_{km} d}$, $k = 1, 2$, $m = 1, 2$.

Случайные величины $a_{slr}^{(1)}$ и $a_{slk}^{(2)}$ также распределены экспоненциально с параметрами $\lambda_{slr}^{(1)}$ и $\lambda_{slk}^{(2)}$, т. е. их плотности распределения имеют вид: $\psi_{slr}^{(1)}(a) = \lambda_{slr}^{(1)} e^{-\lambda_{slr}^{(1)} a}$, $\psi_{slk}^{(2)}(a) = \lambda_{slk}^{(2)} e^{-\lambda_{slk}^{(2)} a}$, $s = 1, 2, l = 1, 2, k = 1, 2, r = 1, 2$. Тогда величины $v_{sr}^{(1)}$ и $v_{sl}^{(2)}$, согласно с формулами свертки (10)–(11), будут иметь плотности распределения:

$$\psi_{sr}^{(1)}(v) = \frac{\lambda_{s1r}^{(1)} \lambda_{s2r}^{(1)} x_1 x_2}{x_1 \lambda_{s2r}^{(1)} - x_2 \lambda_{s1r}^{(1)}} \left(e^{-\lambda_{s1r}^{(1)} v / x_1} - e^{-\lambda_{s2r}^{(1)} v / x_2} \right), \quad s = 1, 2, r = 1, 2,$$

$$\psi_{sl}^{(2)}(v) = \frac{\lambda_{s1l}^{(2)} \lambda_{s2l}^{(2)} x_1 x_2}{x_1 \lambda_{s2l}^{(2)} - x_2 \lambda_{s1l}^{(2)}} \left(e^{-\lambda_{s1l}^{(2)} v / x_1} - e^{-\lambda_{s2l}^{(2)} v / x_2} \right), \quad s = 1, 2, l = 1, 2.$$

Необходимые для расчетов значения представлены в таблице 1.

Таблица 2 содержит значения математического ожидания, среднеквадратического отклонения и коэффициентов вариации для двух вариантов оптимизации: со страхованием рисков и при отказе от страхования.

Таблица 1

Исходные данные для расчета

Условные обозначения	Значения параметров	Условные обозначения	Значения параметров	Условные обозначения	Значения параметров
b_{11}	350	$c_{222}^{(4)}$	2,0	s_1	2,0
b_{12}	500	c_1^-	1,0	s_2	2,0
b_{21}	450	c_2^-	1,0	λ_{11}^+	0,008
b_{22}	480	c_{11}^+	40,0	λ_{12}^+	0,015
w_1	250	c_{12}^+	35,0	λ_{21}^+	0,013
w_2	300	c_{21}^+	35,0	λ_{22}^+	0,012
$c_{11}^{(1)}$	1,2	c_{22}^+	40,0	$\lambda_{111}^{(1)}$	5,5
$c_{12}^{(1)}$	1,1	c_{11}^x	0,8	$\lambda_{121}^{(1)}$	7,1
$c_{21}^{(1)}$	1,2	c_{12}^x	0,8	$\lambda_{112}^{(1)}$	3,6
$c_{22}^{(1)}$	1,3	c_{21}^x	0,8	$\lambda_{122}^{(1)}$	10,0
$c_1^{(2)}$	1,0	c_{22}^v	0,7	$\lambda_{211}^{(1)}$	5,5
$c_2^{(2)}$	1,5	π_{11}	1,0	$\lambda_{221}^{(1)}$	7,1
$c_{11}^{(3)}$	1,0	π_{12}	0,9	$\lambda_{212}^{(1)}$	3,6
$c_{12}^{(3)}$	2,0	π_{21}	0,9	$\lambda_{222}^{(1)}$	10,0
$c_{21}^{(3)}$	2,0	π_{22}	1,0	$\lambda_{111}^{(1)}$	10,0
$c_{22}^{(3)}$	1,0	c_{11}^b	0,8	$\lambda_{112}^{(1)}$	5,5
$c_{111}^{(4)}$	1,5	c_{12}^b	0,8	$\lambda_{121}^{(2)}$	7,1
$c_{112}^{(4)}$	2,0	c_{21}^b	0,8	$\lambda_{122}^{(2)}$	3,6
$c_{121}^{(4)}$	3,0	c_{22}^b	0,8	$\lambda_{211}^{(2)}$	8,3
$c_{122}^{(4)}$	2,0	p_{11}	50,0	$\lambda_{212}^{(2)}$	6,7
$c_{211}^{(4)}$	1,5	p_{12}	47,0	$\lambda_{221}^{(2)}$	10,0
$c_{212}^{(4)}$	2,0	p_{21}	55,0	$\lambda_{222}^{(2)}$	8,3
$c_{221}^{(4)}$	2,3	p_{22}	51,0		

