

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



**НАУКОВИЙ ВІСНИК
ХЕРСОНСЬКОГО ДЕРЖАВНОГО
УНІВЕРСИТЕТУ**



Серія:
ЕКОНОМІЧНІ НАУКИ
Випуск 27
Частина 1

**Херсон
2017**

РЕДАКЦІЙНА КОЛЕГІЯ:

Головний редактор:

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 (професор кафедри галузевого права Херсонського державного університету).

Відповідальний секретар:

Макаренко Сергій Миколайович, кандидат економічних наук, доцент кафедри менеджменту і адміністрування Херсонського державного університету.

Члени редакційної колегії:

Савіна Галина Григорівна, доктор економічних наук, професор (завідувач кафедри менеджменту та маркетингу Херсонського національного технічного університету).

Соловійов Ігор Олександрович, доктор економічних наук, професор (завідувач кафедри менеджменту організації Херсонського державного аграрного університету).

Шебаніна Олена В'ячеславівна, доктор економічних наук, професор (декан факультету менеджменту Миколаївського державного аграрного університету).

Назарова Галина Валентинівна, доктор економічних наук, професор (завідувач кафедри управління персоналом та економіки праці Харківського національного економічного університету імені Семена Кузнеця).

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

Кузнєцов Едуард Анатолійович, доктор економічних наук, професор (завідувач кафедри економіки та управління Одеського національного університету імені І.І. Мечникова).

Скидан Олег Васильович, доктор економічних наук, професор (ректор Житомирського національного агроекологічного університету).

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

Драган Олена Іванівна, доктор економічних наук, професор (завідувач кафедри управління персоналом та економіки праці Національного університету харчових технологій).

Грегори Гарднер, Ph.D, професор економіки Державного університету штату Нью Йорк (м. Потсдам, США).

Едвін Португал, Ph.D, професор економіки Державного університету штату Нью Йорк (м. Потсдам, США).

Римантас Сташис, Ph.D, професор економіки, завідувач кафедри менеджменту Клайпедського університету (м. Клайпеда, 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

Затверджено відповідно до рішення вченої ради

Херсонського державного університету

(протокол від 26.12.2017 № 7)

Журнал включено до міжнародної наукометричної бази даних

Index Copernicus

Свідоцтво про державну реєстрацію

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

Електронна сторінка видання – www.ej.kherson.ua

ЗМІСТ

СЕКЦІЯ 1

ЕКОНОМІЧНА ТЕОРІЯ ТА ІСТОРІЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ДУМКИ

Галушка З.І. СОЦІАЛЬНИЙ КАПІТАЛ ЯК СУСПІЛЬНЕ БЛАГО: ПРОБЛЕМИ ФОРМУВАННЯ У ПРОЦЕСІ РИНКОВОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ ЕКОНОМІКИ.....	7
Демчук Н.І., Крючко Л.С. ЕКОНОМІЧНІ КРИЗИ ТА ЦИКЛІЧНІСТЬ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ.....	11
Кабанець І.А. КОНЦЕПТУАЛЬНІ ЗАСАДИ ЕКОНОМІЧНОГО ВИМІРУ ЕНЕРГІЇ ІННОВАЦІЙ РОЗМІРОМ РУХУ МАСИ ДОДАТКОВОГО ПРОДУКТУ В РОБОЧОМУ ДНІ.....	15
Ушкаренко Ю.В., Зеленський М.М. СИНЕРГЕТИЧНИЙ ЕФЕКТ КООПЕРАТИВНОЇ СИСТЕМИ ВЗАЄМОДІЇ.....	19

СЕКЦІЯ 2

СВІТОВЕ ГОСПОДАРСТВО

І МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ

Бутко Б.О. ВИЗНАЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ КАТЕГОРІЇ ВИСОКОТЕХНОЛОГІЧНОГО ПРОДУКТУ В КОНТЕКСТІ СИНЕРГЕТИЧНОЇ ПАРАДИГМИ ГЛОБАЛЬНОГО РОЗВИТКУ.....	22
Задорожнюк Н.О., Пустовий О.В., Шевель А.О. МІЖНАРОДНИЙ ДОСВІД РОЗВИТКУ ІТ-АУТСОРСИНГУ.....	26
Ковтонюк К.В. ЦИФРОВІЗАЦІЯ СВІТОВОЇ ЕКОНОМІКИ ЯК ФАКТОР ЕКОНОМІЧНОГО ЗРОСТАННЯ.....	29
Овчаренко А.С. ДОМІНАНТИ РОЗВИТКУ ОРГАНІЧНОГО АГРОПРОПРОДОВОЛЬЧОГО РИНКУ КИТАЮ.....	33
Панченко В.Г. ВАЛЮТНИЙ НЕОПРОТЕКЦІОНІЗМ ЯК СКЛАДНИК МОНЕТАРНОГО НЕОПРОТЕКЦІОНІЗМУ.....	37
Шлапак А.В. КОНКУРЕНТНІ ПОЗИЦІЇ США НА ГЛОБАЛЬНОМУ РИНКУ: СУЧАСНІ РЕАЛІЇ.....	41

СЕКЦІЯ 3

ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ НАЦІОНАЛЬНИМ ГОСПОДАРСТВОМ

Венгер В.В. МОДЕРНІЗАЦІЯ МЕТАЛУРГІЙНОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ: ЦІЛІ, НАПРЯМИ ТА ІНВЕСТИЦІЙНА ПІДТРИМКА.....	45
Галинська Ю.В. КЛАСИФІКАЦІЯ РИЗИКІВ ПІД ЧАС ФУНКЦІОНУВАННЯ КОЛАБОРАЦІЙНИХ АЛЬЯНСІВ У ПРИРОДОКОРИСТУВАННІ.....	49
Голубка С.М., Іванишина Г.С. ДЕРЖАВНЕ РЕГУЛЮВАННЯ ОПЕРАЦІЙ З ДОРОГОЦІННИМИ МЕТАЛАМИ.....	54
Крамаренко К.М. СУЧАСНІ ПІДХОДИ ДО ФОРМУВАННЯ І ВИКОРИСТАННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ КРАЇНИ.....	59
Куцук В.І. ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНИЙ МЕХАНІЗМ УПРАВЛІННЯ ЕФЕКТИВНІСТЮ ДІЯЛЬНОСТІ ІНТЕГРОВАНІХ КОРПОРАТИВНИХ СИСТЕМ.....	62
Лисенко С.М., Поліщук Н.О. РОЗУМНЕ ЗРОСТАННЯ НА МІСЦЕВОМУ РІВНІ ЯК РЕЗУЛЬТАТ ФІНАНСОВОЇ ДЕЦЕНТРАЛІЗАЦІЇ.....	66
Носирєв О.О. УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВ МАШИНОБУДУВАННЯ*.....	72
Овчар П.А. ОРГАНІЗАЦІЙНО-УПРАВЛІНСЬКІ ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ АВТОМОБІЛЬНОГО ТРАНСПОРТУ УКРАЇНИ.....	76

Прокопшина О.В., Коптева О.В. ШЛЯХИ АПРОКСИМАЦІЇ ЄВРОПЕЙСЬКОГО ДОСВІДУ СТИМУЛЮВАННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ДО РЕАЛІЙ УКРАЇНИ.....	81
Рудковський О.В., Лупак Р.Л. ЦІЛЬОВІ ОРІЄНТИРИ ДЕРЖАВНОЇ ПОЛІТИКИ ІМПОРТОЗАМІЩЕННЯ В КОНТЕКСТІ ДЕРЖАВНОГО УПРАВЛІННЯ ПРОЦЕСАМИ БЕЗПЕКИ РОЗВИТКУ ВНУТРІШНЬОГО РИНКУ.....	85
Сахібова А.О. ЄВРОІНТЕГРАЦІЙНІ ПЕРСПЕКТИВИ АГРАРНОГО РИНКУ УКРАЇНИ.....	89
Тимошенко М.М. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ТА ЗМІСТОВНЕ НАПОВНЕННЯ СТАЛОГО РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКИХ ТЕРИТОРІЙ У СУЧАСНИХ УМОВАХ.....	93
Хижняк В.О. СТАНДАРТИ ЄС ЩОДО ЗАХИСТУ ПРАВ СПОЖИВАЧІВ: УРОКИ ДЛЯ УКРАЇНИ.....	99
Щербак В.В. ДОСЛІДЖЕННЯ ВНУТРІШНЬОГО РИНКУ МОЛОКА І МОЛОЧНОЇ ПРОДУКЦІЇ З ВИКОРИСТАННЯМ МЕТОДУ АНАЛІЗУ ІЄРАРХІЙ.....	103
СЕКЦІЯ 4	
ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ	
Абрамович І.А. ІННОВАЦІЙНІ ІНСТРУМЕНТИ КОМПЛЕКСУ МАРКЕТИНГУ ПІДПРИЄМСТВ АПК.....	107
Жорж Аль Жаммал ШЛЯХИ МІНІМІЗАЦІЇ КОРУПЦІЙНИХ РИЗИКІВ В СИСТЕМІ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ.....	110
Анані Атеф Авад Фарис МЕХАНІЗМ РЕГУЛЮВАННЯ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ВИРОБНИЧО-ТЕХНОЛОГІЧНОЇ БАЗИ ЗАЛІЗОРУДНОГО ПІДПРИЄМСТВА.....	115
Бабій І.В. ОЦІНКА ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ ПІДПРИЄМСТВ У ЗОВНІШНЬОМУ СЕРЕДОВИЩІ.....	119
Баглай І.Є. ВИБІР ТА РЕАЛІЗАЦІЯ КОРПОРАТИВНОЇ СТРАТЕГІЇ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА З ІНОЗЕМНИМ КАПІТАЛОМ.....	123
Бардіна Т.О. СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ ЯК НЕВІД'ЄМНА СКЛАДОВА РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКИХ ТЕРИТОРІЙ.....	127
Даниленко М.І. ВЕКТОРИ «МОБІЛЬНОСТІ» СУЧАСНОГО ГОТЕЛЮ.....	131
Деліні М.М. СОЦІАЛЬНИЙ ТА БЛАГОДІЙНИЙ МАРКЕТИНГ У СИСТЕМІ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ БІЗНЕСУ.....	135
Каличева Н.Є. МЕТОДОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ЗАЛІЗНИЧНОГО ТРАНСПОРТУ ЗА РАХУНОК УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТНИМИ ПОЗИЦІЯМИ.....	139
Караулова Ю.В. СУЧАСНИЙ СТАН, ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ФУНКЦІОНУВАННЯ М'ЯСОПЕРЕРОВНОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ.....	143
Касич А.О., Касумов О.О. УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ ЯК ВАЖЛИВИЙ КОМПОНЕНТ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ЮРИДИЧНОГО БІЗНЕСУ.....	147

CONTENTS

SECTION 1

ECONOMIC THEORY AND HISTORY OF ECONOMIC THOUGHT

Halushka Z.I.

SOCIAL CAPITAL AS A PUBLIC GOOD: PROBLEMS OF FORMATION
IN THE MARKET TRANSFORMATION OF THE ECONOMY.....7

Demchuk N.I., Kryuchko L.S.

ECONOMIC CRISIS AND CYCLE OF ECONOMIC DEVELOPMENT.....11

Kabanets I.A.

CONCEPTUAL FRAMEWORK FOR THE ECONOMIC MEASUREMENT
OF INNOVATION ENERGY THE MASS MOVEMENT
OF THE SURPLUS PRODUCT IN THE WORKING DAY.....15

Ushkarenko Y.V., Zelenskiy M.M.

SYNERGETIC EFFECT OF COOPERATIVE SYSTEM OF INTERACTION.....19

SECTION 2

WORLD ECONOMY

AND INTERNATIONAL ECONOMIC RELATIONS

Butko B.O.

HIGH TECHNOLOGY ECONOMICAL CATEGORY WITHIN THE CONTEXT
OF SYNERGETIC PARADIGM OF GLOBAL DEVELOPMENT.....22

Zadorozhniuk N.A., Pustovoy A.V., Shevel A.A.

INTERNATIONAL EXPERIENCE OF IT-OUTSOURCING DEVELOPMENT.....26

Kovtoniuk K.V.

DIGITIZATION WORLD ECONOMY AS A FACTOR OF ECONOMIC GROWTH.....29

Ovcharenko A.S.

THE MAIN FEATURES OF DEVELOPMENT OF CHINESE ORGANIC FOOD MARKET.....33

Panchenko V.G.

CURRENCY NEOPROTECTIONISM AS A FORM OF MONETARY NEOPROTECTIONISM.....37

Shlapak A.V.

CONTEMPORARY COMPETITIVE USA POSITIONS IN THE GLOBAL MARKET.....41

SECTION 3

ECONOMY AND OPERATION OF NATIONAL ECONOMY

Venger V.V.

MODERNIZATION OF THE IRON AND STEEL INDUSTRY OF UKRAINE:
GOALS, DIRECTIONS AND INVESTMENT SUPPORT.....45

Halynska Yu.V.

CLASSIFICATION OF RISKS AT THE FUNCTIONING OF COLLABORATIVE
ALLIANCES IN THE NATURE MANAGEMENT.....49

Holubka S.M., Ivanyshyna G.S.

STATE REGULATION OF OPERATIONS WITH PRECIOUS METALS.....54

Kramarenko K.M.

MODERN APPROACHES TO THE FORMATION AND USE
OF THE INVESTMENT POTENTIAL OF THE COUNTRY.....59

Kutsyk V.I.

ORGANIZATIONAL AND ECONOMIC MECHANISM OF EFFICIENCY
MANAGEMENT OF THE ACTIVITIES OF INTEGRATED CORPORATE SYSTEMS.....62

Lysenko S.M., Polishchuk N.O.

SMART GROWTH AT LOCAL LEVEL AS A FINANCIAL DECENTRALIZATION RESULT.....66

Nosyriev O.O.

MANAGEMENT OF INNOVATION-INVESTMENT POTENTIAL MACHINE BUILDING.....72

Prokopishyna O.V., Koptieva O.V.

WAYS OF APROCESSATION OF THE EUROPEAN EXPERIENCE
OF IMPROVING INNOVATIVE ACTIVITY TO UKRAINIAN REALITIES.....81

Rudkovskiy O.V., Lupak R.L.

TARGET ORIENTATIONS OF THE STATE POLICY OF IMPORT SUBSTITUTION
IN THE CONTEXT OF PUBLIC ADMINISTRATION OF THE PROCESSES
OF SECURITY OF DEVELOPMENT OF THE INTERNAL MARKET.....85

Sakhibova A.O. EUROINTEGRATIONAL PROSPECTS OF THE AGRICULTURAL MARKET OF UKRAINE.....	89
Tymoshenko M.M. RETICAL FOUNDATIONS AND CONTENT OF STABLE DEVELOPMENT OF RURAL TERRITORIES IN MODERN CONDITIONS.....	93
Khyzhniak V.O. EU CONSUMER PROTECTION STANDARDS: LESSONS FOR UKRAINE.....	99
Scherbak V.V. INVESTIGATION OF THE INTERNAL MARKET OF MILK AND MILK PRODUCTS BY USING THE METHOD OF HIERARCHY ANALYSIS.....	103

SECTION 4

ECONOMY AND ENTERPRISE MANAGEMENT

Abramovich I.A. INNOVATIVE INSTRUMENTS FOR MARKETING COMPLEX OF AGRICULTURAL COMPANIES.....	107
Georges AL Jammal WAYS OF MINIMIZING CORRUPTION RISKS IN THE SYSTEM OF PROVIDING ECONOMIC SECURITY OF ENTITLES.....	110
Anani Atef Awad Faris MECHANISM OF REGULATION OF INNOVATIVE DEVELOPMENT OF INDUSTRIAL-TECHNOLOGICAL BASE OF IRON-SIZE ENTERPRISE.....	115
Babiy I.V. ESTIMATION OF INVESTMENT ATTRACTIVE ENTERPRISES IN THE ENVIRONMENT.....	119
Bahlai I.Ye. SELECTION AND IMPLEMENTATION OF CORPORATE STRATEGY OF INDUSTRIAL ENTERPRISE WITH FOREIGN CAPITAL.....	123
Bardina T.O. SOCIAL RESPONSIBILITY OF AGRICULTURAL ENTERPRISES IS THE MAIN COMPONENT IN RURAL DEVELOPMENT.....	127
Danylenko M.I. VECTORS OF THE MODERN HOTEL «MOBILITY».....	131
Dielini M.N. SOCIAL AND CHARITY MARKETING IN THE SYSTEM OF SOCIO-ECONOMIC RESPONSIBILITY OF BUSINESS.....	135
Kalicheva N.E. METHODOLOGICAL ASPECTS OF INCREASING THE COMPETITIVENESS OF RAILWAY TRANSPORT ENTERPRISES BY ACCOUNT MANAGEMENT OF COMPETITIVE POSITIONS.....	139
Karaulova I.V. THE MODERN STATE, PROBLEMS AND PROSPECTS OF THE FUNCTIONING OF THE MEAT PROCESSING DEPARTMENT OF UKRAINE.....	143
Kasych A.A., Kasumov O.O. PERSONNEL MANAGEMENT AS THE MOST IMPORTANT COMPONENT OF THE STRATEGY OF DEVELOPMENT OF LEGAL BUSINESS.....	147

СЕКЦІЯ 1 ЕКОНОМІЧНА ТЕОРІЯ ТА ІСТОРІЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ДУМКИ

УДК 330.101.22

Галушка З.І.

*доктор економічних наук, професор,
завідувач кафедри економічної теорії,
менеджменту і адміністрування
Чернівецького національного університету
імені Юрія Федьковича*

СОЦІАЛЬНИЙ КАПІТАЛ ЯК СУСПІЛЬНЕ БЛАГО: ПРОБЛЕМИ ФОРМУВАННЯ У ПРОЦЕСІ РИНКОВОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ ЕКОНОМІКИ

Досліджуються об'єктивні умови формування та нагромадження соціального капіталу у процесі ринкової трансформації економіки. Виявлено національні особливості цих процесів в Україні. Обґрунтовано, що соціальний капітал є джерелом соціальної ренти як суспільного блага.

Ключові слова: суспільне благо, соціальний капітал, ринкова трансформація, людський капітал, корпоративізм.

Галушка З.И. СОЦИАЛЬНЫЙ КАПИТАЛ КАК ОБЩЕСТВЕННОЕ БЛАГО: ПРОБЛЕМЫ ФОРМИРОВАНИЯ В ПРОЦЕССЕ РЫНОЧНОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ ЭКОНОМИКИ

Исследуются объективные условия формирования и накопления социального капитала в процессе рыночной трансформации экономики. Выявлены национальные особенности этих процессов в Украине. Обосновано, что социальный капитал является источником социальной ренты как общественного блага.

Ключевые слова: общественное благо, социальный капитал, рыночная трансформация, человеческий капитал, корпоративизм.

Halushka Z.I. SOCIAL CAPITAL AS A PUBLIC GOOD: PROBLEMS OF FORMATION IN THE MARKET TRANSFORMATION OF THE ECONOMY

The objective conditions for the formation and accumulation of social capital in the process of market transformation of the economy are investigated. The national peculiarities of these processes in Ukraine have been determined. It is substantiated that social capital serves as a source of social rents as a public good.

Keywords: a public good, social capital, market transformation, human capital, corporatism.

Постановка проблеми. Будь-яке суспільство має відкриту чи приховану систему відносин і визначений механізм розподілу сфер впливу та відповідальності між суспільством, державою та бізнесом, певний соціальний контракт. У ринковій економіці важливого значення надають соціалізації як чинникові пом'якшення соціальних суперечностей та надання соціальності ринковим відносинам. Одним із важливих складників соціалізації є формування соціального капіталу (СК), основу виникнення якого пов'язують із системою усіх цих цінностей. Додаткової актуальності питанню СК надає і те, що він дотичний до процесу творення суспільного блага у трансформаційній економіці і до підвищення добробуту.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. До поняття СК мають стосунок усі чинники, які створюють специфіку формування та підтримання соціальних зв'язків. Засновниками теорії СК вважаються П. Бурдьє, М. Кастельс, Дж. Коулман, Ф. Фукуяма та інші. Учені доводять, що, подібно до інших форм капіталу, СК продуктивний. Дж. Коулман показав, що СК сприяє досягненню певної мети, досягнути якої за його відсутності неможливо [1, с. 36]. Крім того, СК притаманний не лише соціальним зв'язкам, а й окремим індивідам, є своєрідним ресурсом людини, який визначає її соціальний статус, проявляючись і відтворюючись у соціальних зв'язках, побудованих на взаємній довірі, репутації і загальних нормах, наділяє людину і групу, до якої вона належить, певними перевагами щодо доступу, воло-

діння, розпорядження і користування обмеженими суспільними ресурсами і благами. У цьому розумінні функціями СК вважаються: вплив на створення людського капіталу в наступних поколіннях; підтримка довіри; генерація офіційних і неофіційних соціальних норм [2]. І. Радіонова зауважила, що «СК властивий структурі зв'язків між економічними агентами, він не є атрибутом окремої людини» [3, с. 21-22]. Підтримуючи такий підхід, вважаємо за необхідне уточнити його значення саме як суспільного блага.

Постановка завдання. Метою статті є актуалізація проблем формування та нагромадження СК як суспільного блага, що виникають у процесі ринкової трансформації економіки.

Виклад основного матеріалу дослідження. Поняття СК суттєво відрізняється від поняття людського капіталу. Узгодження цих поглядів можливе через порівняння людського і СК. Порівняльні характеристики людського і СК наведено у табл. 1, з якої випливає, що СК сприяє підвищенню ефективності виробництва. На думку І. Діскіна, «це джерело економічного зростання, що виникає за рахунок формування специфічного локального інституційного середовища» [4, с. 85]. Дж. Коулман вважав, що «відносини СК мають ресурсний характер, бо полегшують дії окремих людей через формування взаємної довіри, визначення взаємних обов'язків і очікувань, формування і впровадження соціальних норм» [1, с. 37-38].

СК має велике значення у поясненні внутрішньої організаційної структури суспільства та специфіки

системи економічних відносин. Він є структурною компонентою цивілізованого суспільства, закріпленою неформальними нормами. Його структура неоднорідна, формується під впливом найрізноманітніших чинників, тому має національний характер. Він формується на різних рівнях господарських зв'язків, представляє формальні і неформальні стосунки, які дають змогу обмінюватися інформацією, переймати досвід, сприяють розв'язанню проблем соціальних стосунків одних агентів з іншими. У цьому розумінні СК можна уявити як систему формальних і неформальних суспільних інститутів, які представляють внутрішню організаційну структуру економічної системи, мають свою культуру, норми поведінки, інтереси, моральні принципи, визначеним чином взаємодіють між собою, встановлюючи механізми реалізації їхніх економічних і соціальних цілей та міру відповідальності за їх досягнення.

СК безпосередньо пов'язаний з інституційною структурою суспільства, яка формує матриці економічної поведінки, визначає систему обмежень для різних господарюючих суб'єктів та механізми координації господарської діяльності. Процес закріплення неформальних і формальних правил і норм у стійких форматах інститутів і організацій, які можуть приймати як легальну, так і нелегальну форму, виражається в нагромадженні СК і зниженні трансакційних витрат у ринковій економіці, забезпечуючи підвищення ефективності її функціонування. Цей процес називають інституціоналізацією СК.

СК досягається тривалим досвідом соціальних зв'язків, де люди допомагають один одному, ґрунтуючись на взаємній довірі і прийнятних нормах взаємодії. Він є формою включення всіх охочих у систему відносин, які можуть забезпечити доступ до ресурсів інших учасників або ефективніше використання власних ресурсів з їхньою допомогою. Щоб суспільство існувало злагоджено, необхідна інтеграція СК усіх соціальних груп, які орієнтовані на цінності суспільства загалом. Як наголосив Ф. Фукуяма, «на відміну від інших форм капіталу, СК зазвичай створюється і передається за допомогою культурних механізмів – таких як релігія, традиція, звичай» [5, с. 55]. Тому його нагромадження пов'язується з адаптацією до моральних норм конкретного співтовариства, засвоєнням у його межах таких чеснот, як відданість, чесність і надійність. На його думку, найбільш корисним типом суспільного капіталу є здібність людей до самоорганізації, об'єднання в групи за інтересами або заради досягнення деяких спільних цілей.

В оцінці СК виникають складні проблеми. Одна із них – проблема первинності власності на цей капі-

тал, тобто визначення того, хто присвоює результати від його використання. У зв'язку з цією проблемою розрізняють різних суб'єктів (індивіда, групу працівників, організацію, суспільство). Сама природа СК зумовлює те, що він переплітається на всіх згаданих рівнях суб'єктних відносин, переходячи на макроекономічний рівень як суспільне благо. Тому повний аналіз СК повинен охоплювати всі рівні аналізу – мікро-, мезо- і макро-.

Важливість теорії СК, зокрема, полягає у тому, що вона пояснює, як соціальні структури і їх взаємодії пов'язуються з результатами діяльності організації, як зв'язки соціальних структур і суб'єктів можуть впливати на досягнення цілей в організації, регіоні чи національній економіці. Тому СК, як і будь-який інший капітал, можна інвестувати не лише для реалізації соціальних і/або громадсько-орієнтованих цілей, а й для нагромадження ресурсів, необхідних для подальшого розвитку. З позиції суспільного блага розбудова та вдосконалення СК перетворюється на одну з найважливіших стратегій економічного і соціального розвитку. Він є чинником соціалізації суспільства як фактор, що сприяє створенню більш високого рівня організаційної культури суспільства і реалізації потреб та інтересів різних соціальних верств населення. СК діє в певних визначених межах соціально-економічної системи під впливом цілої низки чинників – від історичних традицій до глобальних проблем.

Існують певні сфери та напрями нагромадження СК, які мають як позитивні, так і негативні соціальні ефекти. Недосконалість принципів становлення нової організаційної структури суспільства, що виростає із командно-адміністративних підходів до управління і радянського господарського менталітету, породжує такі негативні явища соціалізації, як пошук статусно-адміністративної і політичної квазі-ренти, створення умов для розгалуження корупційних зв'язків, їх взаємодії з кримінальними структурами, формування так званих «закритих» структур.

У межах загальної теорії рентних відносин зараз активно розробляється концепція статусно-адміністративної і політичної квазі-ренти. Процес формування статусно-адміністративної і політичної квазі-ренти є специфічним проявом загальної умови виникнення будь-якого виду рентних доходів – монополізації дефіцитного ресурсу. У цьому разі таким ресурсом є політичні й адміністративні функції. Як умови формування статусно-адміністративної квазі-ренти слід виокремити інституційну неповноту розвитку ринкових відносин і специфіку інтересів економічних і політичних агентів. Інституційна неповнота

Таблиця 1

Порівняльна характеристика людського і соціального капіталів

Людський капітал	Соціальний капітал
Знання, навички, компетенції та властивості індивідумів, які сприяють створенню особистого, соціального і економічного добробуту	Зв'язки, а також визнані норми, цінності та взаєморозуміння, що сприяють взаємодії індивідів між собою
Втілений у людях	Втілений у соціальних зв'язках
Створюється і накопичується індивідом	Створюється і накопичується усередині соціальних груп і організацій
Повна раціональність, опортунізм	Обмежена раціональність, альтруїзм
Стосується змін у самій людині як працівнику	Стосується змін у відносинах між людьми, які сприяють економічним діям
Його функції – це: вплив на створення людського капіталу в наступних поколіннях; підтримка довіри; генерація офіційних і неофіційних соціальних норм	Його функції – це: сприяння підвищенню ефективності виробництва; формування принципів нової організаційної структури суспільства та специфіки системи економічних відносин; формування матриць економічної поведінки

Джерело: Складено автором самостійно

виявляється в недостатньо ефективному регулюванні економіки з боку держави.

Зважаючи на те, що в політичних відносинах існує нестабільність і невизначеність протягом усього трансформаційного періоду, у посадовців і політичних керівників присутні незначні переваги майбутніх періодів і масштабні розміри доступної політичної квазіренти, тому їм вигідніше максимально скористатися перевагами їх поточного статусу на збиток майбутньому. Економічну ренту їм можуть приносити усі види державних обмежень: ліцензування, дозвільні процедури, квотування, податкові пільги тощо. Дані рейтингу «Індекс сприйняття корупції» за 2016 р. для України свідчать про незначну позитивну динаміку порівняно з 2015 р.: 29 балів із 100 можливих (у 2015 р. – 27 балів), при цьому Україна перемістилася вниз на одну позицію (131 місце) у глобальному рейтингу із 176 країн [6].

Результати досліджень громадської думки в Україні свідчать про те, що основна маса громадян визнає панування корупції у державі, стикається з її проявами регулярно та вважає державних посадових осіб надто корумпованими для того, щоб можна було виправити цю ситуацію. Скептичне ставлення є однією з ключових проблем і перешкодою для віри у майбутнє без корупції та для змін у моделях поведінки громадян. Результати Всеукраїнського муніципального опитування, проведеного соціологічною групою «Рейтинг» від імені Міжнародного республіканського інституту, свідчать про те, що суттєва частка громадян України (від 13% до 62% залежно від регіону) вважає, що зробити послугу, подарунок або в інший спосіб надати неправомірну вигоду місцевому чиновнику не є проявом корупції [6].

Домінування рентних доходів в економіці може привести до скорочення попиту на колективні блага, що створюються державою (гарантії прав власності, укладених контрактів, політичні і цивільні права і свободи тощо). А. Лятков у структурі політичної квазіренти виокремлює постійну частину і додаткову частину; рентні доходи набувають різноманітних форм: від господарської діяльності; від лобіювання інтересів інших бізнес-структур; від надання податкових, кредитних, дотаційних пільг, зниження адміністративних бар'єрів і скорочення трансакційних витрат бізнес-структур; від прямого використання державного майна у власних інтересах; від привласнення державного майна під час приватизації [7]. Майже всі учасники рентоорієнтованих відносин отримують певні вигоди, тобто мають спонукальні мотиви до порушення закону. Юристи наводять приклади з міжнародної практики, коли між представниками уряду і кримінальними структурами виникають тісні взаємовигідні стосунки. Як зазначив А. Бова, «тривалі взаємодії між злочинцями та необхідність контролю за дотриманням конвенцій зумовлюють перетворення організованої злочинності на неформальний соціальний інститут» [8]. Вважаємо, що перед кримінальними структурами стоять такі ж самі функціональні завдання, як і перед іншими групами. У межах їхньої організації забезпечується не лише виробництво, поширення, накопичення, споживання ресурсів, а й низка інших функцій, таких як залучення нових членів, підтримка дисципліни та соціальної солідарності, розв'язання конфліктів, соціалізація, адаптація, мобільність тощо.

Тепер стає актуальним вивчення такого явища, як клієнтізм. Це система відносин осіб, які володіють певними ресурсами завдяки приналежності до певних рівнів об'єднуючої їх ієрархії. Клієнтів опікає патрон,

збираючи за цю опіку дань у формі подяки: «основу для патрон-клієнтських взаємин становить обмін між діючими особами, що володіють неоднаковою владою і статусами: патрон, ведучий і могутніший учасник цих взаємин, пропонує свій захист і забезпечує доступ до дефіцитних ресурсів (землі, робочих місць, інвестицій) менш могутнім учасникам – залежним від нього клієнтам. Клієнти, у свою чергу, забезпечують підтримку патрону і надають йому різного роду цінності і послуги, які ми називатимемо «даниною» [9, с. 128]. Клієнтські відносини можуть формуватися і в середині бюрократій (як в авторитарних, так і демократичних суспільствах), сприяючи корупції. Таким чином, негативний СК, що яскраво виражений у клієнтізмі, придушує демократичні ініціативи, перешкоджає поширенню позитивного СК.

Неформальний СК досить часто поширюється у суспільстві. Наприклад, за часів СРСР мережі взаємної підтримки («блат») були взірцем оптимізації обміну ресурсами. Проблема ролі постноменклатурних клієнтських угруповань – політичних, апаратних, капіталістичних, кримінальних та їх симбіозу, клієнтського корпоративізму в житті пострадянського суспільства проаналізована М. Афанасьєвим [10]. У радянській командно-адміністративній системі існувала специфічна система соціальних стосунків у вигляді використання родинних або дружніх зв'язків, керівних посад, знайомств, яка мала риси неформального СК і передбачала обмін взаємними послугами поза офіційними нормами. Близькість до вищої бюрократії, залучення до патрон-клієнтських відносин за часів перебудови дала можливість окремим бізнесменам за рахунок політичних преференцій, доступу до державної власності і бюджету, а також пільг (податкових, митних тощо) отримувати надприбутки.

На початку 1990-х років він сприяв досягненню визначених позицій у бізнесі, політиці й у посткомуністичному суспільстві. Сьогодні трансформація пострадянського «блату» сприяє системній корупції, коли встановлюються довгострокові дружньо-довірчі, але водночас і комерційні контакти. Цей процес спричиняє зростання негативного СК, посилення корпоративності різних груп інтересів, підвищення ролі ієрархічних посередницьких мереж, що гарантують виконання домовленостей і конвенцій. Така ситуація приводить до того, що одні соціальні групи стають соціально винятковими, інші – соціально виключеними. Це сприяє, з одного боку, клановій солідарності, а з іншого – позбавляє участі певних верств у демократичних перетвореннях, означає втрату соціальної єдності та громадянського консенсусу.

У трансформаційний період прикладом формування негативного СК є корпоративізм. В основу взаємодії корпоративних груп покладаються відносини патронажу і клієнтських зв'язків, які практикуються всередині еліти й субелітних груп. Корпоративізм набуває різноманітних форм (бюрократичний, олігархічний, ліберальний) [7]. Специфіка бюрократичного корпоративізму полягає в тому, що групи інтересів є частиною державної машини, а взаємодія і досягнення згоди вибудовуються на основі адміністративних зв'язків. Відносини олігархічного корпоративізму виникають тоді, коли правлячий клас прагне насамперед примножувати власні матеріальні блага через канали політичної ренти, а держава підпорядковується впливу олігархічних сил, економіко-політичних кланів. За цих умов переважна маса ресурсів власності концентрується в руках економічної олігархії, а владні повноваження здійснює контрольована олігархією адміністративно-політична

еліта. Між ними встановлюються тісні стосунки на основі механізму корупції. Основою ліберального корпоративізму стали відносини погодження інтересів. Носіями цих відносин стають лідери впливових громадських об'єднань, управлінська еліта соціальних інститутів і структур державної влади, навіть бізнесові структури, політичні та громадські лідери. Це приводить до появи нової владної ієрархії – ієрархії лідерів домінантних груп, що вмонтовується в традиційну елітну структуру. За таких умов правляча ієрархія демократизується, стає, по суті, функціональною, наближаючись при цьому за своїми якісними характеристиками до структури, котра забезпечує відносини соціальної злагоди («трипартистська система»).

В Україні олігархічна корпоративізація суспільства привела до того, що законодавці і чиновники стали бізнес-партнерами, налагодилися торгівля повноваженнями і супутніми їм пільгами і можливостями. З утвердженням олігархічного корпоративізму підприємницька олігархія стала концентрувати в своїх руках левову частку ресурсів власності, а адміністративна і політична олігархія – широко використовувати у власних цілях владні повноваження. На нашу думку, в Україні формувалася не соціально орієнтована модель ринкової економіки, а корпоративна, олігархічна економіка, орієнтована на задоволення економічних інтересів передусім великого капіталу. Поведінці більшої частини української владної еліти властиві риси, що не належать до демократичних. Небезпечним є процес конститування політичного режиму на таких засадах, де основними суб'єктами його виявляються коаліції із середовища політичної і ділової еліти, що визначаються як «корпоративні клани». У системі управління тісно переплетені влада і власність, а формальні інститути демократії використовуються в недемократичних цілях. Склалася парадоксальна ситуація, за якої соціальна політика із засобу зменшення соціальної напруги перетворилася на один з суттєвих чинників її посилення [11; 12], а сама держава виявилася нездатною проводити повноцінну соціальну політику.

У кінці ХХ ст. – на початку ХХІ ст. відбулися зміни самої соціальної структури суспільства, яка з індустріальної все більше перетворюється на мережеву структуру, змінюючи як само розуміння соціальності, так і його природу. На думку М. Кастельса, «інститути й організації цивільного суспільства, які будувалися навколо демократичної держави, навколо контракту між капіталом і працею в другій половині 90-х років минулого століття, перетворилися на порожні шкарлупи... Трагедія і фарс полягає в тому, що в той момент, коли більшість країн світу нарешті завоювали собі доступ до інститутів лібералізму (які, на мій погляд, є основою будь-якої політичної демократії), ці інститути опинилися такими далекими від структур і процесів, які відіграють сьогодні реальну роль, що більшості вони представляються знущальною усмішкою на новому обличчі історії» [13, с. 247]. У сучасному світі вагомими стають мережеві структурні соціальні зміни, які пов'язані з переходом до нової якості самої соціальності: у ній соціальна морфологія починає домінувати над соціально дією. У ринковій економіці України у контексті СК новим явищем є формування мережевих структур, що зумовлює поступовий відхід від пану-

вання вертикальної управлінської ієрархії і перехід до панування горизонтальних відносин у форматі мереж. Це дає змогу певною мірою мінімізувати дію негативного СК і розбудовувати ефективні інститути демократії в країні.

Висновки з проведеного дослідження. Формування та нагромадження СК як суспільного блага – це об'єктивні процеси розвитку і демократизації сучасного суспільства, які переймають світові закономірності розвитку цих процесів. В умовах постсоціалістичного суспільства вони мають і позитивні, і негативні наслідки. Під час формування ринкової економіки в Україні особливістю є те, що СК відіграв велику роль не лише у мобілізації та консолідації традиційної еліти, а й у підвищенні соціального статусу представників «тіньової» економіки. Перспективи подальших досліджень пов'язані з питаннями підвищення дієвості впливу СК на розвиток національної економіки на підставі забезпечення державою інституційних змін і налагодження взаємовигідних стосунків між усіма суб'єктами соціалізації для пошуку більш ефективних механізмів їхньої взаємодії та спільного розв'язання соціальних суперечностей.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Коулман Дж.С. Экономическая социология с точки зрения теории рационального выбора / Дж.С. Коулман [Електронний ресурс] // Экономическая социология: Электронный журнал. – Том 5. – № 3. – С. 35-45. – Режим доступу: www.ecsoc.msses.ru.
2. Убийволк О.О. Соціальний капітал: сутність, генеза, сучасні форми: дис. ... канд. наук: 09.00.03 / О.О. Убийволк. – Запоріжжя, 2009. – 188 с.
3. Радіонова І. Економічне зростання з участю людського капіталу / І. Радіонова // Економіка України. – 2009. – № 1. – С. 19-30.
4. Дискин И.Е. Экономическая трансформация и социальный капитал / И.Е. Дискин // Проблемы прогнозирования. – 1997. – № 1. – С. 78-96.
5. Фукуяма Ф. Доверие: социальные добродетели и путь к процветанию / Ф. Фукуяма; пер. с англ. – М.: АСТ МОСКВА, ХРАНИТЕЛЬ, 2006. – 730 с.
6. Про схвалення Стратегії комунікацій у сфері запобігання та протидії корупції: Розпорядження Кабінету Міністрів України від 23.08.2017 р. № 576-р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.kmu.gov.ua/control/uk/cardnpd?docid=250225713>.
7. Латков А.В. Функционирование системы рентных отношений: противоречия, особенности, динамика: автореф. дис. ... докт. екон. наук: спец.: 08.00.01 / А.В. Латков. – Саратов, 2008. – 31 с.
8. Бова А. Соціальний капітал в Україні: досвід емпіричного / А. Бова // Економічний часопис-XXI. – 2003. – № 5. – Режим доступу: <http://soskin.info/ea/2003/5/20030517.html>.
9. Ковалев Е. Взаимосвязи типа «патрон-клиент» в российской экономике / Е. Ковалев // Неформальная экономика: Россия и мир / под ред. Т. Шанина. – М., 1999. – 128 с.
10. Афанасьев М.Н. Клиентелизм и российская государственность: Исследование клиентарных отношений, их роли в эволюции и упадке прошлых форм российской государственности, их влияние на политические институты и деятельность властвующих групп в современной России: монография / М.Н. Афанасьев. – М., 2000. – 317 с.
11. Асслендер М. Культурные предпосылки экономической и предпринимательской этики / М. Асслендер [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.academy-go.ru/Site/EconomEtica/EticaPr.
12. Українська Мережа Глобального Договору ООН. Як приєднатися. Учасники в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.globalcompact.org.ua/ua/how2join/participants?page=2>.
13. Кастельс М. Морушество самобытности / М. Кастельс // Новая постиндустриальная волна на Западе. Антология. – М.: Academia, 1999. – 297 с.

УДК 330.101.541

Демчук Н.І.*доктор економічних наук,
професор кафедри фінансів та банківської справи
Дніпропетровського державного аграрно-економічного університету***Крючко Л.С.***кандидат економічних наук,
доцент кафедри фінансів та банківської справи
Дніпропетровського державного аграрно-економічного університету*

ЕКОНОМІЧНІ КРИЗИ ТА ЦИКЛІЧНІСТЬ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ

Стаття присвячена дослідженню теоретичних аспектів економічних циклів та економічних криз. Розглянуті особливості виникнення та характерні риси циклічності економіки. Висвітлені фактори, що сприяють розвитку економічної кризи. Досліджено поняття циклічності та детально проаналізована кожна з фаз циклу. Розглянуті наслідки, які спричиняються кожною фазою циклу. Доведено, що існує зв'язок між циклічністю і сталістю розвитку соціально-економічних систем.

Ключові слова: економічна криза, економічні цикли, циклічність, фази економічного циклу, ділова активність, депресія, піднесення, пожвавлення, пік.

Демчук Н.И., Крючко Л.С. ЭКОНОМИЧЕСКИЕ КРИЗИСЫ И ЦИКЛИЧНОСТЬ ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ

Статья посвящена исследованию теоретических аспектов экономических циклов и экономических кризисов. Рассмотрены особенности возникновения и характерные черты цикличности экономики. Освещены факторы, способствующие развитию экономического кризиса. Исследовано понятие цикличности и подробно проанализирована каждая из фаз цикла. Рассмотрены последствия, которые вызываются каждой фазой цикла. Доказано, что существует связь между цикличностью и постоянством развития социально-экономических систем.

Ключевые слова: экономический кризис, экономические циклы, цикличность, фазы экономического цикла, деловая активность, депрессия, подъем, оживление, пик.

Demchuk N.I., Kryuchko L.S. ECONOMIC CRISIS AND CYCLE OF ECONOMIC DEVELOPMENT

The article is devoted to the study of theoretical aspects of economic cycles and economic crises. Features of origin and characteristic features of a cyclical economy are considered. Illuminated factors contributing to the development of the economic crisis. The concept of cyclical is investigated and each phase of a cycle is analyzed in detail. Considered the consequences of each phase of the cycle. It is proved that there is a connection between cyclical and sustainability of the development of socio-economic systems.

Keywords: economic crisis, economic cycles, cyclical, economic cycle phases, business activity, depression, rise, recovery, peak.

Постановка проблеми. Економічний розвиток – це багатофакторний процес, який відображає як еволюцію господарського механізму, так і зміну на цій основі економічних систем. Водночас це суперечливий і складний процес, який не може здійснюватися прямолінійно, по висхідній лінії. Розвиток проходить нерівномірно, має періоди зростання та спаду, кількісні та якісні зміни в економіці, позитивні та негативні тенденції. Саме циклічний характер розвитку капіталістичної економічної системи, її коливання між спадом та підйомом є причиною, яка стримує економічний ріст. З тих пір, як у межах капіталістичного суспільства здійснився перехід до індустріального виробництва, економічний ріст мав циклічний характер [1, с. 12].

Циклічність – це форма руху національної економіки та світового господарства загалом, що припускає зміну революційних і еволюційних стадій розвитку економіки, економічного прогресу. Вона є універсальною та загальною формою руху всіх економічних процесів незалежно від того, на яких рівнях економіки вони відбуваються, а також об'єктивною формою розвитку національної економіки і світового господарства [1, с. 12].

Дослідження циклічного характеру економіки, виявлення особливостей динаміки зростання на різних етапах економічного циклу постійно перебувають у центрі уваги економістів і політиків, адже залежно від якості тих чи інших оцінок та ступеня їх відповідності реальній економічній ситуації визначається ґрунтовність стратегічних рішень на макро- та мікрорівні. Економіка розвивається не за трендом, що характеризує економічне зростання,

а циклічно, через постійні відхилення від тренду, спади і піднесення.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Циклічність економічного розвитку є предметом дослідження багатьох учених. Теоретико-методологічні засади дослідження циклічності як форми руху економіки містяться у роботах А. Бернса, М. Кондратьєва [3], С. Кузнеца, В. Мітчелла, Й. Шумпетера. Проблема визначення особливостей сучасного циклічного розвитку та окремих фаз економічного циклу присвячено роботи А. Єрохіної, О. Ілларионова, Ю. Яковця. Дослідження світових фінансово-економічних криз із позицій їхнього впливу на економіку України здійснено в працях А. Гальчинського, В. Гецця, Я. Жаліла, А. Задой, І. Крючкової, П. Тригуба [6].

Циклічність як економічну закономірність визнають не всі учені-економісти, проте вивчення реального життя підтверджує існування цього процесу. Оскільки характерна риса циклічності – рух не по колу, а по спіралі, вона є формою прогресивного розвитку. Дослідження теорій циклічності є актуальним і цінним для обґрунтування головних тенденцій та закономірностей розвитку реального економічного процесу, а також із метою обґрунтування теоретичних узагальнень та рекомендацій щодо вирішення практичних проблем суспільства.

Постановка завдання. На основі викладеного можна сформулювати завдання дослідження, яке полягає у дослідженні теоретичних аспектів понять економічних циклів та економічних криз. Необхідно також розглянути особливості їх формування та характерні риси.

Виклад основного матеріалу дослідження. Теоретичне вирішення питань забезпечення постійного стабільного економічного зростання (розширеного відтворення) є однією з найважливіших цілей макроекономіки як прикладної наукової дисципліни. Що ж стосується практики господарювання, то, незважаючи на те, що епоха капіталістичного (підприємницького) товарного виробництва перетворила розширене відтворення з винятку (як це було у попередні часи) у норму функціонування економіки, вона породила і такі поняття, як економічна криза та циклічність економічного розвитку. Тобто йдеться про регулярні збої, притаманні економічній системі, в основу якої покладено використання ринкового механізму, що проявляється через відчутні спади обсягів виробництва, неповне використання наявних економічних ресурсів та інші негаразди, які супроводжують ці негативні явища [1, с. 14].

Криза як явище економічного життя суспільства проявляє себе таким чином. Як правило, все починається з дедалі відчутнішого розриву між загальною (сукупною) пропозицією товарів та попитом на ринку країни та існуючим на них загальним (сукупним) попитом. Наслідком цього стають зростаючі проблеми торгових фірм та організацій, пов'язані з неможливістю реалізації всієї закупленої у виробників та пропонованої споживачам продукції. Зростають товарні запаси торгових фірм змушують їх скорочувати замовлення виробничим підприємствам, що веде до скорочення самого обсягу виробництва [6].

Підприємці-виробники змушені в цій ситуації виробляти менше, ніж за нормальних умов, готової продукції, скорочують закупівлю потрібних їм ресурсів. Як наслідок, відбувається, з одного боку, значний спад виробництва, а з другого – загальне зростання безробіття в країні через зменшення кількості робочих місць в усіх сферах діяльності.

Зростаюче безробіття ще більше загострює проблему реалізації накопиченої товарної продукції через зменшення загального фонду заробітної плати, а, отже, і подальшого падіння платоспроможного попиту з боку населення. Все це приводить до повного банкрутства частини фірм у найбільш вражених кризою галузях економіки, падіння загального обсягу виробництва, надвисокого рівня безробіття, що викликає соціальну напругу в суспільстві.

За кризою настає тривалий період так званої депресії, що характеризується стабілізацією виробництва на найв нижньому рівні за високих показників незайнятості працездатного населення. У цей період загальний обсяг виробництва вже не скорочується, але й не зростає, рівень безробіття істотно не змінюється. Під час депресії поступово зменшуються запаси нереалізованої продукції та відбувається оновлення основних виробничих фондів підприємств на новій технологічній основі [6].

Депресію змінюють поживлення та економічне піднесення. Ці стадії у розвитку ринкової економіки означають перехід до зростання загального обсягу виробництва, а відповідно – і зайнятості населення. Вважається, що стадія поживлення триває до моменту досягнення економікою показників, які вже мали місце у ній до початку кризи.

Перевищення цих показників та їх подальше зростання означає перехід економіки у стадію піднесення. Зростаюча зайнятість населення на основі зростання обсягу виробництва означає і зростання загального фонду заробітної плати, доходів підприємців та власників природних ресурсів, що викорис-

товуються у процесі суспільного виробництва. Тобто зростає сукупний попит на вироблену продукцію, що ще більше стимулює процес економічного зростання. Економічне зростання в стадії піднесення відбувається високими темпами, загальний обсяг виробництва сягає своєї максимальної величини, але наступною стадією знову стає економічна криза [6].

Криза, депресія, поживлення та піднесення являють собою чотири фази економічного циклу. Ринкова економіка, таким чином, є економікою, що розвивається циклічно, від однієї кризи до іншої, проходячи в кожному циклі одні й ті самі фази у певній їх послідовності. Іноді економісти виділяють у складі економічного циклу не чотири, а лише дві фази. У двофазовій моделі циклу фаза економічного спаду охоплює кризу та депресію, а фаза економічного піднесення – поживлення та піднесення. Але такий підхід до трактування економічного циклу не міняє суті описаного вище явища.

Зародження теорії циклів і криз можна віднести на початок XIX ст. Ця проблема висвітлювалася в роботах Карла Іоганна Родбертуса і Томаса Мальтуса. У наш час переважає погляд на цикл як на єдиний процес, що послідовно проходить через фази криз і піднесення, а не лише як на випадкову послідовність криз, що призупиняють час від часу процес відтворення [6].

Більшість сучасних економістів вивчають причини циклічності через аналіз внутрішніх і зовнішніх факторів, які впливають на характер циклу, його тривалість, специфіку проявів окремих фаз.

До зовнішніх факторів можуть бути віднесені об'єктивні та суб'єктивні обставини, які викликають періодичну повторюваність економічних явищ і які знаходяться поза економічною системою [6]:

- війни, революції, та інші політичні потрясіння;
- відкриття крупних родовищ золота, урану, нафти та інших цінних ресурсів;
- освоєння нових територій і пов'язана з цим міграція населення, коливання чисельності населення планети;
- потужні прориви в технології, винаходи та інновації, які дають змогу радикально змінити структуру суспільного виробництва.

Внутрішні фактори притаманні самій економічній системі, вони можуть викликати як підйоми, так і спади економічної активності через певні проміжки часу. Серед них виокремлюють [6]:

- фізичний строк служби основного капіталу (рухомого та нерухомого);
- особисте споживання, скорочення або зростання якого впливає на обсяг виробництва та зайнятості;
- інвестування, тобто вкладення коштів у розширення виробництва, його модернізацію, створення нових робочих місць;
- економічну політику держави щодо виробництва, попиту та споживання.

Пояснити циклічність руху економіки дією тільки зовнішніх або внутрішніх факторів неможливо, тому що економічний цикл прискорює і гальмує економічну систему, використовуючи їх разом.

Розглядаючи економічні цикли та їх причини, австрійський економіст І. Шумпетер висунув ідею про трициклічну схему, тобто про коливальні процеси в економіці, що здійснюються, так би мовити, на трьох рівнях. Він назвав ці цикли іменами Н.Д. Кондратьєва, К. Жупієра та Дж. Кітчінна – вчених, що відкрили цикли тривалістю відповідно в п'ятдесят п'ять років, десять років і три роки 4 місяці [3, с. 122].

Головною причиною довгохвильових коливань М.Д. Кондратьєв вважав наявність у складі сукупного капіталу особливих частин, що мають тривалий термін дії: великих засобів виробництва, споруд, устаткування, а також кадрів кваліфікованої робочої сили. Загалом концепція російського науковця визнана як теорія, що містить комплексний опис феномена довготривалих коливань [6].

Найчастіше в економіці розвинутих країн трапляються середні промислові цикли тривалістю 8-10 років, але на ділову активність впливають і всі інші. Протягом одного великого циклу відбувається декілька середньострокових коливань, матеріальною основою яких є фізичне оновлення основних засобів виробництва, насамперед їхньої найактивнішої частини – знарядь праці [3, с. 122].

Малі економічні цикли Дж. Кітчінна матеріальною основою мають процеси, що відбуваються у сфері грошових відносин. Малі цикли розмежовуються грошовими кризами, що повторюються з певними закономірностями. Вони характеризуються особливою гостротою та інтенсивністю та або накладаються на промислові кризи, або мають самостійний розвиток [6].

Економічні цикли (цикли ділової активності) означають коливання економічної активності, рух виробництва від початку попереднього до початку чергового кризового спаду. Кожен з економічних циклів унікальний, але водночас усім їм притаманні певні загальні риси, передусім однакова послідовність фаз циклу: піднесення; спад або криза (рецесія); депресія; поживавлення (рис. 1). На різних етапах економічного розвитку суспільства і за різних конкретних умов відтворення цикл і його фази проявляються по-різному.

Головною фазою циклу вважають кризу (спад, рецесію, скорочення ділової активності). Ця фаза циклу підводить підсумок попередньому циклу і відкриває новий. Головні особливості кожного циклу (його загальна тривалість, співвідношення між окремими фазами) визначаються насамперед характером і глибиною кризи. Без кризи не було би циклу, оскільки саме періодичне повторення кризи надає економічному відтворенню циклічного характеру. Однак, розглядаючи кризу як вирішальний момент циклу, не можна ігнорувати інші фази циклу. У кожній фазі циклу містяться умови її перетворення в іншу фазу, отже, увесь розвиток циклу заснований на саморусі [6].

Економічна криза – це більш або менш регулярно повторювані тимчасові падіння виробництва, що виникають внаслідок порушення економічної рівноваги. Вона характеризується: порушенням макроекономічної рівноваги, розбалансуванням взаємодіючих структур; перевиробництвом із наступним падінням обсягів виробництва, нагромадженням товарних мас в оптовій торгівлі; падінням товарних цін; зростанням безробіття, збільшенням незайнятих виробничих потужностей; падінням рівня реальної заробітної плати, інших доходів, прибутків підприємств, життєвого рівня населення; зниженням платоспроможного попиту населення, зменшенням обсягів оптової та роздрібної торгівлі; крахом грошово-кредитних

зв'язків; наростанням системи взаємних неплатежів; кредитною напругою, злетом норми позикового відсотка; нестачею грошової маси, високими темпами інфляції; масовим знеціненням капіталу, завмиранням інвестиційних процесів; падінням курсу акцій, біржовою панікою; масовим банкрутством підприємств; зростанням соціальної напруженості у суспільстві тощо [6].

Скорочення виробництва у період кризи триває доти, поки не буде встановлена рівновага, тобто відповідність попиту та пропозиції, припинення кризовою падіння та розсіювання товарних запасів відбувається внаслідок зниження цін, виробничих потужностей і товарних запасів (у вартісному вираженні), а також шляхом посилення вивозу товарів на зовнішні, в основному колоніальні ринки. Після цього кризове падіння припиняється, а економічна система входить у фазу депресії. Фази ділової активності в економіці відображені у таблиці 1.