Таблица 2
Значения основных показателей прибыли

Наименование показателей	Значения показателей
Математическое ожидание прибыли в случае отказа от страхования рисков, $МП_{нстр}$	5 493,60
Математическое ожидание прибыли в случае страхования рисков, $МП_{стр}$	9 517,44
Среднеквадратическое отклонение в случае отказа от страхования рисков, $\sqrt{ДП_{нстр}(\bar{X}_{нстр})}$	3 561,05
Среднеквадратическое отклонение в случае страхования рисков, $\sqrt{ДП_{стр}(\bar{X}_{стр})}$	3 482,02
Коэффициент вариации в случае отказа от страхования рисков, $\frac{\sqrt{ДП_{нстр}(\bar{X}_{нстр})}}{\max МП_{нстр}}$	64,8 %
Коэффициент вариации в случае страхования рисков, $\frac{\sqrt{ДП_{стр}(\bar{X}_{стр})}}{\max МП_{стр}}$	36,6 %

Соответствующие значения оптимальных объемов производства и перевозок приведены в таблице 3.

Обсуждение численных расчетов и принятие решения о страховании.

Полученные результаты, приведенные в таблицах 2 и 3, показывают, что в данном тестовом примере решение будет принято в пользу страхования рисков, так как этому варианту действий предприятия соответствуют большее ожидаемое значение прибыли и меньшее значение коэффициента вариации.

Кроме того, выбирая вариант страхования, предприятие имеет возможность произвести и реализовать меньший объем продукции с большей прибылью. Например, объем выпуска продукции в случае отказа от страхования составит 325,86 ед. продукции, ожидаемое значение прибыли от ее реализации – 5 493,60 ден. ед., а для варианта страхования прибыль составит 9 517,44 ден. ед при соответствующем объеме производства 297,05 ед.

Отметим, что для описания спроса в моделях управления запасами наиболее разумным, по мнению многих исследователей, является гамма-распределение, частным случаем которого является распределение Эрланга: величины спроса $d(w)$ имеют плотность

$$\varphi(d) = \frac{\lambda^n d^{n-1}}{(n-1)!} e^{-\lambda d}$$

(в случае $n = 1$ распределение Эрланга совпадает с экспоненциальным распределением). Расчеты показывают, что с увеличением параметра n суммарная прибыль, связанная с производством, перевозкой и реализацией продукции, увеличивается, что говорит о необходимости составления точного прогноза ожидаемого спроса по всей цепочке поставок; следствием неточно спрогнозированного спроса являются высокие транспортные расходы, нереализованные возможности продаж, что влечет за собой потерю прибыли.

Рассматриваемая задача совместной оптимизации плана выпуска комплектующих, готовой продукции и доставки произведенной продукции со склада предприятия в пункты назначения через пункты перевалки с учетом случайного колебания спроса на продукцию и колебания производительностей технологических линий значительно трудней в вычислительном отношении, чем исходная модель (1)–(8) без учета влияния внешних и внутренних факторов, поскольку целевые функции (16)–(17) не обязательно вогнутые по параметрам управления и не сепарабельные. Левые части ограничений (12)–(13) также являются не сепарабельными и не вогнутыми функциями. В полученной задаче нелинейного программирования глобальный минимум может не совпадать с локальным. Для решения такого рода задач могут быть использованы известные численные методы оптимизации первого и второго порядков.

Выводы. В статье приведена статическая модель задачи управления риском на примере оптимизации плана работы цепи поставок типа А с учетом одновременного влияния факторов внешней и внутренней неопределенности. В качестве фактора внешней неопределенности рассмотрено случайное колебание спроса в пунктах доставки готовой продукции: величины спроса $d_{km}(w)$ предполагаются взаимно независимыми случайными величинами с заданными плотностями распределения. В модели также учтено влияние внутренних факторов: производственные коэффициенты $a_{slr}^{(1)}$ и $a_{slk}^{(2)}$ являются случайными величинами с известными законами распределения.

В результате проведенных исследований:

1. Сформулированы решающие правила, которые позволяют установить целесообразность страхования рисков, связанных с недостатком ресурсов для производства продукции, и рисков, возникающих из-за отклонения запланированных к выпуску объемов продукции от фактического спроса. Суть разработанного метода состоит в оценке ожидаемой прибыли от реализации продукции с учетом страхования указанных рисков и без страхования.