Таблиця 1

Фази ділової активності

Фаза циклу	Економічна суть
Пік	В економіці спостерігається повна зайнятість, і виробництво працює на повну потужність. Рівень цін має тенденцію до підвищення, а зростання ділової активності припиняється.
Спад (рецесія)	Виробництво і зайнятість скорочуються, проте ціни не завжди мають тенденцію до зниження. Вони спадають тільки в тому разі, коли спостерігається депресія (глибокий і тривалий спад).
Депресія (дно)	Найнижча точка спаду (депресія): виробництво і зайнятість досягають найнижчого рівня.
Поживавлення	Виробництво та зайнятість зростають. Рівень цін може підвищуватися, аж поки не буде досягнуто повної зайнятості і виробництво не почне працювати на повну потужність.

* згруповано автором за джерелом [6]

Депресію, застій або дно економічної активності справедливо порівнюють із післяшоковою ситуацією. Рух капіталу в'ялий і нечіткий, він ніби набирається сил перед новим штурмом. Цьому сприяють поступове відновлення перерваних кризою зв'язків, переливання капіталу у більш перспективні сфери застосування, а головне – масове оновлення основного капіталу досягає таких розмірів, що виникає його надлишок або така його кількість, для якої зниження норми прибутку не врівноважується зростанням її маси. У цьому разі додаткові інвестиції не приносять додаткового прибутку.

Іншими ознаками депресії є: стабілізація виробництва на найнижчому рівні; призупинення інфля-

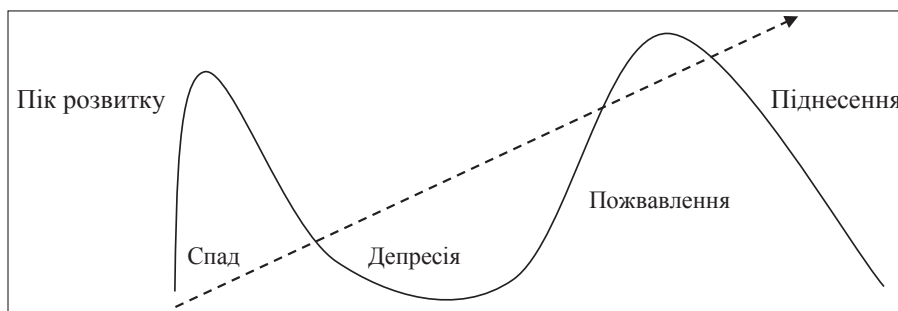


Рис. 1. Фази економічного циклу*

* згруповано автором за джерелом [6]

ційних процесів; збереження високого рівня безробіття; норма позикового відсотка висока; починають відновлюватися господарські зв'язки; стабілізуються і поступово зменшуються товарні запаси. Внаслідок цього відбувається поступове поширення реанімаційних процесів, наростання позитивних тенденцій. Зв'язок депресії з кризою полягає передусім у відновленні основного капіталу (який під час кризи був зруйнований фізично), але вже на новому, більш високому технічному рівні. Тому у наступному циклі економіка досягає більш високої точки піднесення [6].

Депресія переходить у наступну фазу циклу – поживлення (розширення ділової активності), яка характеризується тим, що тут уперше після початку кризового падіння відбувається розширення попиту на засоби виробництва та робочу силу; оновлюється основний капітал; починається модернізація виробництва; відновлюється економічне зростання; зростають прибуток, заробітна плата, позиковий відсоток; скорочується безробіття. У суспільній свідомості посилюються позитивні сподівання, розширюється бізнесова активність. У процесі поживлення відновлюється докризовий рівень економічного розвитку і готується майбутнє піднесення [6].

Піднесення, або пік ділової активності, характеризується тим, що економіка виходить на рівень, який перевищує всі попередні рубежі. Економічне зростання прискорюється, поліпшуються всі показники ринкової кон'юнктури, передусім збільшується платоспроможність попиту. Це сприяє зростанню товарних цін, збільшує прибутки, стимулює пропозицію.

Особливо великих розмірів досягають кредитно-фінансові операції, а також спекулятивні операції на біржах. Але саме у цей найбільш сприятливий для економіки період у її надрах зриваються передумови майбутнього падіння. До певного часу розвиток цих передумов приховується багатоланковою та розгалуженою торговельною мережею, розвинутою кредитною системою, створенням штучних дефіцитів у результаті спекуляцій на зростанні цін. І лише у період кризового падіння виявляється дійсний стан речей, справжні масштаби нерівноваги ринкової економіки [6].

Фаза економічного циклу відповідає зміна фаз бізнесової активності в економіці: піднесення означає пік ділової активності, спад супроводжується стисненням ділової активності, депресія – це дно ділової активності, а поживлення – розширення ділової активності. Основними індикаторами фази циклу ділової активності є рівень зайнятості, рівень безробіття, обсяг випуску.

Найявні економічні та психологічні теоретичні підходи до вивчення циклів дали змогу стверджувати, що трансформаційні зміни, які відбуваються у сучасній світовій економіці, здійснюють визначальний вплив на структуру ринкової кон'юнктури, що зумовлює необхідність перегляду попередніх концепцій циклічних коливань та пошуків нових наукових підходів до вирішення проблеми структурних, фінансових та системних криз суспільного виробництва. Окрім того, дослідження сучасних учених-економістів поступово зосереджуються на аналізі зміни пропорційних співвідношень між фазами циклів – економічний спад скорочується, а підйом стає тривалішим [6].

Існує певний зв'язок між циклічністю і сталістю розвитку соціально-економічних систем. Сталий розвиток теж має циклічний характер та нараховує три фази розвитку: стабілізаційний розвиток (стимулювання економічного зростання); підтримуючий

розвиток (створення економічних умов для сталого розвитку); сталий розвиток (сталій еколого-економічний розвиток суспільства). Означені стадії описують поступовий перехід від нестійкої, неспроможної до сталого розвитку системи до стійкої системи, яка спроможна стало розвиватися [6].

Фінансові кризи стали виникати відтоді, відколи склалася кредитно-фінансова система. Ця система давала сильну перевагу економіці тих країн, у яких вона була, перед економіками країн що її не мають. У країнах, де відсутня кредитна система, для того щоб почати нову справу, розширити її, зробивши інвестиції, треба накопичити відповідну суму грошей, на що потрібен час, унаслідок чого розвиток йде повільно. Кредитна система дає змогу прискорити цей розвиток у разі. Але одночасно з'являється ризик у певного конкретного кредитора у кожній конкретній ситуації, що кредит не буде поверненим. Узагальненням цього окремого ризику є ризик фінансової кризи в масштабі держави або всесвіту.

Сучасну світову кризу слід розглядати як відмінну від минулих криз, як менш руйнівну за масштабами і глибиною, але похідну із самої природи капіталістичного ладу. Представляється, що специфіка і особливості полягають у її характері (глобальний, системно-інституційний, технологічний, інноваційний). Глибинна, сутнісна причина економічних криз криється в суперечності між генетично властивим капіталізму прагненням до наживи, заснованим на егоїзмі окремих людей, суспільних груп, держав і їх різних об'єднань, а також можливостями та механізмами її досягнення. В умовах глобалізованої світової економіки означене положення виявляється через суперечність між глобальним характером виробництва, капіталу і транснаціональною корпоративною формою привласнення [6].

Вказана суперечність тією чи іншою мірою сформувала причини сучасної кризи. Їх можна умовно розділити на три групи: фундаментальні, системні проблеми світового соціально-економічного розвитку; специфічні, особливості і проблеми економіки США, її становище, роль у світовій економіці; особливі причини, породжені характером, станом і специфікою розвитку нестійких економік.

Сукупність несприятливих внутрішніх чинників політичного і інституціонального характеру становлять політичні рішення в галузі економіки і права, такі як дисонанс у регулюванні ринків грошової ліквідності капіталів; невідповідність політики встановлення валютного курсу вимогам підтримки стійкої рівноваги між імпортом і експортом капіталу; недостатньо обґрунтована девальвація (чи ревальвація) національної валюти відносно валют основних торгових партнерів; невдалі рішення в галузі оподаткування; недостатньо ефективний нагляд над кредитними організаціями і фінансовими установами; спотворення і відставання законодавчих поправок [6].

Висновки з проведеного дослідження. 1. Циклічність – це форма руху національної економіки та світового господарства загалом, що припускає зміну революційних і еволюційних стадій розвитку економіки, економічного прогресу. Вона є універсальною та загальною формою руху всіх економічних процесів незалежно від того, на яких рівнях економіки вони відбуваються, та об'єктивною формою розвитку національної економіки і світового господарства.

2. Економічні цикли (цикли ділової активності) означають коливання економічної активності, рух виробництва від початку попереднього до початку

чергового кризового спаду. Кожен з економічних циклів унікальний, але водночас усім їм притаманні певні загальні риси, передусім однакова послідовність фаз циклу: піднесення; спад або криза (реcesія); депресія; пожвавлення.

3. Економічна криза – це більш або менш регулярно повторювані тимчасові падіння виробництва, що виникають внаслідок порушення економічної рівноваги.

4. Вплив глобальної кризи на українську економіку має подвійну економіко-політичну основу. Без вирішення політичних проблем практично неможливо нейтралізувати та усунути негативні економічні наслідки кризи. Інституційно не розвинута економічна структура України найповніше сприйняла всі недоліки ліберальної економіки, а не маючи її переваг, вона не може адекватно реагувати на всі можливі наслідки кризи.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Фоміна М.В. Сталій розвиток економіки в умовах глобалізації: теорія і методологія: автореф. дис. д-ра екон. наук: 08.00.01 / М.В. Фоміна; Донец. нац. ун-т. – Донецьк, 2010. – 40 с.
2. Шипович Л.Ю. Классификация и причины возникновения финансово-экономических кризисов / Л.Ю. Шипович // Вестник Челябинского государственного университета. – 2011. – № 31(246). – Экономика. Вып. 33. – С. 21-26.
3. Кондратьев Н.Д. Проблемы экономической динамики / Н.Д. Кондратьев; ред. кол. Л.И. Абалкин (отв. ред.) и др. – М.: Экономика, 1989. – 526 с.
4. Джеффри Д. Сакс. Макроэкономика. Глобальный подход / Д. Сакс Джеффри, Ларрен Б. Фелипе. – М.: Дело, 1996 г. – 848 с.
5. Макконнелл Кэмпбелл Р. Экономикс: принципы, проблемы и политика: [Учеб. для вузов: В 2 т.] / К.Р. Макконнелл, С.Л. Брю; [Пер. с англ.: Н.Н. Барышникова и др.]. – 13-е изд. – М.: ИНФРА-М, 2003. – 431 с.
6. EcoLib [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ecolib.com.ua/> (Дата звернення 17.11.17).

УДК 164:658.589

Кабанець І.А.

*старший викладач кафедри менеджменту
та оподаткування
Національного технічного університету
«Харківський політехнічний інститут»*

КОНЦЕПТУАЛЬНІ ЗАСАДИ ЕКОНОМІЧНОГО ВИМІРУ ЕНЕРГІЇ ІННОВАЦІЙ РОЗМІРОМ РУХУ МАСИ ДОДАТКОВОГО ПРОДУКТУ В РОБОЧОМУ ДНІ

Стаття присвячена визначенню одиниці виміру енергії інновацій, яка приймається за еталонний розмір відносного руху додаткового продукту в робочому дні. Умовну грошову масу запропоновано визначати як одиницю «personal capital». Обґрунтовано принцип еквівалентності розміру відносного руху додаткового продукту в робочому дні через одиницю «personal capital» з абсолютним розміром руху капіталу в реальних коштах. Оптимізація відхилення фактичного розміру відносного руху додаткового продукту від абсолютного, еталонного значення приймається як критерій логістики енергії інновацій в періоді спільної виробничої діяльності.

Ключові слова: енергія, інновація, додатковий продукт, робочий день, капітал.

Кабанець І.А. КОНЦЕПТУАЛЬНЫЕ ОСНОВЫ ЭКОНОМИЧЕСКОГО ИЗМЕРЕНИЯ ЭНЕРГИИ ИННОВАЦИЙ ВЕЛИЧИНОЙ ДВИЖЕНИЯ МАССЫ ПРИБАВОЧНОГО ПРОДУКТА В РАБОЧЕМ ДНЕ

Статья посвящена определению единицы измерения энергии инноваций, которая принимается за эталонный размер относительного движения прибавочного продукта в рабочем дне. Условную денежную массу предложено определять как единицу «personal capital». Обоснован принцип эквивалентности размера относительного движения прибавочного продукта в рабочем дне через единицу «personal capital» с абсолютным размером движением капитала в реальных деньгах. Оптимизация отклонения фактического размера относительного движения прибавочного продукта от абсолютного, эталонного значения принимается в качестве критерия логистики энергии инноваций в периоде совместной производственной деятельности.

Ключевые слова: энергия, инновация, прибавочный продукт, рабочий день, капитал.

Kabanets I.A. CONCEPTUAL FRAMEWORK FOR THE ECONOMIC MEASUREMENT OF INNOVATION ENERGY THE MASS MOVEMENT OF THE SURPLUS PRODUCT IN THE WORKING DAY

The article seeks to define a unit of measurement for energy of innovations, which is assumed to be a standard amount of the relative movement of surplus product within the working day. It is proposed to define a notional amount of money as the «personal capital» unit. The principle of the equivalence of the amount of relative movement of surplus product within the working day measured in «personal capital» units and the absolute amount of capital movement expressed in real monetary units is substantiated. The optimization of the deviation of the actual amount of relative movement of surplus product from the absolute, standard value is considered to be a criterion of the logistics of innovation energy in the periods of joint production activity.

Keywords: energy, innovation, surplus product, working day, capital.

Постановка проблеми. Важливість дослідження взаємодії енергії інновацій з розміром відносного руху додаткового продукту зумовлюється тим, що «як виробництво додаткової вартості є визначальною ціллю капіталістичного виробництва, так і ступінь добробуту вимірюється не абсолютним розміром продукту, а відносним розміром додаткового продукту» [1].

Проблемою в цьому дослідженні стає латентний, прихований характер руху додаткового продукту в робочому дні, оскільки «заробітна плата стирає всякі сліди розподілу робочого дня на необхідний і додатковий, на оплачену і неоплачену працю. Вся праця виступає як оплачена праця». Водночас «вартість нового продукту містить у собі еквівалент вар-

тості робочої сили і додаткову вартість. І це якраз тому, що робоча сила, продана на певний термін – день, тиждень тощо, володіє меншою вартістю, ніж та вартість, яку створює її використання в періоді цього терміну» [1, с. 550-598].

В умовах самоуправління та логістики економічного потоку на підприємстві питання економічного виміру енергії інновацій рухом маси додаткового продукту в робочому дні набувають особливо важливого значення.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання інноваційного розвитку підприємства досліджуються в роботах таких учених як С.Л. Брю, Дж. Кейнс, Ф. Котлер, К. Маркс, К.Р. Макконелл, А. Маршалл, Дж.С. Мілл, М. Портер, Дж. Стінглер, В.Дж. Стівенсон, Й. Шумпетер, П. Хейне. До сучасних наукових досліджень належать роботи І.П. Булеєва, М.В. Бекедова, Г.М. Гигоріяна, О.Л. Загорянської, В.В. Криворотова, Т.І. Лепейко, П.А. Орлова, П.Г. Перерви, М. Руденка, С.Г. Светунькова, Р.А. Фатхутдінова, Н.І. Чухрай, А.Ю. Юданова, А.І. Яковлева та ін.

Незважаючи на значну кількість досліджень, залишаються недослідженими питання оцінки взаємодії енергії інновацій з рухом додаткового продукту в робочому дні та її логістики у процесі спільної праці.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. На важливість цього дослідження вказується в сучасних економічних концепціях, де відзначається, що «основне питання економіки як науки полягає саме в тому, щоб виявити джерело (субстанцію) додаткового продукту. Якщо політична економія не ставить цієї задачі, то вона взагалі перестає бути наукою – від неї залишається гола апологітика» [2, с. 77].

Аналіз наявних концепцій щодо вирішення визначеної проблеми показує, що вони ґрунтуються на принципово різних парадигмах. Автори, які дотримуються концепції руху додаткового продукту природною енергією сонячного світла, базуються на тій парадигмі, що природні закони економічного буття розглядаються відповідно до фізичних законів. Тобто «те, що правильне для фізики, є правильним і для економічних наук», а «предмет економіки є наукою, і ця наука підпорядковується тим же принципам і тим же методам, що і фізичні науки» [2, с. 50-66].

Відповідно до цієї концепції приріст природної енергії в суспільних економічних відносинах визначає фізичну сутність додаткової вартості, оскільки «вартість – це, зрештою, енергія». Приріст енергії стає мірою руху додаткового продукту, так як «додаткова вартість у глобальному масштабі – це загальнолюдський приріст енергії» [2, с. 77].

Людська діяльність розглядається як невід'ємний елемент природи, який під час взаємодії з енергією природи створює нові продукти, тобто зумовлює приріст природної енергії у формі енергії інновацій. Інакше кажучи, «виробництво живиться не тільки нашою працею – наша праця всього лише спрямовує ті енергетичні потоки, які виробляються самою природою» [2, с. 44].

Тому енергію інновацій можна розглядати як джерело руху додаткового продукту, тобто руху додаткової грошової маси, оскільки «гроші є не що інше, як суспільний еквівалент субстанції. Це її символи, піфагорійські знаки. Сама ж субстанція – світло, космічне світло» [3, с. 46]. При цьому рух додаткової грошової маси у формі «капіталу повинен стати громадським, народним, а не державно-монополістичним» [3, с. 93].

Ключовим важелем у цій парадигмі стає ставлення людини до розподілу приросту енергії, яке може приймати два види:

- сприятливе – забезпечення індивідуального чи суспільного збагачення та економічного зростання;
- несприятливе – як розкрадання енергії.

У цій концепції визначається: «щоб існував додатковий продукт, експлуатація праці не обов'язкова – навпаки, вона завдає величезних збитків економіці, заважаючи вільному розвитку продуктивних сил», оскільки «економіка повинна сама себе регулювати і відтворювати – це живий організм, який складається з безлічі клітин, котрі без будь-яких зусиль обмінюються як інформацією, так і матеріальними цінностями» [2, с. 77].

Але, незважаючи на наукову цінність цієї концепції, залишається невирішеною проблема економічного виміру енергії інновацій розміром руху маси додаткового продукту в робочому дні, яка, з огляду на збалансування економічних інтересів суб'єктів виробничого процесу, набуває особливо важливого значення. Невирішеність цієї проблеми пов'язують із тим, що «суспільні енергетичні процеси приховані від наших очей грошовими знаками» що потребує нових підходів до економічного їх виміру [2, с. 93].

Концепція трудової вартості базується на парадигмі визначення праці як «субстанції та іманентної міри вартості», при цьому сама праця «не має вартості» [1, с. 547].

Відповідно до цієї концепції, додаткова вартість створюється додатковою працею в робочому дні. При цьому праця розглядається як процес, «який здійснюється між людиною і природою, процес, в якому людина своєю особистою діяльністю опосередковує, регулює і контролює обмін речовин між собою і природою» [1, с. 188]. Після «закінчення процесу праці отримується результат, який уже в початку цього процесу був у уяві людини, тобто ідеально» [1, с. 189].

Тобто людина під час взаємодії з природою свідомо створює нові, інноваційні продукти, використання яких у процесі праці приводить до економії робочого часу, а відповідно, створюються умови виробництва додаткового продукту.

У цій концепції також залишається невирішеною проблема економічного виміру енергії інновацій розміром руху маси додаткового продукту в робочому дні, оскільки «визначення вартості робочим часом є таємницею, схованою під видимим для очей рухом відносних товарних вартостей» [1, с. 85].

Вирішення цієї проблеми науковці пов'язують із «квантифікацією економічних понять, інакше кажучи, спробою зробити ці поняття вимірними» [7, с. 59]. У теорії вимірювання така ситуація визначається «як оцінка прихованої, латентної змінної за вимірювальними індикаторами» [8, с. 64].

Постановка завдання. Дослідити теоретичні засади економічного виміру енергії інновацій розміром відносного руху маси додаткового продукту в робочому дні та визначити особливості практичного його використання.

У роботі використовуються матеріали наукових теоретичних досліджень з економічної теорії та економетрії, методи емпіричного дослідження, наукові методи логістичного і системного аналізу, методи математичного моделювання.

Виклад основного матеріалу дослідження. Для обґрунтування економічного виміру енергії інновацій розміром відносного руху маси додаткового продукту в робочому дні автором статті пропонується виходити з таких принципів.

По-перше, «продукт поза межами необхідних потреб завжди повинен існувати» [1, с. 892], що вказує на об'єктивну необхідність його виміру в робочому дні.

По-друге, «додатковий продукт одразу виробляється в такій формі, яка дає йому змогу функціонувати як додатковий капітал» [1, с. 11], тобто його економічний вимір здійснюється в додатковій грошовій масі.

По-третє, «капітал можна зрозуміти тільки як рух, а не як річ, яка знаходиться у спокої» [1, с. 112]. При цьому «вартість функціонує як капітальна вартість або капітал лише тому, що вона в різних формах свого кругообігу, які ні в якому разі «не одночасні», а сліднують одна за іншою, залишається тотожною самій собі і сама з собою порівнюється» [1, с. 121-122]. Тобто у процесі спільної праці для порівняльного економічного руху маси додаткового продукту в робочому дні необхідне еталонне його значення, відносно якого і вимірюється цей рух.

По-четверте, «вартість товару виражається в цінах раніше, ніж вони вступають в обіг, тому вона є передумовою обігу, а не результатом його» [1, с. 168]. Тому еталонна маса додаткового продукту в робочому дні визначається розміром потенційного додаткового капіталу ще до початку виробничого процесу та стає мірою енергії інновацій в діяльності суб'єктів виробничого процесу.

По-п'яте, «частина додаткової вартості, яка перетворюється в додатковий капітал, постійно повинна зазнавати зворотного перетворення у змінний капітал або додатковий робочий фонд» [1, с. 642]. Тому, для суб'єктів виробничого процесу розмір руху маси додаткового продукту в зворотному відношенні тотожний до розміру руху маси необхідного продукту, оскільки в абсолютному розмірі вони еквівалентні.

По-шосте, «працю, яка проводиться з дня на день рухом сукупного капіталу, можна розглядати як один робочий день» [1, с. 317]. При цьому «сума необхідної і додаткової праці, періодів часу, в яких працівник виробляє вартість, яка компенсує його робочу силу, та додаткову вартість, що створює абсолютну величину його робочого часу – робочий день» [1, с. 241]. Тобто економічна структура руху маси необхідного і додаткового продукту в робочому дні ізоморфна структурі руху змінного і додаткового капіталу у виробничому періоді, що вказує на можливість емпіричного дослідження енергії інновацій економічною мірою руху маси додаткового продукту в спільній праці.

Виходячи з принципів економічного руху маси додаткового продукту в робочому дні та принципів економетрії, автором статті пропонується еталонний розмір маси додаткового продукту визначити в умовній грошовій масі, розмір якої прийняти за одиницю виміру енергії інновацій як «personal capital».

Принципова відмінність цієї одиниці в тому, що вона розглядається як економічна міра енергії інновацій рухом маси додаткового продукту в робочому дні як «personal capital».

Для отримання суб'єктами спільної діяльності порівняльної інформації про відносний розмір руху маси додаткового продукту в робочому дні у статті пропонується період виробничого процесу розглядати як період одного робочого дня. Це дає можливість встановити ізоморфізм економічної структури робочого дня з економічною структурою періоду виробничого процесу.

Тобто встановити тотожність руху маси необхідного і додаткового продукту в періоді одного робо-

чого дня з рухом змінного і додаткового капіталу в періоді виробничого процесу та привести їх до єдиного еталону.

В умовах різної інноваційної спроможності виробничого процесу використання енергії інновацій в діяльності суб'єктів буде різним, що зумовлює відхилення від еталонного його значення. Мінімізація цього відхилення у статті приймається як критерій логістики руху додаткового продукту в робочому дні.

У роботах [9, 10] доводиться, що об'єктивність інформації у процесі економічного виміру енергії інновацій залежить від абсолютного розміру еталона маси додаткового продукту в робочому дні, прийнятого за одиницю енергії інновацій як «personal capital».

Під час визначення еталона економічному виміру енергії інновацій принциповою вимогою до нього є забезпеченість еквівалентності розміру відносного руху маси додаткового та необхідного продукту в робочому дні.

Автором обґрунтовується [9, с. 22-27], що вищевказані вимоги будуть враховані тоді, коли еталон розміру руху маси додаткового продукту в робочому дні буде визначатися у формалізованому вигляді (формула 1):

$$D_p = \frac{2 \cdot \sqrt{K_{zn} K_d}}{T \cdot \chi}, \text{ умовн. грн.} \quad (1)$$

де D_p – еталонний розмір маси додаткового продукту в робочому дні на одного працюючого, умовн. грн.;

K_{zn} – розмір потенційного змінного капіталу на оплату праці персоналу, грн.;

K_d – розмір потенційного додаткового капіталу, грн.;

T – період виробничого процесу в робочих днях;

χ – чисельність працівників.

Принципова відмінність цього еталона полягає у тому, що він, з одного боку, розглядається як база виміру відносного розміру руху маси додаткового продукту в робочому дні, а з другого – одночасно виступає одиницею виміру енергії інновацій, що важливо з огляду логістики руху додаткового продукту в періоді виробничого процесу.

Поточний розмір руху маси додаткового продукту в робочому дні визначається у вигляді формули 2.

$$D_{p.i} = N_i \cdot 2 \cdot \sqrt{Z_{ed.i} \cdot K_{d.i}}, \text{ умовн. грн.} \quad (2)$$

де $D_{p.i}$ – поточний розмір руху маси додаткового продукту в робочому дні, умовн. грн.;

N – обсяг робіт в натуральних одиницях, (шт., метр, кг тощо)

$Z_{ed.i}$ – ціна праці за одиницю робочого часу, грн.;

$K_{d.i}$ – ціна потенційно додаткового продукту в одиниці робочого часу, грн.

Відношення поточного розміру руху маси додаткового продукту в робочому дні до еталонного його значення визначає рівень (P_i) особистої відповідальності за масу та рух сукупного капіталу у спільній економічній діяльності: (формула 3)

$$P_i = \frac{D_{p.i}}{D_p} \quad (3)$$

Висновки з проведеного дослідження. За результатами цього дослідження можна дійти висновку, що запропонований підхід дає можливість емпіричного відстеження розміру руху маси додаткового продукту в робочому дні та отримання інформації щодо логістики енергії інновацій у спільному виробничому процесі.

Цей підхід дає можливість визнати наявність подвійної емпіричної залежності діяльності людини. Тобто діяльність може визначатися емпірично як наявними речами, так і знаками, які існують як емпірично наявна реальність.

Однак, на відміну від речей, знаки у формалізованому їх визначенні уможливають відтворення однакових, тотожних, алгоритмічно послідовних дій. Це дає людині змогу бути здатною до тотожного прояву своєї суб'єктивної активності з наступним усвідомленням (розумінням) відповідності емпірично здійснюваним діям.

Актуалізована за допомогою активності суб'єкта алгоритмічна послідовність дій дає змогу формувати передбачуване однозначне уявлення про необхідний результат інноваційної діяльності.

Запропонований підхід до визначення розміру еталонного руху маси додаткового продукту в робочому дні дає можливість відстежувати поточний його рух у спільному виробничому процесі, здійснювати збір емпіричної інформації для прийняття логістичних рішень із використання енергії інновацій, а також:

- виокремити рух додаткового продукту в окремий економічний потік, логістами якого стають суб'єкти виробничої діяльності;

- особисто контролювати рух додаткового продукту відповідно до руху спільного потенційного капіталу;

- аналізувати відповідність руху особистого додаткового продукту до оплати праці;

- визначитися в інформаційній базі логістики інноваційного менеджменту.

Подальше дослідження пов'язано з визначенням масштабу одиниці «personal capital» з урахуванням фазових періодів виробничого процесу, таких як

маркетинг, дослідження, розроблення, виробництво, складування, для забезпечення єдиних принципів логістики інноваційного менеджменту; мотивації персоналу до впровадження інновацій.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Маркс К. Капитал. Критика политической экономики / К. Маркс. – М.: Политиздат, 1978. – 907 с.
2. Руденко М.Д. «Енергія прогресу» (Нариси з фізичної економії) / М. Руденко – Тернопіль. В-во «Джура», 2004.
3. Шумпетер Й. Исследование предпринимательской прибили, кредита, процента и цикла конъюнктуры: пер. с нем. / Й. Шумпетер. – М.: Прогресс, 1982. – 453 с.
4. Ельмеев Я.Я. Человек труда вместо человеческого капитала: Перспективы человека в глобализирующемся мире / Я.Я. Ельмеев; под ред. В.В. Парцван. – СПб.: Санкт-Петербургское философское общество, 2003. – С. 319-351.
5. Гигорян Г.М. Категория труда и ее метаморфозы в экономической науке / Г. М. Григорян // Социальная экономика. – 2004. – № 1-2. – С. 51-72.
6. Чухрай Н.І. Сучасна модель розвитку суспільства: інноваційне марнотратство чи об'єктивна необхідність? / Н.І Чухрай // Бізнес інформ. – 2012. – № 5. – С. 8-12.
7. Рангар Фриш. От утопической теории к практическому приложению: случай эконометрики / Рангар Фриш // Всемирное признание: Лекции нобелевских лауреатов/ под. ред. Г.Г. Фетисова – Кн. 1. – М.: Мысль. 2004. – С. 49-86.
8. Гондарева І.В. Поняття вартості при оцінці ефективності діяльності підприємства / І.А. Гондарева //Управління розвитком. – 2015. – № 2(180). – С. 60-65.
9. Кабанець І.А. Дослідження методичних основ оцінки логістики руху додаткового продукту в умовах інноваційної діяльності / І.А. Кабанець //Технологический аудит и резервы производства. – Харків: 2016. – № 3/4(29). – С. 22-27.
10. Кабанець І.А. Методичні основи особистої економічної відповідальності персоналу / І.А. Кабанець // Управління розвитком. – 2015. – № 3(181). – С. 151-157.

УДК 334.734:631.115.8

Ушкаренко Ю.В.*доктор економічних наук, професор,
завідувач кафедри економічної теорії та
міжнародних економічних відносин
Херсонського державного університету***Зеленський М.М.***студент
Херсонського державного університету*

СИНЕРГЕТИЧНИЙ ЕФЕКТ КООПЕРАТИВНОЇ СИСТЕМИ ВЗАЄМОДІЇ

Стаття присвячена питанням синергізму в системі кооперації. Розглянуто ознаки синергії та умови для вияву синергетичного ефекту. Акцентовано увагу на доцільності застосування синергетичного підходу під час здійснення господарської діяльності кооперативів, оскільки це дасть додаткові переваги підприємству в конкурентній боротьбі.

Ключові слова: синергетика, синергетичний ефект, кооперативна система взаємодії, кооперація, кооператив, самоорганізація, взаємодія.

Ушкаренко Ю.В., Зеленский Н.Н. СИНЕРГЕТИЧЕСКИЙ ЭФФЕКТ КООПЕРАТИВНОЙ СИСТЕМЫ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ

Статья посвящена вопросам синергизма в системе кооперации. Рассмотрены признаки синергии и условия для выявления синергетического эффекта. Акцентируется внимание на целесообразности применения синергетического подхода при осуществлении хозяйственной деятельности кооперативов, поскольку это даст дополнительные преимущества предприятию в конкурентной борьбе.

Ключевые слова: синергетика, синергетический эффект, кооперативная система взаимодействия, кооперация, кооператив, самоорганизация, взаимодействие.

Ushkarenko Y.V., Zelenskiy M.M. SYNERGETIC EFFECT OF COOPERATIVE SYSTEM OF INTERACTION

The article is devoted to synergy's issues in the system of cooperation. The synergy's attributes and conditions for the manifestation of synergistic effect are considered. Attention is drawn to the expediency of using a synergistic approach in the implementation of economic activities of cooperatives, as it will provide additional advantages to the enterprise in the competition.

Keywords: synergetic, synergistic effect, cooperative system of interaction, cooperation, cooperative, self-organization, interaction.

Постановка проблеми. Кооперативи можуть створюватися й ефективно функціонувати та розвиватися лише на основі правильного розуміння і використання синергетичних принципів самоорганізації та самоуправління в сучасному правовому середовищі, взаємодіючи із закладами правової, соціальної держави та самоорганізованими структурами громадянського суспільства. Варіант реакції на комбінований вплив двох або декількох факторів, який характеризується тим, що ця дія перевищує дію кожного окремого фактора, отримав назву синергізму, синергії (або синергетичного ефекту).

Синергетичний ефект настає в результаті самоорганізації складних систем. Такою системою є ринкова система, яка характеризується дуже складними відносинами всіх суб'єктів ринку. Однією з форм таких відносин є кооперація. Кооперація – це самоорганізація з широкими зв'язками між підприємствами – членами кооперативів з постачальниками ресурсів і споживачами продукції і між членами в кооперативі, з широкою мережею прямих та зворотних зв'язків між попитом і пропозицією.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Термін «синергетика» походить від грецького слова, яке означає «діючий разом». Запропонований німецьким фізиком Г. Хакеном, цей термін акцентує увагу на погодженості взаємодії частин під час утворення структури як єдиного цілого [1, с. 10]. Він підкреслював, що синергійність включає явища, які виникають від сумісної дії декількох різних факторів, кожний з яких окремо до цього явища не приводить [2]. Синергетичний ефект пов'язаний, зокрема, з тим, що комбіноване використання кількох взаємоузгоджених стратегій виявляється кориснішим, аніж ізольоване впровадження якоїсь однієї. Адже при

цьому різні фактори так впливають один на одного, що здатні разом досягти більшого, ніж за окремого їх застосування.

І. Ансофф запропонував синергію коротко записувати як «ефект, коли $2 + 2 = 5; 6; \dots; N$ » [3, с. 123]. Ця формула показує, що сумарна віддача від кількох факторів може бути вищою, ніж сума показників незалежного їх використання. Оскільки постійно йдеться про комбінацію факторів виробництва, то тут урахування синергетичних ефектів набуває стратегічного значення.

Методологічну основу синергетичного способу пізнання становлять дослідження «законів і закономірностей глобальної еволюції будь-яких відкритих нерівноважних систем, головною рисою яких є нестійкість, нерівноважність і нелінійність» [4, с. 44-51]. Учені, що досліджують проблеми синергетики, виокремили два основні типи матеріальних систем:

1) замкнені, в яких протікання процесів приводить до встановлення рівноважного стану (його найважливішими ознаками є лінійність і рівноважність), який за певних умов може розвиватися у бік посилення неупорядкованості та навіть хаосу;

2) відкриті (головними ознаками яких є нелінійність і нерівноважність), в яких протікання процесів за певних обставин сприяє появі упорядкованих структур, тобто посиленню самоорганізації [5, с. 94].

Постановка завдання. Мета статті – за допомогою синергетичного підходу обґрунтувати системний розвиток кооперативного сектору з виокремленням структуроутворювальних чинників формування багаторівневої кооперативної системи. Під час дослідження було використано монографічний метод, метод соціометричного обстеження.

Виклад основного матеріалу дослідження. Кооперативне підприємство взаємодіє з ринковими суб'єктами, які можна розділити на три групи: ринкові суб'єкти, що негативно впливають на діяльність підприємства, суб'єкти, які займають нейтральну позицію, а також зацікавлені у результатах роботи підприємства елементи ринкового проекту. Третя група ринкових суб'єктів разом із кооперативним підприємством становлять кооперативну систему взаємодії. Вивчення кооперативної системи взаємодії дає змогу дійти висновку про її багатоаспектність.

Кооперативна система взаємодії – це система взаємної підтримки ринкових елементів у ланцюгу їх відносин. Можна виокремити такі основні елементи кооперативної системи взаємодії, як підприємство-інтегратор, постачальники матеріальних ресурсів, конкуренти, посередники, споживачі. Структуру кооперативної системи взаємодії можна розглядати на рівні окремих систем, таких як система взаємодії кооперативного підприємства з постачальниками, з посередниками, зі споживачами, з конкурентами (рис. 1).

Згідно з методологією синергетики можна вважати, що у кооперативній системі взаємодії повинен утворюватися синергетичний ефект. Формування цього ефекту залежить від координації між ринковими суб'єктами та кооперативним підприємством, що зумовлюється синергетичними зв'язками, тобто такими зв'язками інтеграції, що спричиняють появу додаткового ефекту.

Слід відзначити, що синергетичні зв'язки характерні саме для кооперативних систем взаємодії, бо останні і формуються задля цього. На етапі створення окремих систем кооперативної системи взаємодії метою є досягнення синергетичного ефекту у відповідних системах. Далі синергетичний ефект виходить за межі окремих систем, тобто підвищується його рівень. Утворюється ефект підсилення зв'язку однієї системи з іншими в межах кооперативної системи взаємодії.

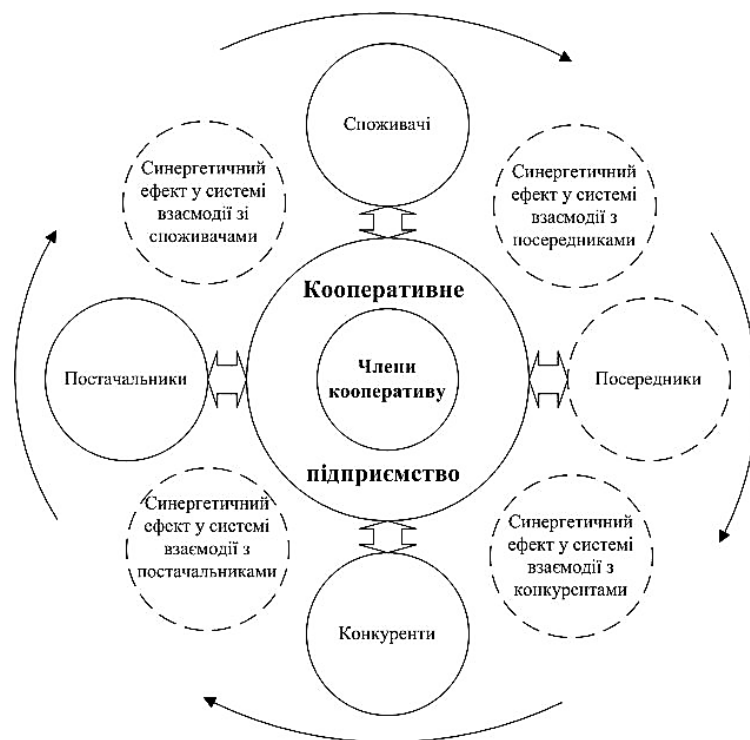


Рис. 1. Синергетичний ефект кооперативної системи взаємодії

Джерело: власні дослідження

Під час розгляду синергетичного ефекту кооперативної взаємодії необхідно звернути увагу на економічні відносини між партнерами на засадах взаємної вигоди. Для існування взаємовигідних відносин мають бути досконалими політичні, законодавчі, економічні, соціальні, правові й інші умови. В Україні для сільськогосподарських товаровиробників створилося несприятливе конкурентне середовище: індивідуалістичні, егоїстичні, часто кримінальні інтереси переважають над гуманістичними, цивілізованими ринковими відносинами. Законодавче регулювання цих відносин не досконале. Ринок агропромислової продукції і ринок послуг, що обслуговують сільськогосподарську галузь, монополізовані, інфраструктура ринку не сформована. Політична ситуація в країні нестабільна, відбувається часта зміна влади на всіх рівнях, процвітає корупція. Державне регулювання ринку неефективне. Тому роль «невидимої руки» і дія вільного ринкового ціноутворення не забезпечує ні економічну, ні соціальну справедливість для сільськогосподарських товаровиробників. Кооперація є однією з форм протидії цим процесам, формою самоорганізації та взаємодії. Саме завдяки кооперативним зв'язкам вона є не механічною сумою індивідів, а цілісною організаційною системою, що здатна ефективно розвиватися.

Для досягнення високого синергетичного ефекту безпосередньо в кооперативах потрібно забезпечити виконання низки умов:

1. Єдність цілей його членів.
2. Спеціалізація кооперативу на певних видах діяльності, відповідність їй структури виробництва його членів.
3. Кооператив повинен мати достатній обсяг замовлень від своїх членів на надання послуг та достатній рівень фінансового і матеріально-технічного забезпечення.
4. Чітке дотримання зобов'язань членами кооперативу щодо участі в його діяльності.
5. Процес організації кооперативу має складатися з кількох послідовних етапів, жоден з яких не може бути пропущений без ризику для досягнення його цілей. При цьому потрібно враховувати реальні внутрішні і зовнішні умови, які склалися, відповідність цілей можливостям і потребам членів.
6. Умови надання послуг кооперативом мають будуватися на неприбутковій основі за собівартістю в сільськогосподарських обслуговуючих кооперативах.
7. Оцінка економічної ефективності діяльності кооперативу має здійснюватися через покращення показників діяльності у підприємствах-членах.
8. Члени управляють кооперативом на демократичних засадах.
9. Досконало розроблений Статут і Правила господарської діяльності та їх дотримання – необхідна умова демократичного управління та ефективної діяльності кооперативу й одержання позитивного синергетичного ефекту.
10. Управління в кооперативі вимагає досвіду, професійних знань і високої кваліфікації та культури управлінського персоналу.

Синергетичний ефект залежить також від того, чи є негативні факти у взаємодії між членами кооперативу та між членами

і кооперативом. У взаємодії між членами кооперативу, особливо на початковому етапі його діяльності, можуть мати місце:

- неоднакова підготовленість у питаннях кооперації; неоднакове ставлення до розміру вступних і пайових внесків;
- небажання ризикувати власним майном і коштами;
- бажання одержувати послуги без обов'язку відповідати за зобов'язаннями кооперативу;
- недовіра до ефективності діяльності кооперативу;
- побоювання, що керівництво кооперативу буде зловживати владою;
- протилежність позицій щодо шляхів подолання наявних у сільському господарстві проблем.

Значну роль у знятті цих протиріч і подальшій діяльності кооперативу відіграють: лідер; демократична процедура прийняття рішень і контролю; мінімізація внесків на створення кооперативу, мінімальні адміністративні витрати; повна довіра між членами в кооперативі.

Кооперація створює певні сприятливі умови для вияву синергетичного ефекту. Цей факт підтверджує проведене опитування на предмет виявлення аргументів на користь створення кооперативу, яке показало, що кооператив:

- дає можливість використати і посилити дію наявних (приватна власність, економічна свобода, інше) та створити нові сприятливі умови господарювання і краще адаптуватися до несприятливих умов господарювання за обмеженої ролі держави;
- забезпечує можливість повніше реалізувати приватний інтерес у сфері виробництва й одержати додаткові вигоди від спільної діяльності в інших сферах агробізнесу;
- забезпечує можливість участі малих сільськогосподарських підприємств у більш масштабному агробізнесі у спільних видах діяльності;
- надає послуги за собівартістю;
- всі доходи від діяльності кооперативу після компенсації витрат повертаються його членам;
- фінансові операції в межах кооперативної діяльності не мають оподатковуватись;
- створює можливість залучення до роботи в кооперативі висококваліфікованих спеціалістів;
- зменшує ступінь конкуренції, сприяє відносинам взаємодопомоги та співробітництва між членами кооперативу;
- дає можливість створювати й контролювати певною мірою канали постачання ресурсів і збут продукції та впливати на ринкову ціну;
- дає можливість сільськогосподарським товаровиробникам протистояти посередницьким, торговим і фінансовим структурам;
- сприяє підвищенню економічної ефективності господарювання своїх членів;
- може сприяти підвищенню інвестиційної привабливості сільськогосподарських підприємств;

– сприяє соціальному розвитку сільських територій, виступаючи системоутворюючою організацією на селі;

– у перспективі за рахунок створення вертикально інтегрованих об'єднань кооперативів їх члени зможуть використовувати переваги великомасштабної концентрації агробізнесу як на галузевому ринку, так і в зовнішньоекономічній діяльності;

– за допомогою сільськогосподарської обслуговуючої кооперації сільськогосподарські товаровиробники можуть створити цілісну систему, що здатна адаптуватися до ринкових умов на принципах саморегуляції та обмеженого втручання держави.

Висновки з проведеного дослідження. У результаті проведеного дослідження встановлено, що для досягнення позитивного синергетичного ефекту необхідно забезпечити високий рівень участі сільськогосподарських товаровиробників у кооперативному секторі; послідовне нарощування концентрації надання послуг зі збуту продукції, переробки, постачання засобів виробництва в кооперативах і кооперативних об'єднаннях; дотримання основних економічних і організаційних принципів діяльності кооперативів; вдосконалення законодавчого регулювання діяльності кооперативного сектору економіки, включаючи порядок оподаткування кооперативів. Кооперація має стати основною ознакою аграрного сектору економіки України.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Грабар І.І. Синергетика економічних систем: навчальний посібник / І.І. Грабар, Є.І. Ходаківський, О.В. Вознюк, Л.Ю. Возна. – Житомир, 2003. – 244 с.
2. Хакен Г. Основные понятия синергетики / Хакен Г. // Синергетическая парадигма. Многообразие поисков и подходов. – М., 2000. – 207 с.
3. Ансофф И. Новая корпоративная стратегия / И. Ансофф; [пер. с англ. под ред. Ю.Н. Каптуревского]. – СПб: «Питер», 1999. – 416 с.
4. Мочерний С.В. Синергетичний підхід в економічному дослідженні / С.В. Мочерний // Економіка України. – 2001. – № 5. – С. 44-51.
5. Мочерний С.В. Методологія економічного дослідження / С.В. Мочерний – Львів: Світ, 2001. – 416 с.
6. Білоус В.С. Синергетика та самоорганізація в економічній діяльності / В.С. Білоус – К.: КНЕУ, 2007. – 376 с.
7. Рузакин Г. Самоорганизация и организация экономики / Г. Рузакин // Вопросы экономики. – 1993. – № 11. – С. 31.
8. Занг В.Б. Синергетическая экономика. Время и перемены в нелинейной экономической теории / В.Б. Занг – М.: Мир, 2000. – 335 с.
9. Молдаван Л.В. Основні закономірності розвитку обслуговуючих кооперативів в Україні / Молдаван Л.В. // Вісник Полтавського ДСГП. – 2001. – № 5-6. – С. 16-18.
10. Albek S., Schultz C. On the Relative Advantage of Cooperatives // Economics letters. – 1998. Vol. 59. – P. 397-401.
11. Aschhoff G. The German Cooperative System / G. Aschhoff, E. Henningsen. – Frankfurt am Main – 1986. – P. 160.
12. Barton David G. 1. What is cooperative 2. Principles / Cooperatives in Agriculture / Edited by David Cobia. – Englewood Cliff, New Jersey: Prentice Hall, 1989. – P. 1-34.

СЕКЦІЯ 2 СВІТОВЕ ГОСПОДАРСТВО І МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ

УДК 339.924

Бутко Б.О.
аспірант*Київського національного університету
імені Тараса Шевченка*

ВИЗНАЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ КАТЕГОРІЇ ВИСОКОТЕХНОЛОГІЧНОГО ПРОДУКТУ В КОНТЕКСТІ СИНЕРГЕТИЧНОЇ ПАРАДИГМИ ГЛОБАЛЬНОГО РОЗВИТКУ

У статті розглянуто основи синергетичного методу дослідження економічних систем; проаналізовано економічну категорію високих технологій, високотехнологічного продукту та світового ринку високотехнологічної продукції; надано власне визначення даних категорій із застосуванням синергетичного методу дослідження; особливу увагу приділено критичному аналізу синкретичного застосування економічних категорій інновацій та високих технологій.

Ключові слова: синергетична парадигма, синергетичний метод, високі технології, високотехнологічна продукція, інновації, нелінійні системи, технологія.

Бутко Б.О. ОПРЕДЕЛЕНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ КАТЕГОРИИ ВЫСОКОТЕХНОЛОГИЧЕСКОГО ПРОДУКТА В КОНТЕКСТЕ СИНЕРГЕТИЧЕСКОЙ ПАРАДИГМЫ ГЛОБАЛЬНОГО РАЗВИТИЯ

В статье рассмотрены основы синергетического метода исследования экономических систем и рынков; проанализирована экономическая категория высоких технологий, високотехнологического продукта и мирового рынка високотехнологической продукции; предоставлено собственное определение данных категорий с применением синергетического метода исследования; особое внимание уделено критическому анализу синкретического применения экономических категорий инноваций и высоких технологий.

Ключевые слова: синергетическая парадигма, синергетический метод, высокие технологии, високотехнологическая продукция, инновации, нелинейные системы, технология.

Butko B.O. HIGH TECHNOLOGY ECONOMICAL CATEGORY WITHIN THE CONTEXT OF SYNERGETIC PARADIGM OF GLOBAL DEVELOPMENT

The article examines the foundations of synergetic research method of economic systems and markets; economic category of high-tech market and world market analyzed; proper definition of the high-tech market category in the context of the application of synergetic research method given; particular emphasis is placed to critical analysis of innovations and high technologies economic categories syncretic application.

Keywords: synergetic paradigm, synergistic method, high technology, innovation, nonlinear systems, technology.

Постановка проблеми. Прискорення глобальних економічних процесів обумовлено появою нових, надсучасних технологій, які отримали назву «високі технології». Сьогодні в межах цілісного світового господарства фактично сформована і отримала свій, відносно відокремлений розвиток нова складова, а саме світовий ринок високих технологій. Об'єктивно постає питання, що потребує окремого, поглибленого аналізу, а саме питання засад та особливостей формування ринку високих технологій, констатації стану та окреслення специфіки розвитку цього сегменту світового ринку, його ролі, значення та впливу на світову економіку загалом з використанням синергетичного підходу не рівноважних та нелінійних систем.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженню синергетичної парадигми для всебічного аналізу економічних явищ та процесів присвячено роботи Е. Петерса, Ф. Лестера, Г. Хакена, С. Курдюмова, О. Князевої [1], Б. Кузнецова, С. Кузнецової [2], С. Єрохіна [3], С. Мочерного [4], Л. Євстигнєєвої, Р. Євстигнєєва [5], О. Пугачової, К. Солов'єнко [6], О. Сухарева [7] та багатьох інших вчених.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Нині в науковій літературі досі недостатньо повно розкрито визначення категорій «високі технології», «високотехнологічний продукт»; не здійснено

розмежування категорій «інновації» та «високі технології», що часто тлумачаться як єдиний неподільний феномен, що викликає термінологічну плутанину; з огляду на значущість поставленої проблеми та її нагальності в контексті ринкових перетворень та інтеграційних змагань України констатуємо, що проблемам формування та становлення ринку високих технологій у вітчизняній вищій школі приділено недостатньо уваги; не безсумнівним є погляди щодо тлумачення синергетичного методу аналізу сучасних економічних явищ та процесів, відсутня методологія наукових досліджень із застосування синергетичного методу до аналізу світового ринку загалом та до ринку високотехнологічної продукції як складової ринку високих технологій зокрема.

Мета статті полягає у визначенні економічної категорії високотехнологічного продукту, високих технологій та світового галузевого ринку високотехнологічної продукції в контексті синергетичної парадигми глобального розвитку економічних систем.

Виклад основного матеріалу дослідження. Динамічні, складні та суперечливі суспільні процеси сьогодні протікають у сфері світової економіки. Висока динаміка інноваційного розвитку країн з потужною ринковою економікою привела до появи такого соціально-економічного явища, як глобалізація. Сут-

тевим фактором розвитку глобалізаційних процесів стало формування окремого сегменту світового ринку – ринку високих технологій як передового фронту інноваційних перетворень економіки.

Економічні, ринкові процеси завжди мали неоднорідний характер. Реальна економіка завжди демонструвала цикли, кризи, катастрофи, стагнації, депресії, підйоми, прориви, якісні переходи та інші явно не лінійні процеси, які зачіпають всі господарюючі суб'єкти як на національному, так і на міжнародному рівнях. Дві найбільш поширені теорії інноваційного розвитку суспільного відтворення, а саме теорія макроекономічної динаміки та інституціональна теорія розвитку суспільства, намагаються аналізувати реальний стан економіки, висвітлювати її проблеми та вишукували напрями розв'язання цих проблем. Проте в умовах XXI століття надскладний, гетерархічний, нелінійний, не рівноважний характер економічних процесів став настільки очевидним, що потребує нової теоретичної парадигми, яка була б здатна відповісти на вимоги сучасності. На наш погляд, для вирішення проблем трансформації, кризи та економічного зростання економічна наука повинна інтегрувати в себе найбільш загальні закономірності розвитку складних нелінійних систем, вже відомих у теорії самоорганізації або синергетиці.

Термін «синергетика» походить від грецького «*sinergeia*», що означає спільну дію. Вперше поняття синергізму було вжито в науковому обігу ще на початку XX століття. У 1903 р. Ф.У. Лестер зазначав: «Вже дуже давно було ясно, що існує універсальний принцип, який у всіх областях природи і на кожному ступені розвитку є активним, консервативним, творчим і конструктивним, але знадобилися довгий роздум і великі спостереження, щоб відкрити його справжню природу. Після того як я ясно зрозумів цей принцип, для мене виникли труднощі: як звести його до найпростішої форми і яке дати йому відповідне ім'я. Зрештою, я зупинився на слові «синергія» як найбільш вдалому вираженні для його двоїстого характеру: енергії і взаємності» [8].

Як назва нового міждисциплінарного напрямку наукових досліджень термін «синергетика» був вперше вжитий Германом Хакеном в курсі його лекцій, прочитаних в 1969 р. в університеті Штутгарта.

Сьогодні синергетика – це сучасна теорія систем, що самоорганізуються, заснована на принципах цілості світу, спільності закономірностей розвитку всіх рівнів різноманітних організацій; нелінійності (багатоваріантності, альтернативності) і незворотності, глибокого взаємозв'язку хаосу і порядку, випадковості і необхідності. Крім того, синергетика є міждисциплінарним напрямом науки, що вивчає загальні закономірності явищ і процесів у складних не рівноважних системах на основі властивих їм принципів самоорганізації. Синергетика ввібрала в себе і теорію систем, і теорію еволюції, роблячи акцент на дослідженні не рівноважних ситуацій, на граничних точках розвитку і фазових (якісних) переходах.

Через тридцять років в одному зі своїх інтерв'ю на запитання «Які галузі застосування синергетики Ви розглядаєте як найбільш перспективні і багатообіцяючі?» Герман Хакен відповів: «Для подальшого дослідження існує, безсумнівно, величезна кількість проблем, і я б не взявся перерахувати їх всі. До них відносяться, наприклад, розвиток нових комп'ютерів, які працюють за синергетичним принципом, більш скрупульозне дослідження економічних процесів, які є надзвичайно складними і одночасно кооперативними, тобто синергетичними» [9].

І хоча, як зазначав Р. Євстигнєєв, економічна синергетика взагалі робить лише перші кроки, публікації щодо цього переважно спрямовані на пошук аналогів математичного змісту синергетики. Тому найбільша кількість робіт присвячена нелінійній логіці, моделюванню процесів спонтанної самоорганізації, розвитку складних систем, створенню інформаційного середовища і когерентної внутрішньосистемної поведінки [10].

Синергетичний підхід до аналізу світового ринку та усіх його структурних елементів стає сьогодні особливо актуальним. Нелінійність, нерівноважність, незворотність, креативність часу, невизначеність, колективізм, спонтанність і рефлексивність, біфуркаційність, автокаталіз, автокорреляційність процесів на ринках XXI століття за ступенем усвідомлення цих факторів спочатку як флуктуацій, потім як інновацій і, нарешті, як рушійних сил розвитку ринків обов'язково приведуть до переваги синергетичного підходу до опису і моделювання процесів на сучасних ринках.