2. Применение разработанного метода проиллюстрировано для случая, когда величины спроса и производственные коэффициенты распределены по

Таблица 3

Результаты расчета

Условные обозначения	Вариант отказа от страхования	Вариант страхования рисков	Значения параметров	Вариант отказа от страхования	Вариант страхования рисков
x_{11}	184,86	173,65	z_{22}	123,66	106,58
x_{12}	260,81	243,37	z_{111}	132,16	130,37
x_{21}	197,05	186,52	z_{112}	70,05	60,17
x_{22}	169,59	155,98	z_{121}	0	0
y_1	202,21	190,54	z_{122}	0	0
y_2	123,66	106,58	z_{211}	0	0
z_{11}	202,21	190,54	z_{212}	0	0
z_{12}	0	0	z_{221}	66,72	45,15
z_{21}	0	0	z_{222}	56,94	61,43

показательному закону, что соответствует самому неблагоприятному спросу. После решения двух задач стохастической оптимизации для каждого значения ожидаемой прибыли производится сравнение двух значений максимальной прибыли и принимается решение о страховании или нестраховании рыночного риска.

В дальнейшем результаты данной работы могут быть использованы для исследования других конфигураций цепей поставок, а также обобщены на случай построения динамических моделей оптимизации в цепях поставок, рассмотренных, например, в работах И. Морозовой [7] и М. Поста [14], с учетом одновременного влияния факторов внешней и внутренней неопределенности.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК:

1. Королев В.Ю. Математические основы теории риска / [В.Ю. Королев, В.Е. Бенинг, С.Я. Шоргин]. – М.: Физматгиз, 2007. – 544 с.
2. Останкова Л.А. Аналіз моделювання та управління економічними ризиками / Л.А. Останкова, Н.Ю. Шевченко. – К.: Центр учбової літератури, 2011. – 256 с.
3. Фалин Г.И. Математический анализ рисков в страховании / Г.И. Фалин. – М.: Российский юридический издательский дом, 1994. – 130 с.
4. Юдин, Д.Б. Задачи и методы стохастического программирования / Д.Б. Юдин. – М.: Сов. радио, 1979. – 392 с.
5. Bramel J. The logic of logistics: theory, algorithms, and applications for logistics management / J. Bramel, D. Simchi-Levi. – Berlin: Springer, 1997. – 355 p.
6. Brandimarte P. Introduction to distribution logistics. / P. Brandimarte, G. Zoterri. – NY: Wiley, 2007. – 581 p.
7. Morozova, I.V. Dynamic optimization model for planning of integrated logistical system functioning / [I.V. Morozova, M.Ya. Postan, S.N. Dashkovskiy] // In: Proc. of 3d Intl. Conf. «Dynamics in Logistics» LDIC'2012. – Berlin: Springer, 2013. – P. 291–300.
8. Постан М.Я. Модель оптимального планирования производства и доставки продукции предприятия по распределительным каналам / М.Я. Постан, Д.А. Малиновский // Методи та засоби управління розвитком транспортних систем. – Одеса: ОНМУ, 2009. – Вип. 15. – С. 19–28.
9. Постан М.Я.. Применение линейного программирования для оптимизации плана выпуска и доставки продукции в цепи поставок / М.Я. Постан, Ю.В. Куруджи // Технологический аудит и резервы производства. – 2014. – Т. 2, № 2(16). – С. 42–47.
10. Постан М.Я. Метод оценки рисков при оптимизации планирования выпуска продукции предприятием в условиях случайного спроса / М.Я. Постан // Научные труды ДонНТУ. Серия: экономическая. – Донецк: ДНТУ. – 2013. – № 4(46). – С. 321–325.
11. Куруджи Ю.В. Разработка метода оценки рыночного риска при планировании работы цепи поставок при случайном спросе / Ю.В. Куруджи // Технологический аудит и резервы производства. – 2014. – Т. 5, № 2(19). – С. 31–35.
12. Куруджи Ю.В. Разработка модели оптимизации плана выпуска и доставки продукции с учетом факторов неопределенности / Ю.В. Куруджи // Восточно-Европейский журнал передовых технологий – 2015. – № 4(3). – С. 12–15.
13. Куруджи Ю.В. Об одной модели оптимизации плана выпуска и доставки продукции в цепи поставок: зб. наук. праць / Ю.В. Куруджи // Методи та засоби управління розвитком транспортних систем: ОНМУ. – Одеса: ОНМУ. – 2014. – № 1(21). – С. 27–38.
14. Postan M.Ya. Dynamic Model for Optimization of Production and Finished Products Delivery Plans in Supply Chain / M.Ya. Postan, N.I. Chuhraj, Yu. V. Kurudzhi // Logistyka. – 2014. – #4. – P. 2345–2352.

УДК 338.242

Дорошкевич В.І.
аспірант кафедри економіки
та управління національним господарством
Дніпропетровського національного університету
імені Олеся Гончара

ДЕРЖАВНЕ РЕГУЛЮВАННЯ РИНКУ ПРИРОДНОГО ГАЗУ: АСПЕКТ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ

Стаття присвячена узагальненню методів і нормативно-правового забезпечення державного регулювання ринку природного газу в Україні. Визначено їх вплив на економічну безпеку національного господарства. Систематизовано вимоги Європейського співтовариства до функціонування ринку природного газу. Окреслено шляхи їх імплементації нашою країною в умовах євроінтеграції з метою забезпечення спільної енергетичної безпеки.