Нелінійна синергетична парадигма робить, як зазначає американський математик-економіст, професор Едгар Петерс, «розуміння ринків і економіки загалом більш повним і реалістичним. Воно одночасно чудово і страшно. Воно дає змогу глибше проникати в природу ринків» [11].

Б. Кузнецов у статті «До нової інституційно-синергетичної парадигми розвитку» узагальнює сукупність положень гіпотези синергетичного ринку.

1) «У системі «ринок» відсутнє одне оптимальне рішення для точки рівноваги попиту і пропозиції; існує безліч рішень, що зв'язують попит і пропозицію безліччю точок, ліній, площин, об'ємів рівноваги, що заперечує закон попиту і пропозиції у формулюванні класичної економічної теорії.

2) В ринкових системах мають місце довготривалі нелінійні кореляції і тренди, автоколивання, авторегресії, автокаталіз, автохвильовий рух. Це робить неможливим прогнозування майбутньої магістралі розвитку на базі детермінованих моделей.

3) В ринкових системах виявляються мінливість, амбівалентність, порогові, емерджентні та синергетичні ефекти, що визначають нелінійність магістралі розвитку ринкових систем і неминучість криз.

4) З ускладненням ринкових систем катастрофічно зростають трансакційні витрати, пов'язані із забезпеченням функціонування ринку, що обумовлює дію ринкової системи в довгостроковому і середньостроковому майбутньому з більш низьким рівнем ефективності.

5) З підвищенням рівня нестійкості ринкової системи (біфуркаційні і катастрофічні стани) зростає потенціал множинності траєкторій розвитку, непередбачуваності аттрактора і магістралі розвитку».

Усі зазначені тенденції слід враховувати під час розгляду та аналізування світового ринку, його структури і особливо його передової частини – ринку високих технологій. Саме тому в нашому дослідженні світового ринку високих технологій ми спираємось на засади, принципи та методи економічної синергетики.

На наш погляд, поняття «світовий ринок» слід трактувати таким чином: світовий ринок – це надскладна відкрита динамічна нелінійна система, що виникла та розвивається на основі безперервного поглиблення міжнародного поділу праці та об'єднує національні економіки за допомогою товарно-грошових відносин, які знаходяться в стані постійної трансформації та модифікації.

У процесі розвитку ринку послуг відбулося своєрідне відокремлення технології у чистому вигляді від втіленої технології, а перша починає виконувати роль об'єкта купівлі-продажу, як і друга.

Згідно з методологією ООН поняття «технологія» розглядається двома чином: по-перше, як технологія в чистому вигляді, тобто охоплює методи і техніку виробництва товарів і послуг, а по-друге, як втілена технологія, що охоплює машини, обладнання, споруди, цілі виробничі системи та продукцію з високими техніко-економічними параметрами.

Таким чином, технологія в чистому вигляді не тільки стає фіксованим способом перетворення матеріалів, енергії, інформації в процесі виготовлення тієї чи іншої продукції, але й сама стає продуктом, який інтегрується в систему ринкових відносин і підпадає під дію закону попиту та пропозиції.

Констатуємо той факт, що становлення технології як об'єкта товарно-грошових відносин завдячує саме розвитку ринку послуг, слід не погодитись з твердженнями деяких дослідників, які визначають міжнародний ринок технологій специфічною складовою частиною міжнародного ринку послуг [12; 13].

В останню чверть XX століття процес інтенсифікації трансферу технологій ще більш ускладнився. На міжнародному ринку технологій виник, сформувався, почав динамічно розвиватися і фактично став визначальним для соціально-економічного розвитку сучасного суспільства новий сегмент, а саме ринок високих технологій.

Сьогодні, на жаль, не має чіткого визначення поняття «високі технології». Як слушно зауважує О. Жукова, «проблема класифікації високих технологій досить складна і багатогранна. <...> Немає досі і ясного уявлення про те, що таке високі технології. <...> Крім труднощів з багатозначністю поняття «технологія», існує велика невизначеність з поняттям «висока технологія» [14].

Втім, і науковці-теоретики, і законодавці, і практики, що безпосередньо працюють з високими технологіями, не полишають спроб усе ж таки дати визначення цій категорії.

Закон України «Про державне регулювання діяльності у сфері трансферу технологій» визначає високі технології як «технології, розроблені на основі новітніх наукових знань, які за своїм технологічним рівнем перевищують кращі вітчизняні та іноземні аналоги і конкурентоспроможні на світовому ринку наукоємної продукції» [8].

Як бути з цим визначенням терміна «високі технології», коли продукуються технології, аналогів яким не існує?

В Наказі Міністерства промислової політики України від 8 лютого 2008 р. № 80 термін «високі технології» отримує таке тлумачення: «систематизовані передові знання на певний момент часу, спрямовані на випуск продуктів чи створення процесу, які є принципово новими (тими, що не мають аналогів) або новими в певній галузі знань, застосування яких дасть змогу отримати монополію положення на міжнародному ринку або покращити конкурентні позиції того, хто їх розробляє чи застосовує, та отримати високу додану вартість» [9].

На наш погляд, вади цього визначення високих технологій полягають в тому, що, по-перше, не окреслено факту безпосереднього застосування систематизованих передових знань, а по-друге, вектор впровадження високих технологій пов'язується лише з отриманням монополію положення на ринку та високої доданої вартості, тобто з комерцій-

алізацією процесу. Насправді це не завжди відбувається саме так.

Наведемо ще декілька прикладів, які свідчать про те, що і для науковців визначення категорії «високі технології» не є простим завданням. Високі технології – це технології, засновані на принципово нових знаннях сучасного етапу науково-технічного прогресу. Вони створюються і застосовуються для виготовлення і поставки продукції з високим рівнем наукоємності, що відповідає визначеним критеріям у структурі світового товарного ринку і пріоритетам науково-технічної та інноваційної політики розвинутих країн [10]. На жаль, практика свідчить про те, що перелік товарної структури світового ринку динамічно змінюється саме завдяки появі нових досягнень у галузі високих технологій.

Висока технологія – це систематизовані передові знання, що використовуються для випуску продукції чи створення технологічного процесу, які є принципово новими (тими, що не мають аналогів) або новими в певній сфері світових знань, застосування яких дасть змогу зайняти монополію положення або поліпшити конкурентні позиції на міжнародному ринку тих компаній, які їх реалізують чи застосовують [11].

Таке визначення підкреслює принципове значення новизни систематизованих передових знань, але, з одного боку, також обмежує їх спектр застосування лише комерційною сферою, а з іншого боку, залишає незрозумілим питання про те, чи будуть ці передові знання «високою технологією», якщо вони не знайшли застосування.

Національний Інститут Статистики Іспанії в методичних рекомендаціях «Показники високих технологій. Загальна методологія» наводить таке визначення терміна «високі технології»: «технологія розглядається як запас знань, необхідних для виробництва нових продуктів та процесів. Високі технології характеризуються стрімким оновленням знання, що перевершує інші технології, і їх складність вимагає продовження зусиль у галузі досліджень та надійну технологічну основу» [12].

Не викликає сумніву взаємозв'язок високих технологій із запасом знань, але зводити їх сутність лише до сукупності знань вбачається недостатньо правомірним. В «Економічній енциклопедії» подається таке визначення цього терміна: «висока технологія – умовне позначення наукоємної універсальної, багатофункціональної, багатоцільової технології, що має широку сферу застосування, здатної викликати ланцюгову реакцію нововведень, що забезпечує більш оптимальне порівняно з попередніми технологіями співвідношення витрат і результатів і надає позитивний вплив на соціальну сферу» [13].

Дещо модифікуючи це визначення, О. Жукова констатує, що під високими технологіями вона розуміє умовне позначення наукоємних, багатофункціональних, багатоцільових технологій, здатних викликати ланцюгову реакцію нововведень та започаткувати процеси самоорганізації соціокультурних систем [14]. У цьому трактуванні позитивною, на наш погляд, є спроба підійти до визначення поняття «високі технології» на базі синергетичного підходу. Однак, по-перше, не зовсім зрозуміло, що мається на увазі під умовним позначенням, а по-друге, видається не зовсім коректним визначати технології, хоч і високі, умовним позначенням технологій.

Ми спробуємо дати визначення поняття «високі технології», враховуючи вищевикладені трактування, але спираючись на методологію ООН, яка, як ми зазначали, розглядає поняття «технологія» двома-

ким чином, а також поклавши в основу синергетичний підхід. Для цього необхідно окреслити основні характеристики, які мають бути притаманні високим технологіям.

По-перше, безумовно, високі технології базуються на систематизованих передових знаннях.

По-друге, ці знання обов'язково мають бути уречевлені в якому-небудь продукті, що буде передаватися від однієї сторони до іншої під час комерційного обміну, або набуватиме форму висококонкурентного товару під час комерційного використання.

По-третє, вони мають забезпечувати більш ефективне співвідношення витрат і результатів порівняно з попередніми технологіями, перевищувати за своїми показниками попередні аналоги або не мати аналогів у минулому зовсім.

По-четверте, вони мають здатність викликати ланцюгову реакцію нововведень.

По-п'яте, існує можливість лише окреслити тенденції їх розвитку, але сам розвиток, виникнення тих чи інших високих технологій передбачити неможливо. Динаміка їх розробок, появи та дифузії (поширення) нелінійна, хаотична, підвладна флуктуаціям та біфуркаційним розломам.

По-шосте, високі технології здатні ініціювати динамічні процеси самоорганізації соціокультурних систем. Яскравим прикладом цього виступає впровадження Internet-технологій.

Висновки. Таким чином, вважаємо, що високі технології – це передові систематизовані наукові знання, які втілені у відповідних продуктах (уречевлених і не уречевлених), що не мають аналогів або забезпечують більш ефективні показники порівняно з попередніми аналогами, а також здатні під час комерційного їх використання забезпечувати високий рівень конкурентоспроможності та доходу, крім того, здатні викликати непередбачувану ланцюгову реакцію нововведень та ініціювати динамічні процеси самоорганізації соціокультурних систем.

Таке визначення поняття «високі технології», на наш погляд, сприяє розумінню їх глобального значення для суспільства, розкриває їх синергетичність, динамічність, лабільність, функціональну рухливість, непередбачуваність їх розвитку, можливість несподіваного виникнення біфуркацій від впливом тих чи інших аттракторів, включаючи випадкові.

Слід також з'ясувати відмінність понять «інновація» та «висока технологія». На наш погляд, поняття «інновація» охоплює більш широкий спектр радикальних змін, ґрунтованих на поширенні знань. Вирізняють інновації в соціальній, політичній, правовій, культурній, духовній сферах. Високі техно-

логії характеризують перш за все рівень розвитку економічної діяльності суспільства. І хоча високі технології є продуктом такого інноваційного розвитку, вони зі свого боку викликають ланцюгову реакцію появи все нових і нових інновацій в різноманітних сферах суспільного життя.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Зомбарт В. Социология / В. Зомбарт; пер. с нем. – 2-е изд. – М.: Едиториал УРСС, 2003. – 144 с.
2. Синергетике 30 лет. Интервью с профессором Г. Хакеном. Проведено Е. Князевой // Вопросы философии. – 2000. – № 3. – С. 53-61.
3. Евстигнеева Л. Методологические основы экономической синергетики (научный доклад) / Л. Евстигнеева, Р. Евстигнеев. – М.: ИЭ РАН, 2007. – 64 с.
4. Петерс Э. Порядок и хаос на рынке капиталов. Новый аналитический взгляд на циклы, цены и изменчивость рынка / Э. Петерс; пер. с англ. – М.: Мир, 2000. – 333 с.
5. Внешнеэкономическая деятельность / [Б. Смитиенко, В. Поспелов, С. Карпова и др.]. – 5-е изд., испр. – М.: Академия, 2008. – 304 с.
6. Кацнель С. Мировая экономика / С. Кацнель. – 2007 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://geum.ru/book/sitemap/page_221.html.
7. Жукова Е. Проблема классификации высоких технологий / Е. Жукова // Вестник Томского государственного педагогического университета. – 2008. – № 1. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://cyberleninka.ru/article/n/problema-klassifikatsii-vysokih-tehnologiy>.
8. Про державне регулювання діяльності у сфері трансферу технологій: Закон України від 14 вересня 2006 р. № 143-V // Відомості Верховної Ради України (ВВР). – 2006. – № 45. – Ст. 434. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/143-16>.
9. Про затвердження Методики ідентифікації українських високотехнологічних промислових підприємств: Наказ Міністерства промислової політики України від 8 лютого 2008 р. № 80 // Закони України, Інформаційно-правовий портал [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.uazakon.com/documents/date_ee/pg_gtwgwd/index.htm.
10. Климко Г. Основы экономической теории. Политэкономический аспект / Г. Климко. – 1997 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://readbookz.com/pbooks/book-41/ru/chapter-2065>.
11. Саліхова О. Високотехнологічні товари виробничого призначення в структурі імпорту України / О. Саліхова // Економіст. – 2011. – № 9. – С. 28-32.
12. High Technology Indicators. General Methodology / Instituto Nacional de Estadística (Spain). – 2012 / INE [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.ine.es/en/daco/daco43/notaiat_en.pdf.
13. Экономическая энциклопедия. – М.: Экономика, 1999. – 1055 с.
14. Жукова Е. Высокие технологии между наукой и чудом / Е. Жукова. – 2012 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://psibook.com/philosophy/vysokie-tehnologii-mezhdu-naukoy-i-chudom.html>.

УДК 338.467

Задорожнюк Н.О.*кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри економічних систем і
управління інноваційним розвитком
Одеського національного політехнічного університету***Пустовий О.В.***магістрант
Одеського національного політехнічного університету***Щевель А.О.***магістрант
Одеського національного політехнічного університету*

МІЖНАРОДНИЙ ДОСВІД РОЗВИТКУ ІТ-АУТСОРСИНГУ

Стаття присвячена дослідженню особливостей розвитку ІТ-аутсорсингу в різних країнах світу. Визначені основні переваги ІТ-аутсорсингу. Розглянуто особливості розвитку ІТ-аутсорсингу в Індії, Китаї, Ізраїлі, Росії та Польщі. Визначено переваги та досягнення ІТ-аутсорсингу в Україні.

Ключові слова: інформаційні технології, ІТ-аутсорсинг, інформаційні системи, технопарки, бізнес-процеси, програмне забезпечення, ІТ-фахівці.

Задорожнюк Н.А., Пустовий А.В., Щевель А.А. МЕЖДУНАРОДНЫЙ ОПЫТ РАЗВИТИЯ ИТ-АУТСОРСИНГА

Статья посвящена исследованию особенностей развития ИТ-аутсорсинга в различных странах мира. Определены основные преимущества ИТ-аутсорсинга. Рассмотрены особенности развития ИТ-аутсорсинга в Индии, Китае, Израиле, России и Польше. Определены преимущества и достижения ИТ-аутсорсинга в Украине.

Ключевые слова: информационные технологии, ИТ-аутсорсинг, информационные системы, технопарки, бизнес-процессы, программное обеспечение, ИТ-специалисты.

Zadorozhniuk N.A., Pustovoy A.V., Shevel A.A. INTERNATIONAL EXPERIENCE OF IT-OUTSOURCING DEVELOPMENT

The article is devoted to research of features of development of IT outsourcing in different countries of the world. The main advantages of IT outsourcing are determined. Features of IT outsourcing development in India, China, Israel, Russia and Poland are considered. The advantages and achievements of IT outsourcing in Ukraine are determined.

Keywords: information technologies, IT-outsourcing, information systems, technoparks, business processes, software, IT-specialists.

Постановка проблеми. Сучасна ринкова кон'юнктура вимагає від суб'єктів ринку нового плану дій та заходів відповідно до розвитку інформаційних технологій (ІТ). Реалізація цього плану в умовах жорсткої конкуренції потребує залучення значних ресурсів і матеріальних витрат. У цих умовах учасники ринку прагнуть підвищити ефективність роботи, знизити витрати та поліпшити якість товарів чи послуг. Цього ефекту можна досягти за допомогою аутсорсингу, що зумовлює актуальність теми дослідження. Проте для вирішення проблеми ефективного функціонування та розвитку ІТ-аутсорсингу слід враховувати успішний досвід країн-лідерів із розвитку цієї форми бізнес-співробітництва.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Сучасних науковців дуже цікавлять питання, пов'язані з розвитком ІТ та ІТ-аутсорсингу. Так, Н.В. Береза [1] розглядає тенденції розвитку світового ІТ-ринку; Є. Табунін [2], О.М. Ткачова [3] та А.В. Шаламай [4] вивчають сутність, ризики та особливості ІТ-аутсорсингу; Ю.Г. Лисенко [5] та А.М. Тляумбетова [6] оцінюють ефективність ІТ-аутсорсингу. Проте відкритим є питанням міжнародного досвіду щодо розвитку ІТ-аутсорсингу.

Постановка завдання. На основі викладеного можна сформулювати завдання дослідження, яке полягає у розгляді світових тенденцій розвитку ІТ-аутсорсингу.

Виклад основного матеріалу дослідження. Останнім часом доволі новою та ефективною формою бізнес-співробітництва став аутсорсинг – передача сторонній, спеціалізованій компанії частини виконуваних функцій або навіть цілком окремих біз-

нес-процесів [3]. Це співробітництво дає змогу сконцентруватися на стратегічно важливих та основних функціях підприємства, знизити витрати й адаптуваність до нових технологій, підвищити надійність процесів, які виконує аутсорсер.

ІТ-аутсорсинг – це передача спеціалізованих організації повністю або частково функцій, пов'язаних з ІТ (наприклад, проектуванням і розробленням комп'ютерних інформаційних систем, здійсненням системної інтеграції та обслуговування комп'ютерної і супутньої техніки тощо).

Слід зазначити, що стрімкий розвиток комп'ютерних технологій зумовлює популярність ІТ-аутсорсингу в усьому світі.

Послуги ІТ-компанії в області аутсорсингу технічної підтримки ІТ-інфраструктури та підтримки бізнес-процесів забезпечують низку переваг: безперебійну працездатність корпоративних інформаційних систем; мінімізацію ризиків, пов'язаних із несправностями у їхній роботі; оптимізують витрати на розроблення та експлуатацію ІТ-інфраструктури.

Індивідуальні умови обслуговування відображаються в угоді про рівень надання послуг (SLA), яка може містити різноманітні види обслуговування – від виконання планових робіт за встановленим графіком до швидкого виїзду спеціаліста в екстреній ситуації.

Слід зазначити, що головною перевагою ІТ-аутсорсингу є економічна доцільність – обслуговування ІТ-парку компанії проводиться позаштатними спеціалістами, тобто немає потреби платити заробітну плату, відпускні, податки на персонал, а також організовувати додаткове робоче місце. Фахівці ІТ-компанії здійснюють повне налаштування інфор-

маційних систем організації, після чого виїжджають тільки на планову перевірку працездатності та за необхідності, наприклад, для усунення неполадок.

Особливу популярність IT-аутсорсинг отримав у малого і середнього бізнесу, що зумовлено недоцільністю утримувати в штаті системного адміністратора, який буде займатися своїми безпосередніми обов'язками лише декілька годин на тиждень.

Іншою перевагою IT-аутсорсингу є високий професіоналізм фахівців аутсорсингової компанії, які працюють із новітніми розробками, постійно підвищують свою кваліфікацію, відвідуючи галузеві семінари, тематичні конференції та курси. Це зумовлено стрімким розвитком IT та галузі загалом, що потребує постійного навчання фахівців для забезпечення конкурентоспроможності компанії за рахунок високої кваліфікації персоналу.

Також важливою перевагою IT-аутсорсингу є забезпечення конфіденційності. Це зумовлено тим, що в обслуговуючій IT-компанії немає ніяких мотивів для поширення інформації, що містить комерційну таємницю. На практиці питання конфіденційності оформляються юридично під час підписання договорів на надання IT-аутсорсингу.

Виходячи з вищевідзначеного, основними перевагами IT-аутсорсингу є скорочення витрат організації на утримання співробітників, швидка реалізація проектів за рахунок обслуговування фахівцями з високою кваліфікацією та забезпечення конфіденційності внутрішньої інформації організації.

Виникає необхідність розгляду міжнародного досвіду розвитку IT-аутсорсингу. Так, в Індії спостерігається стрімкий розвиток інформаційно-комунікаційних технологій, у зв'язку з яким багато науковців та дослідників говорять про нове «індійське технологічне диво». З початку 2000-х років Індія є світовим лідером за обсягом експорту продукції IT-галузі та займає провідне місце на глобальному ринку IT-аутсорсингу. У 2005-2006 роках обсяг ринку IT Індії оцінювався в 42,2 млрд. дол. США, що становило 5,8% ВВП.

У цей період була сформована система Організації компаній IT-сектору, яка діє і сьогодні. Ця система включає в себе:

- спеціальні економічні зони (Special Economic Zones);
- експортно-орієнтовані компанії (Export Oriented Units);
- технопарки з виробництва комп'ютерного апаратуного забезпечення (Electronic Hardware Tehnology Parks);
- індустріальні парки (Industrial Parks). Однак у 2008 р IT-галузь була виведена з індустріальних парків;
- технопарки з виробництва програмного забезпечення (Software Tehnology Park Units) [7].

Однак найважливішим видом системи Організації компаній IT-індустрії залишаються технопарки. Зараз понад 90% національного експорту програмного забезпечення та IT-послуг припадає на підприємства, розташовані в технопарках. Такі технопарки розташовані по всій території країни – майже в 50 населених пунктах.

Технопарки Індії являють собою комплексні науково-дослідні центри з розвинутою інфраструктурою, з найсучаснішими засобами для НДДКР в області IT та електроніки і можливістю швидкого впровадження передових технологій і ноу-хау у виробництво. Масове будівництво технопарків в Індії стимулювало створення на їх території нових національних

компаній, а також дочірніх фірм і філій найбільших світових виробників програмного забезпечення, телекомунікаційного обладнання та електронної техніки (Intel, AMD, Microsoft, Cisco, Ericsson, Motorola, Siemens, Kyocera та ін.).

Створення технопарків стало потужним фактором розвитку IT-галузі, що дало змогу Індії стати світовим лідером у глобальному IT-аутсорсингу, насамперед у секторі офшорного розроблення програмного забезпечення й управління IT-службами, а також у швидко зростаючому секторі аутсорсингу бізнес-процесів (темпи зростання сектору кол-центрів аутсорсингу бізнес-процесів на початку 2000 рр. досягли щорічних темпів зростання – 70%) [7].

Слід зазначити, що велику роль у створенні «індійського технологічного дива» зіграла політика національного уряду, яка впродовж значного періоду сприяла розвитку IT-аутсорсингу та IT-галузі загалом. Наприклад, в IT-галузі не було створено жорсткого державного контролю і регулювання, які були присутні в інших галузях національної економіки. У зв'язку з цим головним двигуном розвитку IT-галузі в Індії стало успішне поширення підприємницької діяльності за допомогою креативного мислення та комплексної оцінки можливих бізнес-ризиків. Уряд країни почав здійснювати підтримку IT-галузі на стадії, коли цей сектор економіки вже сформувався, тому активна допомога держави полягала в цілеспрямованій підтримці національного бізнесу.

Слід відзначити Китай, якому вдалося зробити прорив у сфері IT. В умовах стрімкого прогресу IT-фахівцям необхідно дуже швидко адаптуватися і приймати неординарні рішення. В умовах цього прогресу будь-яка компанія Китаю намагається просувати IT-стратегії, а найбільші аутсорсингові компанії країни демонструють стабільні темпи зростання – на рівні близько 20% на рік.

Ізраїль – один із найбільш динамічних стартап-хабів на планеті. У рейтингу інноваційних держав Ізраїль зайняв п'яте місце, обігнавши США і Великобританію. В країні розвинений IT-аутсорсинг, є кілька великих компаній, які поставляють позаштатних IT-фахівців. Іноді кількість таких контрактників становить понад 50% від усього штату.

Останнім часом Польща, як і інші країни Східної Європи, стала активним гравцем на ринку IT-аутсорсингу, чому сприяли великий кадровий потенціал та доволі низький рівень заробітної плати IT-фахівців порівняно з країнами з більш розвинутою економікою. Останнім часом все частіше віддають перевагу Польщі замість таких лідерів з IT-аутсорсингу, як Індія або Китай, незважаючи на те, що ціна розроблення програмного забезпечення в Польщі найчастіше значно вища. Тому IT-аутсорсинг – один із найпопулярніших видів IT-бізнесу, який активно розвивається у Польщі.

Румунія також показує позитивні тенденції розвитку IT-галузі, щорічні прибутки якої становлять понад \$2.7 мільярди, що забезпечують понад 60 тис. IT-фахівців.

Щодо Росії, то розвиток ринку інформаційних і комунікаційних технологій відбувається паралельно з розвитком ринку послуг IT-аутсорсингу. За підсумками 2015 року Tadviser зафіксував зростання IT-аутсорсингу в Росії на 15%, при цьому обсяг ринку досяг 76,2 млрд. рублів [8]. У 2017 році очікується аналогічна динаміка зростання IT-аутсорсингу. Для IT-ринку в умовах кризи IT-аутсорсинг є перспективним напрямом, тому що економічна ситуація в країні змушує компанії спрямовувати бюджети на розвиток

ІТ. В останні роки на ринку ІТ-аутсорсингу зміцнюються позиції таких форм сервісних контрактів, як «інфраструктура як сервіс», «сервіс ІТ та інженерні системи». ІТ-аутсорсинг є одним із пріоритетних напрямів розвитку малого бізнесу в Росії і потребує державної підтримки, тому що інвестиції та зусилля в цьому напрямі принесуть ще більший синергетичний ефект розвитку всіх галузей промисловості країни.

Досліджені тенденції міжнародного ІТ-аутсорсингу покладені в основу його розвитку в Україні. За різними оцінками, в Україні функціонує майже 4000 ІТ-компаній, з них 85% – це малі та середні компанії з чисельністю персоналу менше 80 осіб. Основна частина компаній розташована у великих містах України – Києві (44,9%), Харкові (18,7%), Львові (9,3%), Дніпропетровську (8,2%) та Одесі (5,5%) [9].

Серед сервісів, які сьогодні більшою мірою надає український аутсорсинг, лідирує web-розробка, потім дизайн, верстка та створення мобільних додатків. Понад 80% всіх аутсорсингових ІТ-компаній України працюють на зовнішні ринки: Європу, Північну Америку та Австралію.

Слід відзначити, що лідером серед мов програмування в Україні з 2012 року і до сьогодні залишається Java (на неї припадає 25% робіт), потім C # (17%) і JavaScript (14%) [9].

З 2015 р. серед українських ІТ-компаній простежується тенденція щодо підвищення рівня складності ІТ-проектів, що зобов'язує забезпечити безперервне підвищення кваліфікації ІТ-фахівців і зростання їх професіоналізму.

Україна вважається однією з кращих країн для ІТ-аутсорсингу. Це пояснюється:

- доступністю вартості розроблення. Для клієнтів зі США або Західної Європи українські ціни на ІТ-послуги залишаються дуже привабливими, за рахунок чого західні компанії можуть значно скоротити свої витрати – на 40-60%;

- великою кількістю ІТ-фахівців, яка щороку зростає. Так, у 2016 р. в Україні нараховувалося 90 тис. ІТ-фахівців, що на 20% більше, ніж в 2015 р. Майже 60% із них працюють у компаніях, що займаються аутсорсингом. До 2020 року очікується збільшення кількості ІТ-спеціалістів до 200 тис. [9];

- високим рівнем знання новітніх ІТ та англійської мови. У кожній великій аутсорсинговій компанії в Україні є або штатні викладачі, або контакт із мовними школами міст, що забезпечує постійне удосконалення англійської мови ІТ-фахівців.

Серед основних досягнень ІТ-аутсорсингу в Україні можна відзначити такі:

- 2011 р. – Україна перемогла в номінації «Outsourcing Destination of The Year» у межах European Outsourcing Excellence Awards;

- 2013 рік – Україна посіла перше місце серед країн Центральної і Східної Європи в категоріях «best market value in IT-outsourcing» і «the largest number of staff employed in IT»;

- 2015 рік – три українські компанії (Intetics, Miratech і Softengi) потрапили в «ТОП-5 зірок, що сходять» рейтингу The Global Outsourcing 100 [9].

Але слід зазначити, що в останні роки економіка України має багато труднощів, що не може не позначитися на ринку ІТ-аутсорсингу.

Американський уряд разом із посольством України в США запустили сайт із рекламою української ІТ-галузі «SupportUkraine.us». Цей сайт пропонує американським бізнесам допомогти Україні вистояти проти економічної кризи та підтримати ІТ-галузь.

Проект «Cloudsource в Україні» дасть можливість американським і європейським компаніям вести бізнес в Україні дистанційно за допомогою Інтернету, що збільшить обсяги іноземних інвестицій в українську економіку.

Також слід визначити основні чинники, які заважають розвитку ринку ІТ-аутсорсингу в Україні:

- відсутність відповідного законодавчого визначення і регулювання процесів аутсорсингу;

- наявність великої кількості ризиків, пов'язаних із веденням бізнесу;

- нестабільна економічна та політична ситуація, а також складне юридичне, податкове і бізнес-оточення [10].

Проте, незважаючи на ці чинники, ІТ-аутсорсинг може стати одним із перспективних напрямів експорту України. Український ринок – це найбільша частка ІТ-аутсорсингу серед країн Центральної і Східної Європи з достатньою кількістю ІТ-фахівців, тобто Україна є привабливою країною для передачі ІТ-проектів на аутсорсинг. За належної підтримки зарубіжних організацій Україна має шанси стати однією з центральних світових ІТ-держав.

Висновки з проведеного дослідження. З наведеного вище можна дійти таких висновків. ІТ-аутсорсинг значно впливає на розвиток бізнесу підприємств. Основними клієнтами ІТ-аутсорсингу в усьому світі є транснаціональні промислові корпорації, великі банки і державні установи. Найбільші виробники комп'ютерних програмних засобів, мережових технологій та програм, систем корпоративного планування і управління ресурсами є світовими постачальниками послуг ІТ-аутсорсингу. У статті розглянуто особливості розвитку ІТ-аутсорсингу в Індії, Китаї, Ізраїлі, Росії та Польщі. Визначено переваги та досягнення ІТ-аутсорсингу в Україні. Доведено, що ІТ-аутсорсинг може стати одним із перспективних напрямів експорту України.

У подальших дослідженнях планується розглянути світові тенденції розвитку ІТ-галузі та визначити напрями її розвитку в Україні на базі досвіду розвинутих країн.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Береза Н.В. Современные тенденции развития мирового и российского рынка информационных услуг / Н.В. Береза // Инженерный вестник Дона. – 2012 – № 2 – С. 106-114.
2. Табунин Е. Причины перехода на ИТ-аутсорсинг и риски с ними связанные / Е. Табунин // Сервис провайдер [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://goo.gl/Hpnqn7>.
3. Ткачева Е.Н. ИТ-аутсорсинг / Е.Н. Ткачева, А.Л. Болтава // Социально-экономический ежегодник, Краснодар: издательство Южного института менеджмента, 2010 – С. 134-140.
4. Шаламай А.В. ИТ-аутсорсинг: сущность, тенденции развития в России / А.В. Шаламай, Е.Н. Ключко // Новая наука: современное состояние и пути развития: Ставрополь: АМИ. – 2017. – № 4-1. – С. 173-175.
5. Лисенко Ю.Г. Модель эффективности ИТ-аутсорсингу в контексте развития информационных систем экономических объектов / Ю.Г. Лисенко, Е.Е. Бізянов // Проблемы экономики – 2015. – № 2 – С. 6-8.
6. Тляумбетова А.М. Оценка эффективности ИТ-аутсорсинга / А.М. Тляумбетова, Е.Н. Гусева // Современная техника и технологии: электронный научно-практический журнал. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://technology.snauka.ru/2015/06/7312>.
7. Абдуллаев З. ИТ-технологии. Индийский феномен. [Електронний ресурс] / З. Абдуллаев // Бизнес&Политика – Режим доступу: <http://gazeta-bip.net/society/880-it>.
8. Никитенкова М.А. Развитие американского сектора ИКТ как локомотива конкурентоспособности национальной экономики США: адаптация зарубежного опыта для применения в России / М.А. Никитенкова // Россия и Америка

- в XXI веке. – 2016. – № 1. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.rusus.ru/?act=read&id=491>.
9. Сообщество программистов [Електронний ресурс]. – Режим доступу <https://dou.ua/>.

10. Мешко Н.П. Развитие IT-аутсорсинга в Украине / Н.П. Мешко, М.О. Єфремова // Вісник Дніпропетровського університету. Серія: Менеджмент інновацій. – 2015. – Вип. 5. – С. 79-85.

УДК 330.3:004(100)

Ковтонюк К.В.

*кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри міжнародної економіки
Київського національного економічного університету
імені Вадима Гетьмана*

ЦИФРОВІЗАЦІЯ СВІТОВОЇ ЕКОНОМІКИ ЯК ФАКТОР ЕКОНОМІЧНОГО ЗРОСТАННЯ

У статті визначено, що рушійною силою економічного зростання є інформаційно-комунікаційні технології, що зумовлюють розвиток нового економічного устрою – цифрової економіки. Наведено порівняльний аналіз оцінки ІКТ-індексів, що дало змогу визначити країни-лідери та оцінити рівень їх економічного розвитку. Окреслено перспективи подальшої цифровізації світової економіки та перерозподілу цифрових дивідендів (результатів від цифрових трансформацій).

Ключові слова: цифрова економіка, інформаційно-комунікаційні технології (ІКТ), економічний устрій, технологічний уклад, економічне зростання.

Ковтонюк Е.В. ЦИФРОВИЗАЦИЯ МИРОВОЙ ЭКОНОМИКИ КАК ФАКТОР ЭКОНОМИЧЕСКОГО РОСТА

В статье определено, что движущей силой экономического роста выступают информационно-коммуникационные технологии, обуславливающие развитие нового экономического строя – цифровой экономики. Приведен сравнительный анализ оценки ИКТ-индексов, что позволило определить страны-лидеры и оценить уровень их экономического развития. Определены перспективы дальнейшей цифровизации мировой экономики и перераспределения цифровых дивидендов (результатов цифровых трансформаций).

Ключевые слова: цифровая экономика, информационно-коммуникационные технологии (ИКТ), технологический уклад, экономический рост.

Kovtoniuk K.V. DIGITIZATION WORLD ECONOMY AS A FACTOR OF ECONOMIC GROWTH

Article deals the information and communication technologies (ICT) are the driving force behind economic growth, that predetermine development of a new economic system – digital economy. The comparative analysis of methods of ICT-indexes is given, which made it possible to identify country leaders and assess economic development levels of countries. Accelerated digitalization of the world economy and redistribution of digital dividends (results from digital transformations) are defined.

Keywords: digital economy, information and communication technologies (ICT), technological structure, economic growth.

Постановка проблеми. Вислів британського бізнесмена Натана Ротшильда про те, що той, хто володіє інформацією, той володіє світом, набуває сьогодні нової актуальності. А інформаційно-телекомунікаційні технології (ІКТ) стають одним із найбільш важливих факторів економічного зростання та розвитку, створюючи передумови формування глобальної епохи цифрової економіки.

Ефективність нового економічного устрою багато в чому залежить від об'єднання дій господарюючих суб'єктів. На ступінь узгодженості їхньої діяльності істотно впливають, з одного боку, технічні можливості (інституційна інфраструктура) запровадження цифрових перетворень, а з іншого – система контролю за цифровою безпекою та захистом особистої інформації. Відбувається віртуалізація економіки, змінюючи форми організації міжнародних економічних відносин, інститутів та організацій у глобальному економічному просторі.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Значний внесок у дослідження нових моделей економік, серед яких і цифрова економіка, здійснили в основному зарубіжні вчені, такі як Е. Бринолфссон [1], Дж. Вестерман, Д. Боннет, Мк.А. Афее [2], Н. Негрепонт [3], Т. Нібель [4], Д. Тапскотт [5] та інші. Проте проблема формування нової економічної системи, заснованої на інформаційно-телекомунікаційних технологіях, також активно дискутується

вітчизняними науковцями: С. Веретюком, В. Пілінським, І. Панченком [6], А. Гриценком, Є. Песоцькою [7], С. Коляденком [8], І. Малик [9] та іншими.

Як зарубіжна, так і вітчизняна наукова спільнота намагається визначити загальні теоретичні аспекти нового економічного устрою та дати визначення основним його категоріям, що визначатимуть особливості використання інформаційно-комунікаційних технологій як фактора економічного зростання. Проте висока інтенсивність трансформаційних змін, пов'язаних із пошуком умов для посткризового розвитку національних економік як структурних елементів міжнародної економічної системи, залишається невивченою.

Через свій стимулюючий потенціал для національної економіки цифрові перетворення все частіше займають чільне місце у прогнозах розвитку міжнародної економіки загалом та національних економік зокрема. Так, Конференція ООН із торгівлі та розвитку (ЮНКТАД) у щорічному Звіті про іноземні інвестиції в 2017 р. «Іноземні інвестиції та цифрова економіка» зазначає про привабливість ІКТ у сфері іноземного інвестування не лише розвинутих країн, але і країн із перехідною економікою та частини групи країн, що розвиваються (країн Латинської Америки та Карибського басейну) [10]. Крім того, на зустрічі міністрів країн Організації економічного співробітництва та розвитку (ОЕСР) в м. Кан-

кун (Мексика), що відбулася в 2016 році, визначено стратегію на цифровізацію своїх економік з метою подальшого прискорення розвитку інновацій, економічного зростання економіки і соціального добробуту [11]. Проте, незважаючи на економічну доцільність подібних перетворень, залишається недостатньо оціненим вплив ІКТ на економічне зростання та системну координацію цього процесу як на національному, так і на міжнародному рівні.

Постановка завдання. Активізація процесу цифровізації національної економіки як складової частини міжнародної економічної системи з метою підвищення економічного зростання є важливою проблемою. Дослідження цього процесу зумовлює визначення країн-лідерів з метою оцінки впливу ІКТ на економічне зростання та можливості імплементації досвіду для країн-аутсайдерів.

Виклад основного матеріалу дослідження. Цифрова економіка як новий економічний устрій тісно пов'язана з інтенсивним розвитком інформаційно-комунікаційних технологій (ІКТ), початком процесу інформатизації другого покоління, що є основою VI технологічного укладу, який сприяє прискоренню темпів економічного зростання та формуванню принципово нової системи управління.

Слід зазначити, що за умови збереження нинішніх темпів техніко-економічного розвитку сучасний (шостий) технологічний уклад почне формуватися в 2010-2020 роках, а у фазу зрілості вступить у 2040-ві роки. При цьому, за деякими прогнозами, в 2020-2025 роках відбудеться нова науково-технічна та технологічна революція, основою якої стануть розробки, які синтезують досягнення в таких базових напрямках, як біо- та нанотехнології, геної інженерія, мембранні та квантові технології, фотоніка, мікроелектроніка, термоядерна енергетика тощо. Сьогодні для подібних прогнозів є підстави. Наприклад, частка продуктивних сил п'ятого технологічного укладу в США становить 60%, четвертого – 20%. І близько 5% вже припадають на шостий технологічний уклад [12].

Фактично всі сфери людської життєдіяльності (економічна, соціальна, політична, культурна, соціальна та інші) тією чи іншою мірою змінилися завдяки відкриттю і розвитку ІКТ. Усе більше секторів національної економіки (фінанси, торгівля, а також машинобудування, сільське господарство, будівництво, транспорт, зв'язок, медицина, освіта та інші) долучаються до цифрової економіки [13, с. 12]. Сьогодні з метою відстеження ступеню впливу ІКТ на економіку країни загалом та окремі її сектори розроблено за досить короткий часовий проміжок значну кількість індексів, кожен з яких ґрунтується на обраних дослідницькою організацією

пріоритетах. Проте основними ІКТ-індексами за широтою охоплення та загальністю застосування є:

- глобальний індекс конкурентоспроможності (Global Competitiveness Index, GCI) та індекс мережевої готовності (Networked Readiness Index, NRI), що розробляються Всесвітнім економічним форумом;
- індекс цифрової можливості (Digital Opportunity Index, DOI), індекс розвитку ІКТ (ICT Development Index, ICT DI) та індекс цифрового доступу (Digital Access Index, DAI), що розробляються міжнародним союзом електрозв'язку (в тому числі в межах Всесвітнього саміту інформаційного суспільства);
- інші.

У межах глобального індексу конкурентоспроможності (Global Competitiveness Index, GCI), що розраховується з 2004 р. Всесвітнім економічним форумом, інноваційному складнику присвячений субіндекс С «інновації та фактори вдосконалення», що включає 2 з 12 показників: конкурентоспроможність компаній, відповідність бізнесу сучасним вимогам компаній та інноваційний потенціал. Так, за останнім показником група країн-лідерів не змінювалася протягом останніх п'яти років (табл. 1), що характеризує їх високу здатність до інновацій, високий ступінь розвитку науково-дослідних інститутів, значні витрати на проведення досліджень та інновацій, співпрацю університетів та промисловості у проведенні досліджень та розробок, наявність державних закупівель високотехнологічної продукції та персоналу відповідної кваліфікації (вчених та інженерів).

Лідруючі позиції не лише за показником «інновацій», але й самого індексу глобальної конкурентоспроможності протягом останніх п'яти років посідають Швейцарія, Фінляндія, Ізраїль, США, Німеччина, Нідерланди, Швеція, Японія, Сінгапур і Данія. Таким чином, ІКТ є одним із факторів економічного розвитку цих країн.

Індекс мережевої готовності (Networked Readiness Index, NRI) також розробляється Всесвітнім економічним форумом, проте не самостійно, а разом із міжнародною школою бізнесу INSEAD та Вищою школою управління імені Семюела Кертіса Джонсона при Корнельському університеті (з 2013 р.) у межах спеціальної щорічної серії доповідей про розвиток інформаційного суспільства в країнах світу (The Global Information Technology Report). Цей показник дає змогу оцінити рівень розвитку інформаційного суспільства в національній економічній системі, оскільки доводиться взаємозв'язок між рівнем ІКТ та економічним добробутом, тому що ІКТ відіграють сьогодні провідну роль у розвитку інновацій, підвищенні продуктивності і конкурентоспроможності, диверсифікують економіку та стимулю-

Таблиця 1

Інноваційний фактор в рейтингу глобальної конкурентоспроможності у 2013-2017 рр. [14]

№	2013/2014		2014/2015		2015/2016		2016/2017		2017/2018	
	країна	бал	країна	бал	країна	бал	країна	бал	країна	бал
1	Фінляндія	5,79	Фінляндія	5,78	Швейцарія	5,76	Швейцарія	5,80	Швейцарія	5,82
2	Швейцарія	5,70	Швейцарія	5,70	Фінляндія	5,73	Ізраїль	5,73	США	5,82
3	Ізраїль	5,58	Ізраїль	5,56	Ізраїль	5,65	Фінляндія	5,68	Ізраїль	5,80
4	Німеччина	5,50	Японія	5,54	США	5,58	США	5,64	Фінляндія	5,69
5	Японія	5,49	США	5,49	Японія	5,54	Німеччина	5,58	Німеччина	5,65
6	Швеція	5,43	Німеччина	5,47	Німеччина	5,51	Швеція	5,49	Нідерланди	5,55
7	США	5,37	Швеція	5,37	Швеція	5,46	Нідерланди	5,44	Швеція	5,50
8	Тайвань, Китай	5,25	Нідерланди	5,25	Нідерланди	5,37	Японія	5,43	Японія	5,37
9	Сінгапур	5,19	Сінгапур	5,18	Сінгапур	5,24	Сінгапур	5,33	Сінгапур	5,28
10	Нідерланди	5,16	Тайвань, Китай	5,10	Данія	5,11	Данія	5,13	Данія	5,13

ють ділову активність, що сприяє підвищенню рівня життя людей.

Розрахунок NRI є середньоарифметичним із чотирьох субіндикаторів (навколишнє середовище, готовність, використання, вплив), які визначаються як середньоарифметичне з сукупності індивідуальних показників (політичне і правове середовище, бізнес та інновації, інфраструктура та цифровий компонент, доступність, навички, індивідуальне використання, використання в бізнесі, використання в уряді, економічні наслідки, соціальні наслідки). Місце країн за індексом та їх показник за останні п'ять років наведені в табл. 2.

Згідно з даними, наведеними в табл. 2, можна дійти висновку про існування беззаперечних лідерів у сфері ІКТ за індексом мережевої готовності (Сінгапур, Фінляндія, Швеція), що позитивно впливає на їх рівень економічного добробуту. Проте перша десятка країн практично не змінюється, що свідчить про еволюційний розвиток ІКТ у цих країнах протягом п'ятирічного періоду. Слід зазначити, що країни-лідери за індексом мережевої готовності прагнуть виконувати поставлену мету цього розрахунку, тобто використовують цей показник для аналізу проблемних моментів у своїй політиці для здійснення прогресу в галузі запровадження нових технологій.

Таким чином, за двома індексами, що розраховуються Всесвітнім економічним форумом, визначаються практично однакові країни-лідери в ІКТ. Здійснимо оцінку ступеню розвитку ІКТ в країнах світу за іншими міжнародними рейтингами.

Індекс цифрової можливості (Digital Opportunity Index, DOI) вимірює можливості ІКТ шляхом аналізу інфраструктури, доступності та покриття, якості. Він оцінюється на основі 3 субіндексів, таких як можливості, інфраструктура та використання. Проте цей показник вимірювався лише з 2004-2006 рр.

Згідно з індексом цифрової можливості протягом досліджуваного періоду лідерами були Республіка Корея (0,80); Японія (0,77); Данія (0,76); Ісландія (0,74); Сінгапур (0,72); Нідерланди (0,71); Тайвань (0,71) та Гонконг (0,70), що належать до Китаю; Швеція (0,70), Велика Британія (0,69).

У межах міжнародного союзу електрозв'язку розробляється ще один індекс – індекс цифрового доступу (Digital Access Index, DAI), який може бути використаний для оцінки доступу та використання

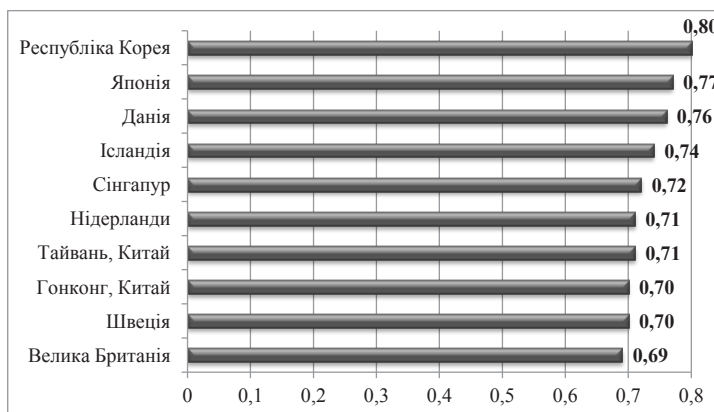


Рис. 1. Індекс цифрової можливості [15]

Таблиця 2

Індекс мережевої готовності в 2012-2016 рр. [14]

№	2012		2013		2014		2015		2016	
	країна	бал	країна	бал	країна	бал	країна	бал	країна	бал
1	Швеція	5,94	Фінляндія	5,98	Фінляндія	6,4	Сінгапур	6,0	Сінгапур	6,0
2	Сінгапур	5,86	Сінгапур	5,96	Сінгапур	5,97	Фінляндія	6,0	Фінляндія	6,0
3	Фінляндія	5,81	Швеція	5,91	Швеція	5,93	Швеція	5,8	Швеція	5,8
4	Данія	5,7	Нідерланди	5,81	Нідерланди	5,79	Нідерланди	5,8	Норвегія	5,8
5	Швейцарія	5,61	Норвегія	5,66	Норвегія	5,70	Норвегія	5,8	США	5,8
6	Нідерланди	5,60	Швейцарія	5,66	Швейцарія	5,62	Швейцарія	5,7	Нідерланди	5,8
7	Норвегія	5,99	Велика Британія	5,64	США	5,61	США	5,6	Швейцарія	5,8
8	США	5,56	Данія	5,58	Гонконг	5,60	Велика Британія	5,6	Велика Британія	5,7
9	Канада	5,51	США	5,57	Велика Британія	5,54	Люксембург	5,6	Люксембург	5,7
10	Велика Британія	5,50	Тайвань, Китай	5,47	Респ. Корея	5,54	Японія	5,6	Японія	5,6

Таблиця 3

Індекс розвитку ІКТ [17]

№	2013		2014		2015		2016		2017	
	країна	бал	країна	бал	країна	бал	країна	бал	країна	бал
1	Данія	8,86	Респ. Корея	8,64	Респ. Корея	8,93	Респ. Корея	8,80	Ісландія	8,98
2	Респ. Корея	8,85	Швеція	8,43	Данія	8,88	Ісландія	8,78	Респ. Корея	8,85
3	Швеція	8,67	Ісландія	8,19	Ісландія	8,86	Данія	8,68	Швейцарія	8,74
4	Ісландія	8,64	Данія	8,18	Велика Британія	8,75	Швейцарія	8,66	Данія	8,71
5	Велика Британія	8,50	Норвегія	8,16	Швеція	8,67	Велика Британія	8,53	Велика Британія	8,65
6	Норвегія	8,39	Фінляндія	7,96	Люксембург	8,59	Гонконг, Китай	8,47	Гонконг, Китай	8,61
7	Нідерланди	8,38	Нідерланди	7,78	Швейцарія	8,56	Норвегія	8,45	Нідерланди	8,49
8	Фінляндія	8,31	Люксембург	7,82	Нідерланди	8,53	Швеція	8,41	Норвегія	8,47
9	Гонконг	8,28	Японія	7,73	Гонконг	8,52	Люксембург	8,40	Люксембург	8,47
10	Люксембург	8,26	Велика Британія	7,62	Норвегія	8,49	Нідерланди	8,40	Японія	8,43

Таблиця 4

Показники ВВП та ВВП на душу населення у 2012-2016 рр. [18]

Показник	ВВП				ВВП на душу населення			
	2012		2016		2012		2016	
	млрд. дол.	темп росту, %	млрд. дол.	темп росту, %	тис. дол.	темп росту, %	тис. дол.	темп росту, %
США	16155,3	2,22	18569,1	1,62	51,45	1,46	57,47	0,91
Японія	6203,2	1,50	4939,4	1,00	48,60	1,66	38,89	1,12
Велика Британія	2646,0	1,31	2618,9	1,81	41,54	0,61	39,90	1,02
Респ. Корея	1222,8	2,29	1411,2	2,83	24,36	1,76	27,54	2,36
Нідерланди	828,9	-1,06	770,8	2,14	49,47	-1,42	45,29	1,67
Швейцарія	665,1	1,05	659,8	1,29	83,16	-0,02	78,81	0,20
Швеція	543,9	-0,29	511,0	3,18	57,13	-1,02	51,60	2,09
Норвегія	509,7	2,75	370,6	1,08	101,56	1,41	70,81	0,22
Данія	327,1	0,23	306,1	1,29	58,51	-0,15	53,42	0,45
Сінгапур	289,2	3,87	297,0	2,00	54,43	1,35	52,96	0,68
Гонконг, Китай	262,6	1,70	320,9	2,05	36,71	0,52	43,68	1,48
Ізраїль	257,6	2,38	318,7	4,04	32,57	0,51	37,29	2,01
Фінляндія	256,7	-1,43	236,8	1,39	47,42	-1,89	43,09	1,10
Люксембург	56,7	-0,35	59,9	4,18	106,75	-2,72	102,83	1,79
Ісландія	14,2	1,22	20,0	7,20	44,33	0,68	59,98	6,10

ІКТ громадянами країни. Він побудований на основі чотирьох складників, таких як інфраструктура, доступність, знання та якість, фактичне використання ІКТ. Проте цей показник, як і його попередник, перестав розраховуватись у 2003 році. За його даними, країнами-лідерами були Швеція (0,847); Данія (0,828); Ісландія (0,820); Республіка Корея (0,817); Норвегія (0,793); Нідерланди (0,792); Гонконг, Китай (0,790); Фінляндія (0,786); Тайвань, Китай (0,786); Канада (0,779); США (0,778).

Іншим, проте діючим індексом, що розраховується з 2002 року міжнародним союзом електрозв'язку, спеціалізованим підрозділом ООН у сфері електрозв'язку, є індекс розвитку ІКТ (ICT Development Index). Він характеризує досягнення країн світу у сфері ІКТ. Індекс включає 11 показників, що базуються на оцінюванні доступу до ІКТ, використання ІКТ, а також ІКТ-навичок, тобто практичного знання цих технологій населенням окремих держав і населенням світу [16, с. 16].

Згідно з даними, наведених в табл. 3, серед традиційних країн-лідерів запровадження ІКТ, на відміну від попередніх рейтингів, є Ісландія, яка в 2017 році навіть посіла перше місце серед 176 країн.

Таким чином, незважаючи на розмаїття методик розрахунку міжнародних індексів, які характеризують ступінь розвитку ІКТ у країнах світу, визначилися країни-лідери, які не істотно змінюють свої позиції у межах групи. Такий перебіг подій підтверджує трансформаційні зрушення в національних економіках країн-лідерів, що здійснюються в тому числі на основі ІКТ. Сьогодні міжнародна економіка продовжує рухатися до digital-майбутнього різними темпами, оскільки активізація залучення національних економік до процесу становлення та розвитку цифрової економіки забезпечить не лише цифрове лідерство, але й подальше економічне зростання.

Оцінити рівень економічного росту національної економіки будь-якої країни світу можна на основі низки макроекономічних показників, серед яких чільне місце займають абсолютні та відносні показники, зокрема ВВП, в т. ч. ВВП на душу населення (табл. 4).

На основі даних, наведених у табл. 4, можна дійти висновку про те, що рівень розвитку націо-

нальних економік країн-лідерів у створенні та запровадженні ІКТ характеризується значними обсягами ВВП загалом та на душу населення зокрема. Проте щорічні темпи зростання цих показників не завжди показують динамічне зростання, що посилює зацікавленість цих країн у пошуку нових факторів економічного розвитку.

Висновки з проведеного дослідження. На основі аналізу міжнародних ІКТ-індексів було визначено групу країн-локомотивів ІКТ, яка практично залишалася незмінною, що вказує на еволюційний шлях їх розвитку в межах розвитку шостого технологічного укладу і формування нового економічного устрою – цифрової економіки.

Сьогодні цифровізація світової економічної системи є взаємозумовленим процесом розвитку. З одного боку, розроблення та запровадження ІКТ стає можливим за умови наявності фінансових ресурсів для їх реалізації, а з іншого – вчасне включення до процесу формування цифрової економіки забезпечить отримання цифрових дивідендів (результатів від цифрових трансформацій), що стає актуальним в умовах уповільнення темпів економічного розвитку.

З метою посилення своїх конкурентних позицій у світовому господарстві країнам варто докладати усіх зусиль для скорочення цифрового розриву з країнами-лідерами, який постійно буде збільшуватись, що становить основу для подальших наукових досліджень.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Brynjolfsson E. Understanding the Digital Economy: Data, Tools, and Research [reprint] / E. Brynjolfsson, B. Kahin. – USA: MIT Press, 2002. – 407 p.
2. Westerman G. Leading Digital: Turning Technology into Business Transformation / G. Westerman, D. Bonnet, A. McAfee. – USA: Harvard Business School Publisher, 2014. – 292 p.
3. Negroponte N. Being Digital / N. Negroponte. – NY: Knopf, 1995. – 256 p.
4. Niebel T. ICT and Economic Growth: Comparing Developing, Emerging and Developed Countries [Electronic resource] / T. Niebel // IARIW 33rd General Conference, Rotterdam, the Netherlands, August 24-30, 2014. – Way to access: <http://www.iariw.org/papers/2014/NiebelPaper.pdf>.
5. Tapscott D. The Digital Economy: Promise and Peril In The Age of Networked Intelligence. – New York; Montreal: McGraw Hill, 1995. – 432 p.

6. Веретюк С.М. Застосування методу головних компонент для порівняльного аналізу розвитку інформаційного суспільства в Україні / С.М. Веретюк, В.В. Пілінський, І.М. Панченко // Наукові записки Українського науково-дослідного інституту зв'язку. – 2016. – № 1(41). – С. 35-43.
7. Гриценко А. Формування інформаційно-мережевої економіки / А. Гриценко, Є. Песоцька // Економічна теорія. – 2013. – № 1. – С. 5-19.
8. Коляденко С.В. Цифрова економіка: передумови та етапи становлення в Україні та світі / С.В. Коляденко // Менеджмент: актуальні питання науки і практики, 2016. – № 6. – С.105-110.
9. Малик І.П. Тенденції розвитку інформаційної економіки в Україні / І.П. Малик // Вісник Східноєвропейського університету економіки і менеджменту. -2013. – Випуск 1(14). – С. 25-34.
10. World investment report 2017. Investment and the digital economy [Electronic recourse]. – United Nations Publication. – Way to assess: http://unctad.org/en/PublicationsLibrary/wir2017_en.pdf.
11. OECD Digital Economy Outlook 2017 [Electronic recourse]. – Way to assess: <http://www.oecd.org/internet/oecd-digital-economy-outlook-2017-9789264276284-en.htm>.
12. Каблов Е. Шестой технологический уклад [Электронный ресурс] / Е. Каблов // Наука и жизнь. – № 4. – 2010. – Режим доступа: <https://www.nkj.ru/archive/articles/17800/>.
13. Юдина Т.Н. Осмысление цифровой экономики / Т.Н. Юдина // Электронный научный журнал «Теоретическая экономика». – 2016. – № 3. – С. 12-16. – Режим доступа: <http://www.theoreticaleconomy.info/articles/999.pdf>.
14. Офіційний сайт Всесвітнього економічного форуму [Electronic recourse]. – World Economic Forum. – Way to assess: www.weforum.org.
15. The Digital Opportunity Index (DOI).World Information Society Report 2007. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.itu.int/ITU-D/ict/doi/material/WISR07-chapter3.pdf>.
16. Воронкін О.О. Інформаційно-комунікаційні технології як ключовий фактор інноваційного розвитку вищої освіти: глобальний вимір / О.О. Воронкін // Інформаційні технології і засоби навчання. – 2016. – № 5. Том 55. – С. 12-30.
17. Офіційний сайт Міжнародного союзу електрозв'язку [Електронний ресурс]. – <http://www.itu.int>.
18. Офіційний сайт Світового банку [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.worldbank.org.

УДК 338.433:631.147(510)

Овчаренко А.С.*аспірант кафедри міжнародної торгівлі
Київського національного економічного університету
імені Вадима Гетьмана*

ДОМИНАНТИ РОЗВИТКУ ОРГАНІЧНОГО АГРОПРОДОВОЛЬЧОГО РИНКУ КИТАЮ

Розкрито основні стадії розвитку органічного агропродовольчого ринку. Досліджено кон'юнктуру органічного агропродовольчого ринку Китаю та перспективи зростання китайського споживчого ринку. Визначено позитивні та негативні, ендегенні та екзогенні фактори впливу й особливості досліджуваного ринку. Розглянуто Китай як імпортера органічної агропродовольчої продукції.

Ключові слова: органічний агропродовольчий ринок, стадії розвитку ринку, міжнародна торгівля, попит та пропозиція, китайський ринок.

Овчаренко А.С. ДОМИНАНТЫ РАЗВИТИЯ ОРГАНИЧЕСКОГО АГРОПРОДОВОЛЬСТВЕННОГО РЫНКА КИТАЯ

Раскрыты основные стадии развития органического агропродовольственного рынка. Исследованы конъюнктура органического агропродовольственного рынка Китая и перспективы роста китайского потребительского рынка. Определены положительные и отрицательные, эндогенные и экзогенные факторы влияния и особенности исследуемого рынка. Рассмотрен Китай как импортер органической агропродовольственной продукции.

Ключевые слова: органический агропродовольственный рынок, стадии развития рынка, международная торговля, спрос и предложение, китайский рынок.

Ovcharenko A.S. THE MAIN FEATURES OF DEVELOPMENT OF CHINESE ORGANIC FOOD MARKET

The basic development stages of the organic food market are revealed. Conjuncture of the organic food market of China and perspectives of growth of the Chinese consumer market are investigated. Positive and negative, external and internal factors of influence and features of the mentioned market are determined. China as an importer of organic food products is considered.

Keywords: organic food market, development stages, international trade, supply and demand, Chinese market.

Постановка проблеми. Входження суспільства в антропоцену¹ характеризується низкою глобальних проблем, які вимагають нових методів та механізмів їх розв'язання. Насамперед це стосується реформування аграрного сектору, який відповідальний за матеріальне виробництво продуктів харчування та надмірне забруднення довкілля, шляхом його адаптації до сучасних вимог світових економік: задоволення динамічно зростаючого попиту на безпечні, екодружні товари; відновлення ресурсної бази ведення сільського господарства; мінімізація негативного антропогенного впливу сільського господар-

ства на навколишнє середовище; сприяння сталому розвитку. Діджиталізація, розвиток техніки та технологій, дослідження у сфері ведення сільського господарства, активна маркетингова діяльність компаній сформували окрему групу покупців товарів/послуг «свідомі споживачі», які створили новий ринок агропродовольчих товарів – органічний. Нині органічний метод ведення сільського господарства використовується більшістю країн світу, оскільки він має економічні, екологічні, соціальні, технічні, технологічні переваги для розвитку аграрного сектору та суспільства у цілому. Особливу увагу привертають окремі економіки світу, які мають значний вплив на розвиток міжнародної торгівлі органічними агропродовольчими товарами, зокрема китайський органічний агропродовольчий ринок становить

¹ Антропоцена – нова ера, характерною особливістю якої є домінування колективних дій людства над усіма екологічними механізмами планети. Тобто саме дії людства визначають майбутній стан екології та виживання у цілому.

окремих інтерес у контексті особливостей розвитку та споживчого потенціалу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженням стану, тенденцій та особливостей глобального агропродовольчого ринку займаються такі вітчизняні вчені, як І.В. Дітріх [1], Ю.С. Завадська [2; 3], Р.М. Безус, В.І. Артиш [4], І.С. Воронецька, С.Л. Ганначенко, О.М. Маслак [5] та ін. Оскільки кожний національний ринок органічної агропродовольчої продукції має певні особливості та тенденції розвитку, які постійно змінюються та трансформуються, ринки окремих країн, зокрема Китаю, мають вагомий вплив на міжнародну торгівлю органічною агропродовольчою продукцією.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Дослідження органічних агропродовольчих ринків вимагає постійного моніторингу у зв'язку з їх постійним розвитком, який відбувається за рахунок впливу внутрішніх та зовнішніх факторів. На особливу увагу заслуговує стан, особливості та перспективи розвитку органічного ринку Китаю, на який припадає відносно велика частка імпорту органічних товарів.

Мета статті полягає в характеристиці основних стадій розвитку органічного ринку, визначенні стану та тенденцій розвитку органічного ринку агропродовольчих товарів Китаю як потенційного ринку збуту органічної продукції.

Виклад основного матеріалу дослідження. Під глобальним органічним агропродовольчим ринком необхідно розуміти інтегрований ринок, який слугує своєрідною платформою для ведення міжнародної торгівлі органічними агропродовольчими товарами та послугами, пов'язаними з виробництвом та реалізацією даних товарів, який функціонує за рахунок наявності певної інфраструктури та діяльності суб'єктів даного ринку. У цілому глобальний органічний агропродовольчий ринок (далі – АПР) включає в себе національні ринки, які, відповідно до різних внутрішніх та зовнішніх факторів, мають різні стадії розвитку. У розвитку органічного ринку можна виділити чотири основні стадії [6], які пов'язані з різним рівнем сформованості самого ринку (табл. 1).

Органічний АПР має великий торговельний (у контексті розширення каналів та ринків збуту) та комерційний (отримання вищої додаткової вартості) потенціал для виробників, переробників та торговельних компаній. Виробництво сертифікованої органічної агропродовольчої продукції надає доступ до привабливих національних та міжнародних ринків, однак через різні стадії розвитку виникають певні проблеми з доступом до таких ринків. Різний розвиток органічних АПР безпосередньо пов'язаний із наявністю позитивних та негативних факторів, світовими тенденціями, екологічними та технологічними змінами тощо. Так на світовій арені з'являються нові органічні ринки, які мають відносно великий потенціал у контексті міжнародної торгівлі, зокрема органічний АПР Китаю.

У результаті зростання попиту на органічну продукцію світовий ринок органічних агропродовольчих товарів демонструє динамічне зростання за останні п'ять років. Китай відносно нещодавно долучився до активного ведення органічного землеробства, однак країна є однією з найбільших споживачів органіки [8], займаючи четверте місце після США, Німеччини та Франції за обсягом роздрібною торгівлі станом на 2014 р.

Експортна орієнтація китайської економіки, інтенсифікація сільського господарства та низка соціально-економічних та екологічних змін зумовили виникнення та розвиток китайського органічного ринку. Уряд Китаю підтримує всі позитивні напрями розвитку економіки. Чудовим прикладом слугує запровадження плану China Health Plan, головна мета якого – популяризація здорового харчування та розвиток харчового сектору. До програми даного плану включено поширення органічного виробництва, як одного з найперспективніших напрямів розвитку аграрного сектору [9]. На початку 2017 р. [10] між Швейцарією та Китаєм було підписано договір-співробітництва на найближчі п'ять років щодо досліджень у сфері органічного виробництва.

За рахунок активної державної підтримки органічного АПР ринок динамічно зростає, що підтверджується збільшенням обсягу виробництва даної

Таблиця 1

Стадії формування органічного агропродовольчого ринку

Стадія	Країни-представники	Характеристика
1. Розвиток органічної системи виробництва	КНДР, Косово, Чехія	– активне використання органічної системи в межах країни; – адаптація системи постачання для таргетування зацікавлених покупців; – сприяння розвитку органічної системи: в розвинених країнах – фермери, які активно практикують альтернативні системи ведення сільського господарства; для менш розвинених країн – зарубіжні компанії, які переймають органічний метод виробництва у зв'язку з його поширенням на міжнародному ринку
2. Зародження органічного ринку	Албанія, Китай	– повільне зростання пропозиції на органічну продукцію; – переорієнтація виробництва на виготовлення готової продукції; – продаж органічної агропродовольчої продукції здійснюється напряму, поява органічної продукції в магазинах здорового харчування; – розширення органічного виробництва експортно-орієнтованими країнами у зв'язку зі зростанням попиту на міжнародному ринку
3. Зростання органічного ринку	Саудівська Аравія, Іспанія	– формування внутрішнього нішевого ринку органічної агропродовольчої продукції (характерно для розвинених країн); – формування внутрішнього ринку органічної агропродовольчої продукції в експортноорієнтованих країнах (зокрема, це продукція кінцевого споживання); – створення спеціалізованих ліній органічної агропродовольчої продукції в роздрібній мережі; – поява спеціалізованих торговельних та переробних компаній; – активне використання маркетингових інструментів для просування органічної агропродовольчої продукції
4. Зрілість	Німеччина, Данія, Пн. Америка	– зростання частки органічних агропродовольчих товарів у роздрібній мережі до 15-20%; – приєднання до торгівлі органічними агропродовольчими товарами закладів суспільного харчування (кейтерінг агентства, ресторани та ін.); – посилення конкуренції

Джерело: побудовано автором на основі [7]

продукції на експорт. За останніми даними (станом на 2016 р.) експорт органічних агропродовольчих продуктів харчування Китаю становив близько 500 млн. дол. США (рис. 1). Найбільшими виробником органічної продукції є пн.-сх. регіон.

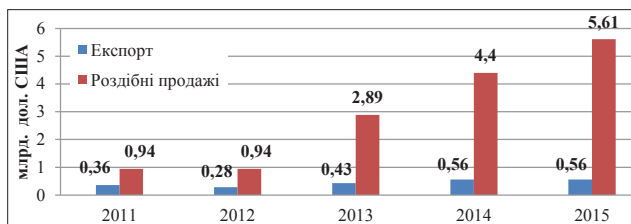


Рис. 1. Експорт та роздільні продажі органічної агропродовольчої продукції в Китаї, 2011-2015 рр., млрд. дол. США [11]

Основними країнами – імпортерами органічної продукції [11] з Китаю є США, Німеччина, Нідерланди, Канада, Японія, Швейцарія, Бельгія та ін. Провідними експортними товарами є соя та інші види бобів, фрукти, овочі, чай, горіхи та злаки. Головною групою споживачів органіки [12] є міське населення віком від 20 до 40 років, щомісячний дохід яких становить 3-5 тис. юанів (450-750 дол. США), більша частка припадає на представників із вищою освітою. На внутрішньому ринку переважають каналами розподілу є гіпермаркети та спеціалізовані магазини [13], які контролюють більше 80% ринку.

Незважаючи на те що китайська економіка проходить етап трансформації, ринок споживання зростає. Так, за прогнозами, він має збільшитися більше ніж наполовину, досягнувши позначки в 6,5 трлн. дол. США до 2020 р. (рис. 2).

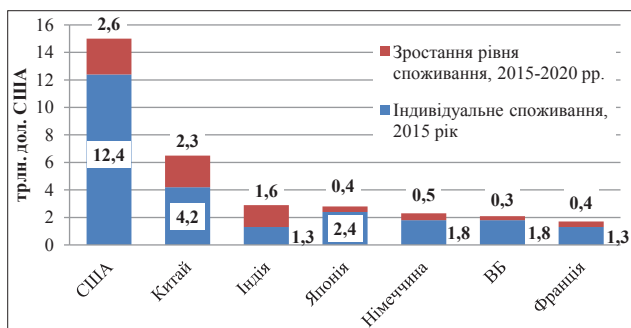


Рис. 2. Прогнозоване зростання споживчих ринків в окремих країнах світу, 2015-2020 рр., трлн. дол. США [14]

Можна виділити три основні фактори розвитку споживчого ринку в Китаї [15]: збільшення кількості представників середнього класу (81% зростання припадає на домогосподарства, дохід яких становить більше 24 тис. дол. США, з яких більше половини – особи молодше 35 років); формування нового типу споживачів «свідомі та відповідальні»; зростання ролі онлайн-торгівлі (вона стане передовим торговельним каналом, особливе місце відведене мобільній торгівлі). Очікуються зміни і в споживчих уподобаннях: домінуючою стане сфера

послуг, зокрема зростання попиту на преміальні товари та послуги (здорова їжа, освіта, туризм тощо).

Великі перспективи для торгівлі органічними продуктами харчування представляє зростання попиту на імпортні товари. За дослідженнями China eBusiness Research Center та McKinsey [15] міжнародна електронна комерція становила 40 млрд. дол. США в 2015 р., зростаючи на 50% щорічно, особливою популярністю в якій користуються імпортні органічні продукти.

На розвиток органічного АПР Китаю впливають внутрішні та зовнішні фактори, серед яких можна виділити позитивні та негативні чинники впливу [16; 17]. Негативні:

1. *Кривова екологічна ситуація в Китаї.* Інтенсивний індустріальний розвиток став поштовхом до виникнення критичної екологічної ситуації в Китаї. Наявність важких металів у земляних та водних ресурсах перетворює процес виробництва агропродовольчої продукції на небезпечний для здоров'я населення.

2. *Фальсифікація сертифікатів.* Циркуляція великої кількості підроблених та недійсних сертифікатів, метою використання яких є спекуляція задля отримання більшої виручки від продажу органічної продукції. Згідно з даними USDA, з 2011 по 2013 р. було виявлено 23 справи, які пов'язані з незаконною сертифікацією.

3. *Використання третьої сертифікаційної сторони.* Органічні агропродовольчі товари частіше за все сертифікуються третьою стороною. Китайський органічний сертифікаційний центр відповідальний лише за сертифікацію 30% органічних продуктів, інші 70% інспектуються приватними компаніями, недержавними організаціями та іншими інспекторами.

До позитивних доцільно віднести такі чинники впливу:

1. *Популяризація здорового способу життя* [18] видозмінює методи ведення місцевого бізнесу та сприяє їх адаптації до споживчих сподобань. Таким чином, локальні магазини, такі як Green Mix, Sprout Lifestyle та Hunter Gatherer, пропонують місцевим жителям цілу низку опцій, які спрямовані на пропагування здорового способу життя – від продуктів харчування та екодрузьких елементів декору до кулінарних семінарів. Головною метою даного підходу є створення 100%-го попиту на продукти місцевого виробництва, однак більше 75-80% їх асортименту є імпортованими.

2. *Зростання попиту на рослинні продукти харчування* та поява спеціалізованих магазинів [19], зорієнтованих на споживачів, які наслідують вегетаріанський або веганський спосіб життя, має свій прояв і в країнах Азії. За прогнозами, китайський

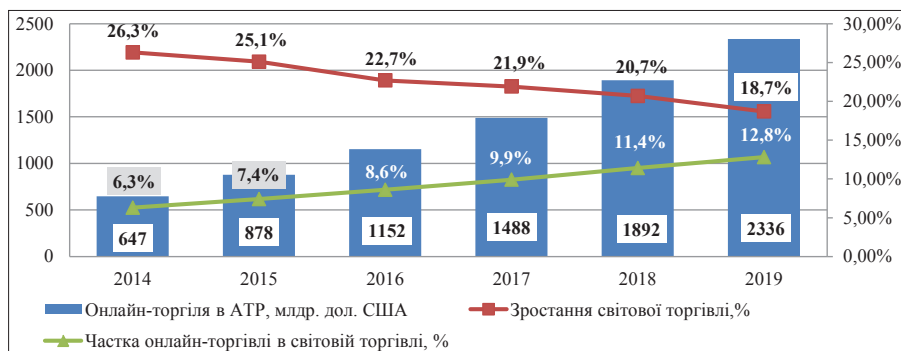


Рис. 3. Розвиток онлайн-торгівлі в Азіатсько-Тихоокеанському регіоні, 2014-2019 рр., млрд. дол. США [20]

веганський ринок до 2020 р. має зрости більше ніж на 17% за рахунок збільшення та розширення асортименту даних опцій у торговому секторі та у сфері ресторанного господарства.

3. *Важлива роль належить діджиталізації.* Китайський ринок роздрібно-онлайн-торгівлі щорічно зростає на 36%, досягши позначки 581,8 млрд. дол. США, його частка становить близько 35% світової онлайн-торгівлі, що робить його основним драйвером розвитку онлайн-торгівлі у світі. Аналізуючи сучасні тренди, варто очікувати, що китайський ринок онлайн-торгівлі перевищить 50% у глобальному розрізі вже в 2019 р. Основною характеристикою даного ринку є його стандартизація, домінуючою моделлю ведення торгівлі є С2С, зростає кількість транзакцій через модель В2С, яка демонструє динамічний розвиток (рис. 3).

Наведені фактори демонструють головні особливості формування китайського органічного АПР, серед яких домінуючу роль відіграють цілковита недовіра китайського населення до місцевих виробників органіки, активна державна підтримка розвитку та наявність значного попиту на імпортовані екодружні, безпечні товари, що створює експортні перспективи для країн – виробників органіки.

Висновки. Динамічний розвиток глобального органічного агропродовольчого ринку відбувається на рахунок зростання платоспроможного попиту на дану продукцію, визнання конкурентних переваг використання органічного методу ведення сільського господарства, впливу глобалізації та діджиталізації. Однак глобальний ринок складається із сукупності національних ринків, для яких характерними є нерівномірний розвиток органічного агропродовольчого ринку та наявність певних специфічних характеристик. У глобальному розрізі на особливу увагу заслуговують ті ринки, які мають значний потенціал розвитку та домінуючий вплив на формування певних тенденцій, зокрема органічний агропродовольчий ринок Китаю. Органічний агропродовольчий ринок займає четверте місце у світі за обсягами роздрібно-торгівлі, Китай експортує органічної продукції більше ніж на 500 млн. дол. США. Характерними особливостями розвитку китайського органічного агропродовольчого ринку є: недовіра до національних виробників органіки та сертифікаційного процесу (лише 30% продукції сертифікується китайським органічним сертифікаційним центром), зростання частки середнього класу (81% – це домогосподарства, дохід яких становить більше 24 тис. дол. США, основні споживачі – міленіали), наявність програм державної підтримки та домінування онлайн-торгівлі (китайський ринок онлайн-торгівлі перевищить 50% у глобальному розрізі вже в 2019 р.), більше 70% органічної продукції імпортується. Китайський органічний ринок агропродовольчої продукції доцільно розглядати як потенційний ринок збуту.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Дітріх І.В. Тенденції світового ринку щодо органічних продуктів харчування / І.В. Дітріх, Я.С. Литвин // Проблеми і перспективи економіки та управління. – 2015. – № 2. – С. 70-77. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/rpeu_2015_2_11.
2. Tsyhankova T. Global transformations of international organic agrofood markets / T. Tsyhankova, O. Yatsenko, Y. Zavadzka // Management Theory and Studies for Rural Business and Infrastructure Development. – 2014. – № 2. – С. 425-434.
3. Yatsenko O. Environmental Perspective of Ukrainian Trade Policy / Olha Yatsenko, Yuliya Zavadzka // Industrial Policy and Sustainable Growth. Series Title: Sustainable Development. – Publisher: Springer Singapore. – Copyright Holder: Springer Nature Singapore Pte Ltd. – Singapore, 2017 (online version); 2018 (paper printed version). pp 1-12.(DOI – 10.1007/978-981-10-3964-5_19-1; Print ISBN – 978-981-10-3964-5; Online ISBN – 978-981-10-3964-5).
4. Артиш В.І. Розвиток світового ринку органічної продукції / В.І. Артиш // Економіка АПК. – 2010. – № 3. – С. 113-116.
5. Маслак О.М. Аналіз світового ринку органічної продукції / О.М. Маслак // Вісник Сумського національного аграрного університету. Економіка і менеджмент. – 2014. – Вип. 5(60). – С. 65-69.
6. Bernet T. How to stimulate organic market development / T. Bernet, H. Willer. – 2012 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.ecologyandfarming.com/old_website/EF_2012-3%20How%20to%20stimulate%20organic%20market%20development%20-%20T%20Bernet%20H%20Willer.pdf.
7. 中国有机食品市场发展：一个持续蓬勃发展的市场 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.winechina.com/html/2017/08/201708291647.html>.
8. 2016年中国有机食品发展潜力大 最具可持续发展潜力优势产业 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ifooday.cn/zhihi/youji/20161209/36266.html>.
9. China, Switzerland Establish Sino-Swiss Organic Agriculture Research Center [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://english.cas.cn/newsroom/news/201703/t20170325_175307.shtml.
10. Key indicators on organic agriculture worldwide [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.organic-world.net/statistics/statistics-data-tables/ow-statistics-data-key_data.html?tx_statisticsdata_pi1%5Bcontroller%5D=Element2Item&cHash=1454ae80c62646f2ea29bd52b7a5248d.
11. China – one of the top 4 organic markets worldwide [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://organic-market.info/news-in-brief-and-reports-article/china-one-of-the-top-4-organic-markets-worldwide.html>.
12. 中国有机农业发展现状与展望 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.law.osaka-u.ac.jp/~cforum/box5/vol8/lixianjun\(c\).pdf](http://www.law.osaka-u.ac.jp/~cforum/box5/vol8/lixianjun(c).pdf).
13. Organic Food Products in China Market Overview / International Trade Centre. – 2011 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://legacy.intracen.org/publications/Free-publications/Organic-food-products-in-China-market-overview.pdf> 2011.
14. 3 great forces changing China's consumer market [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.weforum.org/agenda/2016/01/3-great-forces-changing-chinas-consumer-market/>.
15. China e-commerce and cross-border model are on the rise [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://en.gnfexpo.com/2017/sh-ind-news_0106/174.html.
16. 5 Reasons You Shouldn't Trust 'Organic' From China [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://foodrevolution.org/blog/organic-food-from-china/>.
17. Gain Report / USDA Foreign Agricultural Service. – 2010 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://gain.fas.usda.gov/Recent%20GAIN%20Publications/Organics%20Annual_Beijing_China%20-%20Peoples%20Republic%20of_10-14-2010.pdf.
18. Chinese consumers demand healthy food import [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://thesilkinitiative.com/chinese-consumers-demand-healthy-food-imports/>.
19. Chinese vegan market booming / Inside Retail Asia. – 2016 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://insideretail.asia/2016/05/24/chinese-vegan-market-booming/>.
20. China E-Retail Market Report / Deloitte. – 2016 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/cn/Documents/cip/deloitte-cn-cip-china-online-retail-market-report-en-170123.pdf>.

УДК 339.9.012.435-339.97

Панченко В.Г.

кандидат історичних наук, докторант
Маріупольського державного університету**ВАЛЮТНИЙ НЕОПРОТЕКЦІОНІЗМ ЯК СКЛАДНИК МОНЕТАРНОГО НЕОПРОТЕКЦІОНІЗМУ**

У статті вперше запропоновано визначення монетарного неопротекціонізму, під яким ми розуміємо таку форму неопротекціонізму, що передбачає застосування інструментів нетрадиційної монетарної політики як форми антициклічної політики, покликаної попередити негативні наслідки кризових процесів у фінансовому секторі і здійснювати стимулювальний вплив на відновлення потенціалу зростання реальної економіки. Доведено, що монетарний неопротекціонізм має за мету регулювання «дилеми не-сумісної трійці» і передбачає встановлення компромісу між проведенням незалежної монетарної політики, контролем обмінного курсу, зберіганням відкритим капітального рахунку, а також управлінням потоками капіталів. До інструментів монетарного неопротекціонізму віднесено політику валютної девальвації, кількісного пом'якшення, маніпулювання процентною ставкою, а також здатність трансформувати механізм монетарної трансмісії.

Ключові слова: монетарний неопротекціонізм, валютний неопротекціонізм, монетарна політика, монетарна трансмісія, конкурентна девальвація.

Панченко В.Г. ВАЛЮТНЫЙ НЕОПРОТЕКЦИОНИЗМ КАК СОСТАВЛЯЮЩАЯ МОНЕТАРНОГО НЕОПРОТЕКЦИОНИЗМА

В статье впервые предложено определение монетарного неопротекционизма, под которым мы понимаем форму неопротекционизма, предусматривающую применение инструментов нетрадиционной монетарной политики как формы антициклической политики, призванной предупредить негативные последствия кризисных процессов в финансовом секторе и осуществлять стимулирующее влияние на восстановление потенциала роста реальной экономики. Доказано, что монетарный неопротекционизм имеет целью регулирование «дилеммы несовместимой троицы» и предусматривает установление компромисса между проведением независимой монетарной политики, контролем обменного курса, сохранением открытым капитального счета, а также управлением потоками капиталов. К инструментам монетарного неопротекционизма отнесены политика валютной девальвации, количественного смягчения, манипулирование процентной ставкой, а также способность трансформировать механизм монетарной трансмиссии.

Ключевые слова: монетарный неопротекционизм, валютный неопротекционизм, монетарная политика, монетарная трансмиссия, конкурентная девальвация.

Panchenko V.G. CURRENCY NEOPROTECTIONISM AS A FORM OF MONETARY NEOPROTECTIONISM

This article is the first one to propose the definition of neo-protectionism as the form of neo-protectionism involving use of nontraditional monetary policy instruments as a form of anti-cyclic policy designed to prevent negative effects of crisis processes in the financial sector and have stimulating effects for the recovering of the growth potential in the real economy. It is demonstrated that the monetary protectionism aims to regulate "the dilemma of incompatible trinity" and involves the compromise between implementation of independent monetary policy, exchange rate control, maintaining the capital account open, and management of capital flows. The policy of quantitative easing, manipulation with the interest rate policy, and the capacity to transform the monetary transmission mechanism are classified as the instruments of monetary protectionism.

Keywords: monetary non-protectionism, monetary policy, monetary transmission, quantitative easing policy, negative interest rate, currency devaluation.

Постановка проблеми. Валютна девальвація, що має на меті використання недооціненого обмінного курсу для вирівнювання платіжного балансу, дедалі активніше утверджується в ролі інструменту валютного неопротекціонізму, який розглядається нами як складник монетарного неопротекціонізму, здатність застосування якого на пряму залежить від ступеня монетарного суверенітету. З одного боку, недооцінений валютний курс виступає податком на імпорт, з іншого – володіє потенціалом експортної субсидії. Негативні ефекти, що виникають під час його застосування для країн – торгових партнерів, виразно проявляють експансіоністський потенціал валютної політики як інструменту конкурентної боротьби.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. В. Лі Хоскінс і О.Ф. Хампейдж [1] під монетарним протекціонізмом розуміли монетарні маніпуляції номінальним валютним курсом для досягнення поточних цілей грошово-кредитної політики. Попри політичну привабливість монетарного протекціонізму його вплив на умови торгівлі невизначений із причини високих інфляційних ризиків. К.Дж. Нілі [2] монетарний протекціонізм ідентифікував як маніпулятивний інструмент монетарної політики. Монетарний протекціонізм як ознаку монетарної автономії крізь призму продуктованих ним спіловер-ефектів досліджували на емпіричному досвіді країн із малою

відкритою економікою К. Кацерес, Я. Кар'єр-Сволоу і Б. Грас [3]. Поширений аргумент про взаємозв'язок фіксованого обмінного курсу та експансіоністського потенціалу тарифів (за умови виконання з боку торговельних партнерів укладених раніше контрактів) розглядав Дж.К. Мартін [4]. Він наполягав на виокремленні двох продуктованих монетарною маніпуляцією каналів впливу на економічне відновлення: торговельного – через зміну споживацьких уподобань на користь неторговельних каналів унаслідок знецінення національної валюти; регуляторного – через короткостроковий вплив політики центральних банків на пошавлення сукупного попиту шляхом підтримки валютних паритетів [4].

Мета статті полягає у вивченні маніпулятивного потенціалу валютного курсу як інструменту валютного неопротекціонізму. Водночас валютний неопротекціонізм нами пропонується розглядати як частину монетарного неопротекціонізму, прояви якого здебільшого зачіпають валютний курс, утім, не завжди спричиняють його девальвацію.

Виклад основного матеріалу дослідження. Монетарний неопротекціонізм, на нашу думку, передбачає застосування інструментів нетрадиційної монетарної політики як форми антициклічної політики, покликаної попередити негативні наслідки кризових процесів у фінансовому секторі і здійснювати

стимулювальний вплив на відновлення потенціалу зростання реальної економіки. Монетарний неопротекціонізм має за мету регулювання «дилеми несумісної трійці» і передбачає встановлення компромісу між проведенням незалежної монетарної політики, контролем обмінного курсу, зберіганням відкритим капітального рахунку, а також управлінням потоками капіталів.

До його проявів ми відносимо реалізацію політики кількісного пом'якшення, яка сприяє знеціненню валюти країни двома шляхами: по-перше, воно впливає на очікування спекулянтів щодо можливості падіння вартості валюти; по-друге, значне збільшення пропозиції національної валюти призводить до зниження внутрішньої відсоткової ставки порівняно з відсотковими ставками країн, у яких кількісне послаблення не застосовується. Своєю чергою, це спричиняє зростання обсягів капіталу в девальвованій валюті, що переміщується до країн із вищими відсотковими ставками, для збільшення вигоди від інвестування і торгівлі, що призводить до подорожчання валюти цих країн. Таким чином, експорт країни – одержувача капіталу буде підірвано внаслідок зростання її валютного курсу, а зростання імпорту з країни, що здійснила кількісне послаблення, спричинить порушення торговельного балансу на користь ініціатора кількісного послаблення.

Серед інших проявів монетарного неопротекціонізму – маніпулювання політикою процентної ставки, адже від'ємні відсоткові ставки покликані стимулювати приватний сектор витратити більше, підвищувати сукупні витрати, полегшувати доступ до фінансових ресурсів та забезпечувати цінову стабільність. Утім, у випадку малих економік від'ємні відсоткові ставки можуть також застосовуватися для попередження притоку капіталу, а отже, їхній вплив на вкурс національної валюти буде відрізнятися від впливу політики кількісного пом'якшення, призводячи натомість до зростання вартості національної валюти.

Трансформація механізму монетарної трансмісії як прояв монетарного неопротекціонізму уможливорює реалізацію ще однієї його форми – валютного неопротекціонізму. Під ним ми розуміємо інструмент реалізації економічних і безпекових інтересів країн шляхом використання механізму курсоутворення для підвищення конкурентоспроможності як на внутрішньому, так і зовнішньому ринках, а також шляхом використання експансійного потенціалу валюти. Валютний неопротекціонізм, на нашу думку, реалізується через:

- проведення конкурентних девальвацій. Останні з високим ступенем апроксимації можна звести до таких: здійснення валютної інтервенції та проведення девальвації шляхом підвищення пропозиції національної валюти та скупівлі іноземних валют, унаслідок чого курс національної валюти знижується; впровадження політики кількісного послаблення, за якої центральний банк країни підвищує пропозицію грошей у країні шляхом купівлі державних цінних паперів у комерційних банків [5]. Зростання пропозиції грошей призводить до зниження відсоткових ставок в економіці та послаблення національної валюти; до зниження курсу національної валюти шляхом поширення інформації про здійснення відповідних заходів у майбутньому, що знизить будь-які стимули спекулянтів грати на підвищення валюти;

- збереження валютного суверенітету (наприклад, окремими країнами периферії ЄС свідомо затягується вступ до Валютного союзу попри відповідність фінан-

сово-економічних показників країни Маастрихтським критеріям конвергенції);

- впровадження різних курсів національної валюти для обслуговування експортних/імпортних операцій країни;

- інтернаціоналізацію валют на регіональному рівні;

- розвиток валютних союзів;

- перегляд валютних паритетів.

Під час заснування МВФ було визнано, що застосування в односторонньому порядку інтервенцій на валютному ринку може мати тривожні наслідки для інших членів. Відповідно, ст. IV, серед інших статей Угоди МВФ, зокрема, зазначає таке: «Кожен член повинен... уникати маніпулювання обмінними курсами або міжнародною валютною системою для запобігання дієвому регулюванню платіжного балансу або отриманню несправедливої конкурентної переваги перед іншими учасниками». Однак статті Угоди МВФ не визначають термін «маніпуляції» або термін «несправедлива конкурентна перевага», і протягом десятиліть Фонд надав мало вказівок щодо змісту цих понять. Виконавчою радою МВФ було надане тлумачення «маніпуляції» як політики, що орієнтована – і дійсно впливає – на рівень обмінного курсу. Крім того, маніпуляції можуть спричинити корекцію обмінного курсу або ж запобігти їй. Щодо концепції несправедливої конкурентної переваги, то в додатку до рішення МВФ йдеться про те, що члени будуть уважатися такими, що маніпулюють обмінними курсами для отримання несправедливої переваги перед іншими учасниками, якщо Фонд визначить, що: країна-член здійснює цю політику для забезпечення фундаментальної розбалансованості обмінного курсу у формі недооцінення обмінного курсу; метою такої незбалансованості є збільшення чистого експорту [6].

Вживаючи поняття «конкурентні девальвації» і «недооцінений валютний курс», ми наражаємося на небезпеку некоректної ідентифікації тих чи інших проявів монетарної політики. Так, наприклад, прем'єр-міністр Китаю Дж. Джибао стверджував, що поточна монетарна політика США – політика кількісного пом'якшення – є одним із видів торговельного протекціонізму. Тим часом американський Конгрес готовий обізвати Китай валютним маніпулятором, і голова Федеральної резервної системи Б. Бернанке дипломатично вказав на небезпеки недооцінки валюти, що створює макроекономічні дисбаланси. Натомість політику США з використання механізму валютної девальвації Б. Бернанке назвав такою, що орієнтована на досягнення внутрішньоекономічних цілей [8] і відрізняється від політики КНР із навмисного використання недооціненого юаня як інструменту експансії зовнішніх ринків. Утім, як справедливо відзначає О. Галушка [9], межа між проведенням девальвації для внутрішніх потреб та девальвації для досягнення конкурентних переваг є дуже тонкою і на разі немає механізмів для того, щоб відрізнити перше від другого.

Попри це ми спробуємо встановити відмінність між валютною маніпуляцією та традиційною монетарною політикою й у такий спосіб довести наявність валютного неопротекціонізму як інструменту монетарного неопротекціонізму.

По-перше, важливо зазначити, що для міжнародної торгівлі має значення реальний (тобто скоригований на інфляцію) обмінний курс, а не номінальний обмінний курс. Маніпуляція з реальним обмінним курсом може вплинути на торгівлю, оскільки «недооцінена» валюта робить товари,

якими торгує країна, відносно дешевшими на світових ринках і стимулює внутрішнє виробництво за рахунок її торговельних партнерів.

Валютна маніпуляція зазвичай вважається синонімом тривалої стерилізованої валютної інтервенції – зазвичай для ослаблення національної валюти – або використання законів чи нормативних актів підтримання валюти країни недооціненою для отримання торговельних переваг. Статті Угоди Міжнародного валютного фонду забороняють таку тактику, але не містять механізмів примусу.

З погляду макроекономічної теорії багато видів економічної політики (у тому числі монетарної політики, як, наприклад, нещодавнє кількісне пом'якшення у США) впливають на зміни відсоткових ставок, цін та обмінних курсів, але не вважаються валютною маніпуляцією, оскільки такі зміни робляться насамперед для внутрішніх потреб країн і мають лише помірний і тимчасовий вплив на реальні обмінні курси. Водночас, ураховуючи статус долара як резервної валюти, роль, що відіграє ФРС у координації міжнародної економічної політики в монетарній сфері, а також статус США як країни – нетто-боржника, ми наполягаємо, що кількісне пом'якшення, з огляду на його зовнішні ефекти, підпадає під визначення інструменту валютного неопротекціонізму.

На відміну від таких внутрішньо спрямованих видів політики, багато країн з економіками, що формуються, прискіпливо управляють обмінними курсами для сприяння реалізації стратегій зростання на основі експорту. Народний банк Китаю запобіг швидкому оцінюванню юаню (RMB), купуючи активи в доларах США (тобто продаючи власну валюту RMB) і забороняючи більшість міжнародних купівель активів у RMB (контроль капіталу). На додаток до цього НБК використовує вимоги до резервів для стримування внутрішньої інфляції, яка давала б реальну оцінку. Уповноважені лідери КНР при цьому стверджують, що стабільний RMB є корисним для Китаю та всієї світової економіки. Але оскільки така політика обмінного курсу спрямована назовні, слід говорити про те, що така політика являє собою валютну маніпуляцію для здобуття переваг у торгівлі. Втім, варто відзначити, що попри ці заходи на оцінку реальної вартості RMB щодо долара США останніми роками впливають водночас і номінальна оцінка, і зростаюча інфляція в Китаї, внаслідок чого реальна оцінка починаючи із середини 2006 р. більше ніж на 20% вище.

Однак китайські високоурядовці праві, стверджуючи, що величезний дефіцит торгівлі США зумовлений переважно рішеннями американців щодо заощаджень/інвестицій, які, ймовірно, є відносно нечутливими до змін реального обмінного курсу RMB/долар. Урешті-решт, оцінений RMB дав би користь китайським споживачам і американським виробникам, але, ймовірно, мав би дуже помірний вплив на загальний рівень торговельного дефіциту США.

Втім, оскільки ця китайська політика обмінного курсу спрямована назовні й міцно ґрунтується на регуляторних правилах, які стримують нормальні сили ринку, тут можна говорити про те, що така політика являє собою валютну маніпуляцію для здобуття переваг у торгівлі.

Отже, коли йдеться про недооцінений або переоцінений обмінний курс, важливо дати відповідь на питання: по відношенню до чого, власне, є недооціненим національний курс валюти? В економічній літературі недооцінювання або переоцінювання обмінного курсу розглядається по відношенню до паритету

купівельної спроможності (ПКС) чи до курсу, необхідного для збалансування поточного рахунку.

Іншим підходом до визначення недооцінених та переоцінених обмінних курсів є їхнє порівняння з гіпотетичним обмінним курсом, необхідним для збалансування поточного рахунку. Якщо посадовці розглядають профіцит поточного рахунку як результат того, що країна занадто багато експортує чи недостатньо імпортує, то вони можуть почати шукати засоби зменшення експорту та збільшення імпорту. Зміна обмінного курсу є одним із таких засобів.

Економічна теорія вказує на те, що ревальвація обмінного курсу робить імпортні товари доступнішими для національних споживачів, а експортні товари – дорожчими для іноземних споживачів. Отже, у цьому разі ревальвація обмінного курсу призведе до усунення профіциту поточного рахунку за рахунок скорочення експорту та підвищення імпорту. Таким чином, можна констатувати, що початковий обмінний курс до ревальвації був недооціненим.

Розглядаючи вищенаведену теорію, можна прийти до висновку, що існує якийсь «правильний» обмінний курс, який задовольняє вимоги паритету купівельної спроможності чи збалансованого поточного рахунку, а недооцінені та переоцінені обмінні курси є «неправильними» [10]. Якщо міркувати про недооцінений обмінний курс у контексті його «неправильності», нескладно дійти висновку, що він буде мати якісь негативні економічні наслідки. В економічній літературі недооцінювання обмінного курсу відносять до серії заходів економічної політики «розори сусіда» (*beggar-thy-neighbor*), тобто поліпшення країною стану своєї власної національної економіки заходами, які створюють проблеми для національних економік інших країн. Водночас потужність негативних ефектів, здійснюваних країною, що імплементує політику конкурентної девальвації на її країни-партнери, залежатиме від ступеня взаємозалежності їхніх торговельних та фінансових потоків.

До потенційно небезпечних наслідків девальвації З. Луцишин і Н. Резнікова [7] відносять: зниження рівня якості життя громадян через падіння їхньої купівельної спроможності (через подорожчання імпорту); зростання інфляції; подорожчання обслуговування зовнішнього боргу; зменшення стимулів до іноземного інвестування в країну; скорочення зайнятості в одних країнах і виникнення дефіциту поточного рахунку в інших.

Що стосується феномену добробуту, то поліпшення умов торгівлі, на думку авторів, може значно переважати над наслідками скорочення виробництва. Зокрема, коли рівень перерозподілу витрат через валютний курс є високим, девальвація дає змогу вітчизняним виробникам збільшувати свою ринкову частку в третій країні за рахунок інших конкурентів. Однак високий рівень перерозподілу також призводить до падіння їхніх відносних цін. Через останній ефект двостороння торгівля між країнами, які конкурують у світовій економіці, зменшує стимули використовувати політику валютного курсу як інструмент підвищення конкурентоспроможності.

Водночас низький рівень перерозподілу витрат підвищує ймовірність того, що девальвація буде конкурентною. Оскільки відносні ціни в національних валютах ізольовані від зміни валютних курсів, девальвація спричиняє зростання прибутків експортерів і реальних вітчизняних доходів, так що вітчизняні домогосподарства можуть збільшити своє споживання. З огляду на те, що іноземні виробники повинні задовольняти додатковий попит за незмін-

них споживчих цін, вони зазнають утрат доходів від продажів. Така девальвація має наслідком розорення сусіда, оскільки у цьому разі виробники змушені більше працювати, щоб задовольнити будь-який заданий рівень споживання [7].

У такому контексті у недооцінювання обмінного курсу є два тісно взаємопов'язані наслідки:

1. Недооцінювання обмінного курсу національної валюти призводить до поліпшення національного торговельного балансу.

2. Як наслідок, недооцінювання обмінного курсу національної валюти призводить до погіршення торговельних балансів інших країн.

Спробу емпірично підтвердити ці два твердження робить С. Мбайе [11], який розглянув набір даних про торгівлю 62 країн (28 розвинених та 34, що розвиваються) у період 1990-2007 рр., які охоплюють більше 90% світової торгівлі (табл. 1). Наслідки недооцінювання обмінного курсу аналізуються за допомогою такої моделі:

$$(TB / Y)_{it} = \alpha + \beta_1 MISALIGN_{it} + \beta_2 MISALIGN^*_{it} + \beta_3 Y_{it} + \beta_4 Y^*_{it} + f_{HF} + f + f^* + f_t + \varepsilon_{it}$$

де: (TB / Y) – відношення двостороннього торговельного балансу між країнами Н і F, поділене на ВВП країни Н;

α – набір фіксованих ефектів;

$MISALIGN_{it}$ і $MISALIGN^*_{it}$ – ступінь недооцінювання обмінних курсів національної та іноземної валюти відповідно;

Y_{it} – ВВП країни національної валюти;

Y^*_{it} – ВВП країни іноземної валюти;

f_{HF} – фіксовані ефекти для пари країн;

f – фіксовані ефекти для країни національної валюти;

f^* – фіксовані ефекти для країни іноземної валюти;

f_t – часові фіксовані ефекти;

ε_{it} – залишок.

Найбільш репрезентативними виступають коефіцієнти β_1 і β_2 , які дають змогу зробити оцінку впливу недооцінювання обмінних курсів на торговельний баланс. Будуючи дев'ять різних специфікацій для оцінки цих коефіцієнтів, отримуємо: перші чотири – на основі методу оцінки параметрів різницевого узгальненого методу моментів (УММ); останні п'ять –

на основі методу оцінки параметрів системного УММ. Специфікації $misppr$ базуються на визначенні недооціненого обмінного курсу через ПКС, а специфікації $misbeer$ – на визначенні недооціненого обмінного курсу через баланс поточного рахунку. Різні специфікації також містять додаткові пояснювальні змінні для перевірки стійкості результатів моделі.

Результати моделі є стабільними та статистично значущими і підтримують гіпотезу про ефекти «розори сусіда» від недооцінювання обмінного курсу. По-перше, недооцінювання національної валюти призводить до поліпшення поточного торговельного балансу країни – адаптанта конкурентних девальвацій. Оцінки цього ефекту вказують на те, що кожен раз, коли національна валюта недооцінюється на 10%, національний торговельний баланс поліпшується від 0,4 до 0,8%. По-друге, недооцінювання іншою державою своєї національної валюти має протилежний ефект: кожен раз, коли іноземна валюта недооцінюється на 10%, національний торговельний баланс погіршується на 0,2-0,5% [12]. Таким чином, ми можемо стверджувати, що конкурентні девальвації дійсно можна використовувати як інструмент неопротекціонізму.

Висновки. Неопротекціонізм валютний на відміну від інших його модифікацій є дієвим інструментом політики «розори сусіда» (beggar-thy-neighbor), що дає змогу зарахувати його до інструментів неомеркантилістської політики. Недооцінювання національної валюти призводить до поліпшення сальдо поточного балансу, погіршуючи при цьому торговельний баланс країн-партнерів. Водночас за плаваючого режиму валютних курсів позитивні ефекти конкурентної девальвації обмежуються короткостроковим горизонтом планування, які будуть тим меншими, чим активнішими будуть вжиті контр-заходи країнами-партнерами країн-девальвантів. Якщо відповідно на запроваджену політику конкурентної девальвації країни-партнера стане аналогічна політика, тоді виникнуть усі підстави для засвідчення факту розгортання «валютної війни». Якщо ж відповідно стане реалізація монетарної політики, спрямованої на роздмухування дефляційних тенденцій, то в країнах, що адаптують такий варіант реагування, підвищується ризик згорання обсягів виробництва, зростання безробіття, зменшення доходів до бюджету, скорочення державних витрат. Таким

Таблиця 1

Вплив недооцінювання обмінного курсу на відношення національного торговельного балансу до ВВП

	Відношення національного торговельного балансу до ВВП			
	Різницевий УММ			
	$misppp1$	$misppp2$	$misbeer1$	$misbeer2$
Лаг відношення торговельного балансу до ВВП	0,850**	0,651**	0,432**	0,644**
Недооцінювання національної валюти	4,063***	3,692**	7,855*	7,532***
Недооцінювання іноземної валюти	-4,806***	-3,226**	-3,117***	-4,135***
Національний реальний ВВП	-0,011**	-0,004**	-0,003**	-0,002**
Іноземний реальний ВВП	0,003**	0,001***	0,0001**	0,001**
	Системний УММ			
	$misppp1$	$misppp2$	$misbeer1$	$misbeer2$
Лаг відношення торговельного балансу до ВВП	0,802***	0,882***	0,945***	0,923***
Недооцінювання національної валюти	4,911***	5,906***	6,935***	7,790***
Недооцінювання іноземної валюти	-3,547**	-3,243***	-2,047**	-2,970**
Національний реальний ВВП	-0,002*	-0,001**	-0,002**	-0,002**
Іноземний реальний ВВП	0,0001***	0,001**	0,004**	0,002*

Примітка: *** – 99%, що оцінене значення коефіцієнта знаходиться в межах стандартної похибки; ** – 95%, що оцінене значення коефіцієнта знаходиться в межах стандартної похибки; * – 99%, що оцінене значення коефіцієнта знаходиться в межах стандартної похибки.

Джерело: <http://publi.cerdi.org/ed/2012/2012.39.pdf>

чином, для торговельних партнерів країн, які недооцінюють обмінний курс своєї національної валюти, існує також низка інших наслідків, серед яких виокремлюємо: ефекти зростання або падіння добробуту для різних учасників економіки; зміну темпів інфляції; зміну рівня безробіття. Проте нині існує брак емпіричних досліджень щодо цих ефектів.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Hoskins Lee W. A Critique of Monetary Protectionism / W. Lee Hoskins, O. F. Humpage // *Economic Commentaries of Federal Reserve Bank of Cleveland*. – 1990 [Electronic resource]. – Mode of access: https://fraser.stlouisfed.org/scribd/?item_id=495444&filepath=/files/docs/historical/frbclev/econcomm/econcomm_19900515.pdf#scribd-open.
2. Neely Ch. The Difference Between Currency Manipulation and Monetary Policy / Ch. Neely // *Economic SYNOPSIS*. – 2011. – № 5. [Electronic resource]. – Mode of access: <https://files.stlouisfed.org/files/htdocs/publications/es/11/ES1105.pdf>.
3. Caceres C. Global Financial Conditions and Monetary Policy Autonomy / C. Caceres, Y. Carrière-Swallow, B. Gruss. – 2016. [Electronic resource]. – Mode of access: <https://www.imf.org/external/pubs/ft/wp/2016/wp16108.pdf>.
4. Martijn J.K. Real exchange rate changes as a cause of protectionism / J.K. Martijn // *De Economist*. – 1989. – Vol. 137. – P. 328-350. [Electronic resource]. – Mode of access: link.springer.com/article/10.1007/BF02115698.
5. Georgiadis G. Growth, Real Exchange Rates and Trade Protectionism since the Financial Crisis / G. Georgiadis, J. Gräß // *The European Central Bank*. – 2013 [Electronic resource]. – Mode of access: <http://www.ecb.europa.eu/pub/pdf/scpwps/ecbwp1618.pdf>.
6. Surveillance Guidelines: Landmark Framework for IMF Surveillance // *IMF Survey Online* – 21 June 2007 [Electronic resource]. – Mode of access: <http://www.imf.org/external/pubs/ft/survey/so/2007/POL0621B.htm>.
7. Луцишин З. Конкурентні девальвації у валютних війнах: фінансові проєкції неопротекціонізму / З. Луцишин, Н. Резнікова // *Міжнародна економічна політика*. – 2013. – № 2(19). – С. 48-65.
8. Strupczewski J. Analysis: G20 promises unlikely to end devaluation debate / J. Strupczewski // *Reuters*. – 16.02.2013 [Electronic resource]. – Mode of access: <http://www.reuters.com/article/2013/02/16/us-g20-devaluationidUSBRE91F05S20130216>.
9. Галушка О.М. Девальвація національних валют великих економік та її вплив на курс гривні / О.М. Галушка // *Вісник Хмельницького національного університету*. – 2014. – № 6. – Т. 1. – С. 178-184.
10. Suranovic S.M. International finance theory and policy // *The International Economics Study Center*. – 25 January 2006 [Electronic resource]. – Mode of access: <http://internationalecon.com/Finance/Fch30/F30-6.php>.
11. Mbaye S. Beggar-thy-Neighbor effects of currency undervaluation: Is China the tip of the iceberg? // *CERDI*. – December 2012 [Electronic resource]. – Mode of access: <http://publi.cerdi.org/ed/2012/2012.39.pdf>.
12. Mbaye S. Beggar-thy-Neighbor Effects of Currency Undervaluation: Is China the Tip of the Iceberg? / S. Mbaye. – 2012 [Electronic resource]. – Mode of access: <http://publi.cerdi.org/ed/2012/2012.39.pdf>.
13. Balance of payments and international investment position manual / *The International Monetary Fund*. – 2009 [Electronic resource]. – Mode of access: <https://www.imf.org/external/pubs/ft/bop/2007/pdf/bpm6.pdf>.

УДК 339.92

Шлапак А.В.

*кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри міжнародного обліку і аудиту
Київського національного економічного університету
імені Вадима Гетьмана*

КОНКУРЕНТНІ ПОЗИЦІЇ США НА ГЛОБАЛЬНОМУ РИНКУ: СУЧАСНІ РЕАЛІЇ

Стаття присвячена комплексній оцінці сучасних конкурентних позицій Сполучених Штатів Америки на глобальному ринку. Детально проаналізовано товарну структуру експортно-імпорتنих операцій США. Розглянуто особливу специфіку американської зовнішньої торгівлі.

Ключові слова: глобальний ринок, експортно-імпорتنі операції, товарна структура, зовнішня торгівля.

Шлапак А.В. КОНКУРЕНТНЫЕ ПОЗИЦИИ США НА ГЛОБАЛЬНОМ РЫНКЕ: СОВРЕМЕННЫЕ РЕАЛИИ

Статья посвящена комплексной оценке современных конкурентных позиций США на глобальном рынке. Детально проанализирована товарная структура экспортно-импортных операций США. Рассмотрена особенная специфика американской внешней торговли.

Ключевые слова: глобальный рынок, экспортно-импортные операции, товарная структура, внешняя торговля.

Shlapak A.V. CONTEMPORARY COMPETITIVE USA POSITIONS IN THE GLOBAL MARKET

The article is devoted to a comprehensive assessment of the current competitive positions of the United States on the global market. The commodity structure of US export-import operations has been analyzed in detail. The special specifics of American foreign trade are considered.

Keywords: global market, export-import operations, commodity structure, foreign trade.

Постановка проблеми. Наявні ресурсні можливості, форми і рівні, важелі і механізми забезпечення конкурентного лідерства Сполучених Штатів Америки у глобальних умовах є досить масштабними і диверсифікованими, здатними забезпечити максимально повну реалізацію національних інтересів цієї наддержави як у внутрішній сфері, так і на міжна-

родному поприщі. Глобальне конкурентне лідерство досягається США за багатьма каналами і напрямками діяльності економічних агентів різних форм власності – у виробничій, торговельній, інвестиційній, фінансовій, науково-технічній, інтеграційній, міграційній та інших сферах. При цьому однією з найважливіших із них є саме зовнішньоторговельна

діяльність, яка є невід'ємним компонентом великомасштабної і диверсифікованої міжнародної економічної діяльності Сполучених Штатів на глобальних ринках. У ній знаходить своє концентроване втілення не тільки ступінь реалізації глобально-орієнтованих інтересів держави у міжнародній сфері, але й рівень її інтеграції у світові економічні процеси та ступінь реального впливу на параметри глобальної моделі міжнародного поділу праці, що формується на старті XXI ст.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. З-поміж наукових праць, присвячених зовнішньоторговельній діяльності у стратегічних пріоритетах конкурентного лідерства США, варто відзначити роботи таких авторів, як Л. Байнфолд [1], Т. Беседес [2], І. Гладій [3], І. Гладков [4], Д. Лук'яненко [5] та ін.