Ключові слова: державне регулювання, ринок, природний газ, економічна безпека, євроінтеграція.

Дорошкевич В.И. ГОСУДАРСТВЕННОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ РЫНКА ПРИРОДНОГО ГАЗА: АСПЕКТ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ

Статья посвящена обобщению методов и нормативно-правового обеспечения государственного регулирования рынка природного газа в Украине. Определено их влияние на экономическую безопасность национального хозяйства. Систематизированы требования Европейского сообщества к функционированию рынка природного газа. Определены пути их имплементации нашей страной в условиях евроинтеграции с целью обеспечения общей энергетической безопасности.

Ключевые слова: государственное регулирование, рынок, природный газ, экономическая безопасность, евроинтеграция.

Doroshkevych V.I. STATE REGULATION OF THE NATURAL GAS MARKET: AN ASPECT OF ECONOMIC SECURITY

The article is devoted to the generalization of methods and normative-legal support of the state regulation of the natural gas market in Ukraine. Their influence on the economic security of the national economy is determined. The requirements of the European Community for the operation of the natural gas market are systematized. The ways of their implementation by our country in terms of European integration are outlined in order to ensure common energy security.

Key words: state regulation, market, natural gas, economic security, European integration

Постановка проблеми. Для країн – членів ЄС характерним є пошук вирішення питань енергетичної залежності і безпеки в диверсифікації джерел енергії і маршрутів поставок, пошук варіантів ефективного використання ресурсів, стимулювання конкуренції на ринках енергоресурсів [1, с. 27; 17]. Стратегічною енергетичною метою країн Єврозони є: забезпечення стабільного і надійного постачання енергією за обґрунтованими і стабільними цінами, захист критично важливої енергетичної інфраструктури і готовність ефективно реагувати на кризові ситуації.

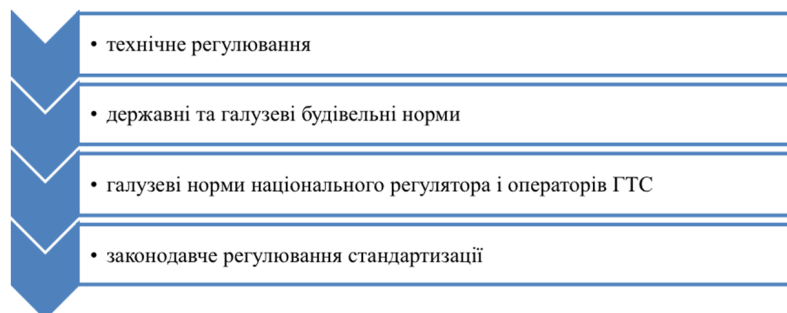
Аналіз останніх досліджень і публікацій. Перед різними регіонами стоять специфічні завдання в справі забезпечення енергетичної безпеки для таких суб'єктів: країни-імпортери – надійність енергопостачання і диверсифікація джерел поставок енергоресурсів; країни-експортери – закріплення на стратегічних ринках за вигідними цінами, наявність засобів для подальшого видобутку енергоресурсів;

транзитні країни – отримання вигід від транспортування енергоресурсів по їх території [2, с. 157]. Енергетична безпека досягається в умовах взаємної співпраці всіх трьох сторін енергетичного обміну.

Постановка завдання. На основі викладеного вище можна сформулювати мету дослідження, яка полягає в узагальненні методів і нормативно-правового забезпечення державного регулювання ринку природного газу в Україні в умовах євроінтеграції.

Виклад основного матеріалу дослідження. Вимоги гарантування економічної безпеки України вимагають відповідного нормативно-правового забезпечення (рис. 1).

Відповідно до «Прикінцевих та перехідних положень» Закону України «Про стандартизацію» [3] галузеві нормативні документи застосовують до їх заміни на технічні регламенти, національні стандарти, кодекси усталеної практики тощо. Заходами, спрямованими на реформування енергетичного сектора за європейськими стандартами є: завершення



**Рис. 1. Нормативно-правове забезпечення
транспортування та зберігання природного газу**

Джерело: власна розробка

процедури набуття членства в Договорі Енергетичного співтовариства; початок перегляду Енергетичної стратегії України до 2030 року. Підвищення надійності ГТС сприяє інтегрована система управління якістю і довкіллям відповідно до міжнародних стандартів ISO 9001, ISO 14001, а також система екологічного управління на відповідність новій версії стандарту ISO 14001:2006.