Постановка завдання. На основі викладеного можна визначити завдання дослідження, а саме комплексне дослідження сучасних конкурентних позицій США у світі.

Виклад основного матеріалу дослідження. Комплексна оцінка сучасних конкурентних позицій Сполучених Штатів Америки на глобальному ринку вимагає детального аналізу товарної структури їх експортно-імпорتنих операцій, яка відбиває характер спеціалізації держави у глобальній моделі міжнародного поділу праці та її участь у глобальних ланцюгах доданої вартості. З даних рис. 1 можна дійти висновку про висококонкурентні позиції

США на світовому ринку за експортом як високо-технологічних товарів, так і продукції традиційних галузей, котрі вже давно переведені на інноваційні «рейки» і розвиваються у руслі провідних інноваційних і науково-технічних трендів глобального розвитку. Так, у період 2003-2015 рр. основними статтями американського експорту було транспортне обладнання (326,3 млрд. дол. США, або 21,7% загального товарного експорту у 2015 р.), електронна продукція (263,9 млрд., 17,5%), продукція хімічної промисловості (228 млрд., 15,2%) та продукція агропромислового сектору (146 млрд., 9,7% відповідно).

Деяко парадоксальним, як для типової постіндустріальної економіки, є нарощування з 2011 р. обсягів поставок економічними агентами США енергетичних ресурсів на глобальний ринок. Їх експорт із 2003 р. до 2014 р. зріс із 13,7 до 132,6 млрд. дол. США (у 2015 р. – 111,7 млрд., або 7,4% загального експорту товарів). Ця парадоксальність впливає з того, що практично увесь післявоєнний період економічного розвитку Сполучених Штатів (особливо за часів від Г. Трумена до Р. Рейгана) пройшов під гаслом «Консервація власної паливно-енергетичної бази й імпорт дешевих енергоносіїв із країн Близького Сходу».

Однак уже з середини 2000-х років ситуація почала стрімко змінюватись: динамічне розгортання у США «сланцевої революції», активне включення їх нафтогазових гігантів та невеликих незалежних нафтових компаній (Anadarko Petroleum, Apache, Continental Resources, Chesapeake Energy, Devon Energy, EOG Resources, Oasis Petroleum та ін. [9, с. 94]) у повномасштабне видобування сланцевого газу і нафти (з метою компенсування зменшення масштабів видобутку в традиційних родовищах вуглеводневої сировини) фундаментально змінили глобальний «енергетичний ландшафт» із висуванням Сполучених Штатів Америки у світові лідери з видобутку і постачання світовим споживачам енергетичних товарів. Досить сказати, що тільки у період 2000-2014 рр. видобуток нетрадиційного газу у США зріс із 156,4 до 543,6 млрд. м³, у тому числі сланцевого газу – з 23,1 до 378,8 млрд., а газу щільних колекторів – із 94,2 до 127,7 млрд. відповідно [9]. І це без урахування колосального економічного ефекту освоєння сланцевих ресурсів – 2,5 млн. нових робочих місць і 100 млрд. дол. США додаткових надходжень у бюджети всіх рівнів [10].

З огляду на швидке відновлення американськими компаніями світового лідерства за масштабами розвідувального та промислового буріння, нині вони активно шукають ринки збуту своїх паливно-енергетичних товарів, насамперед на європейському континенті. Ми переконані, що вже найближчим часом масштабні постачання американського сланцевого газу і нафти завдадуть колосальних збитків Російській Федерації і витіснять її з європейського ринку, з огляду на військову агресію РФ проти України, а відтак – потужного тиску секторальних санкцій на країну-агресора.

Що стосується товарної структури імпорتنих поставок у США, то тут домінуючі позиції посідають такі статті, як електронна продукція (448,9 млрд. дол. США, або

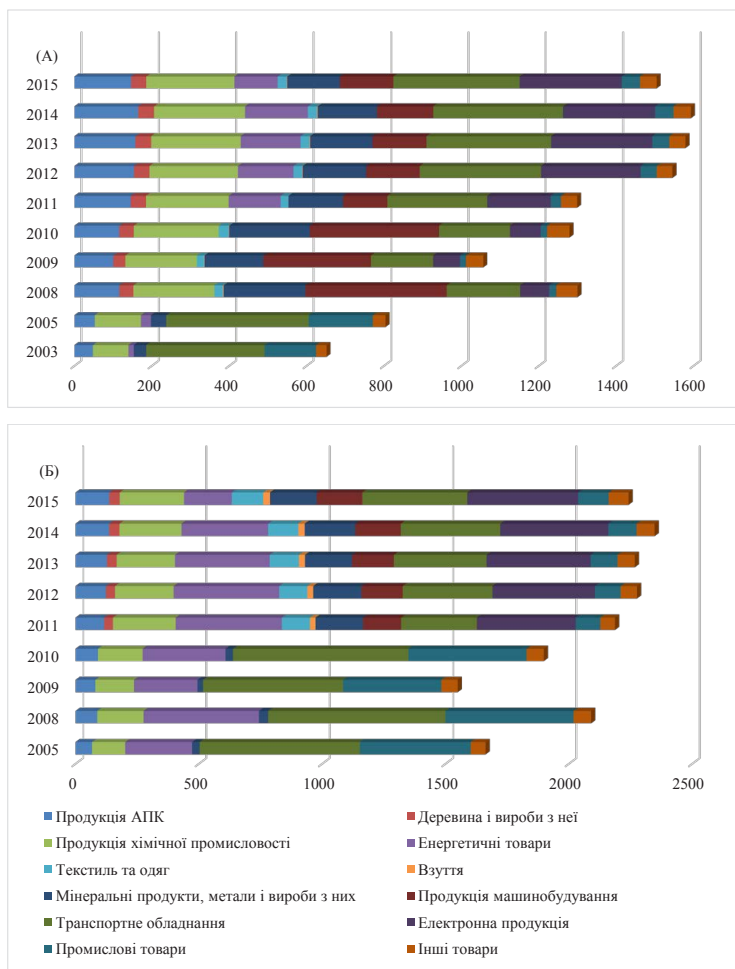


Рис. 1. Товарна структура експортних (А) й імпорتنих (Б) операцій США протягом 2003-2015 рр. [6; 7; 8]

20% загального товарного імпорту у 2015 р.), транспортне обладнання (425,4 млрд., 18,9%), хімічна продукція (260,4 млрд., 11,6%), енергетичні товари (194,5 млрд., 8,7%), продукція машинобудування (185,5 млрд., 8,3% відповідно). Як бачимо, відносний розподіл експортних і імпортних товарів є практично ідентичним, тож на перший погляд не зовсім зрозуміло може здатися міжнародна спеціалізація Сполучених Штатів у глобальній економіці. На нашу думку, подібна ситуація може бути пояснена кількома причинами: по-перше, глибоким рівнем включення американських виробників у глобальні ланцюги доданої вартості і фрагментарні мережі транснаціонального виробництва; по-друге, різним технологічним класом однотипних експортних та імпортних товарів; по-третє, високим рівнем продуктивності суспільної праці, яка лежить в основі колосального виробництва товарів традиційних галузей, надлишки яких збуваються на глобальному ринку; по-четверте, величезним платоспроможним попитом американського суспільства, який дає змогу споживати як товари власного виробництва, так і імпортні.

І, нарешті, не можна скидати з рахунків і особливу специфіку американської зовнішньої торгівлі. Йдеться про те, що оскільки розрахунки за експортно-імпортними операціями здійснюються в американських доларах, то з погляду компаній і підприємницьких структур США весь глобальний ринок товарів і послуг розглядається ними як їх внутрішній ринок, а не джерело надходження в країну іноземної валюти. Таким чином, мотивація купівлі чи продажу економічними агентами США товарів однієї і тієї ж номенклатурної групи зумовлена насамперед можливостями економії трансакційних витрат, коли дешевший імпорт із третіх країн дає змогу ефективно стримувати інфляційні процеси, сприяє зростанню доходів громадян, нарощуванню споживчого попиту і, як наслідок, макроекономічному зростанню. Це й визначає подібність товарної структури американського експорту й імпорту.

Що стосується регіонального розподілу зовнішньоторговельних операцій США, то серед 50 американських штатів найбільший внесок у їх експорт роблять Техас (232,6 млрд. дол. США товарного експорту, або 15,9% його загального обсягу за результатами 2016 р.); Каліфорнія (163,6 млрд., 11,2%); Вашингтон (79,7 млрд., 5,5%); Нью-Йорк (74,4 млрд., 5,1%); Іллінойс (59,8 млрд., 4,1%); Мічиган (54,5 млрд., 3,7%) та Флорида (52 млрд., 3,6% відповідно) [11]. Як бачимо, такий розподіл повною мірою відбиває сучасні параметри регіональної конкурентоспроможності Сполучених Штатів із наявністю пула найбільш конкурентних штатів, які концентрують економічну, науково-технічну і фінансову могутність національної економіки.

Уже впродовж багатьох десятиліть США утримують усталений статус одного з найбільших світових продуцентів послуг. Якщо у 1950 р. тільки 2% усіх вироблених послуг включались в експортні операції держави, то у 1998 р. – 6%, а у 2014 р. на послуги припадало понад 30% сукупного американського експорту (у 1950 р. – не більше 17%) [12, с. 9]. Тож особливої уваги заслуговує диспозиція держави на глобальному ринку послуг, на якому вона є незаперечним лідером (посідаючи перше місце у світі за експортом та імпортом) і має традиційно позитивне сальдо зовнішньої торгівлі. Так, постійно зростаючий глобальний попит на послуги американських продуцентів є причиною динамічного нарощування зовнішньоторговель-

ного обігу послугами США з 464,2 млрд. дол. США у 1999 р. до 1251,4 млрд. у 2016 р. При цьому експорт зріс із 271,3 до 749,6 млрд., а імпорт – із 192,9 до 501,8 млрд. відповідно [11].

А загалом доходи американських компаній від експорту послуг упродовж 2000-2016 рр. щорічно зростали на 16-18%, що удвічі перевищувало відповідний показник 1980-х років. За своїм складом і функціональною належністю послуги, що включені нині до експортних та імпортних трансакцій Сполучених Штатів Америки, мають досить неоднорідний і гетерогенний характер. Йдеться про те, що вони об'єднують доволі різномірні в економічному плані операції, які є результатом не тільки процесу обміну товарами і капіталами, науково-технічними знаннями й інноваційними розробками; але й обмінних операцій, здійснюваних урядовими організаціями. Саме за такими трансакціями в американських суб'єктах господарювання пов'язані надходження і платежі, що відображаються за статтями платіжного балансу.

Хоча в останнє десятиліття спостерігається неухильне зростання експорту практично усіх видів послуг, основний приріст їх зовнішньоторговельного обігу забезпечується надходженнями від подорожей (включаючи освітні послуги) – 207,9 млрд. дол. США, 27,3% загального імпорту у 2015 р.; зборів за використання інтелектуальної власності – 120,3 млрд., 16%; інших видів послуг – 139,9 млрд., 18,7%; транспортних послуг – 84,7 млрд., 11,3%; фінансових послуг – 95,1 млрд., 12,7% відповідно [11].

Основний приріст імпорту послуг припадає також на подорожі (надходження за якими протягом 1999-2016 рр. зросли з 59,6 до 121,6 млрд. дол. США, 24,2% загального імпорту на кінець періоду), транспортні (з 49,6 до 97 млрд., 19,3%) та інші бізнес-послуги (з 23,9 до 101,5 млрд., 20,2% відповідно) [11]. Домінування у видовій структурі експорту послуг Сполучених Штатів Америки такого напрямку, як подорожі зумовлене насамперед загалом низьким (порівняно зі світовими) рівнем внутрішніх транспортних витрат та цін на товари і послуги, високою кваліфікацією кадрів туристичної індустрії, а також авторитетним репутаційним брендом країни. Не слід скидати з рахунків і той факт, що з причин загострення конкуренції на ринку туристичних послуг національні оператори суттєво змінили свої підходи до організації і ведення готельного господарства у напрямі максимально повного врахування національної специфіки іноземних туристів.

Як результат – формування в економіці США високорозвиненої туристичної індустрії, інституційну основу якої становлять нині компанії і фірми, що організують поїздки іноземних туристів, продаж путівок і турів; надають диверсифікований спектр послуг із розміщення і харчування туристів, їх пересування по країні; органи управління, інформаційного забезпечення туристичного бізнесу, рекламного просування туристичних продуктів; а також підприємства з виробництва і продажу товарів туристичного попиту [13, с. 20]. За останні сімнадцять років (1999-2016 рр.) загальні надходження від послуг у сфері подорожей зросли майже удвічі і значно перевищують відповідний показник Італії, Франції, Іспанії та інших світових центрів в'їзного туризму.

За умов системних структурних трансформацій світогосподарської системи, науково-технічної революції та динамічного розгортання техноглобалізаційних процесів запорукою здобуття економічними

агентами усталених конкурентних переваг на товарних ринках є володіння найпередовішими інноваційними розробками, завдяки яким можна налагодити випуск найновіших зразків продукції та сформувати у глобального споживача якісно нові потреби у товарах і послугах. Саме тому з метою зміцнення свого глобального конкурентного лідерства США в останні десятиліття активно здійснюють торговельні операції з науково-технічними знаннями, які стають об'єктом міжнародного науково-технічного обміну у формі патентів, ліцензій, товарних знаків, промислових зразків та інших об'єктів інтелектуальної власності. У період 1999-2016 рр. щорічні вартісні обсяги отриманих американськими суб'єктами господарювання зборів за використання об'єктів інтелектуальної власності зросли з 47,7 до 120,3 млрд. дол. США; а обсяги сплачених – з 13,3 до 42,4 млрд. дол. відповідно [11]. Частка експортних поставок цього виду послуг на світові ринки за вказаний період стабільно становила від 16 до 20% загального експорту послуг; а частка імпорту – від 7 до 8,5% відповідно. Принагідно відзначити формування чітко виражених трьох каналів експортних поставок американських об'єктів інтелектуальної власності на глобальний ринок послуг: по-перше, експорт патентів і ліцензій у промисловий сектор зарубіжних держав; по-друге, закордонний продаж продуктів медіаіндустрії (кінофільмів, телепередач тощо), де об'єктом ліцензії є авторське право, що поширюється на твори незалежно від їх форми і призначення; по-третє, надходження від використання американських прав на книги, пластинки і магнітофонні записи, радіопередачі, франчайзингові операції, використання програмного забезпечення та інші види «невидимих» операцій [13, с. 17-19].

Та значна увага, що її приділяють економічні суб'єкти США експорту об'єктів інтелектуальної власності, пояснюється насамперед їх стремлінням у будь-який спосіб прискорити процес освоєння нових ринків і частково покрити власні витрати на дослідження і розробки. Ба більше, експорт науково-технічних знань (зокрема у формі ліцензійного обміну) нерідко має значно більший економічний ефект порівняно з поставками готових товарів, особливо за умов збереження значних проблем зі збутом готової продукції чи недостатніх масштабів власного виробництва або виходу на зовнішні ринки [13, с. 17]. Таким чином, великомасштабний експорт та імпорт послуг, пов'язаних із транскордонним рухом об'єктів інтелектуальної власності, є свідченням не тільки високого рівня наукових досліджень у США, їх потужного науково-технічного потенціалу та колосального продукування національними економічними агентами об'єктів інтелектуальної власності для потреб глобальних ринків; але й значного імпорту наукових знань та активного використання результатів інноваційних розробок усього світу. У контексті нарощування глобального конкурентного лідерства Сполучених Штатів це набуває критично важливого значення, оскільки сучасний імпорт наукових знань охоплює насамперед фундаментальні дослідження і розробки, котрі, потребуючи значних капіталовкладень, є менш вигідними

для американських корпорацій з погляду рентабельності та терміну віддачі [14, с. 117].

Висновки з проведеного дослідження. Сучасна зовнішньоторговельна диспозиція Сполучених Штатів Америки на глобальних ринках товарів і послуг детермінується нині не тільки величезними розмірами їх території, колосальними природними й енергетичними ресурсами, чисельністю населення, але й лідерством держави у глобальних інноваційних процесах, високим рівнем продуктивності суспільної праці та колосальним внутрішнім платоспроможним попитом. У системі факторів, що спричинили динамічне нарощування обсягів експортно-імпортних операцій США, починаючи з другої половини XX ст., головну роль відіграли науково-технічний прогрес, наступальна й активна державна політика лібералізації міжнародної торгівлі, а також нарощування американськими транснаціональними структурами свого потужного конкурентоспроможного впливу на всі сегменти світового ринку товарів і послуг.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Binford L. Tomorrow we're all going to the harvest: temporary foreign worker programs and neoliberal political economy – University of Texas Press – 2013 – 281 p.
2. Besedes T. The role of NAFTA and returns to scale in export duration // Social Science Research Network, Working Paper Series, January, 2012. [Electronic resource]. – Available from: http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1856313.
3. Гладій І.Й., Зварич І.Я. Міжнародні виробничі мережі в Європі: Монографія. – Тернопіль: Економічна думка, 2011. – 292 с.
4. Гладков И.С. МЕРКОСУР: успехи и трудности процесса экономической интеграции / И.С. Гладков, Н.Н. Нуньес-Саранцева // Международная экономика. – 2012. – № 7. – С. 14-40.
5. Лук'яненко Д.Г. Глобальна економічна інтеграція: Монографія. – К.: ТОВ «Національний підручник», 2008. – 220 с.
6. The Year in Trade 2005. Operations of the Trade Agreements Program. 57-th Report. – United States International Trade Commission, August 2006. – Publication Number: 3875. – P. A-3.
7. The Year in Trade 2010. Operations of the Trade Agreements Program. 62-nd Report. – United States International Trade Commission, July 2011. – Publication Number: 4247. – P. A-3.
8. The Year in Trade 2015. Operations of the Trade Agreements Program. 67-th Report. – United States International Trade Commission, July 2016. – Publication Number: 4627. – P. 237.
9. Маркевич К., Омельченко В. Глобальні енергетичні тренди кризь призму національних інтересів України / К. Маркевич, В. Омельченко. – Аналітична доповідь. – Київ: Заповіт, 2016.
10. Yergin D. Unconventional Oil and Gas Revolution in US «Goes Beyond Energy Itself». Testimony before US House Energy and Commerce Subcommittee on Energy and Power. – HIS Market, February 5, 2013. – [Electronic Resource]. – Available from: <http://press.ihc.com/press-release/energy-power/daniel-yergin-unconventional-oil-and-gas-revolution-us-goesbeyond-energy>.
11. Bureau of Economic Analysis. – [Electronic Resource]. – Available from: <https://www.bea.gov/newsreleases/international/trade/2017/trad1216.htm>.
12. Супян В.Б. Глобализация экономики США: масштабы, достижения и проблемы / В.Б. Супян // Российский внешнеэкономический вестник. – 2015. – № 9.
13. Зименков Р.И. США на мировом рынке услуг в начале XXI в. / Р.И. Зименков // Российский внешнеэкономический вестник. – 2013. – № 8. – С. 12-33.
14. Столярчук Я.М. Глобальні асиметрії економічного розвитку: монографія / Я.М. Столярчук. – К.: KHEU, 2009.

СЕКЦІЯ 3 ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ НАЦІОНАЛЬНИМ ГОСПОДАРСТВОМ

УДК 338.012

Венгер В.В.

*кандидат економічних наук,
провідний науковий співробітник
відділу секторальних прогнозів та кон'юнктури ринків
Інституту економіки та прогнозування
Національної академії наук України*

МОДЕРНІЗАЦІЯ МЕТАЛУРГІЙНОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ: ЦІЛІ, НАПРЯМИ ТА ІНВЕСТИЦІЙНА ПІДТРИМКА

Стаття присвячена питанням модернізації металургійної галузі України. Розглянуто нормативно-правові акти, які формували інституційні передумови для модернізації та розвитку металургійної галузі протягом 1995-2017 рр. Доведено, що виключення металургійної галузі з числа державних пріоритетів економічного розвитку країни збільшує соціально-економічний тягар як металургійних підприємств, так і держави загалом. Запропоновано розробити Державну програму модернізації та розвитку металургійної галузі України до 2027 р.

Ключові слова: металургійна галузь, модернізація, інвестиції, економічний розвиток, конкурентоспроможність.

Венгер В.В. МОДЕРНИЗАЦИЯ МЕТАЛЛУРГИЧЕСКОЙ ОТРАСЛИ УКРАИНЫ: ЦЕЛИ, НАПРАВЛЕНИЯ И ИНВЕСТИЦИОННАЯ ПОДДЕРЖКА

Статья посвящена вопросам модернизации металлургической отрасли Украины. Рассмотрены нормативно-правовые акты, которые формировали институциональные предпосылки для модернизации и развития металлургической отрасли в течение 1995-2017 гг. Доказано, что исключение металлургической отрасли из числа государственных приоритетов экономического развития страны увеличивает социально-экономическое бремя как металлургических предприятий, так и государства в целом. Предложено разработать Государственную программу модернизации и развития металлургической отрасли Украины до 2027 г.

Ключевые слова: металлургическая отрасль, модернизация, инвестиции, экономическое развитие, конкурентоспособность.

Venger V.V. MODERNIZATION OF THE IRON AND STEEL INDUSTRY OF UKRAINE: GOALS, DIRECTIONS AND INVESTMENT SUPPORT

The paper focuses on the issues of modernization of the iron and steel industry of Ukraine. The normative and legal acts that formed the institutional preconditions for the modernization and development of the metallurgical industry during 1995-2017 were considered. The exclusion of the metallurgical industry from the list of the country's economic development priorities proved to increase the socio-economic burden of both metallurgical enterprises and the of state in general. Designing of the State program of modernization and development of the iron and steel industry of Ukraine until 2027 is suggested.

Keywords: iron and steel industry, modernization, investments, economic development, competitiveness.

Постановка проблеми. Металургійна галузь України є стратегічною складовою національного виробництва, від якого значною мірою залежить стан соціально-економічного розвитку країни. Крім того, вихід України з кризових ситуацій майже завжди був пов'язаний з певним пожвавленням внутрішнього ринку металопродукції та підвищенням попиту на світовому ринку. Проте за наявних умов у найближчій перспективі навряд чи можна очікувати від неї будь-яких зрушень в бік довгострокових темпів економічного зростання. Такий стан речей наводить на думку про те, що сьогодні металургійна галузь України потребує чіткої, зрозумілої та дієвої державної політики стосовно перспектив її економічного розвитку, від якого залежатиме довгострокове економічне зростання не лише в галузі, але й в країні загалом.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання розвитку металургійної галузі розкриваються в працях багатьох вчених. Так, Т. Оболенська та Д. Довгань [1] аналізують конкурентне середовище на світовому ринку чорних металів, досліджують головні тенденції зміни обсягів експорту чорних металів вітчизняними підприємствами, а також визначають пере-

шкоди, які стримують розвиток металургійної галузі України та знижують її конкурентоспроможність на світовому ринку чорних металів. С. Кулицький [2] досліджує стан і проблеми розвитку вітчизняної металургії в контексті впливу військово-політичного та економічного конфлікту з Росією та особливо війни на Донбасі протягом 2014-2015 рр. І. Кулик [3] проводить оцінку реального стану галузі та визначає резерви її подальшого розвитку.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Незважаючи на значну кількість наукових публікацій стосовно розвитку металургійної галузі України, питання основних напрямів її модернізації залишаються досі не вирішеними.

Мета статті полягає в обґрунтуванні пріоритетних напрямів розвитку металургійної галузі шляхом проведення докорінної модернізації виробничих потужностей, орієнтованих на виробництво екологічно чистої, конкурентоспроможної металопродукції та створення передумов для довгострокового економічного зростання.

Виклад основного матеріалу дослідження. Забезпечення довгострокового тренду економічного зростання в галузі неможливе без проведення докорін-

ної модернізації¹ металургійних підприємств. Про це свідчить наявність у галузі низки проблем, виявлених у процесі дослідження, таких як, зокрема, висока енергоємність виробництва; неефективне споживання паливно-енергетичних ресурсів, що призводить до значних витрат природного газу, збільшуючи залежність галузі від імпорту енергоресурсів; відсутність серйозних інноваційних зрушень; занепад галузевої науки та недієвість механізмів залучення потенціалу академічних інститутів для виконання прикладних розробок, що призводить до поглиблення технічної і технологічної відсталості металургійної галузі; високий ступінь зношеності основних виробничих фондів (мартенівських печей, енергоємного обладнання аглофабрик, збагачувальних підприємств, прокатних цехів, доменних печей тощо), що призводить до зростання збитковості металургійного виробництва; скорочення іноземного інвестування галузі; неефективне використання виробничих потужностей; низький рівень продуктивності праці; зростаючі екологічні проблеми [4, с. 71-74].

До необхідності проведення модернізації в металургійній галузі спонукає й залежність останньої від потреб світового ринку, сучасні тенденції якого у коротко- та середньостроковій перспективі можуть суттєво обмежити попит на вітчизняну металопродукцію. До таких тенденцій належать [5, с. 122]:

- повільне зростання світової економіки², що негативно вплине на зростання попиту та призведе до зниження світових цін на металопродукцію;
- введення за кордоном нових виробничих потужностей з виплавки сталі (Азії, Африки, Туреччині, Єгипті тощо), що суттєво скоротить попит на вітчизняну металопродукцію;
- зростання обсягів світового виробництва металопродукції;
- впровадження нових технологій з метою зниження шкідливого впливу металургії на оточуюче природне середовище.

Варто зазначити, що проблеми розвитку металургійної галузі практично з моменту здобуття Україною незалежності знаходилися в центрі дискусій серед фахівців-практиків, учених, а також на різних рівнях органів державної влади та управління. Зокрема, ще в 1995 р. прийнято «Концепцію розвитку гірничо-металургійного комплексу України до 2010 року» [6]. Її основною метою було створення збалансованої галузі, орієнтованої на виробництво конкурентоспроможної продукції, з обов'язковим вирішенням екологічних та соціальних проблем. Проте, незважаючи на досить амбітні плани, цілі Концепції так і залишилися до кінця не реалізованими.

Суттєві надії покладалися на Державну програму розвитку та реформування гірничо-металургійного комплексу на період до 2011 р. [7]. Метою Програми було забезпечення ефективного використання виробничого, експортного та науково-технічного потенціалу гірничо-металургійного комплексу, визначення пріоритетних напрямів структурної перебудови галузі, реструктуризації виробничих потужностей і технічного переоснащення.

За період дії Програми було досягнуто таких позитивних результатів:

- збережено позитивну динаміку нарощування обсягів виробництва основних видів металопродукції до періоду світової фінансово-економічної кризи (2008-2009 рр.), а також поступове відновлення рівня виробництва в наступні роки;

- зменшено питомі витрати ПЕР в аглодоменному виробництві за рахунок вдування пиловугільного палива в доменну піч, заміни частки коксу вугіллям, використання альтернативних видів палива, енергозберігаючих технологій;

- за рахунок модернізації сталеплавильного виробництва збільшено обсяги виплавки киснево-конвертерної сталі (потужності конвертерів використовувалися практично повністю) та електросталі за відповідного скорочення частки мартенівського виробництва;

- збільшено обсяги виробництва сталі, що розливалися на машинах безперервного лиття заготівки;

- використання виробничих потужностей наблизилося до рівня розвинених країн, у яких цей показник складає 70-95%;

- вдалося інтегруватися у світовий ринок металопродукції та зберегти провідне місце вітчизняної металургії в світовому виробництві сталі.

Протягом всього терміну дії Програми не всіх запланованих показників було повністю досягнуто [8]. Зокрема, з усього переліку програмних та концептуальних напрямів повністю вдалося сформулювати лише пріоритетні напрями довгострокового розвитку металургійної галузі. Реалізацію планів у сфері реструктуризації, впровадженні ефективних технологій, енергозбереженні, продуктивності праці та зниженні рівня виробничого травматизму виконано приблизно на 80%. Реалізацію планів Програми у сфері створення та впровадження у виробництво принципово нових наукоємних та ефективних технологій, у питаннях підвищення якості сировини та конкурентоспроможності товарної продукції, проведенні скоординованої державної науково-технічної політики на підприємствах усіх форм власності з використанням науково-технічного потенціалу, забезпечення державної підтримки участі підприємств металургійної галузі України в процесах глобалізації світової економіки оцінено у 60% від запланованого. Найнижчими виявилися показники з реалізації питань підвищення частки металопродукції з високим рівнем доданої вартості у загальному виробництві продукції та поліпшення управління металургійною галуззю (лише 50% від запланованого рівня).

Крім цього, модернізація підприємств металургійної галузі здійснювалася переважно шляхом закупівлі закордонного обладнання та засобів автоматизації, часто не випробуваних на практиці. При цьому, як правило, вітчизняних вчених не залучали до експертизи проектів реконструкції підприємств [9, с. 53].

Попри те, що часткове вжиття запланованих заходів мало загальом позитивний ефект, досягти кінцевої мети Програми теж не вдалося. Зокрема, не вдалося повністю оновити виробничі потужності металургійних підприємств, що відповідним чином обумовило подальше використання застарілих ресурсо- та енерговитратних технологій, зорієнтованих на випуск ординарного металопрокату рядових марок сталі.

Ще одним документом, який передбачав перспективні напрями модернізації підприємств металургійної галузі України, була «Галузева програма енергоефективності та енергозбереження на період до 2017 року» [10]. Галузева програма була розроблена

¹ Під модернізацією автор розуміє сталий та ефективний розвиток галузі, який ґрунтується на впровадженні у виробництво металургійної продукції провідних досягнень науково-технічного прогресу, спрямованих на оновлення матеріально-технічної бази з метою виготовлення інноваційної та конкурентоспроможної продукції на зовнішньому та внутрішньому ринках.

² Згідно з оцінками МВФ до 2020 р. потенційний темп зростання ВВП розвинених економік становитиме 1,6% на рік.

з метою забезпечення виконання «Енергетичної стратегії України на період до 2030 року» [11], «Програм підвищення енергоефективності та зменшення споживання енергоресурсів» [12] та зниження енергоємності продукції за рахунок розробки і впровадження прогресивних енергозберігаючих технологій та устаткування, підвищення ефективності використання паливно-енергетичних ресурсів, оптимізації структури споживання, збільшення використання альтернативних видів палива, зокрема вторинних енергоресурсів, нетрадиційних джерел енергії. Загалом для здійснення Галузевої програми запропоновано 227 енергозберігаючих заходів за всіма підгалузями металургійної галузі України.

Остаточо оцінити рівень вжиття запланованих Галузевою програмою заходів можна буде трохи згодом. Проте вже сьогодні з упевненістю можна сказати, що їх значна частина теж залишилася нереалізованою, а мета програми – не досягнутою.

Менш амбітною порівняно з попередніми стратегічними документами була короткострокова «Державна програма активізації розвитку економіки на 2013-2014 рр.» [13], основна мета якої теж не була досягнута насамперед з політичних причин. Більше того, зміна політичного керівництва в країні привела до формування нових пріоритетів економічної політики, в яких чомусь металургійній галузі місця не знайшлося [14].

Водночас виключення галузі з числа державних пріоритетів економічного розвитку країни не зменшує, а збільшує соціально-економічний тягар не лише металургійних підприємств, але й держави, відтерміновуючи його лише в часі.

На наш погляд, недовиконання запланованих стратегічними довгостроковими та короткостроковими документами заходів з реалізації перспективних напрямів модернізації металургійних підприємств пов'язане насамперед з втратою державою важелів впливу на розвиток галузі. Не зайвим буде нагадати, що практично повна приватизація металургійних підприємств привела до зміни поставлених перед ними цілей і завдань. На перший план вийшло завдання отримання прибутку, внаслідок чого інвестиції спрямовуються на заходи, які можуть забезпечити підтримання наявного обладнання в працездатному стані та його окупність протягом короткострокового періоду [9, с. 53].

Однак використання державного програмного підходу дало можливість навіть в умовах повної приватизації металургійних підприємств сформулювати напрями підвищення технічного рівня та забезпечити зменшення енергоємності металургійного виробництва. Навіть неповна реалізація науково-технічних заходів з розвитку галузі довела їх доцільність та ефективність.

Крім того, посилення координаційного впливу держави шляхом формування сприятливої інвестиційної політики в країні (у 2000-2008 рр.) дало змогу металургійним підприємствам залучити значні обсяги інвестиційних ресурсів для модернізації виробничих потужностей, що, безумовно, сприяло покращенню рівня виробництва продукції [15]. Також спостерігався позитивний вплив держави в процесі подолання кризових явищ в економіці (після 2008 р.), що значною мірою сприяло запобіганню кризовому падінню металургійного виробництва.

Зазначене вище свідчить про те, що виключення металургійної галузі України з пріоритетних напрямів розвитку є передчасним і може негативно позна-

читися на економічному зростанні країни в довгостроковому періоді.

Зазначимо, що розбіжності в цілях і завданнях між державою та підприємствами металургійної галузі виникають через послаблення регулюючої ролі держави; відсутність чіткої та ефективної взаємодії між ними.

Як свідчить досвід, найбільші промислово розвинені країни ніколи не випускають зі сфери державного впливу базові галузі промисловості, навіть якщо вони повністю знаходяться у приватній власності. У критичні моменти власники найбільших корпорацій завжди діють в інтересах держави, отже, держава має на них вирішальний вплив.

Оскільки металургійна галузь України характеризується низкою комплексних проблем, названих вище, то в найближчій перспективі вітчизняним чиновникам доведеться переглянути свої пріоритети в бік формування чітких і зрозумілих заходів державного впливу на неї. Тобто металургійна галузь України у середньостроковій і довгостроковій перспективі має зберегти роль провідної і потужної галузі вітчизняної промисловості з урахуванням необхідності забезпечення металопродукцією суміжних галузей, особливо машинобудування і будівництва [16, с. 480].

Для того щоб металургійна галузь не загальмувала початок економічного зростання, а сприяла економічному розвитку країни, на наш погляд, необхідно розробити Державну програму модернізації та розвитку металургійної галузі України до 2027 р.

Зазначимо, що першочерговим завданням державної політики в галузі має стати якісно нова взаємодія органів державної влади з керівниками (власниками) металургійних підприємств та провідними науковими організаціями щодо розробки комплексної програми розвитку та модернізації кожного окремого гірничо-металургійного підприємства. Ця програма не повинна суперечити вимогам СОТ та Угоди асоціації з ЄС, а також має передбачати виведення з експлуатації зайвих виробничих потужностей, вирішення у зв'язку з цим соціальних проблем регіонів. Цього можна досягти завдяки:

- проведенню ефективної галузевої політики, націленої на створення сприятливих умов для концентрації гірничо-металургійних підприємств;
- проведенню масштабної модернізації та оновленню виробництва, випуску продукції з високою доданою вартістю;
- зниженню шкідливих викидів;
- створенню потужних конкурентоспроможних вертикально-інтегрованих компаній, а саме національних лідерів в металургійній сфері.

Відтак *метою* Державної програми модернізації та розвитку металургійної галузі України до 2027 р. має стати модернізація виробничих потужностей на основі визначення пріоритетних напрямів структурної перебудови галузі, орієнтованих на виробництво екологічно чистої та конкурентоспроможної металопродукції.

Основними завданнями Державної програми модернізації та розвитку металургійної галузі мають стати такі.

1) *Оптимізація металургійних потужностей* до оптимально прийнятних меж з урахуванням максимально можливого розширення внутрішнього ринку. Реалізація цього завдання має відбуватися насамперед на основі виведення з експлуатації застарілих мартенівських та інших надлишкових потужностей з урахуванням тенденцій та сучасної

структури металургійного виробництва у провідних країнах-виробниках.

2) **Розробка та реалізація інноваційної моделі розвитку галузі** шляхом створення та впровадження у виробництво принципово нових наукоємних та ефективних технологій, а також ресурсозберігаючих екологічно чистих технологій світового рівня.

3) **Розвиток ринків збуту металопродукції.** На наш погляд, пріоритетним ринком збуту вітчизняної металопродукції має стати **внутрішній ринок**. Це пояснюється тим, що національні товари і послуги спочатку виводяться на внутрішні галузеві ринки, де їх виробництво стає масовим, а потім починає додатково розширюватися за рахунок експорту. Тому кожна країна, що ставить за мету підвищення конкурентоспроможності національної економіки, забезпечити її прискорене зростання в майбутньому, розпочинає втілювати ці плани зі збільшення власного внутрішнього ринку, перетворюючи його на платформу для експансії національної інноваційної та якісно кращої продукції у світовому господарстві [17, с. 314]. Крім того, в умовах погіршення кон'юнктури та посилення конкуренції на зовнішньому ринку внутрішній ринок є ключовим важелем для стабілізації та розвитку металургійної галузі України.

Наступним пріоритетом у напрямі розвитку зовнішніх ринків збуту має стати оптимізація їх обсягів і структури. Надмірна експортна орієнтація є загрозою не лише для металургійної галузі, але й для національної економіки загалом. Тому стратегічною метою цього напрямку має стати послаблення залежності галузі від експорту металопродукції за одночасного збереження оптимального рівня продажів та високих конкурентних позицій на світовому ринку.

4) **Удосконалення державної політики щодо розвитку металургійної галузі.** Першочерговим завданням має стати **переорієнтація державної промислової політики у галузі на заходи стратегічного значення**. Реалізація цього напрямку Державної програми дасть змогу поступово відійти від домінуючих сьогодні оперативних-тактичних антикризових заходів, що мають, як правило, короткострокові стабілізаційно-компенсаційні ефекти. Більше того, саме стратегічна орієнтація державної підтримки дасть змогу забезпечити необхідний баланс інтересів держави, металургійної галузі та бізнесу інших галузей.

Нова стратегія розвитку галузі повинна формуватися на пріоритетах концепції неоіндустріалізації національної економіки. В основі цієї концепції лежать *власні ресурси, нові технології; активний внутрішній попит*. Саме вони є тими вирішальними факторами, які зможуть вивести металургійну галузь на шлях економічного зростання та глобальної конкурентоспроможності.

5) **Фінансове забезпечення.** Основою інвестицій для модернізації металургійної галузі мають стати насамперед акумульовані кошти металургійних підприємств, одержані від реалізації продукції як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках.

Також у процесі фінансування розвитку галузі необхідно чітко визначити межі та можливості державної підтримки, які не суперечать вимогам СОТ та ЄС і можуть бути реалізовані в частинах:

- фінансування екологічних програм;
- проведення наукових досліджень;
- навчання персоналу;

– закриття технічно/технологічно застарілих підприємств або потужностей із виробництва металопродукції тощо.

Важливим чинником у забезпеченні шляхів фінансування модернізації та розвитку металургійної галузі є створення сприятливих умов для залучення іноземних інвестицій. Згідно з нашими розрахунками лише на вжиття заходів з модернізації підприємств металургійної галузі необхідно витратити близько 11,5 млрд. дол. США [4, с. 72].

Висновки. На наш погляд, реалізація вищезазначених стратегічних пріоритетів шляхом використання унікальних потенційних можливостей металургійної галузі України, заснованих на перспективних наукових дослідженнях і розробках, створить передумови для її стійкого довгострокового економічного зростання.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Оболенська Т. Україна на світовому ринку чорних металів / Т. Оболенська, Д. Довгань // Вісник Львівського університету. Серія: міжнародні відносини. – 2015. – Вип. 36. – Ч. 3. – С. 169-176.
2. Кулицький С. Проблеми розвитку українського гірничо-металургійного комплексу на сучасному етапі / С. Кулицький // Україна: події, факти, коментарі. – 2015. – № 14. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://nbuviap.gov.ua/images/ukraine/2015/ukr14.pdf>.
3. Кулик І. Сучасний стан та основні фактори розвитку чорної металургії в Україні / І. Кулик // Бізнес-Інформ. – 2012. – № 5. – С. 116-121.
4. Венгер В. Розвиток підприємств гірничо-металургійного комплексу України у складі бізнес-груп / В. Венгер // Економіка і прогнозування. – 2015. – № 1. – С. 64-75.
5. Воробйов С. Пріоритети та інструменти модернізації металургійної галузі України / С. Воробйов, О. Собкевич // Стратегічні пріоритети. – 2012. – № 4. – С. 118-124.
6. Про Концепцію розвитку гірничо-металургійного комплексу України до 2010 року: Постанова Верховної Ради України від 17 жовтня 1995 р. № 385/95-ВР [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua>.
7. Про затвердження Державної програми розвитку та реформування гірничо-металургійного комплексу на період до 2011 року: Постанова Кабінету Міністрів України від 28 липня 2004 р. № 967 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua>.
8. Звіт про виконання «Державної програми розвитку та реформування гірничо-металургійного комплексу на період до 2011 року» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://ppa.gov.ua/regulatory_assets/agency_documents/32682.
9. Большаков В. Чорна металургія і національна безпека України / В. Большаков, Л. Тубольцев // Вісник НАН України. – 2014. – № 9. – С. 48-58.
10. Щодо Галузевої програми енергоефективності та енергозбереження на період до 2017 року: Наказ Міністерства промислової політики України від 25 лютого 2009 р. № 152 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://consultant.parus.ua/?doc=0918FAC322>.
11. Енергетична стратегія України на період до 2030 року: Розпорядження Кабінету Міністрів України від 15 березня 2006 р. № 145 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/145-2006-%D1%80>.
12. Про програми підвищення енергоефективності та зменшення споживання енергоресурсів: Розпорядження Кабінету Міністрів України від 17 грудня 2008 р. № 1567-р [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/1567-2008-%D1%80>.
13. Про затвердження Державної програми активізації розвитку економіки на 2013-2014 роки: Постанова Кабінету Міністрів України від 27 лютого 2013 р. № 187 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/187-2013-%D0%BF>.
14. Про Програму діяльності Кабінету Міністрів України: Постанова Верховної Ради України від 11 грудня 2014 р. № 26-VIII [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/26-19>.
15. Заблудська І. Модернізація промислового сектора як стратегічний напрям розвитку економіки регіону / І. Заблудська,

О. Кудріна // Ефективна економіка. – 2014. – № 2. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=3382>.

16. Кіндзерський Ю. Промисловість України: стратегія і політика структурно-технологічної модернізації: [монографія] / Ю. Кін-

дзерський. – К.: НАН України, ДУ «Ін-т екон. та прогнозув. НАН України». 2013. – 536 с.

17. Пустовойт О. Інституційна природа економічних циклів. Досвід України: [монографія] / О. Пустовойт. – К.: НАН України, ДУ «Ін-т екон. та прогнозув. НАН України», 2016. – 388 с.

УДК 330.131.7:334.752:502:330.15

Галинська Ю.В.
кандидат економічних наук,
доцент кафедри управління
Сумського державного університету

КЛАСИФІКАЦІЯ РИЗИКІВ ПІД ЧАС ФУНКЦІОНУВАННЯ КОЛАБОРАЦІЙНИХ АЛЬЯНСІВ У ПРИРОДОКОРИСТУВАННІ

У статті проведено аналіз поняття «ризик», досліджено класифікацію ризиків під час функціонування колабораційних альянсів у природокористуванні. Особливу увагу приділено класифікації методів мінімізації та трансформації ризиків в умовах створення та ефективного функціонування колабораційних альянсів у системі «державна – регіон – підприємство».

Ключові слова: ризик, колабораційні альянси, природокористування, природні ресурси.

Галинская Ю.В. КЛАССИФИКАЦИИ РИСКОВ ПРИ ФУНКЦИОНИРОВАНИИ КОЛЛАБОРАЦИОННЫХ АЛЛЯНСОВ В ПРИРОДОПОЛЬЗОВАНИИ

В статье проведен анализ понятия «риск», исследована классификация рисков при функционировании коллаборационных альянсов в природопользовании. Особое внимание уделено классификации методов минимизации и трансформации рисков в условиях создания и эффективного функционирования коллаборационных альянсов в системе «государство – регион – предприятие».

Ключевые слова: риск, коллаборационные альянсы, природопользование, природные ресурсы.

Halynska Yu.V. CLASSIFICATION OF RISKS AT THE FUNCTIONING OF COLLABORATIVE ALLIANCES IN THE NATURE MANAGEMENT

The article analyzes the concept of "risk"; the classification of risks in the operation of collaborative alliances in nature management is investigated. Particular attention is paid to the classification of methods for minimizing and transforming risks in the conditions of creation and functioning of collaborative alliances in the system "state – local communities – enterprise".

Keywords: risk, collaborative alliances, nature management, natural resources.

Постановка проблеми. В умовах сучасної економіки приклади успішної співпраці в різних сферах ми можемо спостерігати кожного дня. Але в деяких сферах колабораційні відносини є складними. Наприклад, галузь природокористування потребує додаткових досліджень із цього питання. Основне полягає в тому, що деякі природні ресурси мають вичерпний характер, а під час їх видобування формується природна рента, що є спадщиною всього населення країни та повинна розподілятися між учасниками її утворення. Саме ця категорія доходу може гальмувати формування будь-яких альянсів у цій сфері та провокувати вичерпність природних ресурсів у регіонах. З іншого боку, саме ця категорія рентного доходу може сприяти утворенню альянсів щодо його перерозподілу та створенню соціальної відповідальності під час видобування природних ресурсів як додаткового ефекту.

Виявлення ризиків під час створення колабораційних альянсів є одним із головних факторів, що впливає на інтереси учасників альянсу. Саме ризики можуть бути бар'єром для вирішення екологічно-економічних та соціальних проблем для кожного учасника альянсу.

Визначення джерела ризику показало, що є фактори, явища, процеси, які викликають або посилюють невизначеність або конфліктність ситуації та не відповідають очікуваним результатам. Невизначений або ймовірнісний характер певних процесів, подій, ситуацій, дій зумовлює те, що події відбуваються за

таких умов неоднаково, а вплив на результат тоді залежить від ідентифікації ризикових ситуацій, системи управління ризиками, якості прийнятих рішень суб'єктів. Тому велике значення мають наявність інформації про ризики, властиві економіці загалом або окремій галузі, а також їх систематизація і класифікація з метою управління ними.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Перші спроби класифікації ризиків з'явилися досить давно, практично з появою самого поняття «ризик». А. Маршалл є одним із перших, хто класифікував ризики. У праці «Принципи економічної науки» науковець поділив ризик на два види, а саме особистий і підприємницький [4, с. 87-88, 296-299]. Тобто А. Маршалл вважав, що ризик властивий як фізичній особі, так і юридичній. Дж. Кейнс класифікацію ризиків пов'язував з обсягом інвестицій і виділяв при цьому ризик підприємця (позичальника), ризик позичодавця (кредитора) та ризик зміни цінності грошової одиниці [5]. Економіст також зазначав, що ці ризики існують у тісному взаємозв'язку і «накладаються» один на одного. Й. Шумпетер у своїй праці виділяє лише два види ризику [6, с. 98]: 1) пов'язаний із можливим технічним провалом виробництва, що становить небезпеку втрати благ, породжену стихійними лихами; 2) спричинений відсутністю комерційного успіху. Як бачимо, представники політичної економії виходили з простих економічних відносин і пов'язували класифікацію ризиків лише з підприємницькою діяльністю. У своїх працях С.С. Оса-

дець, В.А. Борисова, О.В. Огаренко та Л.М. Горбач [7; 8, с. 25-27] зазначають, що класифікація ризиків зумовлена джерелами виникнення ризиків (природні та антропогенні), обсягом (великі та масові) та величиною (катастрофічні, великі, середні, малі та незначні) ризиків, рівнем їх наслідків (чисті та спекулятивні). Тобто види ризиків у страхуванні є результатом настання випадкових подій та їх наслідків. Дослідження класифікації ризиків в обліку подано в працях А.С. Шевельова, Є.В. Шевельової та І.М. Вигівської. А.С. Шевельов та Є.В. Шевельова виділяють ризики, властиві будь-якому виду діяльності суб'єкта господарювання, інформаційний ризик, який визначають як ризик, пов'язаний із втратою та спотворенням інформації, що приводить до непередбачуваних втрат [9, с. 102]. Л.А. Останкова, Н.Ю. Шевченко на основі систематизації різних джерел із фінансового менеджменту, ризикології, аналізу, теорії вибору та прийняття рішень наводять класифікацію ризиків за дев'ятьма ознаками: 1) за масштабами і розмірами (глобальний, локальний); 2) за аспектами (психологічний, соціальний, юридичний, політичний, медично-біологічний, комбінований); 3) за ступенем об'єктивності та суб'єктивності рішень (з об'єктивно ймовірністю, із суб'єктивно ймовірністю, з об'єктивно-суб'єктивно ймовірністю); 4) за ступенем ризикованості рішень (мінімальний, припустимий, критичний, катастрофічний); 5) за типами ризику (динамічний, статичний); 6) щодо часу прийняття ризикових рішень (своєчасний, запізнений, випереджувальний); 7) за кількістю осіб, які приймають рішення (індивідуальний, колективний); 8) щодо ситуації (стохастичний, конкуруючий); 9) щодо діяльності економічних суб'єктів (виробничий, фінансовий, інвестиційний, ринковий) [10, с. 9-10]. При цьому Т. Корольок відзначає, що наведена класифікація ризиків зумовлена специфікою конкретних галузей економіки, на основі вивчення яких і здійснена її систематизація. Найбільшу увагу класифікації ризиків приділено в системі менеджменту (Н.В. Хохлов, І.Т. Балабанов, О.С. Шапкін), оскільки представники цієї галузі економічної науки подають розширену класифікацію ризиків за різними ознаками, а саме за причинами виникнення (природні, екологічні, політичні, транспортні, майнові, торговельні); сферами виникнення (виробничий, комерційний, фінансовий); наслідками ризиків (чисті та спекулятивні); характером діяльності (підприємницький, фінансовий і комерційний, професійний, інвестиційний, транспортний, промисловий); об'єктами ризиків (ризик завдання шкоди життю та здоров'ю громадян і майнові ризики); купівельною спроможністю грошей (інфляційні, дефляційні, валютні, ризик ліквідності); інвестиційністю (ризик втраченої вигоди, ризик зниження прибутковості, біржові ризики, селективні ризики, ризики банкрутства) [11]. В.В. Римкевич у своїх працях пропонує класифікувати ризики з позицій складності економічної системи (економічні, політико-економічні, економіко-правові, соціально-політичні тощо), багаторівневості та масштабності економічних відносин (макроекономічні, мікроекономічні та глобальні (інтерекономічні)), можливого результату (чисті й спекулятивні), джерел виникнення (зовнішні (систематичні) і внутрішні (несистематичні)), передбачуваності (передбачувані та непередбачувані), основної причини виникнення (природні, екологічні, політичні, транспортні та комерційні) [12, с. 144-153]. Крім того, він окремо класифікує комерційні ризики за структурною ознакою на майнові, виробничі, тор-

говельні та фінансові. М.Г. Лапуста і Л.Г. Шаршкова поділяють ризики за джерелами і сферами їх виникнення, рівнем прийняття рішень, тривалістю в часі, ступенем оцінювання і ступенем правомірності [13]. З точки зору джерел виникнення вони виділяють ризики, пов'язані з господарською діяльністю; особистістю підприємця; недоліком інформації про стан зовнішнього середовища. Залежно від сфери виникнення ці науковці поділяють ризики на зовнішні та внутрішні, відповідно до рівня прийняття рішень – на макроекономічні (глобальні) та ризики на рівні окремих фірм (локальні). З точки зору тривалості в часі зазначені автори класифікують ризики на короткочасні й постійні, стосовно ступеня оцінювання – на допустимі, критичні й катастрофічні, згідно зі ступенем правомірності – на виправдані (правомірні) й не виправдані (неправомірні). Як зазначає Т. Корольок (2015 рік), порівняно з попередньою класифікацією ризиків ця класифікація враховує також оцінювання ризиків, що є важливим у ринкових умовах економіки. При цьому господарські ризики можуть виявлятися на високому чи низькому рівні. Тому розрізняють глобальні та локальні ризики. Залежно від наявності чи відсутності ситуативного фактору, часу прийняття і здійснення ризикованих рішень виділяють ситуативні та надситуативні ризики, ризики на етапах прийняття рішень та на етапі їх реалізації. Щодо рівня прийняття рішень та дій розрізняють міждержавний, народногосподарський, міжгалузевий, галузевий, регіональний, зональний ризики підприємства, господарського підрозділу, окремого виконавця. Залежно від мотивації ризикованих рішень та дій, можливості страхування виділяють мотивований, страхований, немотивований, нестрахований, змішаний.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Аналіз останніх досліджень і публікацій засвідчив, що існує широка класифікація різноманітних сфер життєдіяльності, відповідно, з різним розумінням сутності ризиків представниками кожної сфери, причинами їх виникнення, особливостями виявлення та передбачення ризикових ситуацій. Однак немає класифікації ризиків за чіткими ознаками та формою застосовування одночасно як на рівні підприємств, так і на рівнях держави та регіонів в умовах створення й ефективного функціонування колабораційних альянсів у природокористуванні.

Мета статті полягає в аналізі наявних підходів до класифікації ризиків у галузях економічної науки та дослідження методів класифікації ризиків в умовах створення й ефективного функціонування колабораційних альянсів у паливобудівній галузі.

Виклад основного матеріалу дослідження. Сьогодні поняття «ризик» використовується не лише в багатьох сферах державної, наукової, економічної та фінансової діяльності, але й під час оцінювання техногенної діяльності й природних явищ. При цьому єдиного поняття ризику не існує. Можливо, це тому, що найбільш активно в наукових колах почали вивчати різноманітні аспекти ризику в кінці XIX – на початку XX століття. Для вітчизняної економіки проблема ризику та його оцінювання не є новою. Існує багато визначень ризику. Наприклад, Є.С. Дзекцер визначає ризик як ймовірнісну міру можливості реалізації небезпеки у вигляді певного збитку в штучно створеній діями суб'єкта ситуації [2]. Ризик у нормативно-правових актах України характеризується як можливість виникнення та ймовірні масштаби наслідків негативного впливу впродовж певного періоду часу.

У природокористуванні ризик поєднує в собі насамперед екологічний та економічний ризики. Екологічний ризик є кількісним та якісним показником рівня екологічної безпеки. Економічний ризик – ймовірність втрат унаслідок випадкового характеру результатів прийнятих господарських рішень або виконуваних дій. Екологічний та економічний ризики мають такі відмінності:

1) в економіці людина ризикує власним капіталом або капіталом акціонерів, в екології ризикує не суб'єкт господарювання, який приймає рішення, а «треті особи», тобто населення, яке проживає в зоні ризику або в екологічно небезпечних зонах;

2) економічний ризик переважно підлягає математичному розрахунку і має визначений характер, екологічний ризик завжди невизначений, оскільки його наслідки багатогранні, мають ланцюгову реакцію, простежити яку досить складно, а часто й неможливо;

3) несприятливі наслідки економічного ризику виявляються зазвичай відразу або через нетривалий проміжок часу, наслідки екологічного ризику переважно віддалені та можуть виявитися несподівано;

4) економічний ризик має стандартне вартісне вираження, екологічний ризик лише прирівнюється до нього, бо не всі наслідки підлягають оцінюванню.

Економіка природокористування досліджує ризики, в яких поєднуються економічний та екологічний ризики, ці ризики мають переважно галузе-

вий характер. Ймовірність настання ризику і ступінь його небезпеки для довкілля та суб'єкта господарювання оцінюються вже на стадії проектування. Впроваджуються не лише проекти, що дають максимальний прибуток, але й проекти, які одночасно характеризуються мінімальним ризиком прояву негативної події для підприємця і довкілля. Загальним визначенням «ризик у природокористуванні» є ризик, що характеризується ступенем ймовірності настання певної негативної події природного або антропогенного походження в процесі використання і відтворення природних ресурсів із соціальними, екологічними та економічними наслідками й невизначеною величиною збитку.

Деякі автори визначають, що для мінімізації ризику найбільш ефективною формою співпраці є міжкорпоративне співробітництво, де дві або декілька фірм беруть на себе відповідальність, крім іншого, під час настання ризиків. Міжкорпоративне співробітництво набирає безліч різних форм, таких як, зокрема створення спільних підприємств, взаємний обмін пакетами акцій, угоди про обмін технічною інформацією, спільні дослідження та розробки, маркетинг, альянси.

В умовах перехідної економіки поняття міжкорпоративної взаємодії поступово трансформується в колабораційні відносини. Колаборація – це міжкорпоративні відносини, що ґрунтуються на спільному баченні створення спільного проекту і його цілей

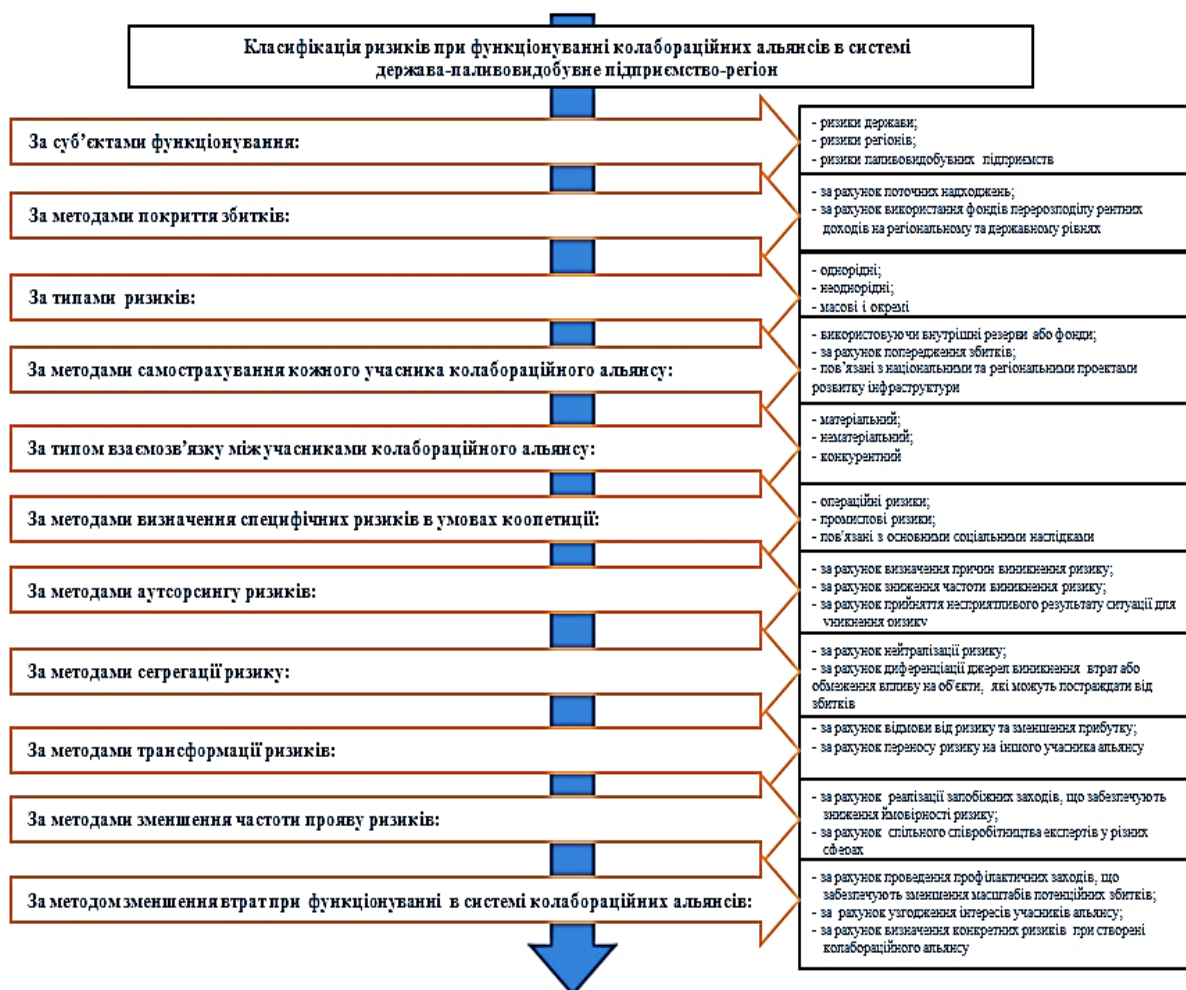


Рис. 1. Класифікація ризиків під час функціонування колабораційних альянсів у природокористуванні

з визначенням структури та комунікаційної культури в проєкті. При цьому взаємодія базується на довірі, всі ризики і відповідальність розподіляються між учасниками альянсу. На появу цієї форми інтеграції вплинуло безліч факторів, серед яких можна виділити кілька ключових. По-перше, поява остаточно сформованих глобальних ринків і різке загострення конкуренції в умовах інтенсивних процесів глобалізації. По-друге, зростаюче значення передових технологій для одержання переваг у конкурентній боротьбі [14]. При цьому **колаборація в природокористуванні розглядається як спільність інтересів** учасників (держава – регіон – підприємство) у прагненні реалізації принципів соціальної відповідальності як основної мети альянсу.

В рамках цієї статті під *колабораційним альянсом у природокористуванні* розуміють узгодження інтересів та взаємодію учасників альянсу як на вертикальному (держава – територіальні громади – підприємство), так і на горизонтальному (підприємство – підприємство) рівнях у процесах створення та перерозподілу знову доданої вартості та її частки, тобто природно-ресурсної ренти, що забезпечує реалізацію принципів соціальної відповідальності природодобувних підприємств в умовах прозорості діяльності й довіри.

При цьому «ризик у природокористуванні» ми розуміємо як ситуацію, що характеризується найбільшою ймовірністю настання та більшою вагою негативних наслідків під час здійснення господарської діяльності у сфері природокористування, що виникає завдяки капіталу, який використовує природні ресурси, кількість яких обмежена.

Відповідно до визначення колабораційного альянсу в природокористуванні ми пропонуємо розглянути класифікацію ризиків під час його функціонування (рис. 1).

Як ми вже зазначали, створення колабораційного альянсу – це вже ймовірність настання ризику, тому насамперед необхідно класифікувати ризики за суб'єктами функціонування і типами ризиків.

Окреме значення мають методи, за якими можна уникнути або мінімізувати настання ризикової ситуації. Тому ми пропонуємо класифікувати методи визначення та уникнення ризику в природокористуванні так.

1) За методами аутсорсингу ризиків. Метод спрямований на зменшення ймовірності виникнення несприятливого результату в ситуації ризику. Застосування цього методу можливе за таких умов: 1) точне визначення ступеня небезпеки; 2) визначення та уточнення причин, що генерують ризик; 3) наявність ефективних механізмів здійснення контролю над тими факторами, які генерують ризик або збільшують ймовірність його виникнення; 4) можливість контролю за факторами, що створюють ризик або збільшення ймовірності прояву ситуації ризику несприятливим результатом. Спеціальним прикладом аутсорсингу ризиків є концепція ризикового (венчурного) капіталу, де відповідальність за ризики новоствореної фірми передається на зовнішню організацію, яка фактично фінансує проєкт [16].

2) За методами сегрегації ризику. Цей метод передбачає методи уникнення ризику або диференціації джерел виникнення ризикової ситуації.

3) За методами зменшення частоти прояву ризиків. Ці методи використовують для цілей усунення причин виникнення ситуації ризику.

У практичному повсякденному житті компаній існують великомасштабні та потужні джерела катастрофічних ризиків, прояв яких не може бути обме-

женим або яким не можна запобігти (наприклад, ризик банкрутства компанії, вибух або несвоєчасна (передчасна) смерть робітників і службовців у разі операційних або виробничих аварій). Застосовуючи цей метод, керівництво шукає відповідь на питання про те, чи можна усунути всі джерела та причини виникнення таких ризиків. Фундаментальний характер і мета застосування цих методів полягають у створенні таких оперативних-технічних, організаційних та соціальних умов для функціонування компанії, за яких основні причини виникнення великомасштабних катастрофічних ризиків усуваються [16].

4) За методами покриття збитків. Основна мета цих методів полягає в мінімізації негативних наслідків пошкодження. Цей метод полягає в тому, що втрати, спричинені виникненням ситуації ризику, покриваються поточними фінансовими потоками (грошові потоки) фірми без створення внутрішніх або зовнішніх резервних фондів. Використовуючи такий підхід, величина втрат не настільки висока, а ризик-ситуація не впливає на основну виробничу діяльність компанії або не порушує її.

5) За методами трансформації ризиків. Цей метод передбачає відмову від уявної кризової ситуації, якщо цей ризик спричинить не лише фінансові, але й соціальні та, можливо, екологічні збитки. Якщо наслідки від цього ризику можуть покрити інші учасники колабораційного альянсу, то він може трансформуватися в несприятливу ситуацію, якої можна уникнути.

6) За методами самострахування кожного учасника колабораційного альянсу.

Мета цих методів полягає в покритті збитків за рахунок самострахування. Необхідно зазначити, що в науковій літературі немає однозначно чіткого або рівномірного розуміння сутності та функції самострахування. Однак у рамках цього методу можна виділити два визначення:

– «метод ризику самострахування з використанням внутрішніх джерел резервного підприємства або інших фондів, що належать підприємству» [17, с. 67];

– «страхування, реалізоване на самому підприємстві, якщо це фінансово-промислова група або промислова група зі своєю страховою дочірньою компанією» [18, с. 29].

7) За методами визначення специфічних ризиків в умовах коопетиції. Цей метод передбачає зазначення ризиків під час співпраці підприємств-конкурентів на внутрішньому або зовнішньому ринку. Наприклад, характерними ризиками такого типу співпраці є виникнення протистояння всередині коопетиційних альянсів та опортуністична поведінка членів робочої групи.

8) За методами зменшення втрат під час функціонування в системі колабораційних альянсів. Цей метод передбачає співробітництво між групами в рамках колабораційного альянсу, що дає кращі результати порівняно з тими, які можна було б одержати від діяльності кожного учасника окремо. При цьому ступінь виникнення несподіваного ризику мінімальний, тому що в процесі створення колабораційного альянсу всі учасники узгоджують свої інтереси та можливі ризики.

Висновки. Поєднання інтересів і перетин цільових ринків підприємств однієї галузі приводить до серйозних змін у структурі економіки країни, при цьому створюються нові організаційні форми співпраці, зростає ступінь взаємозалежності між гравцями. Соціальні інтереси, які все частіше відіграють головну роль під час створення нових організаційних

форм співпраці, є основою взаємозв'язків у суспільстві. Саме через створення таких відносин відбувається зворотний зв'язок між підприємствами, місцевими громадами та державою. Тому є природним, що в процесі видобування та використання природних ресурсів повинні брати участь усі учасники цього процесу, а саме видобувне підприємство, місцеві громади та держава. Колаборація інтересів може відбуватися як під час перерозподілу рентних доходів від видобування природних ресурсів, так і під час розподілу ризиків, що виникають у процесі співпраці всіх сторін. Ризики повинні сигналізувати про настання нової несприятливої ситуації, тому визначення джерела ризику може частково мінімізувати несприятливі наслідки. Методи мінімізації та уникнення ризику в рамках колабораційного альянсу можуть бути більш ефективними через трансформацію цих ризиків у несприятливі явища. Таким чином, сукупні методи, що діють під час функціонування колабораційного альянсу, потребують менших фінансових витрат, ніж усунення ризику окремим підприємством. Тому їх класифікація та визначення причин і джерел ризиків в умовах колабораційних альянсів будуть сприяти розвитку наукового, технологічного, кадрового та фінансового потенціалам різних підприємств для досягнення певних цілей, яких найефективніше домогтися за рахунок співпраці.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Труфкин А.С. Риск в стратегических альянсах компаний / А.С. Труфкин // Российское предпринимательство. – 2009. – Т. 10. – № 8. – С. 16-21.
2. Качинський А.Б. Екологічна безпека України: системний аналіз перспектив покращення / А.Б. Качинський. – К.: НІСД, 2001. – 312 с.
3. Королук Т. Систематизація і класифікація ризиків у галузях економічної науки / Т. Королук // Галицький економічний вісник. – 2015. – Т. 48. – № 1. – С. 62-71. – (Загальні проблеми економіки та суб'єктів господарювання).
4. Маршалл А. Принципы экономической науки: в 2 т. / А. Маршалл. – М.: Прогресс-Универс, 1993. – 458 с.
5. Кейнс Дж.М. Общая теория занятости, процента и денег / Дж.М. Кейнс. – М., 1948. – 253 с.
6. Шумпетер Й. Теория экономического развития / Й. Шумпетер. – М.: Прогресс, 1982. – 456 с.
7. Осадець С.С. Страхування: [підручник] / С.С. Осадець. – К.: КНЕУ, 1998. – 512 с.
8. Борисова В.А. Організаційно-економічний механізм страхування / В.А. Борисова, О.В. Огаренко. – Суми: Довкілля, 2001. – 188 с.
9. Шевелев А.Е. Риски в бухгалтерском учете: [учебное пособие] / А.Е. Шевелев, Е.В. Шевелева. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: КНОРУС, 2008. – 304 с.
10. Останкова Л.А. Аналіз, моделювання та управління економічними ризиками: [навч. посіб.] / Л.А. Останкова, Н.Ю. Шевченко. – К.: Центр навчальної літератури, 2011. – 256 с.
11. Хохлов Н.В. Управление риском: [учеб. пособие] / Н.В. Хохлов. – М.: Юнити-Дана, 2001. – 239 с.
12. Рымкевич В.В. Экономическая теория рисков: [монография] / В.В. Рымкевич. – Минск: БГЭУ, 2001. – 208 с.
13. Лапуста М.Г. Риски в предпринимательской деятельности / М.Г. Лапуста, Л.Г. Шаршукова. – М.: ИНФРА-М, 1996. – 224 с.
14. Чеховская И.А. Классификация и анализ рисков в условиях формирования и эффективного функционирования стратегических альянсов / И.А. Чеховская, А.В. Зенин // Известия ВолгГТУ: межвуз. сб. науч. ст. Серия «Актуальные проблемы реформирования российской экономики (теория, практика, перспектива)». – Волгоград: ВолгГТУ, 2014. – Вып. 19. – № 11(138). – С. 58-63.
15. Чеховская И.А. Теоретические основы применения маркетинговых стратегий в реструктуризации современных промышленных предприятий / И.А. Чеховская // Известия ВолгГТУ: межвуз. сб. науч. ст. Серия «Актуальные проблемы реформирования российской экономики (теория, практика, перспектива)». – Волгоград: ВолгГТУ, 2011. – Вып. 11. – № 4. – С. 166-171.
16. A classification of risk management methods in Complex electro technical systems / [T. Penev, N. Nikolova, L. Dimitrov] // European International Journal of Science and Technology. – 2013. – Vol. 2. – № 6.
17. Качалов Р.М. Управление риском на производственном предприятии / Р.М. Качалов // Предприятие в условиях рыночной адаптации: анализ, моделирование, стратегии: сб. трудов. – М.: ЦЭМИ РАН, 1996. – С. 95-108.
18. Перелет Р.А. Технический риск и обеспечение безопасности производства / Р.А. Перелет, Г.С. Переев. – М., 1998.

УДК 336.7

Голубка С.М.*доктор економічних наук, професор кафедри фінансів,
банківської справи і страхування
«Університет банківської справи»***Іванишина Г.С.***здобувач
Національна академія управління*

ДЕРЖАВНЕ РЕГУЛЮВАННЯ ОПЕРАЦІЙ З ДОРОГОЦІННИМИ МЕТАЛАМИ

У статті висвітлено види операцій з дорогоцінними металами і описано заходи їх регулювання. Вивчено досвід інших країн щодо регулювання операцій з дорогоцінними металами для формулювання практичних рекомендацій і вдосконалення управлінських підходів на шляху інтеграції фінансової та торгової систем України в світовий економічний простір. Виділено базові напрямки адаптації зарубіжного досвіду до українських умов – щодо обґрунтування заходів централізації, таврування і оцінки відповідності продукції, розвитку ринку банківських металів і регламентування діяльності суб'єктів, що здійснюють відповідні операції.

Ключові слова: державне регулювання, операції з дорогоцінними металами, світовий досвід, клеймування, пробірний контроль.

Голубка С.М., Іванишина Г.С. ГОСУДАРСТВЕННОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ОПЕРАЦИЙ С ДРАГОЦЕННЫМИ МЕТАЛЛАМИ

В статье определены виды операций с драгоценными металлами и описаны меры их регулирования. Изучен мировой опыт регулирования операций с драгоценными металлами для формулирования практических рекомендаций по совершенствованию управленческих подходов на пути интеграции финансовой и торговой систем Украины в мировое экономическое пространство. Выделены базовые направления адаптации зарубежного опыта к отечественным условиям – относительно обоснования меры централизации, клеймения и оценки соответствия продукции, развития рынка банковских металлов и регламентирования деятельности субъектов, осуществляющих соответствующие операции.

Ключевые слова: государственное регулирование, операции с драгоценными металлами, мировой опыт, клеймения, пробирный контроль.

Holubka S.M., Ivanyshyna G.S. STATE REGULATION OF OPERATIONS WITH PRECIOUS METALS

The types of operations with precious metals were identified. The measures to their regulation were described. World experience of regulation of operations with precious metals was studied. It is important to formulate practical recommendations to improve management approaches to the integration of financial and trade systems Ukraine into the world economy. The basic directions of world experience adaptation to local conditions were highlighted. They include the substantiation of degree centralization, marking and conformity assessment of products, development of the banking metals market and regulation of activities that carry out the operations.

Keywords: operations with precious metals, regulation, banking metals market, marking, assay control.

Постановка проблеми. Для України формування ефективної системи регулювання операцій з дорогоцінними металами важливе з огляду на декілька аспектів: по-перше, стратегічної значущості даного ресурсу; по-друге, Україна має зростаючі перспективи до збільшення державних запасів дорогоцінного металу; по-третє, для України залишається актуальним питання формування інвестиційного попиту на дорогоцінні метали, розвитку конкурентного ринку банківських металів.

Законодавство визначає, що дорогоцінні метали включають золото, срібло, платину і метали платинової групи (паладій, іридій, родій, осмій, рутеній) у будь-якому вигляді та стані (сировина, сплави, напівфабрикати, промислові продукти, хімічні сполуки, вироби, відходи, брухт тощо) [1]. Зрозуміло, що названі метали складають особливу ціннісну групу. Це проявляється не лише в фінансовому, але й історико-культурному аспекті. Фінансова цінність підсилюється обмеженістю даних видів металів, їх складовістю в золотовалютних резервах країни, що суттєво впливає на конкурентні позиції в глобальному масштабі. Саме дорогоцінні метали можна у будь-який момент використати для регулювання платіжного дисбалансу, здійснення міжнародних платежів на державному рівні та для захисту заощаджень на рівні суб'єктів господарювання і населення [2].

Невирішена раніше частина загальної проблеми. Операції з дорогоцінними металами в силу специфічності їх об'єкту вимагають вироблення чітких підходів до регулювання. Тут неприпустимими є зловжи-

вання з недотриманням регламентованих процедур. В іншому разі така держава ризикує втратити базові можливості фінансово-економічного розвитку. В Україні питання регулювання операцій з дорогоцінними металами певною мірою вирішені, хоча на практиці мають місце часті ухилення від регламентованих норм. Це внутрішній аспект проблеми. Однак є ще зовнішні протиріччя, які виникають у ході виконання Україною зобов'язань як повноправного члена Світової організації торгівлі (СОТ) та з огляду продовження інтеграції до ЄС. Тому актуальним напрямом наукових досліджень постає вивчення світового досвіду регулювання операцій з дорогоцінними металами як теоретичного і практичного базису подальших реформ у даній сфері для нашої держави.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У даному дослідженні використано напрацювання українських учених, які формують товарознавчі та управлінські основи вивчення операцій з дорогоцінними металами, ювелірної промисловості і ринку ювелірної продукції, державного пробірного контролю та митних процедур експорту-імпорту продукції та самих дорогоцінних металів (Т. Артюх, С. Семенко, К. Семенюк (реформи в контексті євроінтеграції) [8; 6]; А. Герасимович (особливості обліку операцій з дорогоцінними металами) [4]; С. Коваленко, Д. Полозенко (правові та організаційні питання здійснення операцій з дорогоцінними металами) [2; 3], Л. Чиж (досвід формування ринку банківських металів) [7; 9]) та ін.

Метою статті є вивчення світового досвіду регулювання операцій з дорогоцінними металами для

формулювання практичних рекомендацій з удосконалення управлінських підходів на шляху інтеграції фінансової і торгівельної систем України у світовий економічний простір.

Виклад основного матеріалу дослідження. Для вивчення практики інших країн щодо регулювання операцій з дорогоцінними металами найперше визначимо, що саме передбачає дане поняття.

Операції з дорогоцінними металами охоплюють різні дії, пов'язані з дорогоцінними металами і дорогоцінним камінням, дорогоцінним камінням органогенного утворення та напівдорогоцінним камінням. Такі дії регламентовано Законом України «Про державне регулювання видобутку, виробництва і використання дорогоцінних металів і дорогоцінного каміння та контроль за операціями з ними» (рис. 1).

Регулювання операцій з дорогоцінними металами охоплює систему заходів з контролю та визначення процедурних питань щодо дій з використання дорогоцінних металів, які включають клеймування, сертифікацію, експертизу (підтвердження відповідності), стандартизацію, оподаткування, квотування й митне декларування (експорт/імпорт), визначення порядку обліку та звітності, а також інші заходи, передбачені законодавством.

Систему регулювання операцій з дорогоцінними металами в Україні доповнюють державні та недержавні інститути. Вони можуть забезпечувати регулювання та виступати суб'єктами, які здійснюють відповідні операції (див. рис. 1):

– Центральний орган виконавчої влади, який реалізує державну політику в сфері державного пробірного контролю (на початок 2017 року це Міністерство фінансів України) і Національний банк України [1];

– Українська міжбанківська валютна біржа, яка має право здійснювати торгівлю банківськими металами;

– банківські установи, які володіють відповідними ліцензіями, що надають їм таке право; при

цьому вони можуть надавати послуги купівлі-продажу дорогоцінних металів, зокрема злитків (операції типу «спот», «тод», «том», ф'ючерсні, опціонні, форвардні), здійснювати продаж ювілейних і пам'ятних монет, відкриття поточних і депозитних рахунків у металах [3, с. 104];

– суб'єкти господарювання, однак за результатами здійснення відповідних операцій в обов'язковому порядку вони підлягають реєстрації у центральному органі виконавчої влади, що реалізує державну політику у сфері державного пробірного контролю [1];

– інші суб'єкти, в тому числі уповноважені фінансово-кредитні установи, у встановленому законодавством порядку – вітчизняне законодавство визначає, що суб'єктами правовідносин у сфері проведення операцій з дорогоцінними металами і дорогоцінним камінням можуть бути суб'єкти господарювання незалежно від форм власності, які провадять свою господарську діяльність згідно із законом [1].

Серед суб'єктів господарювання у сфері операцій з дорогоцінними металами важливими є афінажні компанії, які займаються виготовленням злитків з дорогоцінних металів, зокрема золота і срібла. Загально суб'єктний рівень організації системи операцій з дорогоцінними металами формують: 1) постачальники металу (видобувні компанії, згадані афінажні компанії, асоціації виробників тощо); 2) професійні посередники (банки, спеціалізовані компанії); 3) фінансові і промислові споживачі (центральні банки, інвестори, ювелірні підприємства тощо) [4, с. 44]. Серед промислових споживачів найбільший попит формують ювелірні підприємства, а також суб'єкти бізнесу електронної промисловості і стоматологічних послуг.

Для України формування ефективної системи регулювання операцій з дорогоцінними металами важливе з огляду на декілька аспектів:

– по-перше, стратегічної значущості даного ресурсу, про що вже говорилося у вступній частині публікації;



Рис. 1. Види операцій з дорогоцінними металами в Україні та їх суб'єктно-об'єктна характеристика

Джерело: авторська розробка за даними [1]

– по-друге, Україна входить до сорока золотовидобувних країн світу, має зростаючі перспективи до збільшення державних запасів дорогоцінного металу та підвищення стабільності в країні, відтак від ефективності регулюючих впливів напряду залежить фінансова стабільність нашої держави [3, с. 102];

– по-третє, для України залишається актуальним питання формування інвестиційного попиту на дорогоцінні метали, розвитку конкурентного ринку банківських металів.

Оскільки поточна вітчизняна практика не завжди ефективна, то актуальним предметом наукових досліджень стає світовий досвід регулювання операцій з дорогоцінними металами.

З вивчення досвіду інших країн у формуванні системи регулювання операцій з дорогоцінними металами бачимо, що різні країни мають свій сформований практик з різною часовою тривалістю. Однак більшість сучасних розвинених держав уніфікують стандарти до єдиного міжнародного зразка.

Глибокі традиції в сфері регулювання операцій з дорогоцінними металами мають Франція, Бельгія, Італія і Швейцарія. Саме дані країни перші в світі розробили і затвердили міжнародний правовий документ, який регулював правила операцій з дорогоцінними металами – договір про створення так званого Латинського монетного союзу 1865 року; згодом до нього приєдналися Греція, Румунія, Болгарія, Іспанія, Фінляндія та Сербія, погоджуючи правила карбування монет з золота і срібла та використання їх як міри вартості [3, с. 102]. Лише після рішення на Кінгстонській конференції 1976 року була скасована офіційна ціна золота, припинено розмір доларів на золото і країнам надано право вибору будь-якого режиму валютного курсу; запроваджувалась Ямайська валютна система паперового (доларового) стандарту [5]. Відтоді золото та інші дорогоцінні метали перестали використовуватись у міжнародних валютних розрахунках, змінюючи своє функціональне призначення.

Вивчення досвіду інших країн щодо регулювання операцій з дорогоцінними металами слід здійснювати за декількома напрямками, наведеними у табл. 1.

При цьому слід пам'ятати, що більшість розвинених держав мають давні традиції регулювання операцій з дорогоцінними металами. Для прикладу, США ще з 1973 року впроваджували активні заходи з балансування інтересів суб'єктів, які займались видобуванням срібла, в умовах переходу до системи золотого стандарту. В Україні практика регулювання, що сформувалася потребує негайного вдосконалення. В іншому випадку будуть поглиблюватися фінансові інституціональні пастки, що негативно впливатиме на економічне зростання.

Вивчення світового досвіду щодо регулювання операцій з дорогоцінними металами, найперше, слід здійснювати з позиції обґрунтувань міри централізації даного процесу. Вважаємо, що з огляду на стратегічну важливість сфери використання дорогоцінних металів виключну функціональність тут має виконувати держава. Вивчення світового досвіду дозволило зробити висновок, що в більшості сусідніх та інших європейських державах функціонує профільний центральний орган державної влади у сфері пробірної контролю. Такі узагальнення можна знайти в праці авторів С. Семенко і К. Семенюк. Учені зазначають про діяльність наступних структур у європейських країнах: Пробірний офіс у Чехії, підпорядкований Міністерству торгівлі та промисловості; Пробірна інституція, підпорядкована Міністерству економіки та транспорту, в Угорщині; Пробірна палата, підпорядкована Центральному офісу мір і Міністерству економіки та праці, у Польщі; Пробірний офіс, підпорядкований Міністерству економіки, в Словаччині; Офіси пробірної служби в системі митної служби, підпорядковані Міністерству економіки, фінансів та промисловості, у Франції; Департамент промисловості, торгівлі та зайнятості Ірландії; Пробірна служба, підпорядкована Міністерству фінансів, в Естонії, Литві та Латвії; Державний монетно-банкотний двір (одночасно виконує функції клеймування) у Португалії; Пробірний офіс, підпорядкований Міністерству торгівлі, промисловості і туризму, на Кіпрі; Пробірні офіси, підпорядковані Радам по промисловості та торгівлі у регіонах (без підпоряд-

Таблиця 1

Основні напрямки вивчення світового досвіду щодо регулювання операцій з дорогоцінними металами в Україні

№ з/п	Напрямок	Пріоритети адаптації до вітчизняних умов
1	Централізація регулювання	Функціональність профільного центрального органу державної влади у сфері пробірної контролю (Польща, Португалія, Угорщина, Чехія, країни Прибалтики і т. д.) Високий рівень централізації регулювання з поетапним послабленням (Японія) Відновлення потенціалу видобутку золота з зобов'язанням продажу в обмежений термін уповноваженим державним органам (ΠΑΡ) Дозвільна система експортно-імпоротної діяльності (ΠΑΡ) Заборона експорту сировини, лише виробів з дорогоцінних металів (Індія) Відсутність оподаткування імпорту золотих злитків до певної ваги (Сінгапур), золотих злитків, монет, необробленого золота (Німеччина)
2	Клеймування й оцінювання відповідності продукції	Уніфікація вітчизняних норм і процедур до міжнародних стандартів (ЕС) Експертиза «третьою стороною» (ЕС) Експертиза з використанням новітніх технологічних досягнень (розвинені країни) Вільна експортно-імпортна діяльність щодо клеймованих виробів за узгодженими стандартами (ЕС) Контроль вмісту нікелю у дорогоцінних сплавах (ЕС)
3	Розвиток ринку банківських металів	Формування авторитетного інституційного середовища регулювання організації діяльності сектору торгівлі дорогоцінними металами на фондовому ринку (США) Стимулювання розвитку внутрішнього ринку через відкриття золотих депозитних рахунків від декількох грамів металу, що розширить доступ населення з різною купівельною спроможністю (Сінгапур)
4	Регламентування діяльності суб'єктів, що здійснюють операції з дорогоцінними металами	Дозвіл на вільну внутрішню торгівлю (Японія, Сінгапур, Німеччина) Продаж імпортованих дорогоцінних металів у національній валюті (Індія) Участь авторитетних комерційних банків у залученні іноземних інвесторів, іноземного кредитування у золотодобувну промисловість (Росія)

Джерело: авторське узагальнення

кування на центральному рівні), в Іспанії; Пробірні офіси, підпорядковані Міністерству економічних зв'язків, у Нідерландах; Офіси пробірної служби, підпорядковані Державному департаменту з торгівлі та промисловості, у Великобританії; Пробірний офіс, підпорядкований Міністерству економіки та торгівлі, у Данії; Міністерство торгівлі та промисловості у Фінляндії; Державний пробірний офіс, підпорядкований Палаті мір, у Словенії; Центральне бюро по контролю за дорогоцінними металами у Швейцарії [6, с. 101-102].

Хоча в Україні наразі існують проблеми щодо використання золоторудного потенціалу (процедури продажу землі і залучення іноземного інвестора з новітніми технологіями), можливості відновлення видобутку золота потребують використання практики ПАР, яка є найбільшою в світі країною-добувачем даного благородного металу. Згідно законодавства ПАР, усе видобуте золото має бути продане протягом 30 днів Резервному банку Південної Африки, який діє від імені Міністерства фінансів [7, с. 125]. Законодавство ПАР також визначає, що юридичні особи можуть купувати золото для своїх виробничих потреб (їх перелік визначається Міністерством фінансів) з обов'язковим використанням тільки за цільовим призначенням [7, с. 125]. Для України цей досвід важливий в умовах ліквідації Державної пробірної служби та провідної функціональності у сфері пробірного контролю з боку Міністерства фінансів України. З досвіду європейських держав бачимо, що рідко підпорядкованість профільної структури у сфері пробірного контролю підпадає під сферу фінансів, а частіше – економіки і торгівлі, а також митного регулювання. Цей факт не слід оминути увагою в контексті вироблення подальших практичних рекомендацій за напрямом організаційних реформ.

Узагалі політика ПАР має чітко виражений директивний характер. Дуже жорсткою також є політика Індії, де до середини XX століття взагалі заборонявся імпорту золота. Історично жорстку політику регулювання операцій з дорогоцінними металами реалізовувала Японія, однак у 1974, 1978 і 1980 роках були поетапно лібералізовані правила операцій із золотом та скасовано всі обмеження, що дало значний поштовх до розвитку ринку [7, с. 126]. У результаті, в Японії експортно-імпортна діяльність щодо злитків з золота не підлягає ліцензуванню, а внутрішня торгівля не має жодних обмежень.

Протилежним є підхід, для прикладу, в Сінгапурі, де експортно-імпортна, внутрішня торгівельна діяльність, пов'язана з дорогоцінними металами, взагалі не потребує спеціальних дозволів. Має місце практика неоподаткування окремих операцій з дорогоцінними металами, в яких зацікавлена держава, для прикладу щодо імпорту злитків з золота вагою до 1 кг.

Порівняно ліберальною є політика Німеччини. Зокрема тут немає обмежень експортно-імпоротної діяльності щодо торгівлі дорогоцінними металами, однак вона підлягає обов'язковому митному декларуванню.

Дуже важливим інструментом державного пробірного контролю є клеймування як складова процедури оцінювання відповідності виробів до встановлених стандартів. Світовий досвід щодо клеймування в Україні слід вивчати з погляду євроінтеграційних перспектив нашої держави, тим більше за даним напрямком уже здійснено певні реформи. Зокрема, починаючи з 2012 року, вітчизняні ювелірні підпри-

ємства втратили право самостійного клеймування власної продукції, що було здійснено в рамках ратифікації Віденської конвенції та приєднання до Асоціації європейських пробірних палат, до складу якої сьогодні входять 18 країн [8, с. 45]. Долучення України до Віденської конвенції дозволяє впровадити також інші позитивні практики щодо оцінювання відповідності виробів з дорогоцінних металів. Як пише Т. Артюх, по-перше, оцінювання відповідності щодо вмісту дорогоцінного металу в сплавах ювелірних виробів здійснюється «третьою стороною», яка акредитована на виконання робіт відповідно до вимог міжнародного стандарту ISO 17025; по-друге, клеймовані вироби безперешкодно ввозяться в іншу країну-учасницю Конвенції без наступного контролю з боку національної пробірної служби, а результати випробувань визнаються в усіх країнах Конвенції [8, с. 45].

У рамках удосконалення процедур і норм оцінювання відповідності продукції з дорогоцінних металів для України цінним є досвід ЄС у плані контролю вмісту нікелю в дорогоцінних сплавах. До ратифікації Україною Директиви Європейського парламенту та Ради ЄС № 94/27/ЕС від 30 червня 1994 року, яку ще називають Нікелева Директива, у нашій державі і надалі зберігатиметься негативна практика імпорту лігатур, які містять нікель та інші токсичні елементи, що не лише порушує якісні властивості ювелірних та інших виробів, що містять дорогоцінні метали, але й є загрозою для здоров'я людини, яка їх використовує.

Досвід регулювання ринку банківських металів в інших країнах заслуговує на особливу увагу вітчизняних фахівців у силу його слаборозвиненості в нашій державі. Цінним є досвід Сінгапуру щодо проведення операцій з банківськими металами на внутрішньому ринку через відкриття золотих депозитних рахунків від декількох грамів металу [9, с. 15]. Така практика може бути стимулюючим стартом для залучення населення до відповідних операцій і формування їхньої фінансової грамотності на ринку банківських металів.

Велику роль для ринку банківських металів відіграє рівень розвитку фондового ринку, що вже, апріорі, є проблемним для України. Найкращий досвід щодо торгівлі дорогоцінними металами через фондові механізми мають США. Тут функціонують: Товарна біржа Нью-Йорку (ще з 1933 року), яка є найбільшою в світі біржею ф'ючерсної торгівлі металами, активним агентом торгівлі контрактами золота (з 1975 року) та переважно орієнтована на міжнародних клієнтів; Міжнародний валютний ринок Чикаго, представлений валютною біржею, яка обслуговує внутрішні потреби, пропонуючи ф'ючерсні контракти із золотом, і товарною біржею (заснована ще 1919 року), яка торгує золотом з поставкою «spot» або «форвард»; Чиказька торгова палата, яка є найбільшою і найстарішою з товарних бірж, на якій торгують товарними ф'ючерсами і золотими опціонами; Середньо-американська товарна біржа, яка є ф'ючерсною товарною біржею (функціонує з 1868 року) і спеціалізується на торгівлі міні-контрактами, обсяг яких становить 0,2 до половини контрактів на інших біржах; Нью-Йоркська товарна біржа (з 1872 року), яка спеціалізується на торгівлі ф'ючерсами на платину [7, с. 125].

Вивчення досвіду інших країн щодо регламентування діяльності суб'єктів, які здійснюють операції з дорогоцінними металами, є важливим у частині формування конкурентного середовища.

Актуальним для України залишається досвід діяльності іноземних афінажних компаній та процедур регулювання їхньої діяльності. Відомо, що провідною міжнародною структурою, яка визначає порядок сертифікації злитків з золота і срібла, є Лондонська асоціація ринку дорогоцінних металів (LBMA). Відтак компанії, які хочуть отримати право на виробництво злитків з дорогоцінних металів, зобов'язані бути зареєстровані даною структурою або ж стати учасниками Лондонського ринку платини і паладію (LPPM).

Висновки з проведеного дослідження. Україна має формувати свою політику у сфері регулювання операцій з дорогоцінними металами. Однак, сучасні умови глобалізації, орієнтир на євроінтеграцію, членство в СОТ змушують нашу державу реагувати на тренди уніфікації і стандартизації за даним напрямом. У контексті адаптації досвіду інших держав, найперше слід забезпечити відповідність вітчизняних систем класифікації дорогоцінних металів, стандартизації, методик оцінювання відповідності. Те саме стосується й інституційного забезпечення. Однак, що найбільш важливо для України за результатами вивчення досвіду інших держав, у пріоритеті має стояти розвиток фондового ринку. Для нашої держави вкрай важливо формувати належний рівень фінансової грамотності населення та підвищувати рівень інституційної довіри внутрішніх інвесторів до фондового ринку, зокрема за посередництвом використання золотих і срібних злитків. Такі операції з цільовим стимулюванням, нехай і за поточної хиткої макроекономічної ситуації, можуть стати вагомим кроком на шляху фінансової стабілізації нашої держави. Тому актуальним напрямом для подальших наукових досліджень має бути вивчення практики і досвіду розвитку бірж дорогоцінних металів і дорогоцінного каміння.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Про державне регулювання видобутку, виробництва і використання дорогоцінних металів і дорогоцінного каміння та контроль за операціями з ними: Закон України від 18.11.1997 року № 637/97-ВР: Законодавство України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/637/97-%D0%B2%D1%80/page>
2. Полозенко Д. В. Операції з дорогоцінними металами та їх роль у формуванні бюджету / Д. В. Полозенко, С. О. Коваленко // Наукові праці НДФІ. – 2006. – № 3. – С. 45–48.
3. Коваленко С. О. Розвиток операцій з дорогоцінними металами та їх роль у стабілізації економіки / С. О. Коваленко // Вісник економіки транспорту і промисловості. – 2010. – № 31. – С. 102–104.
4. Герасимович А. М. Методичні засади обліку банківських операцій на ринку банківських металів / А. М. Герасимович [Електронний ресурс] // Бухгалтерський облік, аналіз та аудит: проблеми теорії, методології, організації. – Режим доступу: <http://194.44.12.92:8080/jspui/bitstream/123456789/1501/1/9.pdf>.
5. Ліфанова М. І. Проблеми та перспективи розвитку світової валютної системи в посткризовий період / М. І. Ліфанова [Електронний ресурс] // Економіка. Управління. Інновації. – 2014. – № 1. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/eui_2014_1_63.
6. Семенко С. В. Особливості здійснення пробірного контролю за якістю ювелірних виробів з дорогоцінних металів в країнах Європейського союзу / С. В. Семенко, К. М. Семенюк // Наукові розвідки з державного та муніципального управління. – 2014. – Вип. 1. – С. 98–105.
7. Чиж Л. Зарубіжний досвід регулювання ринку банківських металів і рекомендації Україні / Л. Чиж // Вісник Львів. ун-ту. Серія екон. – 2009, Вип. 41. – С. 124–130.
8. Артюх Т. Система технічного регулювання обігу ювелірних виробів з дорогоцінних металів в Україні / Тетяна Артюх // Тези доповідей за результатами роботи Міжнародної науково-практичної конференції «Україна та ЄС: подолання технічних бар'єрів у торгівлі» (Київ, 18–19 березня 2015 року). – Київ, 2015. – 426 с. – С. 44–46.
9. Чиж Л. М. Регулювання ринку банківських металів в Україні: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук: спец. 08.00.03 «Економіка та управління національним господарством» / Л. М. Чиж. – Львів, 2009. – 20 с.

УДК 330.322

Крамаренко К.М.*кандидат економічних наук,
доцент кафедри економічних дисциплін
Національної академії Національної гвардії України*

СУЧАСНІ ПІДХОДИ ДО ФОРМУВАННЯ І ВИКОРИСТАННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ КРАЇНИ

Розкрито сутність інвестиційного потенціалу, його місце серед інших категорій теорії інвестування. Визначено фактори формування та використання інвестиційного потенціалу на макrorівні. Окреслено особливості інвестиційного потенціалу України та шляхи поліпшення його формування та використання.

Ключові слова: інвестиції, потенціал, інвестиційний потенціал, інвестиційні ресурси, інвестиційний клімат, інвестиційна місткість, фактори формування інвестиційного потенціалу.

Крамаренко Е.Н. СОВРЕМЕННЫЕ ПОДХОДЫ К ФОРМИРОВАНИЮ И ИСПОЛЬЗОВАНИЮ ИНВЕСТИЦИОННОГО ПОТЕНЦИАЛА СТРАНЫ

Раскрыты сущность инвестиционного потенциала, его место среди других категорий теории инвестирования. Определены факторы формирования и использования инвестиционного потенциала на макроэкономическом уровне. Определены особенности инвестиционного потенциала Украины и пути улучшения его формирования и использования.

Ключевые слова: инвестиции, потенциал, инвестиционный потенциал, инвестиционные ресурсы, инвестиционный климат, инвестиционная емкость, факторы формирования инвестиционного потенциала.

Kramarenko K.M. MODERN APPROACHES TO THE FORMATION AND USE OF THE INVESTMENT POTENTIAL OF THE COUNTRY

The essence of investment potential, its place among other categories of the theory of investment is revealed. The factors of formation and use of investment potential at the macro level are determined. The features of Ukraine's investment potential and ways to improve its formation and use are outlined.

Keywords: investment, potential, investment potential, investment resources, investment climate, investment capacity, factors of formation of investment potential.

Постановка проблеми. Будь-яка економічна система прагне до економічного зростання. Не винятком є й економіка України. Проте сьогодні у нашій державі є певні труднощі з виконанням цього завдання. Економічні системи більшості країн є відкритими, що означає розвиток інтеграційних процесів. Конкурентоспроможність економіки України залишається низькою. Щоб змінити становище, держава має спрямувати свої зусилля і ресурси на збільшення наукового потенціалу, інформаційних технологій, поліпшення інфраструктури та розвиток перспективних галузей. Це можливо у тому разі, коли забезпечується належний рівень формування і використання економічного потенціалу. Визначальним елементом економічного потенціалу є інвестиційний потенціал, оскільки інвестиції є джерелом простого і розширеного відтворення. У сучасних умовах обмеженості внутрішніх інвестиційних ресурсів великого значення набуває виявлення можливостей додаткового залучення інвестицій і ефективного їх використання. Для цього слід виявити чинники, які впливають на формування і використання інвестиційного потенціалу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Залучення і використання інвестицій, стан та особливості формування інвестиційного клімату, оцінка інвестиційної привабливості, формування і використання інвестиційного потенціалу, а також інші питання, так чи інакше пов'язані з інвестиційними процесами в економіці, є завжди актуальними.

У цих напрямках у сферах інвестування, макроекономіки, національної економіки працюють такі вчені, як О.Я. Базилінська, І.О. Бланк, Б.В. Губський, Т.В. Майорова, А.Ф. Мельник, О.В. Носова та ін. [1-6]. Багато наукових праць пов'язано і з питаннями ресурсного потенціалу.

Аналіз сутності поняття «інвестиційний потенціал», його співвідношення з іншими категоріями,

складники інвестиційного потенціалу, а також основні принципи та підходи до його формування як на рівні підприємства, так і на рівні країни досліджено в публікаціях [7-14]. Незважаючи на велику кількість наукових робіт, даний напрям досліджень залишається актуальним.

Мета статті полягає у дослідженні інвестиційного потенціалу на макrorівні, узагальненні та аналізі чинників формування та використання інвестиційного потенціалу на макrorівні.

Виклад основного матеріалу дослідження. Очевидно, що поняття «інвестиційний потенціал» є сукупністю двох слів: «інвестиції» та «потенціал».

У макроекономіці інвестиції є частиною сукупних витрат, що складається з витрат на нові засоби виробництва, інвестиції в нове житло і приросту товарних запасів. Тобто це частина ВВП, не спожита в поточний період, що забезпечує приріст капіталу в економіці [1, с. 98].

Наступний складник досліджуваного поняття – потенціал. Зміст поняття «потенціал» розкривається через його ознаки:

- 1) зміст: засоби, запаси, ресурси;
- 2) здатність, можливість та необхідність мобілізації цих ресурсів;
- 3) мета, ціль мобілізації і використання цих ресурсів [7].

Виходячи із цього, поняття «потенціал» є комплексним і включає ресурси, засоби, джерела, необхідні для функціонування економічної системи країни, а також можливості щодо їх мобілізації та ефективного використання, що, своєю чергою, зумовлює розвиток цієї системи.

Інвестиційна діяльність здійснюється за рахунок інвестиційних ресурсів, які є всіма формами капіталу, що залучається для здійснення вкладень в об'єкти реального і фінансового інвестування [2, с. 467].

Джерелом розширеного відтворення є накопичення, тобто частина національного доходу, спрямована на технічний розвиток виробництва, утворення резервів і розширення основних фондів. Формування інвестиційних ресурсів країни можна представити так:

Національні інвестиційні ресурси + Іноземні інвестиційні ресурси – Відтік капіталу за кордон = Національні інвестиційні ресурси + Сальдо міжнародного руху капіталу [4].

Вивчаючи теоретичні аспекти формування і використання інвестиційного потенціалу, слід звернути увагу на поняття інвестиційної місткості, яке має місце в теорії інвестування.

Інвестиційні ресурси і можливості (як наявні, так і приховані) для суб'єктів господарювання передусім є необхідною умовою розширеного відтворення, і у цьому зв'язку, розглядаючи інвестиційний потенціал, мають на увазі ті його складники, які, власне, використовує (приймає) даний суб'єкт незалежно від походження джерел ресурсів (внутрішніх чи зовнішніх).

Проте існує дещо інший підхід, згідно з яким інвестиційний потенціал розглядається як сукупна характеристика можливості здійснення інвестиційної діяльності самостійно. Використовуючи як інвестиції власні ресурси, підприємство має найвищий рівень фінансової стійкості, а зі зростанням частки залучення ресурсів спостерігається тенденція до зростання фінансових ризиків.

Тобто інвестиційний потенціал – це сукупність потенційних інвестиційних можливостей підприємства, які використовуються чи можуть бути використані для здійснення інвестиційної діяльності, враховуючи вплив дії факторів зовнішнього середовища. Таким чином, інвестиційний потенціал – це можливості підприємства продукувати інвестиції, а не прийняти їх. Можливості ж підприємства прийняти інвестиції характеризує інвестиційна місткість [8].

Згідно з таким підходом, інвестиційна місткість, тобто наявність місця прикладання інвестицій, є не чим іншим як передумовою для здійснення інвестицій і визначає інвестиційну привабливість підприємства [8].

Інвестиційна місткість – потрібна кількість інвестиційних ресурсів для реалізації інвестиційних проектів або комплексних цільових регіональних інвестиційних програм [9]. Згідно із цим підходом, інвестиційний потенціал прирівнюється до пропозиції інвестиційних ресурсів, а інвестиційна місткість – до попиту.

Рівність інвестиційного потенціалу (пропозиції інвестиційних ресурсів) і інвестиційної місткості (попиту на інвестиційні ресурси) – це ринкова рівновага, чисте теоретичне положення, яке на практиці не може існувати достатньо довго порівняно з часом реалізації інвестиційних проектів [9]. Як бачимо, теорія інвестування поповнюється все новими й новими категоріями та підходами до аналізу інвестиційного потенціалу.

У сучасних умовах важливо як продукувати інвестиції, так й ефективно їх освоювати. Досить важко знайти економічну систему, де б лише за рахунок власних інвестиційних ресурсів відбувалося економічне зростання, тому виникає необхідність у залученні і використанні зовнішніх інвестиційних ресурсів. При цьому не кожна економічна система спроможна це реалізувати.

Виходячи з викладеного вище, ми погоджуємося з думкою, що інвестиційний потенціал є максимально можливою здатністю залучати у виробництво й ефективно використовувати інвестиційні ресурси

для здійснення реальних і фінансових інвестицій, які матеріалізуються у новостворюваних факторах суспільного виробництва та суспільній інфраструктурі [5].

Створення додаткових інвестиційних можливостей, що можуть бути реалізовані в країні шляхом мобілізації внутрішніх або залучення зовнішніх ресурсів, лежить в основі формування інвестиційного потенціалу.

Поняття «інвестиційний потенціал» тісно пов'язане з іншими категоріями теорії інвестицій. Зокрема, інвестиційний потенціал не можна розглядати поза інвестиційним кліматом, інвестиційними ризиками та інвестиційною привабливістю. Ці чотири категорії тісно переплетені між собою й є взаємозалежними. У публікаціях [10; 11] автором здійснено аналіз понять «інвестиційний клімат» та «інвестиційна привабливість».

Що стосується взаємозв'язку цих категорій, то слід відзначити, що у наукових працях можна виділити декілька підходів, зокрема:

1) інвестиційний потенціал та інвестиційний ризик у своїй сукупності формують інвестиційний клімат. Своєю чергою, інвестиційна привабливість розглядається як результат взаємодії інвестиційної політики та інвестиційного клімату [3; 12];

2) сукупність інвестиційного потенціалу та інвестиційного ризику формує інвестиційну привабливість на рівнях конкретних підприємств, галузей, регіонів та інвестиційний клімат на макроекономічному рівні. Водночас у результаті взаємодії інвестиційної привабливості та інвестиційної активності формується інвестиційний клімат [5; 12; 13].

Інвестиційний потенціал є невід'ємним складником економічного і ринкового потенціалу. Він, своєю чергою, включає виробничий, технічний, інноваційний, кадровий та фінансово-економічний потенціал.

Економічний потенціал розглядається як кількісно-якісна характеристика наявності й можливості використання усіх видів ресурсів, які має держава для свого економічного та соціального розвитку. Ринковий потенціал характеризує рівень інвестиційної конкуренції, вплив цін та змін кон'юнктури на інвестиційну діяльність [6, с. 167].

Інвестиційний потенціал є динамічною категорією, його формування, стан і ступінь використання відбуваються під впливом багатьох факторів, які можна розділити за місцем виникнення на внутрішні та зовнішні (ендогенні та екзогенні), а за характером впливу – на позитивні та негативні.

Ендогенні фактори зумовлені розвитком і рівнем ефективності використання інших часткових потенціалів: фінансово-економічного, виробничо-технологічного, інноваційно-інтелектуального, управлінського (організаційного), трудового, інформаційного тощо. Екзогенні фактори зумовлені станом і характеристиками макросередовища, в якому функціонує суб'єкт [14].

Поеднання цих факторів формує різні варіанти формування інвестиційного потенціалу. У сучасній практиці розглядаються три основних варіанти формування інвестиційного потенціалу:

1) домінують внутрішні негативні чинники, а зовнішні є сприятливими (наявні інвестиційні можливості можуть бути реалізовані досить швидко, а інвестиційний потенціал, як правило, у цьому разі помірний);

2) переважають зовнішні негативні фактори, а внутрішні є сприятливими (реалізація інвестиційного потенціалу полягає у поліпшенні інвестицій-

ного клімату, хоча інвестиції досить ризиковані; інвестиційний потенціал при цьому може досягти значного розміру, але тільки якщо несприятливі зовнішні фактори будуть зберігатися протягом тривалого часу);

3) переважають негативні внутрішні та несприятливі зовнішні чинники (інвестиційний потенціал може досягти великих показників, але капітало-вкладення при цьому вкрай ризиковані (контрагенти намагаються утримуватися від інвестування)) [13].

Інвестиційний потенціал України вирізняється високою неоднорідністю, тому інвестиційну політику необхідно проводити виходячи з можливостей і потреб розвитку кожного регіону. За більшістю показників макросередовища Україна має бути однією з провідних країн вкладання прямих і портфельних іноземних інвестицій. Цьому сприяють її великий внутрішній ринок, порівняно кваліфікована й водночас дешева робоча сила, суттєвий науково-технічний потенціал, значні природні ресурси та наявність інфраструктури, хоча й не надто розвиненої [6].

Висновки. Отже, інвестиційний потенціал є складною і динамічною категорією, а тому не існує єдиного підходу до її визначення. Розглядати інвестиційний потенціал слід поряд з інвестиційним кліматом, інвестиційною привабливістю, інвестиційною активністю та інвестиційною місткістю.

Формування і використання інвестиційного потенціалу є визначальним чинником у забезпеченні конкурентоспроможності та економічної безпеки держави. Виходячи із цього, держава повинна сприяти мінімізації негативних екзогенних факторів шляхом реалізації ефективної інвестиційної політики, яка, своєю чергою, передбачає регулювання інвестиційного, податкового законодавства, що забезпечить поліпшення інвестиційного клімату. Як на макро-, так і на мікрорівні слід здійснювати всі можливі заходи щодо підвищення прибутковості підприємств шляхом нарощування і підвищення ефективності використання економічного потенціалу, що сприятиме нарощуванню внутрішніх інвестиційних ресурсів та розширенню інвестиційних можливостей.

Формування і використання інвестиційного потенціалу повинно використовуватися у тісному взаємозв'язку з інноваційним потенціалом, що є запорукою інноваційно-інвестиційного розвитку держави.

У процесі формування і використання інвестиційного потенціалу на макrorівні першочергового значення набуває соціальний аспект, який полягає у забезпеченні зайнятості та доходів населення, розвитку соціальної інфраструктури, підтримці галузей і виробництв, що мають життєве значення (медична промисловість, охорона здоров'я, освіта і т. п.). Тобто формування і використання інвестиційного потенціалу в країні різними господарюючими суб'єктами

повинно забезпечувати й їх реальну участь у соціально-економічній діяльності об'єктів і сфер національної економіки.