Міжнародна організація зі стандартизації визначає вимоги до «Системи управління якістю» (ISO 9001:2015). Зазначені стандарти засновані на ідеях і положеннях теорії загального менеджменту якості. При розробці першої версії стандарту ISO 9001 керувалися стандартом BS (*British standard*) 5750, розробленим BSI (*British Standards Institution*) – Британським інститутом стандартів, який, в свою чергу, базувався на галузевих стандартах військово-промислового комплексу [4]. Тема енергозбереження є ключовою у діяльності Міжнародної організації зі стандартизації. Основна мета міжнародного стандарту ISO 50001: 2011 «Системи енергетичного менеджменту» полягає в наданні підприємствам структурованого і всеосяжного керівництва по оптимізації процесу споживання енергоресурсів і системного управління даним процесом. Стандарт ISO 50001: 2011 визначає вимоги для системи енергетичного менеджменту, що дозволяє підприємству або організації зробити системний підхід до безперервного покращення енергоефективності (*energy efficiency*) і енергетичних параметрів (*energy performance*). Існують 3 ступеня організації системи енергетичного менеджменту (табл. 1).

Конкурентоспроможність газотранспортної системи слід розглядати як такі перетворення залучених ресурсів у ГТС, у результаті яких система здатна забезпечувати споживачів природним газом кращим, надійнішим та більш вигідним для них шляхом, ніж конкуренти.

Для інтеграції Єдиної енергетичної системи України в енергетичну систему Європейського Союзу важливе значення має забезпечення легітимності здійснення віртуальних реверсних поставок (заміщення) природного газу з країн ЄС. Разом із тим Україна отримає повноцінні технологічні можливості загрузки вільних потужностей із транспортування природного газу для здійснення своїх операцій із газом та реалізації забезпечення рівного доступу до газотранспортної системи відповідно до норм Третього енергетичного пакета лібералізації ринку електроенергії та газу ЄС.

Основними напрямками державної енергетичної політики України у сфері магістрального трубопровідного транспорту є: створення механізму контролю над

дотриманням міжнародних норм, конвенцій і договорів щодо транзитних перевезень; максимальне завантаження існуючих і створення додаткових транзитних потужностей; підвищення надійності та ефективності промислової безпеки трубопровідного транспорту за рахунок впровадження новітніх технологій; застосування гнучкої тарифної політики транзиту енергоносіїв територією України; наближення тарифів на транспортування нафти та природного газу, вартості зберігання природного газу в підземних сховищах і відповідних нормативів до рівня світових.

Україна належить до держав світу, які забезпечені паливно-енергетичними ресурсами різних видів, проте це не дозволяє досягти їй відповідного рівня енергетичної незалежності. Ключові причини такої ситуації пов'язані з незадовільним станом законодавчого, нормативно-правового та регуляторного забезпечення ринково-орієнтованих змін в структурі, в методах і функціях управління газотранспортною системою.

З метою підвищення рівня енергетичної безпеки держави у 2014 році Верховна рада України прийняла Закон України «Про внесення змін до деяких законів України щодо реформування системи управління Єдиною газотранспортною системою України» [6]. Він визначає, що функції диспетчерського (оперативно-технологічного) управління Єдиною газотранспортною системою України виконує її оператор, який визначається центральним органом виконавчої влади, що забезпечує формування та реалізує державну політику в нафтогазовому комплексі, а у передбачених законом випадках – центральним органом виконавчої влади, що забезпечує формування та реалізує державну політику в нафтогазовому комплексі.

В умовах євроінтеграції важливе нормативно-правове мають такі Директиви та Регламенти Європейського Парламенту та Ради Європейського Союзу (2009/73/ЄС – стаття 10, що регламентує систему сертифікації транспортування газу, 715/2009 – стаття 3 визначає умови доступу до мереж передачі природного газу). Відповідно до рішення центрального органу виконавчої влади, що забезпечує формування державної політики в нафтогазовому комплексі, функції оператора підземного сховища газу можуть бути відокремлені та покладені на окреме підприємство – оператора підземного сховища газу.

Відповідно до правил ЄС, держави-члени повинні створювати і підтримувати 90-денний резерв у нафтових товарах (Директива 98/93/ЄС, ст. 5), яка орієнтована на створення системи аварійних запасів для швидкого і легкого доступу до нього в разі кризових явищ.

Таблиця 1

Ступені організації системи енергетичного менеджменту

Ступінь	Ознаки організації системи енергетичного менеджменту
1	ідентифікація області та меж системи енергетичного менеджменту, опис правового кадастру, визначення зобов'язань топ-менеджменту, скринінг – діагностика існуючих видів енергоресурсів, виявлення потенційних можливостей скорочення витрат паливно-енергетичних ресурсів (ПЕР), розробка плану заходів щодо створення та впровадження електронної системи обміну даними
2	формулювання положень і аспектів політики в області енергоменеджменту, розробка і підтримка в робочому стані програм з енергозбереження та заходів по досягненню енергетичних цілей, забезпечення ідентифікації «енергетичного профілю» підприємства (<i>energy profile</i>) шляхом визначення сучасного і минулого витрати енергії за допомогою «базової оцінки» (<i>baseline assessment</i>), розробка методів і засобів вимірювання, обліку та моніторингу енергоспоживання
3	введення в дію всіх компонентів і аспектів системи енергетичного менеджменту, підготовка та проведення внутрішніх аудитів, детальний аналіз виявлених невідповідностей, розробка коригувальних та запобіжних дій, підвищення конкурентоспроможності завдяки сертифікованій системі енергетичного менеджменту, вихід підприємств на міжнародні ринки

Джерело: побудовано за даними [5]

Виконання Україною газових Регламентів та Директив ЄС сприятиме гармонізації регуляторного середовища з європейськими нормами та інтеграції газової інфраструктури України й сусідніх держав – членів ЄС.

Основною метою Закону України «Про ринок природного газу» є створення конкурентного середовища на ринку природного газу з урахуванням зобов'язань України щодо імплементації вимог «третього енергетичного пакету ЄС» [7]. Закон передбачає: правові, економічні та організаційні засади функціонування ринку природного газу; забезпечення недискримінаційного доступу до його ринку суб'єктам і споживачам; створення в Україні повноцінного ринку природного газу, заснованого на засадах вільної конкуренції (табл. 2).

Створення повноцінного та конкурентоспроможного ринку природного газу в Україні сприятиме підвищенню ефективності прийняття управлінських рішень в енергетичній сфері, деполітизації ринку; підвищення привабливості господарської діяльності на ринку для його суб'єктів, створенню умов для довготривалого інвестування у галузь, зменшенню ризиків та залежності від монопольних зовнішніх постачальників природного газу, зміцненню енергетичної безпеки України та перспектив для якісно нової інтеграції українського ринку газу у ринок ЄС.

Надзвичайно гострою залишається проблема впровадження ефективних механізмів державного управління процесом адаптації законодавства України до надбань Спільноти (*acquis communautaire*) в енергетичній сфері. Адже такі механізми є передумовою та невід'ємною складовою європейської інтеграції.

Третій енергетичний пакет складається з трьох регламентів та двох директив:

1. Регламент ЄК №713/2009 Європейського Парламенту та Ради від 13 липня 2009 року, що засновує Агентство з питань співробітництва регуляторів у сфері енергетики (*Agency for the Cooperation of Energy Regulators*) [9].

2. Регламент ЄК №714/2009 Європейського Парламенту та Ради від 13 липня 2009 року про умови доступу до мереж транскордонних обмінів електроенергії, що скасовує Регламент ЄС №1228/2003 [10].

3. Регламент ЄК №715/2009 Європейського Парламенту та Ради від 13 липня 2009 року про умови доступу до мереж транспортування природного газу, що скасовує Регламент ЄС №1775/2005 [11].

4. Директива 2009/72/ЄК Європейського Парламенту та Ради від 13 липня 2009 року щодо спільних правил для внутрішнього ринку електроенергії, що скасовує Директиву 2003/54/ЄК [12].

5. Директива 2009/73/ЄС Європейського Парламенту та Ради від 13 липня 2009 року щодо спільних правил для внутрішнього ринку природного газу, що скасовує Директиву 2003/55/ЄК [13].

Для забезпечення повноцінної стабільної роботи української ГТС необхідно вирішувати питання інте-

грації до ринку природного газу країн ЄС, що буде вимагати додержання вимог «Третього енергетичного пакета ЄС» у частині розділення функцій видобування, транспортування і розподілу газу,

Третій енергетичний пакет ЄС пакет набув чинності у 2009 році, його основною вимогою є розукрупнення вертикально інтегрованих підприємств, таких як НАК «Нафтогаз України», вирівнювання умов для діяльності менших компаній-конкурентів, полегшення входження нових гравців на ринок, лібералізація цін на енергоносії, що може супроводжуватися як збільшенням, так і зменшенням цін; створення прозорого та конкурентного енергетичного ринку, безпека постачання енергоресурсів.

Положення третього енергетичного пакета ЄС дозволяють доступ до газотранспортів третім країнам – компаніям, що не володіють ними. Альтернативні шляхи вимагають значних капіталовкладень і створюють напругу у відносинах різних країн.