Таким чином, у сучасних умовах основним призначенням інвестиційного потенціалу є сприяння розвитку матеріального виробництва і переходу до стабільного економічного зростання.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Базилінська О.Я. Макроекономіка: [навч. посіб.] / О.Я. Базилінська; 2-е вид., випр. – К.: Центр учбової літератури, 2009. – 442 с.
2. Бланк І.А. Инвестиционный менеджмент: [учебный курс] / И.А. Бланк; 2-е изд., перераб. и доп. – К.: Эльга, Ника-Центр, 2006. – 552 с.
3. Губський Б.В. Інвестиційні процеси в глобальному середовищі / Б.В. Губський. – К.: Наукова думка, 1998. – 389 с.
4. Майорова Т.В. Формування інвестиційних ресурсів в Україні / Т.В. Майорова // Фінанси, облік і аудит. – 2010. – № 15. – С. 122-132.
5. Національна економіка: [навч. посіб.] / А.Ф. Мельник [та ін.]; за ред. А.Ф. Мельник. – К.: Знання, 2011. – 463 с.
6. Національна економіка: [навч. посіб.] / За ред. О.В. Носової. – К.: Центр учбової літератури, 2013. – 512 с.
7. Юхновський І.В. Сутність та структура інноваційно-інвестиційного потенціалу економіки: основні підходи та напрями формування / І.В. Юхновський // Український соціум. – 2010. – № 2. – С. 159-171.
8. Пилипенко Н.М. Формування і реалізація інвестиційного потенціалу як пріоритет інвестиційної політики в умовах зниження інвестиційної активності / Н.М. Пилипенко // Технології XXI века: сб. тезисов по матер. 21-й Междунар. науч. конф.: в 3-х ч. (8-10 сентября 2015 г.). – Сумы: СНАУ, 2015. – Ч. 2. – С. 48-50.
9. Перерва П.Г. Інвестиційний потенціал і інвестиційна місткість як елементи парадигми управління реконструкцією і виробничими потужностями підприємств / П.Г. Перерва // Вестник Нац. техн. ун-та «ХПІ». Технический прогресс и эффективность производства. – 2008. – № 19. – С. 78-82 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/28421>.
10. Крамаренко К.М. Формування інвестиційного клімату України в сучасних умовах / К.М. Крамаренко // Глобальні та національні проблеми економіки. – 2015. – Вип. 8. – С. 188-191.
11. Крамаренко К.М. Інвестиційна привабливість підприємства та методичні підходи до її визначення / К.М. Крамаренко // Причорноморські економічні студії. – 2016. – Вип. 10. – С. 101-104 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/bses_2016_10_22.
12. Мірошніченко І.В. Теоретичні основи моделювання інвестиційного потенціалу України / І.В. Мірошніченко // Наукові записки. Серія «Економіка». – 2011. – Вип. 18. – 644 с.
13. Дресвянніков Д.О. Формування інвестиційного потенціалу підприємства / Д.О. Дресвянніков // Вісник Приазовського державного технічного університету. Серія «Економічні науки». – 2016. – Вип. 31(2). – С. 20-27 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/VPDTU_ek_2016_31\(2\)_4](http://nbuv.gov.ua/UJRN/VPDTU_ek_2016_31(2)_4).
14. Шамота Г.М. Особливості інвестиційного потенціалу України на сучасному етапі розвитку економіки / Г.М. Шамота // Ефективна економіка. – 2015. – № 11 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4499>.

УДК 330.1

Куцик В.І.

кандидат економічних наук,
доцент кафедри економіки

Львівського торговельно-економічного університету

ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНИЙ МЕХАНІЗМ УПРАВЛІННЯ ЕФЕКТИВНІСТЮ ДІЯЛЬНОСТІ ІНТЕГРОВАНИХ КОРПОРАТИВНИХ СИСТЕМ

Актуальність статті полягає у необхідності виявлення та дослідження особливостей структури та важелів впливу на організаційно-економічний механізм управління ефективністю діяльності інтегрованих корпоративних систем. Метою статті є обґрунтування доцільності вивчення ознак, функцій та методів реалізації організаційно-економічного механізму управління ефективністю інтегрованих корпоративних систем. Застосовано аналітичні та експертні методи дослідження, що дають змогу повною мірою висвітлити шляхи досягнення поставленої мети. У статті зазначено основні підходи до визначення категорії «організаційно-економічний механізм інтегрованих корпоративних систем».

Ключові слова: інтегровані корпоративні системи, організаційно-економічний механізм, ефективність управління.

Куцык В.И. ОРГАНИЗАЦИОННО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ МЕХАНИЗМ УПРАВЛЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТЬЮ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ИНТЕГРИРОВАННЫХ КОРПОРАТИВНЫХ СИСТЕМ

Актуальность статьи заключается в необходимости выявления и исследования особенностей структуры и рычагов влияния на организационно-экономический механизм управления эффективностью деятельности интегрированных корпоративных систем. Целью статьи является обоснование целесообразности изучения признаков, функций и методов реализации организационно-экономического механизма управления эффективностью интегрированных корпоративных систем. Применены аналитические и экспертные методы исследования, позволяющие в полной мере осветить пути достижения поставленной цели. В статье указаны основные подходы к определению категории «организационно-экономический механизм интегрированных корпоративных систем».

Ключевые слова: интегрированные корпоративные системы, организационно-экономический механизм, эффективность управления.

Kutsyk V.I. ORGANIZATIONAL AND ECONOMIC MECHANISM OF EFFICIENCY MANAGEMENT OF THE ACTIVITIES OF INTEGRATED CORPORATE SYSTEMS

The article is devoted to the identifies and studies directions of the structural changes in the national economy to increase the efficiency of integrated corporate systems. The purpose of the article is to substantiate the feasibility of structural changes in the aspect of selected areas, which will ensure the growth of the effectiveness of the national economy as a whole and in terms of the main components. Analytical and expert research methods are used to fully reflect the ways of achieving the goal. The article outlines the main problems of the functioning of integrated corporate systems in the national economy: the monopolization of industries through excessive concentration of capital, the incomplete execution of incentive functions taxes, a high percentage of economic shadowing and, as a consequence, corruption at each level of decision-making, both at the local and at the state level levels.

Keywords: integrated corporate systems, antitrust laws, shadowing of economy, preferential taxation, innovative infrastructure.

Постановка проблеми. На сучасному етапі, коли у вітчизняній економіці інтеграційні процеси стають усе більш значними, великі інтегровані корпоративні системи відіграють визначальну роль у забезпеченні стійкого економічного зростання та підвищенні ефективності виробництва.

Враховуючи масштаби діяльності інтегрованих корпоративних систем та складність їх діяльності, зазначимо, що успішність таких структур залежить від організаційно-економічного механізму управління ефективністю їх діяльності, який охоплює сукупність економічних та організаційних важелів та методів, за допомогою яких здійснюється управління виробничими, фінансово-економічними процесами та відносинами, для ефективного впливу на кінцеві результати діяльності інтегрованих корпоративних систем.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженню інтеграційних механізмів приділено увагу в роботах Л. Абалкіна, З. Варналія, М. Войнаренка, Р. Капелюшнікова, М. Колосовського, П. Куликова, Ю. Лузана, В. Мочерного, Б. Райзберга, О. Савченко, Д. Стеценка, Т. Сахно, Ю. Осипова, В. Хачатурова А. Шаститко Ю. Яременка.

Мета статті полягає у виявленні проблем у функціонуванні та зростанні ефективності організаційно-економічного механізму управління інтегрованими корпоративними системами.

Виклад основного матеріалу дослідження. Важливість формування організаційно-економічного механізму управління ефективністю господарської діяльності в інтегрованих корпоративних системах зумовлює детальне обґрунтування поняття «організаційно-економічний механізм».

Найбільш конкретне визначення сутності категорії «організаційно-економічний механізм» дає В. Мочерний [1], який характеризує його як систему основних форм, методів, важелів використання економічних законів, розв'язання протиріч суспільного виробництва, а також формування потреб, створення системи стимулів і узгодження економічних інтересів основних класів і соціальних груп.

На основі досліджень множини визначень різних дослідників варто трактувати категорію «організаційно-економічний механізм» як сукупність методів управління, аналізу, контролю, оцінки діяльності суб'єктів господарювання та заходів з організації їх діяльності, а також систему прогнозування і планування розвитку суб'єкта господарювання та інформаційного забезпечення для створення більш ефективного та якісного управління й які в сукупності забезпечать досягнення інтересів та кінцевих цілей суб'єкта господарювання.

Так, дослідження трактування категорії «організаційно-економічний механізм управління ефективністю господарської діяльності» дає можливість

виділити два основні його складники, а саме організаційний та економічний (рис. 1).

Опираючись на думку І. Фесенко [5], варто зауважити, що економічний складник організаційно-економічного механізму управління ефективністю господарської діяльності інтегрованих корпоративних систем відповідає за фінансове забезпечення та здійснює контроль та оцінку ефективності діяльності, а організаційний складник включає організацію економічних цілей, обґрунтування методів організації і регулювання діяльності, впровадження прогресивних форм організації праці та ефективної системи мотивації діяльності.

Отже, організаційний та економічний складники організаційно-економічного механізму управління ефективністю господарської діяльності інтегрованих корпоративних систем доповнюють один одного та утворюють комплексний організаційно-економічний механізм управління ефективністю господарської діяльності інтегрованих корпоративних систем.

Ефективність характеризує величину ефекту, що припадає на одиницю здійснених витрат. Показники ефективності є будуть більш суттєвими під час розрахунку для всієї інтегрованої корпоративної системи у цілому. У цьому разі можна отримати точні значення доходності інвестиційного капіталу та власного капіталу. Економічний складник організаційно-економічного механізму ефективності господарської діяльності інтегрованих корпоративних систем, окрім якісних показників популяризації торгової марки, формування позитивного іміджу діяльності, базується на системі показників ефективності економічної привабливості інвестиційних проектів системи, зростання

рівня доходності цінних паперів, організаційної ефективності об'єднання і кожного складника зокрема, фінансової безпеки та надійності.

Велике значення для розкриття сутності організаційно-економічного механізму управління ефективністю господарської діяльності інтегрованих корпоративних систем мають його ознаки, а саме: елементна, функціональна та процесна [7]. Слід зазначити, що визначення такої ознаки, як «елементна», дещо некоректне, оскільки вона розглядає організаційно-економічний механізм як систему. Доречно запропонувати змінити її назву на «системну», виходячи зі змістовного наповнення.

Варто запропонувати перелік ознак, які деталізують та чіткіше окреслюють призначення організаційно-економічного механізму управління діяльністю інтегрованих корпоративних систем, тому пропонуємо такий перелік ознак, як: рівень цілісності, системності, економічного потенціалу та функціонального призначення (рис. 2).

Варто зазначити, що функціонування організаційно-економічного механізму управління ефективністю господарської діяльності інтегрованих корпоративних систем проявляється в сукупності економічних важелів та методів. У результаті їх органічної дії відбувається формування економічних відносин, забезпечуються інтереси зацікавлених сторін, їх корпоративні права, і, як наслідок, формуються оптимальні бізнес-процеси, які враховують умови зовнішньоекономічного середовища.

Що стосується методів організаційно-економічного механізму управління ефективністю господарської діяльності інтегрованих корпоративних



Рис. 1. Основні складники та функції організаційно-економічного механізму управління ефективністю господарської діяльності інтегрованих корпоративних систем

Джерело: розроблено автором на основі [2-4]

систем, то до основних належать також економічні й організаційні.

Економічні методи організаційно-економічного механізму управління ефективністю господарської діяльності інтегрованих корпоративних систем – це методи, які реалізують матеріальні інтереси у виробничих процесах чи будь-якій іншій діяльності з використанням товарно-грошових відносин. Зазначені методи мають два аспекти реалізації, а саме:

1. Характеризує процес управління, зорієнтований на використання створеного на загальнодержавному рівні економічного сегмента зовнішнього середовища. Його суть полягає у формуванні системи оподаткування суб'єктів господарювання, визначенні дієвої амортизаційної політики, яка сприяла б оновленню (вдтворенню) матеріальних і нематеріальних активів підприємства, встановленні державою мінімального рівня заробітної плати та пенсій.

2. Пов'язаний з управлінським процесом, який орієнтований на використання таких різноманітних економічних важелів, як фінансування, кредитування, ціноутворення, штрафні санкції тощо.

Організаційні методи організаційно-економічного механізму управління інтегрованих корпоративних систем являють собою комплекс способів і прийомів впливу на працівників, які ґрунтуються на використанні організаційних відносин та адміністративній владі керівництва. Зазначені методи поділяють на:

1. регламентні, зміст яких полягає у формуванні структури та ієрархії управління, делегуванні повноважень і відповідальності певним категоріям працівників фірми, визначенні орієнтирів діяльності підлеглих, наданні методично-інструктивної та іншої допомоги виконавцям;

2. розпорядчі методи управління, які охоплюють поточну (оперативну) організаційну роботу і базуються, як правило, на наказах керівників підприємств (організацій). Ці методи передбачають визначення конкретних завдань для виконавців, розподіл цих завдань між ними, контроль виконання, проведення нарад із питань поточної діяльності фірми (підприємства, організації) [8].

Використання зазначених методів організаційно-економічного механізму управління ефективністю господарської діяльності інтегрованих корпоративних систем забезпечує дотримання правових норм та повноважень, а від правильності їх застосування залежить ефективність функціонування суб'єкта господарювання.

Розглянувши складники організаційно-економічного механізму управління ефективністю господарської діяльності інтегрованих корпоративних систем, його ознаки, важелі та методи, можемо сформулювати і його завдання, до яких на нашу думку слід віднести такі:

- формулювання відповідно до вимог часу стратегічних цілей інтегрованих корпоративних систем;
- окреслення шляхів та критеріїв досягнення стратегічних цілей;
- виявлення ключових факторів, від яких залежить результативність господарської діяльності інтегрованих корпоративних систем;
- прогнозування результативності та ефективності господарської діяльності учасників інтегрованих корпоративних систем;
- аналіз зовнішньоекономічного середовища інтегрованих корпоративних систем;
- оцінка наявних ресурсів інтегрованих корпоративних систем;

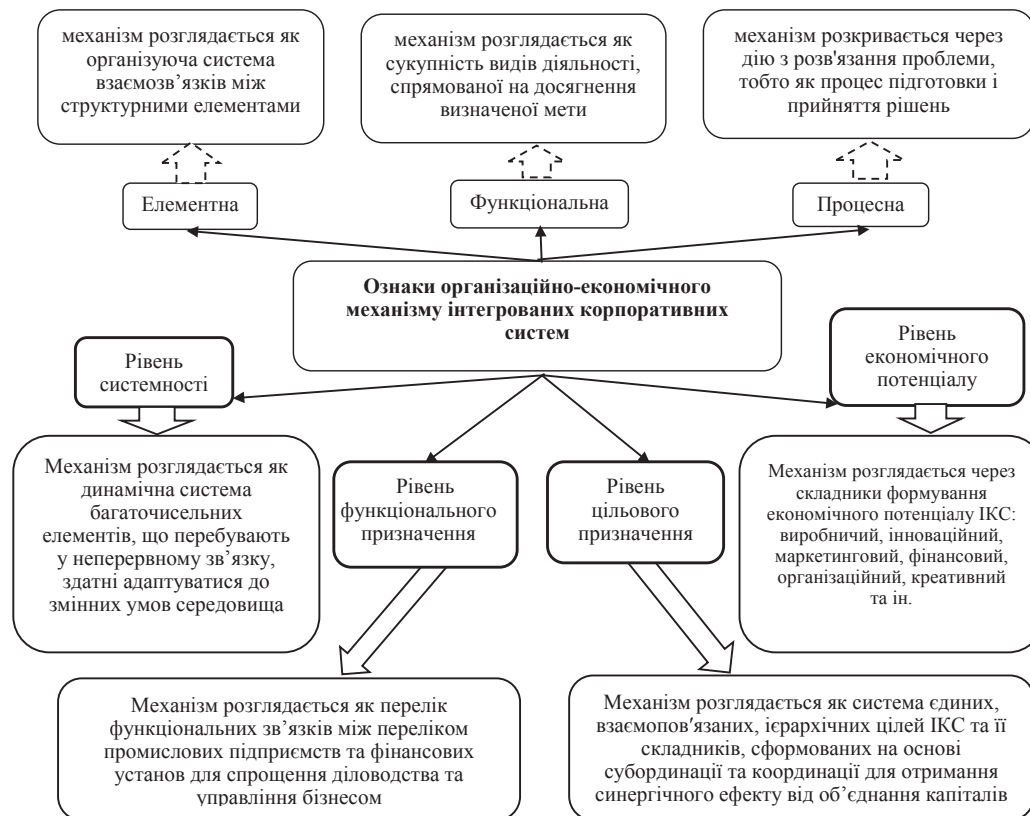


Рис. 2. Ознаки організаційно-економічного механізму інтегрованих корпоративних систем

Джерело: авторська розробка на основі [1; 3; 5]

- виявлення факторів ризику;
- здійснення пошуку й обґрунтування нових цілей розвитку інтегрованих корпоративних систем з урахуванням їх пріоритетності.

Дедалі більшого значення для формування дієвого та ефективного організаційно-економічного механізму управління ефективністю господарської діяльності в інтегрованих корпоративних системах в умовах світової фінансової кризи набуває стратегічний аналіз зовнішнього середовища. Це пов'язано з тим, що стан і напрям розвитку зовнішнього середовища певною мірою визначають можливості інтегрованих корпоративних систем щодо локалізації кризи та виходу з неї. Слід зазначити, що зовнішнє середовище є джерелом, що забезпечує інтегровані корпоративні системи ресурсами, які необхідні для підтримки його внутрішнього потенціалу.

Оцінка складових компонентів макросередовища інтегрованих корпоративних систем, встановлення зв'язків між ними дадуть змогу виявити сильні та слабкі сторони інтегрованих корпоративних систем, оцінити можливості і загрози, а також активізувати їх діяльність та підвищити ефективність та сформувати дієвий та ефективний організаційно-економічний механізм управління ефективністю господарської діяльності в інтегрованих корпоративних системах для їх ефективного функціонування в сучасних умовах.

Загалом формування організаційно-економічного механізму управління ефективністю господарської діяльності в інтегрованих корпоративних системах відбувається згідно із загальними принципами управління, а саме:

- врахування дії економічних законів ринкових відносин – дає змогу підвищити ефективність використання ресурсів;
- врахування дії законів організації структур і процесів – дає змогу підвищити якість управління;
- врахування наукових підходів до управління;
- орієнтація на певні ринки та потреби;
- застосування сучасних інформаційних технологій для системної і комплексної автоматизації управління;
- застосування сучасних методів аналізу та прогнозування;
- застосування в системі управління стратегічного маркетингу, мотивації та регулювання [9].

Отже, оскільки головною метою створення інтегрованих корпоративних систем є отримання більш високих фінансових результатів від спільної діяльності її членів порівняно з результатами їх діяльності за рам-

ками інтегрованого об'єднання, а основним фінансовим результатом їх діяльності є прибуток, тому питанням, які стосуються організаційно-економічного механізму управління ефективністю господарської діяльності в інтегрованих корпоративних системах, та напрямам його вдосконалення слід приділяти більше уваги та постійно працювати над їх удосконаленням.

Висновки. У підсумку зазначимо, що формування організаційно-економічного механізму управління ефективністю господарської діяльності інтегрованих корпоративних систем є складним процесом і потребує врахування всіх його складників, елементів, методів та законів розвитку.

Формування дієвого організаційно-економічного механізму управління ефективністю господарської діяльності інтегрованих корпоративних систем сприятиме вирішенню однієї з найважливіших проблем сучасного господарювання – підвищення конкурентоспроможності українських підприємств.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Мочерний С.В. Економічна теорія: [посібник] / С.В. Мочерний. – К.: Академія, 2001. – 656 с.
2. Куликов П.М. Економіко-математичне моделювання фінансового стану підприємства: [навч. посіб.] / П.М. Куликов, Г.А. Іващенко. – Харків: ХНЕУ, 2009. – 178 с.
3. Савченко О.В. Сутність та складові організаційно-економічного механізму стимулювання інноваційної діяльності на підприємстві / О.В. Савченко, В.П. Соловйов // Ефективна економіка. – 2013. – № 12 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2635>.
4. Лузан Ю.П. Організаційно-економічний механізм забезпечення розвитку агропромислового виробництва України: теоретично-методологічний аспект / Ю.П. Лузан // Економіка АПК. – 2011. – № 2. – С. 3-12.
5. Фесенко І.А. Організаційно-економічний механізм управління ресурсним потенціалом вугледобувних підприємств / І.А. Фесенко // Вісник економічної науки України. – 2010. – № 1. – С. 138-142 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://dspace.nbuv.gov.ua/bitstream/handle/123456789/45451/>.
6. Бидик А. Удосконалення організаційно-економічного механізму сільськогосподарського виробництва / А. Бидик // Наукові записки. – 2006. – Вип. 15. – С. 86.
7. Полозова Т.В. Сутність організаційно-економічного механізму функціонування підприємств промисловості / Т.В. Полозова, Ю.В. Овсющенко // Вісник МСУ. – 2005. – Т. VIII. – № 1-2. – С. 63-65.
8. Іванілов О.С. Економіка підприємства / О.С. Іванілов. – К.: ЦУЛ, 2009. – 728 с.
9. Русин-Гриник Р.Р. Сутність та структура організаційно-економічного механізму управління конкурентоспроможністю підприємства / Р.Р. Русин-Гриник // Науковий вісник НЛТУ. – 2010. – Вип. 20(5). – С. 240-247.

УДК 336.13(477)

Лисенко С.М.*кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри менеджменту Індустріального інституту
Донецького національного технічного університету***Поліщук Н.О.***кандидат економічних наук,
доцент кафедри менеджменту
Індустріального інституту
Донецького національного технічного університету*

РОЗУМНЕ ЗРОСТАННЯ НА МІСЦЕВОМУ РІВНІ ЯК РЕЗУЛЬТАТ ФІНАНСОВОЇ ДЕЦЕНТРАЛІЗАЦІЇ

У статті охарактеризовано підходи до сучасного розуміння європейської концепції розумного, стійкого і всеохоплюючого зростання. Проаналізовано стан фінансової децентралізації та її результати для соціально-економічного розвитку міста Покровська Донецької області. На основі економіко-математичного моделювання оцінено потенціал зростання доходу на місцевому рівні.

Ключові слова: розумне, стійке, всеохоплююче зростання, доходи і видатки місцевого бюджету, трансферти, фінансова децентралізація.

Лысенко С.Н., Полищук Н.А. РАЗУМНЫЙ РОСТ НА МЕСТНОМ УРОВНЕ КАК РЕЗУЛЬТАТ ФИНАНСОВОЙ ДЕЦЕНТРАЛИЗАЦИИ

В статье охарактеризованы подходы к современному пониманию европейской концепции разумного, устойчивого и всеохватывающего роста. Проанализировано состояние финансовой децентрализации и ее результаты для социально-экономического развития города Покровска Донецкой области. На основе экономико-математического моделирования оценен потенциал роста дохода на местном уровне.

Ключевые слова: разумный, устойчивый, всеохватывающий рост, доходы и расходы местного бюджета, трансферты, финансовая децентрализация.

Lysenko S.M., Polishchuk N.O. SMART GROWTH AT LOCAL LEVEL AS A FINANCIAL DECENTRALIZATION RESULT

The article describes approaches to the modern understanding of the European concept of smart, sustainable and inclusive growth. The article analyzes the state of financial decentralization and its impact on socio-economic development of Pokrovsk (Donetsk region). Local income growth potential was estimated based on economic-mathematical modeling.

Keywords: smart, sustainable and inclusive growth, revenues and expenditures of the local budget, transfers, financial decentralization.

Постановка проблеми. Україна підтвердила цивілізаційний вектор 2013 р., заплативши за свій вибір високу ціну, і продовжує його відстоювати на сході країни у збройній боротьбі. Нашою метою є запровадження європейських стандартів життя та гідне місце України у світі, як задекларовано в Стратегії сталого розвитку «Україна-2020», яку було схвалено Указом Президента України від 12.01.2015 № 5/2015 [1].

Наша Батьківщина сьогодні переживає вирішальний етап своєї історії, який пов'язаний з економічними та соціальними кризовими явищами, хоча головним питанням є існування України як суверенної держави. Стратегія сталого розвитку «Україна-2020» містить вагомий комплекс програм і реформ, що стосуються вектору безпеки. Але економічний і соціальний розвиток країни згідно з вибраним цивілізаційним напрямом руху ми маємо звернути з європейськими документами. Слід зауважити, що Стратегію «Європа-2020» [2], про яку піде мова, було прийнято Європейською Радою навесні 2010 р. Цей період вирізняється тим, що Європа пережила глобальний вплив фінансової та економічної кризи і шукала узгодженої відповіді на ці виклики на політичному рівні. Напрацювання Європейського Союзу на шляху забезпечення сталого майбутнього є корисними для України, вони дають змогу координувати свої дії відповідно до європейського бачення поступального розвитку з урахуванням нашої національної специфіки.

Одним із найважливіших стратегічних кроків в Україні стала реформа місцевого самоврядування та територіальної організації влади. Після прийняття

ключових законодавчих актів, що визначають систему органів публічної влади, їх повноваження, порядок формування та ресурсну основу діяльності, розвиток місцевого самоврядування істотно загальмувався на рівні міст обласного значення, оскільки значна частка територіальних громад була надмірно подрібненою і мала слабку фінансову базу, що не давало їм можливості ефективно виконувати свої функції, тому фінансова децентралізація на основі принципу субсидіарності стала одним з основних елементів цієї реформи і запорукою економічного і соціального розвитку на місцевому рівні. Разом із тим саме поняття «зростання» в контексті децентралізації сприймається як можливість за рахунок міжбюджетних трансфертів відновити об'єкти місцевої інфраструктури, надавати суспільні послуги. Але мало хто сьогодні говорить про потенціал зростання доходів місцевих мешканців, збільшення рівня зайнятості, поповнення бюджету, підґрунтям для чого можуть стати видатки бюджетів розвитку та інші інвестиційні витрати територіальних громад.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Міждисциплінарний характер зазначеної проблеми зумовлює широке коло наукових розробок у цій царині. Тематиці економічного зростання на державному та місцевому рівнях приділено увагу в багатьох дослідженнях останнього часу. Так, визначено комплекс механізмів стимулювання регіонального та місцевого розвитку, вплив фінансових й інвестиційних важелів на динаміку економічного зростання на місцевому та регіональному рівнях [3].

Досліджено соціально-економічний потенціал сталого розвитку України та її регіонів у контексті реального поступу, висвітлено проблеми створення каскадних форм організації виробничо-господарської взаємодії регіональних соціально-економічних систем [4].

Визначено політичну платформу сталого розвитку суспільства, окреслено особливості розвитку регіональних систем за умов глобальних протиріч, з'ясовано пріоритети сталого територіального розвитку та цільові орієнтири регіонального управління для їх успішної реалізації [5].

Проблематика децентралізації у багатьох її аспектах також є актуальною для науковців. Зокрема, здійснено моделювання та прогнозування розвитку соціально-економічної системи з урахуванням механізму розподілу коштів державного бюджету [6]. Обґрунтування імперативів фіскальної децентралізації України з огляду на детермінанти її сучасного політико-економічного розвитку надано в [7]. Питання взаємозв'язку децентралізації та регіонального економічного розвитку досліджено у [8], де, зокрема, визначено взаємозв'язок між рівнем фіскальної децентралізації та темпами економічного зростання, доведено визначальну роль бюджетної децентралізації, яка стимулює участь регіонів у власному розвитку, сприяє підвищенню рівня життя населення. Додаткові результати досліджень у цьому напрямі, в яких на основі інструментарію економіко-математичного моделювання доведено наявність зв'язку між зростанням бюджетних видатків і досягненням економічного розвитку, висвітлено у [9].

У [10] проаналізовано ступінь впливу окремих видів фінансових ресурсів домогосподарств в Україні на етапах їх формування і використання на забезпечення економічного зростання з урахуванням можливості реалізації основних умов гнучкого розвитку.

Нині відчувається брак досліджень зростання на основі європейської концепції розумного, ста-

лого та всеохоплюючого зростання. Авторам відомо тільки дві роботи, в яких знайшли теоретико-методологічне обґрунтування необхідності розумного розвитку національної економіки України, забезпечення її конкурентоспроможності, сталого всеохоплюючого зростання, роль регіональних і наукових систем у забезпеченні реалізації моделі «пентаспіралі» [11], а також теоретико-методологічні засади ідентифікації й оцінювання якісних параметрів модернізації національної економіки з урахуванням європейської стратегічної моделі економічного розвитку [12].

Таким чином, подальшого наукового обґрунтування та аналізу потребують питання впливу раціонального використання видатків місцевих бюджетів у процесі фінансової децентралізації на можливість регіонального зростання, яке тлумачиться у світлі концепції розумного зростання.

Мета статті полягає у тому, щоб на основі обґрунтування концептуальних засад європейської стратегії розумного, сталого та всеохоплюючого зростання з урахуванням стратегії сталого розвитку України та стратегії розвитку Донецчини до 2020 р. проаналізувати стан фінансової децентралізації та її результати для соціально-економічного розвитку міста Покровська Донецької області, а також на базі економіко-математичного моделювання оцінити потенціал економічного зростання на місцевому рівні.

Виклад основного матеріалу дослідження. На сучасному етапі розвитку Україна стикається з багатьма викликами і загрозами, подолати які можна, лише змінивши парадигму сприйняття мети та інструментів економічного зростання. Аналіз основних положень Стратегії сталого розвитку «Україна-2020» [1] та Стратегії розвитку Донецької області до 2020 р. [13] показав, що сьогодні місцевий і державний розвиток ще не цілком сприймається як розумний, сталий та всеохоплюючий. Тим не менше, як випливає з табл. 1, більшість цілей трьох стратегій перетинається.

Таблиця 1

Порівняльна характеристика Стратегій розвитку-2020

Європа-2020	Україна-2020	Донецчина-2020
Пріоритети: - <i>розумне зростання:</i> зростання економіки, що ґрунтується на знаннях та інноваціях; - <i>стале зростання:</i> сприяння більш ефективному використанню ресурсів, розвитку більш екологічної та конкурентоспроможної економіки; - <i>всеохоплююче зростання:</i> стимулювання економіки з високим рівнем зайнятості, що сприятиме соціальній та територіальній згуртованості	Вектори: - <i>вектор розвитку</i> – це забезпечення сталого розвитку держави, проведення структурних реформ та, як наслідок, підвищення стандартів життя; - <i>вектор безпеки</i> – це забезпечення гарантій безпеки держави, бізнесу та громадян, захищеності інвестицій і приватної власності; - <i>вектор відповідальності</i> – територіальні громади самостійно вирішуватимуть питання місцевого значення, свого добробуту і нестимуть відповідальність за розвиток усієї країни; - <i>вектор гордості</i> – це забезпечення взаємної поваги та толерантності в суспільстві, гордості за власну державу, її історію, культуру, науку, спорт	Стратегічне бачення: <i>Донецька область</i> – мирна та невід'ємна складова частина України з розвиненим громадянським суспільством на принципах взаєморозуміння та поваги до різних думок; регіон, який прагне розбудувати сприятливе середовище для розвитку підприємницької діяльності, диверсифікованої, відкритої та конкурентоспроможної економіки на основі інноваційних освітніх послуг та європейських цінностей і стандартів; регіон, у якому об'єднані спроможні громади надають якісні послуги усім мешканцям
Провідні ініціативи: 1. «Інноваційний Союз» 2. «Молодь у русі» 3. «Програма у сфері цифрових технологій для Європи» 4. «Європа з ефективним використанням ресурсів» 5. «Промислова політика в епоху глобалізації» 6. «Програма для нових умов та робочих місць» 7. «Європейська платформа проти бідності»	9 першочергових реформ: 1. Оновлення влади та антикорупційна реформа 2. Судова реформа 3. Реформа правоохоронної системи 4. Реформа системи національної безпеки та оборони 5. Децентралізація та реформа державного управління 6. Дeregуляція та розвиток підприємництва 7. Податкова реформа 8. Реформа системи охорони здоров'я 9. Реформа системи освіти 2 першочергових програми: 1. Програма енергонезалежності 2. Програма популяризації України у світі	Стратегічні цілі: 1. «Підвищення спроможності місцевого самоврядування» 2. «Людський розвиток, надання якісних соціальних послуг та вирішення питань ВПО» 3. «Економічний розвиток та підвищення зайнятості населення» 4. «Розбудова безпечного суспільства»

Джерело: складено за [1-3]

Очевидно, що для України загалом, і для Донецької особливо, серед пріоритетних стратегічних векторів є вектори безпеки і розвитку. Забезпечення руху у цих напрямках лежить у площині децентралізації, метою якої має стати економічне і соціальне зростання в територіальних громадах. А. Ткачук [14] вважає, що розумне зростання має стати новим трендом планування місцевого розвитку, базуючись на таких положеннях:

1. *Розумна освіта*, що передбачає значне поліпшення якості навчання, щоб діти у школах отримали знання, навички та вміння, які забезпечать їм можливість для адаптації у світі, що динамічно змінюється та стає дедалі більш конкурентним.

2. *Розумна місцева економіка* передбачає для громади свою розумну спеціалізацію в регіональній економіці, яка має базуватися на власних конкурентних перевагах і передусім власних ресурсах.

3. *Розумна організація життєвого простору*, що передбачає доступ до основних благ та послуг, які

є публічними, у максимально зручний спосіб. Формування центру міст, селищ та сіл має бути розумним та комфортним для людини. Землі, які знаходяться у межах громади, мають використовуватися максимально ефективно і бути збереженими для майбутніх поколінь.

4. *Розумне використання ресурсів та охорона довкілля* передбачає, що зростання у громадах має забезпечуватися максимально ощадливим використанням невідновлюваних ресурсів. Збереження довкілля забезпечується не наявністю полігонів для захоронення відходів, а їх мінімізацією.

5. *Розумні люди*, що передбачає місцеву ідентичність, яка має базуватися на здоровому способі життя, освіті впродовж життя, основних загальнолюдських цінностях та місцевих традиціях і бути складником розумної спеціалізації громади.

Ці положення мають знайти своє відображення у процесі стратегічного планування розвитку тери-

торіальних громад. Фінансовою базою для такого розвитку і потенціалом для розумного зростання є власні ресурси місцевих бюджетів, а також кошти, що передаються з державного бюджету як субвенції.

Аналіз видатків бюджету міста Покровська Донецької області здійснено за інформацією, що міститься в рішеннях міської ради від 15.01.2015 № 6/43-3; від 20.11.2015 № 6/53-2; від 02.12.2016 № 7/25-1; від 22.08.2017 № 7/39-2. Як видно з табл. 2, доходи бюджету м. Покровська протягом 2014-2017 рр. збільшилися в абсолютному вимірюванні на 441,3 млн. грн., видатки – на 482,6 млн. грн. Зросла частка власних податкових і неподаткових надходжень з 41,1% до 50,6%.

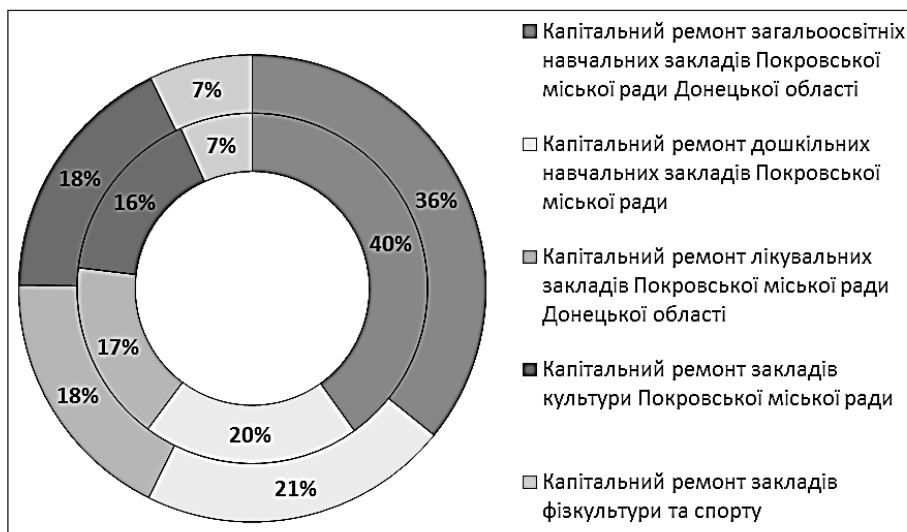


Рис. 1. Склад видатків бюджету м. Покровська Донецької області за рахунок використання коштів субвенції на соціально-економічний розвиток окремих територій (внутрішнє коло – загальний фонд; зовнішнє коло – спецфонд)

Таблиця 2

Динаміка доходів і видатків бюджету м. Покровська Донецької області в розрізі бюджету розвитку

Найменування показника	2014		2015		2016		2017	
	грн.	%	грн.	%	грн.	%	грн.	%
Доходи міського бюджету, в т. ч.	309 692 083	100,0	414 344 128	100,0	629 076 862	100,0	750 955 617	100,0
власні доходи, з них:	127 326 080	41,1	165 775 203	40,0	321 494 750	51,1	379 969 147	50,6
бюджет розвитку (із власних доходів)	11 775 900	3,8	0	0,0	0	0,0	10 000	0,001
офіційні трансферти, з них:	182 366 003	58,9	248 568 925	60,0	307 582 112	48,9	370 986 470	49,4
субвенцій із державного бюджету місцевим бюджетам, із них:	121 037 403	39,1	242 628 400	58,6	303 751 262	48,3	357 490 800	47,6
субвенція з державного бюджету на соціально-економічний розвиток окремих територій	0	0,0	1 000 000	0,2	32 628 500	5,2	15 000 000	2,0
бюджет розвитку (з трансфертів)	50 000	0,0	0	0,0	649 000	0,1	10 000 000	1,3
Ін. субвенції з обласного бюджету	766 000	0,2	149 225	0,0	890 450	0,1	2 529 600	0,3
Субвенцій інших міст і районів	10 097 300	3,3	5 017 400	1,2	1 828 400	0,3	6 983 070	0,9
Дотації з державного бюджету (стабілізаційна дотація)	50 465 300	16,3	773 900	0,2	1 112 000	0,2	0	0,0
Видатки міського бюджету, в т. ч.	318 163 454	100,0	423 584 089	100,0	700 257 535	100,0	800 790 573	100,0
загальний фонд	254 098 193	79,9	385 398 819	91,0	500 467 619	71,5	670 219 923	83,7
спеціальний фонд, із них:	64 065 261	20,1	38 185 270	9,0	199 789 916	28,5	130 570 650	16,3
бюджет розвитку	14 593 341	4,6	30 352 394	7,2	189 348 716	27,0	120 502 350	15,0

Також спостерігається збільшення обсягу коштів, що спрямовуються до бюджету розвитку. Якщо у видатках 2014 р. бюджет розвитку становив 14,6 млн. грн., або 4,6% від загальної суми видатків міського бюджету, то в 2017 р. відповідно 120,5 млн. грн., або 15,0%.

Значне збільшення державної допомоги для місцевого розвитку коштом субвенцій на соціально-економічний розвиток окремих територій поставило перед територіальними громадами завдання раціонального використання цих інвестиційних ресурсів. За даними Державної казначейської служби авторами було проаналізовано використання місцевими бюджетами субвенцій на здійснення заходів щодо соціально-економічного розвитку окремих територій у розрізі об'єктів та заходів станом на 21.11.2017 [15]. Як видно з діаграми на рис. 1, побудованій за даними аналізу, найбільше коштів у 2017 р. використано на капітальні ремонти дванадцяти загальноосвітніх навчальних закладів міста Покровська (7,150 млн. грн., або 38% усіх коштів субвенції на соціально-економічний розвиток міста), найменше – на капітальні ремонти двох закладів фізкультури та спорту (1,3 млн. грн., або 6,9%). Окрім того, видатки на капітальні ремонти шести дошкільних навчальних закладів становили 3,9 млн. грн. (20,8%); п'яти лікувальних закладів – 3,25 млн. грн. (17,3%); шести об'єктів культури – 3,2 млн. грн. (17,0%).

Під поняттям раціонального використання бюджету розвитку та інших інвестиційних ресурсів будемо розуміти забезпечення можливості мультиплікування (примноження) сукупних видатків для зростання доходів місцевих мешканців і поповнення міського бюджету. Для цього необхідно виконання таких умов:

1. Слід віддавати пріоритет тим підрядникам, які є місцевими мешканцями (та їхні наймані працівники є місцевими мешканцями), оскільки вони будуть витратити отримані кошти відповідно до своєї граничної схильності до споживання на місцевих ринках, забезпечуючи мультиплікування доходів. Окрім того, якщо підрядники зареєстровані в Покровську, то вони будуть сплачувати податки до місцевого бюджету, даючи у майбутньому приріст доходів громади.

2. Слід уникати монополізації державних закупівель, оскільки збільшення чисельності учасників у потоці «доходи – витрати» дає змогу підвищити значення мультиплікатору державних видатків.

У рамках цього дослідження, згідно з першою із зазначених умов, було проаналізовано інформацію, яку можна знайти у відкритому доступі (офіційний портал оприлюднення інформації про публічні закупівлі України prozorro.gov.ua) щодо переможців електронних закупівель, які оголошувалися замовниками (відділ освіти Покровської міської ради Донецької області (код ЄДРПОУ 02142891); житлово-комунальний відділ Покровської міської ради Донецької області (код ЄДРПОУ 26161456); Покровська міська рада Донецької області (код ЄДРПОУ 04052933)) та іншими відповідальними виконавцями і розпорядниками коштів субвенції на соціально-економічний розвиток окремих територій, а також коштів Державного фонду регіонального розвитку (ДФРР) за період 01.01.2017-01.11.2017.

У результаті аналізу з'ясувалося, що географічно ці кошти призначені місцевим підрядникам, які виграли відкриті торги (або стали переможцями за допороговою процедурою) більш як на 90% загальної суми проаналізованого масиву завершених заку-

півель (рис. 2), що створює значний потенціал для мультиплікування доходів та місцевого розвитку.

Тільки 5% угод укладалося з виконавцями, які не зареєстровані в Донецькій області. Це дає нам підстави прийняти граничну схильність до імпорту на регіональному рівні такою, що дорівнює 5%.

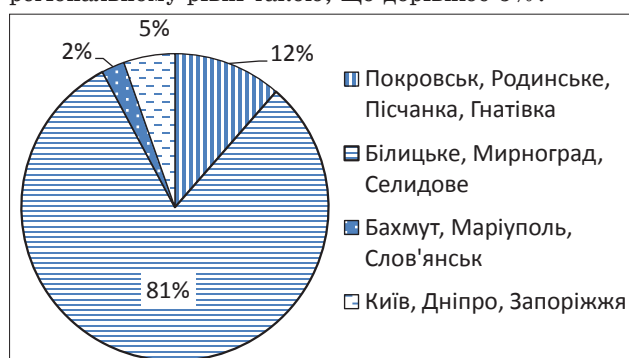


Рис. 2. Розподіл переможців електронних закупівель за кошти субвенції на соціально-економічний розвиток, ДФРР та інших джерел на житлово-комунальну сферу м. Покровська Донецької обл., % від загальної вартості угод

Для того щоб оцінити ступінь монополізації серед переможців електронних закупівель відповідно до другої із зазначених умов, ми використали індекс Герфіндаля-Гіршмана, який розраховують за формулою:

$$HHI = \sum_{i=1}^n s_i^2,$$

де s_i – частка вартості замовлень i -го виконавця-переможця конкурсу державних закупівель, % від сумарної вартості проаналізованих замовлень;

n – кількість виконавців – переможців конкурсу державних закупівель, за якими проводився аналіз.

Ступінь концентрації ринку оцінюється залежно від значення HHI так:

$0 < HHI < 1000$ – незначний ступінь концентрації (монополізації) ринку;

$1000 < HHI < 1800$ – середній ступінь концентрації (монополізації) ринку;

$HHI > 1800$ – високий ступінь концентрації (монополізації) ринку.

Для аналізованої виборки $n=46$, індекс Герфіндаля-Гіршмана $HHI=4900$, що свідчить про високий ступінь монополізації серед виконавців замовлень за кошти міського бюджету. Таке значення HHI отримано через один тендер із виконання робіт на будівництво прибудови під центр надання адміністративних послуг у м. Покровську вартістю 33,687 млн. грн. Цей проект фінансується коштом ДФРР. Якщо не враховувати цей проект, то $HHI=36,2$, що вказує на низький ступінь монополізації.

Для оцінки можливої величини зростання доходів на регіональному рівні в результаті інвестицій в інфраструктурні проекти побудовано функцію споживання домогосподарств Донецької області на базі статистичних даних за період 1999-2015 рр. [16]. Розраховано також за допомогою пакета «Аналіз даних» для Excel статистичні характеристики, за значеннями яких оцінюється якість побудованої моделі. Як видно з рис. 3, регресійна статистика та дисперсійний аналіз указують на високу значимість моделі (критерій Фішера F значно менший за 0,05), ступінь опису отриманою моделлю досліджуваної залежності є високою (R^2 є близьким до 1), p -значення для кое-

Регресійна статистика								
Множинний R	0,99338							
R-квадрат	0,98681							
Нормований R-квадрат	0,98593							
Стандартна похибка	162,617							
Спостережень	17							
Дисперсійний аналіз								
	df	SS	MS	F	Значимість F			
Регресія	1	29682208	29682207,8	1122,443	1,62337E-15			
Залишок	15	396664,5	26444,3006					
Всього	16	30078872						
	Коефіцієнти	Стандартна похибка	t-статистика	P-Значення	Нижні 95%	Верхні 95%	Нижні 95,0%	Верхні 95,0%
У-перетин	162,18	68,97403	2,35131447	0,032794	15,16496896	309,194	15,165	309,194
Сукупні доходи в середньому за місяць у розрахунку на одне домогосподарство, грн.	0,80225	0,023946	33,5028735	1,62E-15	0,751209846	0,85329	0,75121	0,85329

Рис. 3. Результати аналізу моделі споживання домогосподарств Донецької області

фіцієнта змінної x значно менше за 0,05, отже, він вважається не нульовим.

Рівняння функції споживання (рис. 4) вказує на граничну схильність до споживання (кутовий коефіцієнт при x) $MPC=0,8022$, тобто відповідно до змодельованих процесів 80% приросту доходів беруть участь у подальшому примноженні сукупних доходів.

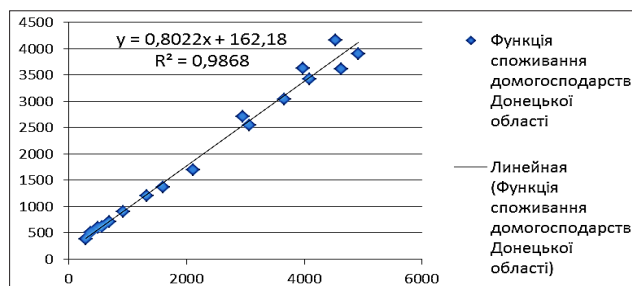


Рис. 4. Модель споживання домогосподарств Донецької області

Використаємо формулу складного мультиплікатора витратків, у якому враховуються вилучення з потоку «доходи – витрати» у вигляді заощаджень та імпорту як частки приросту доходів, що будуть витрачені за межами Донецького регіону (для наших умов приймаємо граничну схильність до імпорту такою, що дорівнює 0,05). Граничну ставку податку на доходи фізичних осіб до уваги брати не будемо, спрощуючи розрахунки. Отже, мультиплікатор витратків визначимо як:

$$MULT = \frac{1}{1 - (MPC - MPM)} = \frac{1}{1 - (0,8022 - 0,050)} = 4,$$

де MPC – гранична схильність до споживання в Донецькій області, визначена за побудованою моделлю споживання домогосподарств, частки од.;

MPM – гранична схильність до імпорту в Донецькій області, визначена за результатами аналізу електронних закупівель за кошти бюджету розвитку, частки од.

Оцінити величину зростання рівня сукупних доходів, спричиненого збільшенням витратків міського бюджету м. Покровськ Донецької області завдяки мультиплікаційному ефекту можна за формулою:

$$\Delta D = \Delta BBR \times MULT = 68,8 \times 4 \approx 275,$$

де ΔD – величина збільшення сукупного доходу в Донецькій області, млн. грн.;

ΔBBR – збільшення витратків бюджету розвитку, спрямованих на інвестування в соціально-економічний розвиток міста, млн. грн.

Висновки. Таким чином, потенціал економічного зростання, спричиненого збільшенням витратків міського бюджету м. Покровськ на заходи соціально-економічного розвитку, можна оцінити як чотирикратне збільшення доходів на місцевому рівні, тобто зростання витратків бюджету розвитку, яке в 2017 р. порівняно з 2016 р. становило 68,8 млн. грн., спроможне забезпечити економічне зростання на 275 млн. грн. Завадити зростанню на регіональному рівні можуть додаткові вилучення коштів із потоку доходів і витрат, які не дають змоги спрацювати ефекту мультиплікатора. Територіальні громади є зацікавленими в тому, щоб у них створювалося фінансове підґрунтя для розумного, стійкого і всеохоплюючого зростання, каталізатором якого можуть стати інвестиційні витатки коштом субвенцій на соціально-економічний регіональний розвиток. Для цього необхідно забезпечити прозорість і відкритість публічних закупівель; надання переваги підрядникам, які є місцевими мешканцями, за адекватних цінових пропозицій з їхнього боку; недопущення монополізації виконання робіт і послуг. Видимі успіхи, яких досягне громада м. Покровськ на шляху соціально-економічного розвитку, активізують процес створення об'єднаної територіальної громади для побудови свого майбутнього на принципах розумного зростання.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Стратегія сталого розвитку «Україна – 2020»: Указ Президента України від 12.01.2015 № 5/2015 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/5/2015#n10>.
2. Europe 2020 strategy [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ec.europa.eu/eu2020/pdf/COMPLET%20EN%20BARROSO%20%20%200007%20-%20Europe%202020%20-%20EN%20version.pdf>.
3. Стимулювання економічного зростання на місцевому рівні: аналіт. доп. / С.О. Біла [та ін.]. – К.: НІСД, 2013. – 88 с.
4. Соціально-економічний потенціал сталого розвитку України та її регіонів: вектори реального поступу: національна допо-

- відь / За ред. акад. НАН України Е.М. Лібанової, акад. НААН України М.А. Хвесика. – К.: ДУ ІЕПСР НАН України, 2017. – 864 с.
5. Проблеми сталого розвитку суспільства: погляд очима різних поколінь: [колект. монографія] / А.І. Бойко [та ін.]. – Черкаси: Ю.А. Чабаненко, 2016. – 705 с.
 6. Диха М.В. Соціально-економічний розвиток України: напрями та засоби реалізації: [монографія] / М.В. Диха. – Київ: Центр учбової літератури, 2016. – 388 с.
 7. Рекова Н.Ю. Формування імперативів концепту фінансової децентралізації в Україні / Н.Ю. Рекова, Ю.А. Чистюхіна // Бізнес Інформ. – 2016. – № 11. – С. 235-240.
 8. Коляда Т. Вплив суспільних фінансів на регіональний розвиток: теоретичний вимір / Т. Коляда // Науковий вісник. – 2015. – № 11. – С. 75-89.
 9. Табакова Т.В. Видатки державного бюджету як інструмент розвитку пріоритетних галузей економіки України: автореф. дис. ... канд. екон. наук: спец. 08.00.08 / Т.В. Табакова; ДВНЗ «Київ. нац. екон. ун-т ім. В. Гетьмана». – Київ, 2015. – 20 с.
 10. Лактіонова О.А. Доходи та витрати домашніх господарств як джерела гнучкого розвитку країни / О.А. Лактіонова // Бізнес Інформ. – 2015. – № 7. – С. 94-103.
 11. Боголіб Т.М. Розумне зростання в Україні: проблеми та перспективи розвитку / Т.М. Боголіб // Economic efficiency of business in the conditions of unstable economy: Collective monograph – Aspekt Publishing, Taunton, MA, United States of America, 2015. – P. 265-281.
 12. Барановська І.В. Якісні параметри модернізації національної економіки / І.В. Барановська // Економіка і регіон. – 2015. – № 6. – С. 16-21.
 13. Стратегія розвитку Донецької області до 2020 року: Розпорядження голови облдержадміністрації, керівника обласної військово-цивільної адміністрації від 21.06.2016 № 498. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://dn.gov.ua/wp-content/uploads/3_Strategiya-2020.pdf.
 14. Ткачук А. Стратегічне планування у громаді (навчальний модуль) / А. Ткачук, В. Кашевський, П. Мавко. – К.: Легальний статус, 2016. – 96 с.
 15. Оперативна інформація щодо використання місцевими бюджетами субвенцій на здійснення заходів щодо соціально-економічного розвитку окремих територій в розрізі об'єктів та заходів станом на 01.11.2017 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.treasury.gov.ua/main/uk/publish/category/302725;jsessionid=908EDC51AADCC209C955AC31AB2B65A9>.
 16. Статистична інформація. Доходи та умови життя / Офіційний веб-сайт Головного управління статистики у Донецькій області [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://donetskstat.gov.ua/statinform1/index.php>.

УДК 330.341

Носирєв О.О.

*кандидат географічних наук, доцент кафедри менеджменту
зовнішньоекономічної діяльності та фінансів
Національного технічного університету
«Харківський політехнічний інститут»*

УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВ МАШИНОБУДУВАННЯ*

У статті розглянуто проблемні питання впливу інноваційних та інвестиційних процесів на стратегічний розвиток вітчизняних промислових підприємств, зокрема підприємств машинобудування. Визначено роль інноваційно-інвестиційного потенціалу стосовно формування конкурентних переваг машинобудівних підприємств, яка зумовлена необхідністю забезпечення їхньої адаптації до швидких змін зовнішнього середовища. Запропоновано заходи, що спрямовані на активізацію інноваційних процесів у промисловості за рахунок забезпечення взаємодії інтересів держави, підприємств та системи управління підприємством. Підкреслено, що сприяння поліпшенню інвестиційного клімату в Україні є одним із найважливіших пріоритетів державної політики на сучасному етапі. Залучення іноземного капіталу дасть змогу реструктуризувати пріоритетні галузі промисловості, реалізувати інвестиційні проекти, стане поштовхом до розвитку машинобудівного комплексу України.

Ключові слова: інновації, інвестиції, машинобудування, стійкий розвиток, управління підприємством, потенціал, конкурентоспроможність.

Носырев А.А. УПРАВЛЕНИЕ РАЗВИТИЕМ ИННОВАЦИОННО-ИНВЕСТИЦИОННОГО ПОТЕНЦИАЛА ПРЕДПРИЯТИЙ МАШИНОСТРОЕНИЯ

В статье рассмотрены вопросы влияния инновационных и инвестиционных процессов на стратегическое развитие отечественных промышленных предприятий, в частности предприятий машиностроения. Определена роль инновационно-инвестиционного потенциала в формировании конкурентных преимуществ машиностроительных предприятий, которая обусловлена необходимостью обеспечения их адаптации к быстрым изменениям внешней среды. Предложены меры, направленные на активизацию инновационных процессов в промышленности за счет обеспечения взаимодействия интересов государства, предприятий и системы управления предприятием. Подчеркнуто, что содействие улучшению инвестиционного климата в Украине является одним из важнейших приоритетов государственной политики на современном этапе. Привлечение иностранного капитала позволит реструктуризировать приоритетные отрасли промышленности, реализовать инвестиционные проекты, станет толчком к развитию машиностроительного комплекса Украины.

Ключевые слова: инновации, инвестиции, машиностроение, устойчивое развитие, управление предприятием, потенциал, конкурентоспособность.