Національною комісією регулювання електроенергетики затверджено правила доступу до Єдиної газотранспортної системи України (ЄГТСУ) [14]. Головним завданням Оператора ЄГТСУ є оперативно-диспетчерське управління нею шляхом балансування обсягами закачування, зберігання, відбору, транспортування та розподілу природного газу з метою забезпечення постачання природного газу споживачам України відповідно до укладених договорів та його транзиту відповідно до умов міжнародних договорів та/або зовнішньоекономічних договорів (контрактів). Треті сторони отримали можливість доступу до послуг ГТС України в контексті використання національних підземних сховищ газу, а також реверсу існуючих трубопроводів у Центральній Європі. Зазначені заходи сприятимуть інвестуванню у модернізацію газотранспортної системи України.

Основними видами діяльності ПАТ «Укртрансгаз» є: транспортування природного газу споживачам України; транзит природного газу через територію України до країн Західної і Центральної Європи; зберігання природного газу в підземних сховищах; експлуатація, реконструкція і сервісне обслуговування магістральних газопроводів і об'єктів на них; діагностування, атестування і сертифікація основного та допоміжного обладнання; будівництво і монтаж газопроводів високого і низького тиску та об'єктів на них; науково-дослідні, конструкторські і проектні роботи в галузі транспортування і зберігання газу; здійснення зовнішньоекономічної діяльності.

У Товаристві впроваджено та сертифіковано такі системи: управління якістю відповідно до вимог ISO 9001:2008; екологічного управління відповідно до вимог ISO 14001:2004; управління безпекою праці відповідно до вимог OHSAS (Occupational health and safety Assessment Series) 18001:2007; енергетичного менеджменту ISO 50001:2011.

Реформуванням ринку природного газу займається його Регулятор – НКРЕКП (Національна комі-

Таблиця 2

**Зобов'язання України в газовій сфері перед Енергетичним Співтовариством
відповідно до Третього енергетичного пакету**

Третій енергетичний пакет		Необхідні зміни
Директива 2009/73/ ЄС (замінює Директиву 2003/55/ЄС)	Про загальні засади функціонування внутрішнього ринку природного газу	Повне юридичне відокремлення монопольних функцій від конкурентних (уточнення вимог Директиви 2003/55). Забезпечення прозорості тарифування та незалежності оператора системи
Регламент 713/2009	Заснування Агенції з питань співпраці регуляторів енергетики	
Регламент 715/2009 (замінює Регламент 1775/2005)	Про умови доступу до систем транспортування природного газу	

Джерело: побудовано за даними [8]

сія, що здійснює державне регулювання у сферах енергетики та комунальних послуг) [15]. Пріоритетом реформи є забезпечення щодобового інформування замовників послуг транспортування про розмір їх позитивного або негативного небалансу. Це дозволить замовникам послуг транспортування оперативно продавати залишки природного газу, або купувати їх обсяги, яких не вистачає. Для гарантування економічної безпеки АТ «Укртрансгаз» має право припинити транспортування природного газу для споживачів, які користуються послугами замовника, неспроможного покрити щодобовий небаланс. Обов'язковою умовою є недопущення збитковості оператора ГТС.

Утім між національним регулятором та НАК «Укртрансгаз» існує певний конфлікт, що стосується таких ситуацій: збереження факторів, які сприяють зловживання та правопорушення; складність визначення розміру необхідного фінансового забезпечення для покриття збитків, які можуть бути завдані оператору ГТС замовниками послуг транспортування; можливість легалізації несанкціонованого відбору газу за рахунок очікування приватними компаніями пільг та субсидій із державного бюджету України, обмеження можливостей для функціонування вільного ринку потужності на внутрішніх точках виходу з ГТС.

Газотранспортний сектор України упродовж останніх років намагався кардинально змінюватися як під впливом військової агресії Росії на Донбасі, так і через початок реалізації реформ. Проте несприятливий інвестиційний клімат і спад інвестиційної активності не призвели до позитивних результатів пошуку партнерів для оренди української ГТС, що передбачено законодавством України (Закон «Про внесення змін до деяких законів України щодо реформування системи управління Єдиною газотранспортною системою України» від 14 серпня 2014 року [16]). Наразі американські та європейські інвестори ігнорують пропозиції України з інвестування у модернізацію ГТС, незважаючи на те, що значущість останньої продовжує підвищуватися, про що свідчать показники транзиту природного газу територією України.

Висновки з проведеного дослідження. Основний науковий результат статті полягає в узагальненні методів і нормативно-правового забезпечення державного регулювання ринку природного газу в Україні, визначенні їх впливу на економічну безпеку національного господарства в частині стандартизації, технічних регламентів, енергетичної стратегії, реформування системи управління Єдиною газотранспортною системою України. Систематизовано вимоги Європейського співтовариства до функціонування ринку природного газу на основі кодексів установленої практики, договору Енергетичного співтовариства; міжнародних стандартів ISO (системи управління якістю). Окреслено шляхи їх імплементації нашою країною в умовах євроінтеграції з метою забезпечення спільної енергетичної безпеки. Формалізовано трьохступеневу систему організації енергетичного менеджменту суб'єктів господарювання на мікрорівні, а також чинники конкурентоспроможності газотранспортної системи на макrorівні в частині транзитного потенціалу України і реверсних поставок. Визначено напрями імплементації нашою країною Директив ЄС, норм третього енергетичного

пакету в частині лібералізації ринку електроенергії та газу в умовах євроінтеграції.

Перспективами подальших досліджень є визначення фінансових аспектів економічної безпеки України.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Гонда В. Энергетическая безопасность и её обеспечение в Европейском Союзе / В. Гонда // Актуальні проблеми економіки. – 2015. – № 3. – С. 25-32.
2. Аллахвердиев А. Г. Энергетическая безопасность в научных подходах и концепции теории международных отношений / А. Г. Аллахвердиев // Правова держава. – 2015. – № 19. – С. 153-159.
3. Про стандартизацію: Закон України від 05.06.2014 № 1315-VII [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/1315-18>
4. International Organization for Standardization [Online]. – Retrieved from: <http://iso.kiev.ua/iso-9001/dok-9001.html>
5. Международный стандарт ISO 50001:2011 Система энергетического менеджмента – основа политики в области энергетики, ориентированной на будущее [Online]. – Retrieved from: <http://tms-ua.com/system-management/iso-50001/>
6. Про внесення змін до деяких законів України щодо реформування системи управління Єдиною газотранспортною системою України: Закон України від 14.08.2014 № 1645-VII [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/1645-18>
7. Про ринок природного газу: Закон України від 09.04.2015 № 329-VIII [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/329-19>
8. Регламенти ЄС [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.nerc.gov.ua/?id=4730>
9. Regulation (EC) №713/2009 of the European Parliament and of the Council of 13 July 2009 establishing an Agency for the Cooperation of Energy Regulators (Text with EEA relevance) // Official Journal. – L 211.-14.08.2009. – P. 1-14.
10. Regulation (EC) №714/2009 of the European Parliament and of the Council of 13 July 2009 on conditions for access to the network for cross-border exchanges in electricity and repealing Regulation (EC) №1228/2003 (Text with EEA relevance) //Official Journal. – L 211. - 14.08.2009. - P. 15-35.
11. Regulation (EC) №715/2009 of the European Parliament and of the Council of 13 July 2009 on conditions for access to the natural gas transmission networks and repealing Regulation (EC) №1775/2005 (Text with EEA relevance) //Official Journal. – L 211. – 14.08.2009. – P. 36-54.
12. Directive 2009/72/EC of the European Parliament and of the Council of 13 July 2009 concerning common rules for the internal market in electricity and repealing Directive 2003/54/EC (Text with EEA relevance) // Official Journal. – L 211. – 14.08.2009. – P. 55-93.
13. Directive 2009/73/EC of the European Parliament and of the Council of 13 July 2009 concerning common rules for the internal market in natural gas and repealing Directive 2003/55/EC (Text with EEA relevance) //Official Journal. – L 211. – 14.08.2009. – P. 94-136.
14. Про затвердження Порядку доступу та приєднання до Єдиної газотранспортної системи України: Постанова НКРЕ від 19.04.2012 № 420 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/z0721-12>
15. Про затвердження Кодексу газотранспортної системи: Постанова Нацком. енергетики, ком. послуг від 30.09.2015 №2493 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/z1378-15>
16. Про внесення змін до деяких законів України щодо реформування системи управління Єдиною газотранспортною системою України: Закон України від 14.08.2014 № 1645-VII [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/1645-18>
17. Пономаренко Т.В. Еволюція концепції корпоративної стійкості / Т.В. Пономаренко // Стратегія економічного розвитку України. – 2015. – № 36. – С. 38–45.

Наукове періодичне видання

**НАУКОВИЙ ВІСНИК
ХЕРСОНСЬКОГО ДЕРЖАВНОГО УНІВЕРСИТЕТУ**

Серія ЕКОНОМІЧНІ НАУКИ

Випуск 19

Частина 1

Коректура • *В.О. Бабич*

Комп'ютерна верстка • *С.Ю. Калабухова*

Формат 64x90/8. Гарнітура SchoolBook.
Папір офсет. Цифровий друк. Ум.-друк. арк. 19,59.
Підписано до друку 30.09.2016 р.
Замов. № 30/16. Наклад 100 прим.

Видавничий дім «Гельветика»
E-mail: mailbox@helvetica.com.ua
Свідоцтво суб'єкта видавничої справи
ДК № 4392 від 20.08.2012 р.