Nosyriev O.O. MANAGEMENT OF INNOVATION-INVESTMENT POTENTIAL MACHINE BUILDING

The article discusses the impact of innovation and investment processes in the strategic development of the domestic industry, particularly engineering enterprises. The role of innovation and investment potential in the formation of the competitive advantages of machine-building enterprises, which is caused by the need to ensure that they adapt to the rapid changes in the external environment. The measures aimed at enhancing the innovation processes in the industry by providing interaction between the interests of the state, enterprises and enterprise management system. It was emphasized that the promotion of the improvement of the investment climate in Ukraine is one of the top priorities of the state policy at the present stage. Attracting foreign capital will enable to restructure the priority industries to implement investment projects will give an impetus to the development of machine-building complex of Ukraine.

Keywords: innovations, investments, engineering, sustainable development, enterprise management, the potential competitiveness.

Постановка проблеми. Машинобудівний комплекс – це сукупність галузей промисловості, що виробляють машини й устаткування для всіх ланок народного господарства. Машинобудівний комплекс у розвинених країнах світу – це стратегічний міжгалузевий господарський комплекс, галузь науково-технічних знань, що об'єднує систему науково-дослідних та дослідно-конструкторських робіт (НДДКР), технологічних організацій та безлічі інших підприємств, продукція яких (машини, устаткування, прилади, апарати, механізми, послуги) має загальноекономічне призначення, виробничу та експлуатаційну спільність. Це перспективна та провідна сфера економіки, основа промислового виробництва багатьох країн світу, тому є доцільним розвиток машинобудівного комплексу в Україні. У сучасних умовах розвитку економіки в Україні перед промисловими підприємствами нагально постає проблема ефективного менеджменту та оптимізації структури капіталу для забезпечення належного рівня ефективності функці-

онування як самого підприємства, так й загальнодержавної економічної системи, що є неможливим без урахування сукупності внутрішніх та зовнішніх факторів, які впливають на підприємство, а також на вибір стратегії його розвитку. Інноваційні та інвестиційні процеси – основна умова виробництва конкурентоспроможної продукції, завоювання й збереження позицій машинобудівних підприємств на ринку, підвищення продуктивності, а також ефективності їхньої діяльності.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питанню вивчення інвестицій та інновацій на промислових підприємствах присвячено праці таких видатних українських і зарубіжних учених, як І. Ансофф, Дж.К. Лафта, М.Х. Мескон, Б.З. Мільнер, Л.П. Підоймо, В. С. Пономаренко, А.А. Томпсон, А.Дж. Стрикленд, О.М. Ястремська та ін. Проблеми потенціалу промислових підприємств значну увагу приділяли Х.С. Баранівська, І.В. Брянцева, В.М. Гець, В.Л. Іванов, В.М. Ячменьова та ін. Але, незважаючи на різноплановість та глибину проведених досліджень, залишаються актуальними дослідження тенденцій інвестиційної та інноваційної

* Публікація містить результати досліджень, проведених за грантом Президента України за конкурсним проектом № Ф70/17593 Державного фонду фундаментальних досліджень.

діяльності машинобудівного комплексу протягом трансформаційного періоду та окреслення подальших перспектив.

Мета статті полягає у вдосконаленні теоретико-методичних аспектів управління розвитком змін в інвестиційній та інноваційній діяльності машинобудування України та розробленні напрямів ефективного менеджменту розвитку промислових підприємств машинобудівної галузі.

Виклад основного матеріалу дослідження. Інвестиційна діяльність машинобудівних підприємств – одне зі слабких місць сучасної економіки, це пов'язано з багатьма причинами: неефективним податковим регулюванням, станом основних фондів підприємств, складністю фінансування за рахунок власних коштів підприємств. Підприємства формують інвестиційний капітал із різних джерел. Власні фінансові засоби створюються з прибутку, накопичень, амортизаційних відрахувань, продажу акцій та ін. Однак сьогодні відсутній нормальний інвестиційний клімат для ринкової економіки. Більшість підприємств не може фінансувати інвестиції зі свого прибутку, оскільки не має його в необхідному обсязі. На жаль, нині перспективи розвитку інноваційної діяльності в Україні стають дедалі проблематичнішими, зокрема через утрату пріоритетів у сферах розроблення, виробництва й збуту високотехнологічної продукції. Досліджуючи стан інноваційної діяльності машинобудівних підприємств, можна констатувати, що машинобудівні підприємства зацікавлені у здійсненні інновацій, проте через застарілість основних фондів вони фізично нездатні до запровадження радикальних інноваційних змін, а через відсутність фінансових ресурсів неспроможні здійснити необхідну технологічну перебудову [1].

Урізноманітнення товарної структури експорту, підписання Угоди про асоціацію та зону вільної торгівлі з ЄС, але ще більше втрата частини експортних потужностей на Донбасі й посилення торговель-

них обмежень Росії на українські товари створили всі умови для порівняно безболісного відходу України з пострадянського ринку збуту. В Україні високотехнологічні галузі нерозвинені, тому домінує тип промисловості з меншою доданою вартістю, зокрема металургія. Водночас є достатньо підгалузей машинобудування, які посідають передові позиції у світі: космічне машинобудування (ДП «Південмаш»), енергетичне машинобудування (ВАТ «Турбоатом», ПАТ «Квазар»), авіабудування (ДП «Антонов», ПАТ «Мотор Січ»).

Діяльність підприємств промислового комплексу України, зокрема машинобудівної галузі, відбувається в умовах жорсткої конкуренції, невизначеності та ризику. За таких умов, щоб полегшити вибір джерел фінансування та оптимізувати структуру капіталу, необхідно всебічно враховувати вплив факторів зовнішнього середовища, які доцільно згрупувати та виокремити такі підгрупи: політичні, нормативно-законодавчі, загальноекономічні та фінансові [2].

Реалізація інноваційної моделі розвитку України передбачає необхідність ефективного використання різних форм інтеграції у глобальний ринок вітчизняних машинобудівних підприємств. Нагромаджений людський капітал, науково-виробничий потенціал дають підстави стверджувати про доцільність і можливість експорту високотехнологічної промислової продукції, якою є продукція машинобудування. У грудні 2015 р. порівняно з попереднім місяцем та груднем 2014 р. індекс промислової продукції становив відповідно 101,0% та 97,9%, за підсумками січня-грудня 2015 р. – 86,6%.

У січні-червні 2016 р. підприємствами та організаціями за рахунок усіх джерел фінансування освоєно 119,8 млрд. грн. капітальних інвестицій, що в порівняних цінах на 9,6% більше від обсягу капітальних інвестицій за відповідний період попереднього року. Головним джерелом фінансування капітальних інвестицій залишаються власні кошти

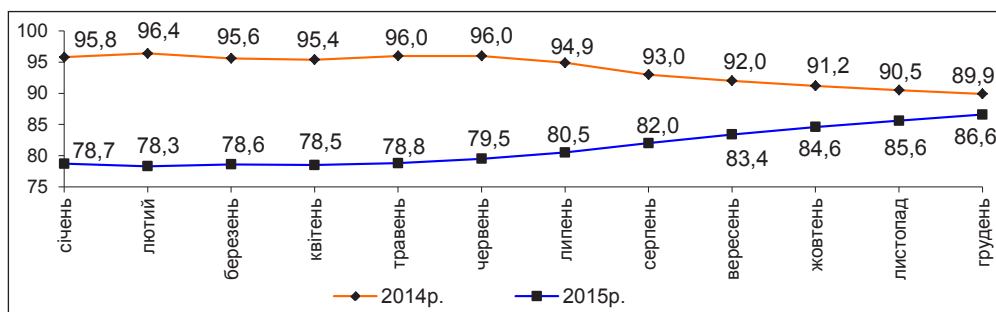


Рис. 1. Індекси промислової продукції [3] (наростаючим підсумком, % до відповідного періоду попереднього року)

Таблиця 1

Капітальні інвестиції за джерелами фінансування [3]

	Освоєно (використано) капітальних інвестицій у січні-червні 2016 р.	
	млн. грн.	% до загального обсягу
Усього	119842,8	100,0
у т. ч. за рахунок		
коштів державного бюджету	871,2	0,7
коштів місцевих бюджетів	3790,1	3,2
власних коштів підприємств та організацій	86491,1	72,2
кредитів банків та інших позик	9763,1	8,1
коштів іноземних інвесторів	4394,7	3,7
коштів населення на будівництво житла	12026,1	10,0
інших джерел фінансування	2506,5	2,1

підприємств та організацій, за рахунок яких освоєно 72,2% загального обсягу. Частка залучених та запозичених коштів, а саме кредитів банків і коштів іноземних інвесторів, становила 11,8%. За рахунок державного та місцевих бюджетів освоєно 3,9% капітальних інвестицій.

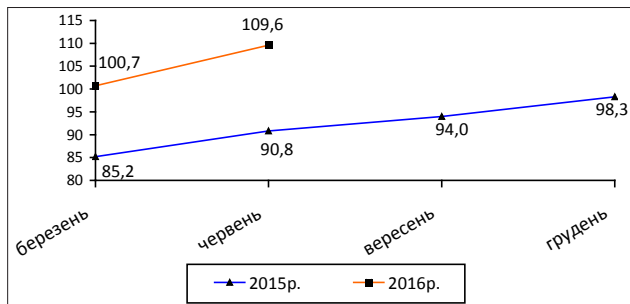


Рис. 2. Індекс капітальних інвестицій в Україні [3] (% до відповідного періоду попереднього року, наростаючим підсумком)

Головним джерелом фінансування капітальних інвестицій залишаються власні кошти підприємств та організацій, за рахунок яких освоєно 72,2% загального обсягу. Частка залучених та запозичених коштів, а саме кредитів банків і коштів іноземних інвесторів, становила 11,8%. За рахунок державного та місцевих бюджетів освоєно 3,9% капітальних інвестицій (табл. 1).

Беручи до уваги інфляційні процеси в економіці України, індекси промислової продукції та їхній зв'язок зі збитковістю промислових підприємств, можна стверджувати, що їхня динаміка є подібною і ці процеси корелюють між собою. У 2015 р. інноваційною діяльністю займалося 17,3% із загальної кількості промислових підприємств із середньою кількістю працівників 50 осіб і більше. На інновації підприємства витратили 13,8 млрд. грн., у т. ч. на придбання машин, обладнання та програмного забезпечення – 11,1 млрд. грн. (80,7% загального обсягу інноваційних витрат), на внутрішні та зовнішні науково-дослідні розробки – 2,0 млрд. грн. (14,8%), на придбання інших зовнішніх знань (придбання нових технологій) – 0,1 млрд. грн. (0,6%). Основним джерелом фінансування інноваційних витрат залишаються власні кошти підприємств – 13 427,0 млн. грн. Обсяг коштів вітчизняних та іноземних інвесторів становив 132,9 млн. грн., кредитів – 113,7 млн. грн., державного і місцевих бюджетів – 93,5 млн. грн. У 2015 р. інновації впроваджували 87,7% підприємств, які займалися інноваційною діяльністю, з них інноваційні види продукції – 57,3%, нові технологічні процеси – 55,3% [3].

У 2015 р. 69,2% підприємств, які здійснювали інноваційну діяльність, реалізували інноваційну продукцію на 23,1 млрд. грн. Серед таких підприємств 37,4% реалізували продукцію за межі України, обсяг якої становив 10,8 млрд. грн. Кожне четверте підприємство реалізовувало продукцію, що була новою для ринку. Обсяг такої продукції становив 7,3 млрд. грн., майже дві її третини підприємства поставили на експорт. Значна кількість підприємств (86,0%) реалізовувала продукцію, яка була новою виключно для підприємства. Її обсяг становив 15,8 млрд. грн. Кожне третє підприємство реалізувало за межі України 40,1% такої продукції. Структуру впровадження інвестицій у 2015 р. подано в табл. 2 [3].

Будь-який інноваційний розвиток – це не лише основний інноваційний процес, а й розвиток системи

факторів і умов, необхідних для його здійснення, тобто інноваційно-інвестиційного потенціалу. Формування зазначеного потенціалу – це діяльність, спрямована на активне використання наявних ресурсів і потенційних можливостей підприємств для забезпечення спроможності здійснювати таку інноваційно-інвестиційну політику, внаслідок якої машинобудівні підприємства будуть випускати конкурентоздатну інноваційну продукцію, яка відповідатиме очікуванням ринку та найповніше задовольнятиме потреби суспільства [4]. Постійне технічне і технологічне переоснащення підприємств та організаційне вдосконалення виробництва потребують систематичного виділення коштів на здійснення інноваційної діяльності. Величина зазначених коштів, їхня динаміка можуть порівнюватися із загальними виробничими витратами підприємства. Одержуваний показник поточного часу співвідноситься з аналогічним показником попереднього періоду. Слід зазначити, що аналіз показників у динаміці найповніше відображає якісну характеристику діяльності підприємств. Інноваційно-інвестиційний потенціал є ядром загального потенціалу підприємства, органічно входячи до його основних складових частин: виробничо-технологічного, науково-технічного, фінансово-інвестиційного, кадрового потенціалів. Між частинами загального та інноваційно-інвестиційного потенціалів існують складні діалектичні зв'язки. Вони опосередковуються інноваційною інфраструктурою [5].

Таблиця 2

**Впровадження інновацій
на промислових підприємствах у 2015 р. [3]**

Інновації	Одиниць
Впроваджено	
інноваційні види продукції	3136
нові для ринку	548
нові для підприємства	2588
нові технологічні процеси	1217
з них	
маловідходні, ресурсозберігаючі	458
Придбано нові технології	1131

Інноваційний потенціал підприємства багато в чому визначається техніко-технологічними характеристиками виробничого устаткування, його здатністю до переналаджування, перепланування операцій тощо. Великого значення набувають творча атмосфера співпраці, стиль управління та мотиваційні преференції працівників підприємства. Високий потенціал свідчить про спроможність підприємства вести інноваційний пошук і здійснювати організаційні зміни в процесі реалізації будь-якої інноваційної стратегії. Вибір машинобудівним підприємством певної інноваційної стратегії залежить від багатьох чинників, серед яких – умови й фактори зовнішнього середовища, сфера діяльності підприємства, номенклатура та асортимент його продукції, тривалість життєвого циклу товарів, його можливість здійснювати моніторинг науково-технічної інформації щодо ринку новачків, рівень науково-технічного та технологічного потенціалу тощо [6].

Важливим аспектом інноваційного розвитку машинобудівних підприємств є пошук та реалізація сучасних форм спеціалізації та кооперування, у тому числі з фінансовими та кредитними установами. Тобто інноваційний розвиток машинобудівного підприємства – це багатогранний процес зміни всієї виробничої системи та виробничої структури

зокрема. Виробнича структура – це складова частина загальної організаційної структури управління, тобто сукупність основних, допоміжних та обслуговуючих підрозділів підприємства, що забезпечують виробництво готової продукції з параметрами, що закладені в бізнес-плані підприємства. Характер побудови підрозділів машинобудівного підприємства, їхня кількість визначаються такими формами організації виробництва, як спеціалізація, концентрація, кооперування та комбінування [7].

Дедалі більшу роль у роботі підприємства відіграють інвестиційні фактори, оскільки нині спостерігаються згортання інвестиційної активності, відсутність умов для структурно-інноваційної перебудови й технічного переоснащення виробництва. Залучення іноземного капіталу в пріоритетні галузі промисловості України сприятиме технологічному оновленню, реконструкції та модернізації засобів виробництва, розширенню асортименту та освоєнню нових видів промислових товарів та зниженню залежності від імпорتنих товарів. Унаслідок погіршення інвестиційного клімату підприємство не спроможне забезпечити себе необхідними фінансовими ресурсами для життєдіяльності та оновлення матеріально-технічної бази.

Сприяння поліпшенню інвестиційного клімату в Україні є одним із найважливіших пріоритетів державної політики на сучасному етапі. Дослідження інвестиційних процесів промислових підприємств свідчить про нерівномірність розподілу інвестицій по галузях України. Залучення іноземного капіталу дасть змогу реструктуризувати пріоритетні галузі промисловості, реалізувати інвестиційні проекти, соціально-економічні програми розвитку галузей промисловості, активізувати інвестиційні процеси, використовуючи додаткові регіональні резерви задля здійснення структурної перебудови економіки.

Отже, для поліпшення інвестиційного клімату та розвитку стратегічного потенціалу підприємств потрібно на державному рівні запровадити систему страхування інвестиційних ризиків для збільшення інвестицій у промисловість, створити ефективну державну інвестиційну політику. Крім того, необхідно забезпечити прозорість державної інвестиційної політики та, безумовно, заохочувати іноземних інвесторів. Державна система страхування інвестиційних ризиків мінімізує ризик щодо отримання прибутків інвесторів.

На економічну стійкість промислових підприємств впливає також науковий потенціал галузі, який у сучасних умовах господарювання визначається як низький. Наслідками незадовільного наукового потенціалу є зниження ефективності виробництва, конкурентоспроможності продукції промисловості, зменшення фінансових результатів діяльності, неспроможність за відсутності необхідних коштів прискорити технологічну модернізацію галузі. Свідченням низького наукового потенціалу промисловості є зменшення організацій, які займаються науковими дослідженнями.

Для активізації та поліпшення наукового потенціалу промисловості України, підвищення інноваційної діяльності промислових підприємств необхідно відновити підготовку кваліфікованих кадрів для промисловості, модернізувати систему організації

наукових досліджень, підвищити престиж інтелектуальної праці, надати державну підтримку підприємствам, які займаються науковими дослідженнями, стимулювати інноваційну діяльність.

Висновки. Виходячи з отриманих результатів, можна чітко визначити, що на даному етапі найбільший вплив на машинобудування мають політичні фактори, передусім військові дії на сході України, що спричинили значне зниження обсягів виробництва за винятком оборонного комплексу, де значно зросли кількість та обсяги державних замовлень. Також слід звернути увагу на інші фактори зовнішнього середовища і провести зміни в податковій політиці, державному управлінні, а також прискорити процеси модернізації основних фондів та стимулювати інноваційну діяльність і сприяти виробництву високотехнологічної продукції, що зміцнить конкурентоспроможний потенціал машинобудівних підприємств і дасть можливість бути конкурентоспроможним не лише на пострадянському просторі, а й на глобальних ринках. Формування ефективної інвестиційної політики в машинобудуванні дасть змогу підприємствам, з одного боку, зменшити обмеженість фінансових ресурсів за рахунок надійних капіталовкладень, а з іншого – забезпечити на світовому ринку конкурентоспроможність вітчизняним товаровиробникам завдяки створенню й упровадженню новітніх технологій. Це стане поштовхом до трансформації виявлених загроз у потенціалі розвитку машинобудівного комплексу України, насамперед його інвестиційно-інноваційної діяльності.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Карачина Н.П. Інвестиційно-інноваційна діяльність: потенціал чи загроза розвитку машинобудівного комплексу України / Н.П. Карачина // Інвестиції: практика та досвід. – 2009. – № 21. – С. 6-8.
2. Рибінцев В.О. Особливості стратегічного аналізу зовнішнього середовища машинобудівних підприємств України в ринкових умовах / В.О. Рибінцев // Проблеми системного підходу в економіці. – 2012. – № 1 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.nbu.gov.ua>.
3. Офіційний сайт Державного комітету статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
4. Носирев О.О. Тенденції розвитку інноваційного потенціалу промислових регіонів України / О.О. Носирев // Збірник наукових праць Буковинського університету. Серія «Економічні науки». – 2014. – Т. 18. – Вип. 10. – С. 307-312.
5. Весельська К.А. Формування конкурентних переваг спільних машинобудівних підприємств / К.А. Весельська // Вісник Кременчуцького національного університету імені Михайла Остроградського. – 2014. – Вип. 4. – С. 164-168.
6. Коваленко О.М. Особливості формування інноваційної стратегії машинобудівного підприємства / О.М. Коваленко // Праці Одеського політехнічного університету. – 2011. – № 3. – С. 129-134.
7. Метеленко Н.Г. Фінансові аспекти інноваційного розвитку підприємств машинобудування в Україні / Н.Г. Метеленко // Ефективна економіка. – 2015. – № 1 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4012>.
8. Земцова К.А. Структура визначення факторів впливу на стійкість функціонування промислових підприємств / К.А. Земцова // Стратегія економічного розвитку України. – 2014. – № 35. – С. 219-227 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/seru_2014_35_30.

УДК 336.7

Овчар П.А.

*кандидат наук з державного управління,
заслужений працівник транспорту України*

ОРГАНІЗАЦІЙНО-УПРАВЛІНСЬКІ ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ АВТОМОБІЛЬНОГО ТРАНСПОРТУ УКРАЇНИ

У статті здійснено теоретичний аналіз автомобільного транспорту як системи. Обґрунтовано комплекс пріоритетних позитивних чинників розвитку автомобільного транспорту. Здійснено оцінку іноземного досвіду з організації пасажирських перевезень автомобільним транспортом на прикладі Польщі. Розроблено та запропоновано організаційно-управлінський механізм розвитку автомобільного транспорту, а також організаційну модель пасажирських перевезень автомобільним транспортом в Україні.

Ключові слова: транспортна система, автомобільний транспорт, пасажирські перевезення, транспортна інфраструктура, пасажиропотоки.

Овчар П.А. ОРГАНИЗАЦИОННО-УПРАВЛЕНЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ АВТОМОБИЛЬНОГО ТРАНСПОРТА УКРАИНЫ

В статье осуществлен теоретический анализ автомобильного транспорта как системы. Обоснован комплекс приоритетных положительных факторов развития автомобильного транспорта. Осуществлена оценка зарубежного опыта по организации пассажирских перевозок автомобильным транспортом на примере Польши. Разработаны и предложены организационно-управленческий механизм развития автомобильного транспорта, а также организационная модель пассажирских перевозок автомобильным транспортом в Украине.

Ключевые слова: транспортная система, автомобильный транспорт, пассажирские перевозки, транспортная инфраструктура, пассажиропотоки.

Ovchar P.A. ORGANIZATIONAL AND MANAGEMENT PECULIARITIES OF MOTOR TRANSPORT DEVELOPMENT IN UKRAINE

The article analyzes the automobile transport as a system. The complex of priority positive factors of development of motor transport is substantiated. An estimation of foreign experience in the organization of passenger transportation by motor transport on the example of Poland. The organizational and managerial mechanism of motor transport development, as well as the organizational model of passenger transportation by motor transport in Ukraine, was developed and proposed.

Keywords: transport system, road transport, passenger transportation, transport infrastructure, passenger traffic.

Постановка проблеми. З-поміж стратегічних пріоритетів економічної політики України виступає вдосконалення функціонування транспортної галузі, яка, з одного боку, є індикатором соціально-економічного та політичного розвитку держави, а з іншого – важливим інструментом інтеграції української транспортної системи до транспортних систем міжнародного значення. Відповідно, розробка цілеспрямованого комплексу заходів економічного та інституційно-правового характеру, спрямованих на досягнення стратегічних цілей у цих двох площинах, впливатиме на ефективний екологічно та технологічно збалансований розвиток не лише автомобільного транспорту, а й держави загалом. Недаремно деякі науковці в контексті національного значення транспортної галузі оцінюють її як своєрідну соціально-технічну матрицю впливу на відносини владно-політичного, соціально-економічного, геостратегічного характеру [1, с. 70], й акцентують увагу на тім, що суть транспортної галузі полягає в здійсненні процесу транспортування в інтересах населення, економіки та держави [2, с. 99]. Тобто, значення транспорту для гармонійного життя суспільства складно переоцінити, а роль його підсистеми – автомобільного транспорту, є тим більше важливою, оскільки саме на цей сегмент ринку транспортних послуг припадає найбільша частка пасажирських перевезень України.

Оцінка діяльності українського ринку автомобільних пасажирських перевезень свідчить про те, що, незважаючи на загальне задоволення потреб національної економіки та суспільства в перевезеннях, удосконалення потребують рівень якості послуг, структура автопарку, технологічний стан транспортних засобів тощо. Усе це не найкращим чином впливає на конкурентоспроможність автомобільного транспорту України як на внутрішньому, так і на

зовнішньому ринку. Недостатнє регулювання галузі з боку держави, поверхневі реформи та низка інших факторів призвели до негативних тенденцій розвитку цього сегменту. Водночас відсутність достатньої теоретико-методологічної бази щодо розвитку автомобільного транспорту гальмують створення і впровадження успішних реформ.

Тому на даному етапі важливо дослідити структуру та систему основних чинників розвитку автомобільного транспорту, розробити відповідний до сучасних реалій дієвий організаційно-управлінський механізм розвитку автомобільного транспорту в Україні.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Існує чимало наукових праць українських вчених, присвячених розвитку автомобільного транспорту України, втім переважна їхня частина мають, здебільшого, описовий характер щодо загального стану галузі, або ж стосуються окремих аспектів розвитку. Заслугує на увагу комплексне дослідження функціонування пасажирських транспортних систем Р. Б. Рогальського, Автор робить висновок щодо недостатнього врахування впливу показників динаміки пасажирських транспортних систем за існуючих методів управління ними [3, с. 116]. Д. А. Ільченко рекомендує здійснювати державне регулювання пасажирського автомобільного транспортного комплексу, зважаючи на макро-, мезо- та мікроекономічні рівні. Такий підхід, стверджує автор, забезпечить системність і дієвість механізму державного регулювання даного сегменту ринку [4, с. 51].

Про глибоку економічну кризу в галузі автомобільного транспорту пише у своїх дослідженнях М. П. Скочук, зазначаючи, що існуючі проблеми в автомобільному транспорті негативно впливають на розвиток галузі автомобілебудування і суміжних

до неї галузей, а також на стан економічної системи держави загалом. Йдеться про нагальну необхідність у систематичній оптимізації структури автопарку [5].

Окремі аспекти розвитку автомобільного транспорту вивчали Д. К. Прейгер, О. В. Собкевич, О. Ю. Ємельянова, А. В. Павлюк, Л. С. Козак, А. М. Новикова, М. В. Мамонтова, П. І. Чуваєв, З. В. Валіулліна, О. В. Савчук, О. В. Захарова та інші.

Проте досі не запропоновано дієву організаційно-управлінську модель функціонування автомобільного транспорту, призначеного для пасажирських перевезень, опираючись на ринкові закони, потреби суспільства й національної економіки, а також систему детермінант розвитку автомобільного транспорту.

Постановка мети і завдань. Метою статті є аналіз особливостей розвитку автомобільного транспорту України, розробка організаційно-управлінського механізму розвитку автомобільного транспорту в Україні та організаційної моделі пасажирських перевезень автомобільним транспортом.

Мета дослідження обумовила виконання таких завдань:

- обґрунтувати пріоритетні позитивні аспекти розвитку автомобільного транспорту;
- оцінити іноземний досвід з організації пасажирських перевезень автомобільним транспортом на прикладі Польщі;
- запропонувати організаційно-управлінський механізм розвитку – автомобільного транспорту в Україні;
- дати визначення автомобільному транспорту як системи;
- запропонувати організаційну модель пасажирських перевезень автомобільним транспортом в Україні.

Виклад основного змісту дослідження. На наш погляд, доцільно виокремити, з одного боку, чинники соціально-економічного та інституційно-правового розвитку автомобільного транспорту України, а також дослідити їхню взаємодію з основними макроекономічними інструментами національної економіки. З іншого – розглянути важливі аспекти політики державного регулювання функціонування пасажирських перевезень автомобільним транспортом.

Отже, умовно виділимо групи позитивних чинників, які, на наш погляд, характеризуються пріоритетністю реалізації у напрямку розвитку в сучасних умовах ринку автомобільного транспорту. Соціальні чинники, які утворюють так звану першу групу, покликані, насамперед, задовольняти потреби населення в транспортуванні, а отже, завдяки автомобільному транспорту відбувається:

- своєчасність перевезень за умови злагодженого функціонування;
- покращення рівня життя населення, підвищення продуктивності праці та психологічного стану громадян завдяки розвиненій транспортній інфраструктурі [6, с. 191];
- нівелювання будь-якої диференціації населення з огляду на відстань, час та ступінь доступності до віддалених пунктів призначення;
- створення нових робочих місць, зокрема, у регіонах, які характеризуються депресивністю;
- використання потенціалу регіональних та місцевих територій з метою формування високоякісного ринку пасажирських автотранспортних послуг.

Другу групу утворюють економічні позитивні чинники розвитку автомобільного транспорту:

- створення умов для ефективного використання наявних ресурсів шляхом нарощування обся-

гів виробництва транспортних засобів і як наслідок: створення нових робочих місць, зростання доходів громадян, покращення якості транспортних послуг;

- підвищення рівня конкурентоспроможності автомобільного транспорту, зростання обсягів експортних операцій;
- оптимізація підприємницької діяльності на ринку пасажирських автотранспортних послуг завдяки спеціальним податковим та іншим пільгам, компенсаційним пакетам за перевезення пасажирів пільгових категорій тощо;
- розширення транзитно-транспортного потенціалу України;
- покращення іміджу України на міжнародній арені, активізація інтеграції до міжнародних транспортних систем, посилення зовнішньоторговельної діяльності.

Третя група полягає у виокремленні інноваційно-екологічних позитивних чинників, за яких кожне рішення державної або місцевої влади щодо регулювання автомобільного транспорту приймається чи відхиляється з огляду на його екологічні наслідки. Дані чинники передбачають:

- використання альтернативних видів пального;
 - застосування новітніх технологій при виробництві, переоснащенні, модернізації та реконструкції транспортних засобів, дорожньої інфраструктури тощо;
 - оновлення рухомого складу відповідно до сучасних техніко-експлуатаційних та екологічних вимог щодо транспортних засобів [7, С. 44].
- До четвертої групи належать правові позитивні чинники розвитку автомобільного транспорту:
- удосконалення законодавчої бази, яка регулює діяльність автомобільного транспорту;
 - спрощення процесу міжнародних пасажирських перевезень та створення відповідної інфраструктури;
 - нова система стандартів транспортного сервісу;
 - координація соціально-економічного та екологічного розвитку автомобільного транспорту;
 - підвищення безпеки транспортних процесів при здійсненні пасажирських перевезень [4, с. 49];
 - гармонізація законодавства України у відзначених сферах з європейським законодавством.

Комплексна реалізація та розвиток наведених вище груп позитивних чинників не лише впливатиме на становлення й ефективне функціонування ринку автомобільного транспорту, а й сприятиме зміцненню національної економіки, підвищенню іміджу держави на міжнародній арені. Утім, досягнути таких результатів, на нашу думку, можна за умови, по-перше, використання позитивного досвіду розвитку автомобільного транспорту країн, які пережили етап трансформацій, близький до українського. У цьому контексті важливим є детальне дослідження з боку українських науковців соціально-економічних та інституційно-правових особливостей функціонування ринку автотранспортних послуг; виокремлення аспектів, найбільш корисних та прийнятних для впровадження в українських реаліях; обґрунтування поетапності практичного застосування кожної запропонованої складової.

По-друге, поєднання таких елементів іноземного досвіду розвитку автомобільного транспорту з власними позитивними напрацюваннями. Так, прикладом певного механізму з вирішення проблемних питань, який можна застосувати до українського ринку, є польський досвід розвитку автомобільного транспорту. У цьому контексті, варто детальніше вивчити напрацювання Польщі щодо інтермодаль-

них пасажирських перевезень; удосконалення існуючих та активізації інноваційних проектів у напрямку розвитку автомобільного транспорту; інтеграційних процесів польської транспортної системи до транспортних систем інших країн ЄС; організації транспортних пасажирських перевезень.

На рис. 1 зображено схему організації пасажирських перевезень автотранспортом у Польщі. Як бачимо, особлива увага зосереджена на оцінці якості послуг. Саме цей аспект є визначальним в організації автотранспортної системи і формується за рахунок потреб населення в перевезеннях, витрат на технічне обслуговування та інших фінансових витрат, які, своєю чергою впливають на створення інфраструктури, супраструктури, підбору персоналу, організацію системи управління, безпеки, контролю за інформаційними потоками, дотриманням правил безпеки.

По-третє, розробки та реалізації на державному рівні дієвого організаційно-управлінського механізму розвитку автомобільного транспорту. Основою цієї моделі повинні стати попередньо визначені та обґрунтовані позитивні елементи іноземного та українського досвіду розвитку даної галузі. Дана модель повинна містити концепцію державної транспортної політики, єдину державну стратегію розвитку транспортної галузі, окрему стратегію розвитку автомобільного транспорту відповідно до його особливостей, програм та прогнозів економічного розвитку.

Отже, вважаємо, що такий підхід, який передбачає поетапність та комплексність реалізації, забезпе-

чить формування вище наведених груп позитивних чинників розвитку автомобільного транспорту, які, своєю чергою, здійснюватимуть вплив на трансформацію існуючих негативних чинників у позитивні. Натомість переважання груп чинників функціонування автомобільного транспорту, що спостерігається на цей час в Україні, призводить не лише до поглиблення кризових явищ, результатом яких виникає неможливість реалізації багатьох транспортних проектів, а й до зворотних процесів загалом.

Цікаво, що на цей час основними негативними чинниками, які гальмують розвиток автомобільного транспорту України, є ті самі чинники, що й сім років тому, а саме:

низький техніко-технологічний рівень розвитку транспортної інфраструктури;

застарілий автотранспортний фонд;

віддаленість автотранспортної інфраструктури від міжнародних стандартів;

паліативність й недосконалість нормативно-правової бази і т. д. [9, с. 50].

Відповідно до цього, а також з метою зміцнення потенціалу розвитку автомобільного транспорту в Україні, підвищення його конкурентоспроможності, необхідно реформувати основний – організаційно-управлінський механізм, функціонування якого й визначає роль тих чи інших чинників у розвитку автомобільного транспорту. Для цього, на нашу думку, необхідна оперативна реалізація низки пріоритетних заходів, які виступають основними важелями вдосконалення даного механізму (рис. 2).

Відсутність або недостатнє функціонування хоча б однієї складової в підсистемах організаційно-управлінського механізму розвитку автомобільного транспорту може призвести до порушення цілісності системи, внаслідок чого очікувані позитивні чинники нівелюються, знизиться потенціал ринку, а конкурентоспроможність даної галузі істотно зменшиться.

У своєму дослідженні ми керувались власним теоретико-методологічним підходом, відповідно до якого досліджували автомобільний транспорт як складну динамічну систему, що складається з інфраструктурних об'єктів, автотранспортних підприємств та інших структурних елементів організації пасажирських перевезень і пов'язані з потребами у транспортуванні, фінансовими й людськими ресурсами, техніко-екологічними вимогами, соціально-економічними й правовими аспектами, дотриманням високого рівня безпеки.

Дане визначення демонструє наша модель організації пасажирських перевезень автомобільним транспортом (рис. 3).

Слід відзначити, що роль держави в організації пасажирських перевезень автомобільним транспортом не повинна обмежуватись лише розподілом фінансових ресурсів та нормативними, декларативними, проектно-програмними аспектами. У даній структурі важливого значення набувають функції моніто-

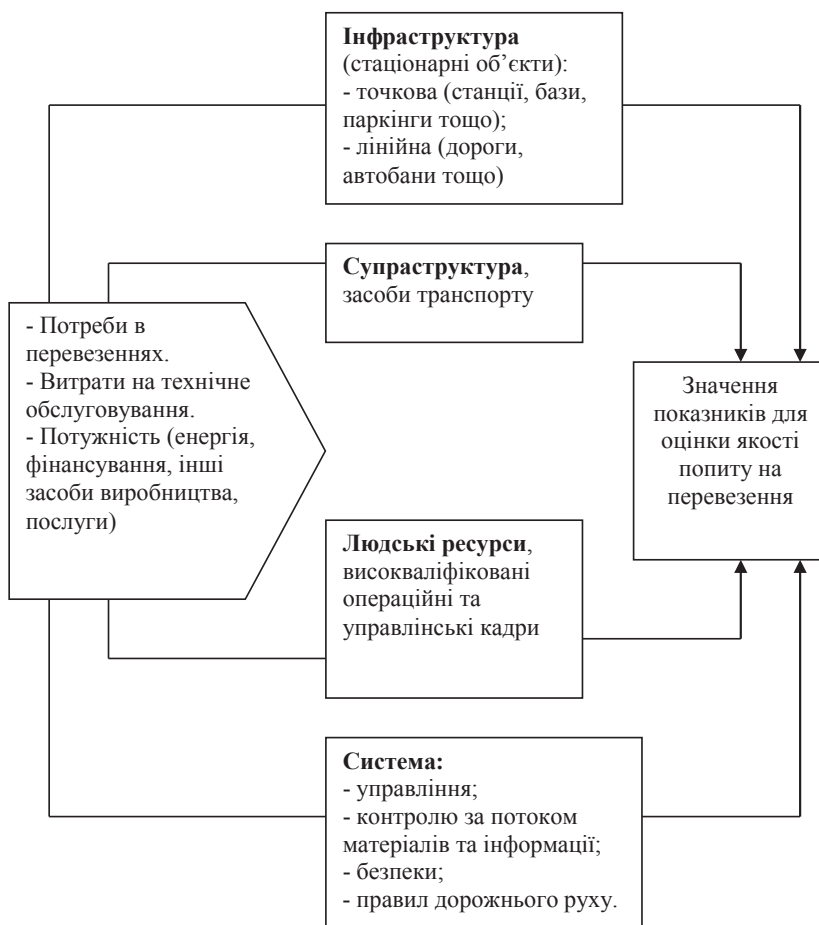


Рис. 1. Структура пасажирських перевезень у системі автомобільного транспорту в Польщі [8]

рингу та аналізу показників ефективності діяльності усієї системи і, за умови негативної динаміки, розробка й негайне впровадження (реакція) відповідних заходів з метою подолання кризових явищ, а також контроль за їхнім виконанням.

Висновки з проведеного дослідження. Таким чином, у функціонуванні системи автомобільного транспорту одна з ключових ролей має належати державі, проте державний вплив на формування й оптимізацію структури пасажирських перевезень автомобільним транспортом, характеризуючись

такими ознаками як прозорість, ефективність, комплексність, оперативність, за допомогою необхідних ресурсів, повинен розповсюджуватись на всі структурні елементи даної системи. З-поміж інших висновків варто зазначити наступне:

1. Загальне задоволення потреб національної економіки та суспільства в перевезеннях не є показником рівня якості послуг, достатньо розвиненої інфраструктурної автотранспортної мережі, відповідного технологічного стану транспортних засобів тощо. Конкурентоспроможність автомобільного транспорту

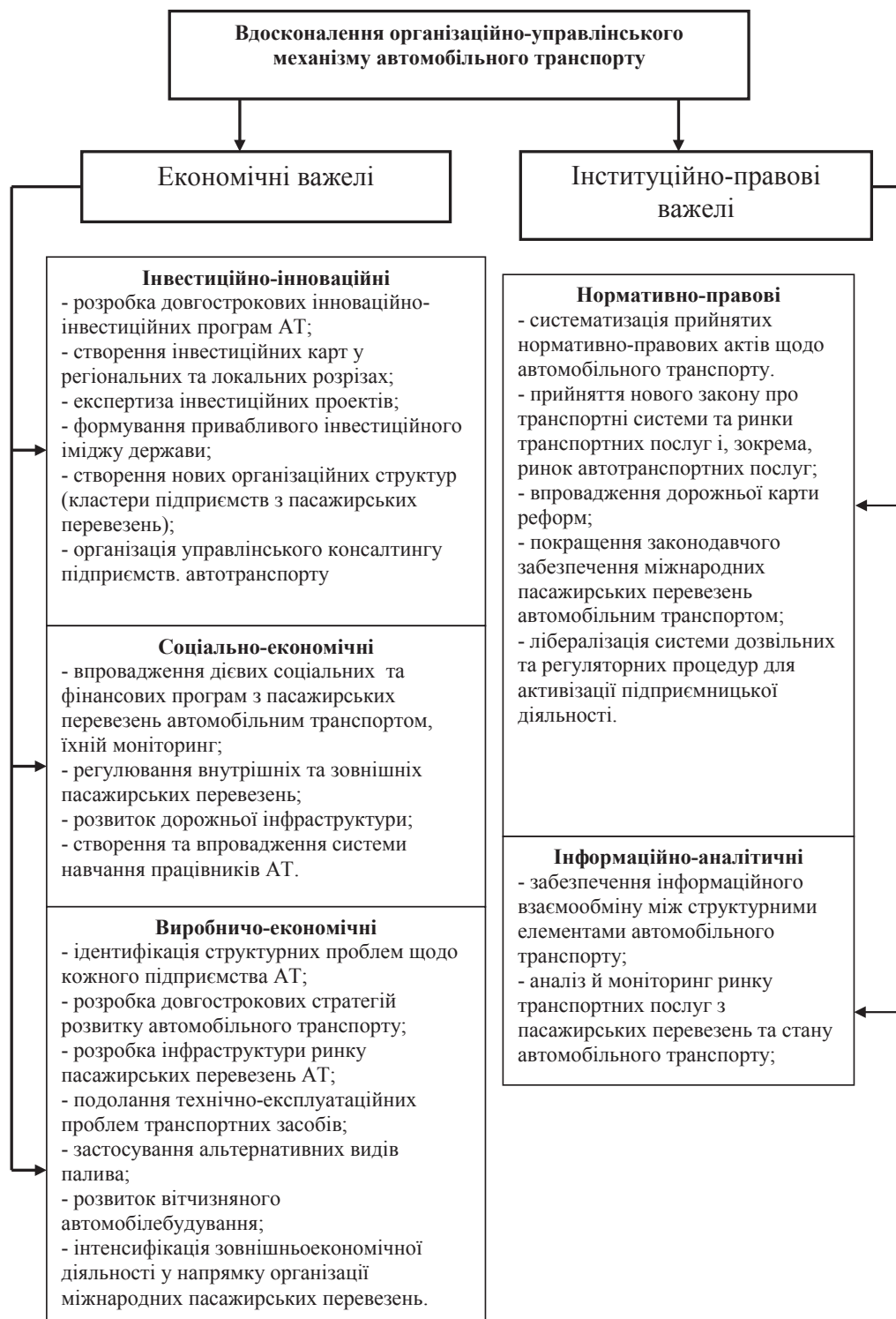


Рис. 2. Організаційно-управлінський механізм розвитку автомобільного транспорту

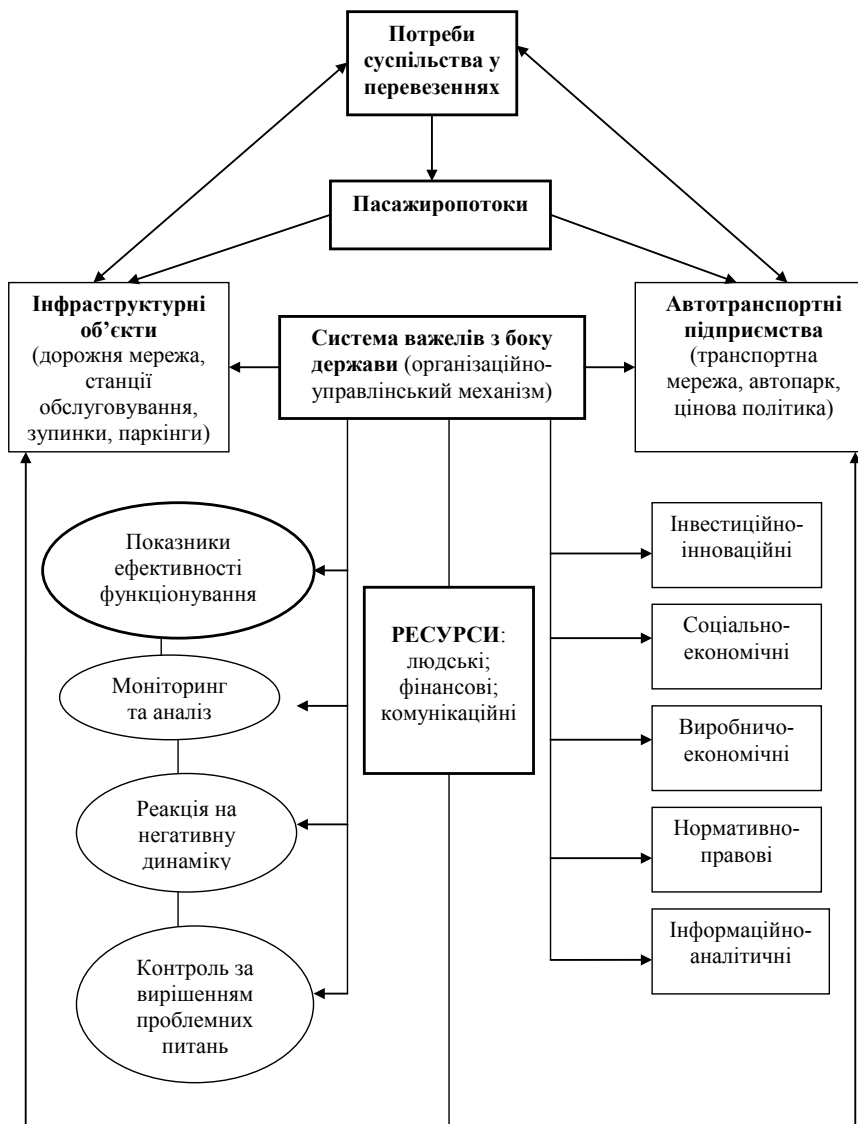


Рис. 3. Організаційна модель пасажирських перевезень автомобільним транспортом в Україні

України як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках досі є низькою. Недостатнє регулювання галузі з боку держави, поверхневі реформи та низка інших факторів призвели до негативних тенденцій розвитку цього сегменту.

2. Комплексна реалізація та розвиток чотирьох основних груп позитивних чинників не лише впливатиме на становлення й ефективне функціонування ринку автомобільного транспорту, а й сприятиме зміцненню національної економіки, підвищенню іміджу держави на міжнародній арені. Для цього важливо вивчити позитивний досвід розвитку автомобільного транспорту країн, які пережили етап трансформацій, близький до українського, зокрема, Польщі; поєднати ключові елементи іноземного досвіду з власними ефективними напрацюваннями; на основі цього розробити та реалізувати організаційно-управлінський механізм розвитку автомобільного транспорту та організаційну модель пасажирських перевезень автотранспортом в Україні.

3. Відсутність або недостатнє функціонування хоча б однієї складової в підсистемах організаційно-управлінського механізму розвитку автомобільного транспорту призведе до порушення цілісності сис-

теми, внаслідок чого очікувані позитивні чинники нівелюються, знизиться потенціал ринку, а конкурентоспроможність даної галузі істотно зменшиться.

4. Автомобільний транспорт є складною динамічною системою, що складається з інфраструктурних об'єктів, автотранспортних підприємств та інших структурних елементів організації пасажирських перевезень і пов'язані з потребами у транспортуванні, фінансовими й людськими ресурсами, техніко-екологічними вимогами, соціально-економічними й правовими аспектами, дотриманням високого рівня безпеки.

5. Роль держави у формуванні ринку пасажирських перевезень автомобільним транспортом має бути регулюючою і включати такі функції як моніторинг та аналізу показників ефективності діяльності автомобільного транспорту; розробка й негайне впровадження (реакція) відповідних заходів з метою подолання кризових явищ; контроль за реалізацією цих заходів.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Чернявська Т. А. Стратегічні напрями розвитку транспортно-комунікативної системи України в контексті забезпечення національної безпеки і самодостатності // Економічний вісник Національного гірничого університету. – 2015. – № 3. – С. 68-76.
2. Мітеллаєва К. О. Наукові засади функціонування регіональної транспортної системи // Вісник Східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля. – 2014. – № 1(208). – С. 98-102.
3. Рогульський Р. Б. Динаміка розвитку параметрів і показників функціонування пасажирських транспортних систем значних міст: дис. ... кандидата техн. наук: 05.22.01 / Рогульський Роман Богданович. – Х., 2015. – 154 с.
4. Ільченко Д. А. Механізм державного регулювання пасажирського автомобільного транспортного комплексу // Вісник ОНУ ім. І. І. Мечникова. – 2017. – Т. 22. – Вип. 3(56). – С. 48-53.
5. Скочук М. П. Занепад автомобільного транспорту в результаті імітації реформ // Економіст. Наука і практика. Бізнес-аналітика [електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ua-ekonomist.com/6301-zanepad-avtomoblnogo-transportu-v-rezultat-mtacyi-reform.html>.
6. Павлюк А. В. Соціальні аспекти економічних процесів ринку послуг автомобільного транспорту в регіоні // Наукові записки Інституту законодавства Верховної ради України. – 2016. – № 1. – С. 190-196.
7. Валиулліна З. В. Сучасні тенденції розвитку ринку пасажирських перевезень на автомобільному транспорті // Економічний аналіз. – № 1. – Том 14. – 2013. – С. 38-45.
8. Sałek R. Zarządzanie i analiza możliwości rozwoju systemów transport intermodalnego w Polsce // Logistyka. – 2014. – № 3. – Р. 5596-5603.
9. Савчук О. В., Захарова О. В. Стратегічна напрямки розвитку потенціалу національної транспортної системи України // Вісник Маріупольського державного університету. Серія: Економіка. – 2011. – Вип. 2. – С. 42-52.

УДК 336.564.2:330.341.1:338.432

Прокопішина О.В.*кандидат економічних наук,
доцент кафедри бухгалтерського обліку
Харківського національного економічного університету
імені Семена Кузнеця***Коптєва О.В.***аспірант кафедри бухгалтерського обліку
Харківського національного економічного університету
імені Семена Кузнеця*

ШЛЯХИ АПРОКСИМАЦІЇ ЄВРОПЕЙСЬКОГО ДОСВІДУ СТИМУЛЮВАННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ДО РЕАЛІЙ УКРАЇНИ

Статтю присвячено розгляду питань державного регулювання інноваційної діяльності сільськогосподарських підприємств в Україні. Досліджено методи державної підтримки інноваційного розвитку. Розвиток податкового стимулювання інноваційної діяльності розглядається як один із вирішальних чинників побудови нової моделі економічного зростання. Зроблено висновки щодо можливостей застосування зарубіжної практики використання податкових інструментів активізації інноваційної діяльності в сучасних умовах української економіки.

Ключові слова: податкове стимулювання, інноваційна діяльність, податкові пільги, інвестиційний податковий кредит, амортизація, НДДКР.

Прокопишина Е.В., Коптева О.В. ПУТИ АППРОКСИМАЦИИ ЕВРОПЕЙСКОГО ОПЫТА СТИМУЛИРОВАНИЯ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ К РЕАЛИЯМ УКРАИНЫ

Статья посвящена рассмотрению вопросов государственного регулирования инновационной деятельности сельскохозяйственных предприятий в Украине. Исследованы методы государственной поддержки инновационного развития. Развитие налогового стимулирования инновационной деятельности рассматривается как один из решающих факторов построения новой модели экономического роста. Сделаны выводы о возможностях применения зарубежной практики использования налоговых инструментов активизации инновационной деятельности в современных условиях украинской экономики.

Ключевые слова: налоговое стимулирование, инновационная деятельность, налоговые льготы, инвестиционный налоговый кредит, амортизация, НИОКР.

Prokopishyna O.V., Koptieva O.V. WAYS OF APROCESSATION OF THE EUROPEAN EXPERIENCE OF IMPROVING INNOVATIVE ACTIVITY TO UKRAINIAN REALITIES

The article is devoted to the consideration of issues of state regulation of innovation activity of agricultural enterprises in Ukraine. The methods of state support of innovative development are investigated. The development of tax incentives for innovation is seen as one of the decisive factors for building a new model of economic growth. The conclusions are drawn on the possibilities of applying foreign practice of using tax instruments to enhance the innovation activity in the modern conditions of the Ukrainian economy.

Keywords: tax incentive, innovative activity, tax privileges, investment tax credit, depreciation, R&D.

Постановка проблеми. У період інтенсивних науково-технічних змін головною рушійною силою розвитку аграрного сектору економіки України має стати перехід на інноваційний шлях розвитку. Разом із тим існує низка проблем, які стримують процес інноваційного розвитку та успішного виходу українських сільгоспвиробників на світовий ринок, а саме недосконала законодавча та нормативно-правова база регулювання інноваційної діяльності, невирішеність земельного законодавства, відсутність чіткої інноваційної політики в аграрній сфері, недостатній обсяг бюджетного дотацій на інноваційні проекти, відсутність чітких напрямів податкового стимулювання інноваційної діяльності для суб'єктів господарювання та ін. Для вирішення цих проблемних питань велике значення мають глибоке наукове вивчення методів та інструментів державного регулювання інноваційної діяльності, що застосовуються країнами Європейського Союзу, встановлення можливостей їх використання в Україні та обґрунтування необхідних модифікацій для врахування національної специфіки.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вагомий внесок у дослідження інноваційного розвитку економіки України на основі аналізу передового зарубіжного досвіду зробили такі вітчизняні вчені, як: Ю.Б. Іванов, М.О. Кизим, С.В. Лабунська, О.С. Найдено, А.Є. Никифоров, О.С. Попович, Н.М. Сіренко,

та ін. У працях цих науковців широко висвітлюється світовий досвід податкового стимулювання, аналізується вітчизняне законодавство і пропонуються рекомендації щодо запровадження різноманітних пільг для інноваційних підприємств. Проте слід зазначити, що недостатньо розроблено проблематику податкового стимулювання інноваторів сільськогосподарських підприємств, а запровадження конкретного механізму податкового стимулювання потребує подальшого опрацювання.

Мета статті полягає у визначенні прогресивних методів податкового стимулювання інноваційної діяльності на основі досвіду провідних країн світу та аналізу податкового законодавства в частині стимулювання інноваційної діяльності суб'єктів господарювання.

Виклад основного матеріалу дослідження. Роль інноваційних процесів для економічного зростання країни вже давно є безспірним фактом. Однак їх активізація потребує активного державного регулювання. Головна проблема постає не у формуванні загальних теоретичних напрямів державної інноваційної політики, а в пошуку шляхів стимулювання інноваційних процесів із боку держави, які фактично здатні сприяти розвитку національної економіки.

В Україні дослідження податкового стимулювання інноваційного розвитку економіки базується,

з одного боку, на оцінці методів податкового регулювання діяльності суб'єктів господарювання через оцінку впливу податкових стимулів на ефективність розвитку економіки України; з іншого – на аналізі зарубіжного досвіду щодо інноваційного розвитку економіки за допомогою відповідних податкових інструментів [1-5].

Світовий досвід показує, що без активної регулятивної ролі держави, яка закріплюється у відповідних законах, не може бути ефективною, соціально орієнтованою ринковою економікою [10]. Немає жодної країни з високорозвинутою економікою, де держава відсторонилася б від регулювання і стимулювання ключових соціально-економічних процесів, у тому числі інноваційних.

Щодо методів державного регулювання інноваційних процесів, то здебільшого автори сходяться на

виділенні двох найбільш розповсюджених методів: прямих й опосередкованих (непрямих) [1; 4; 5].

Кожна з країн самостійно вибирає співвідношення між масштабами застосування прямих та непрямих форм підтримки інноваційної діяльності, зазвичай віддаючи перевагу одній із них.

Серед країн – лідерів у сфері інноваційного розвитку неможливо виділити загальний варіант успішного сценарію формування даної сфери. Так, у деяких країнах віддають перевагу прямій підтримці інноваційних підприємств, в інших – підтримці в рамках системи преференцій або взагалі поєднують комплекс підтримки інновацій, збалансований між прямими і непрямими заходами. Однак податкове стимулювання тією чи іншою мірою використовується в усіх країнах із розвинутою інноваційною сферою. Пряме державне фінансування інноваційних підприємств превалює у США,

Франції, Іспанії, Великобританії, Данії; податкове стимулювання інноваційної діяльності – у Бельгії, Японії, Нідерландах, Канаді, Кореї, Португалії [8].

За офіційними статистичними даними [9], у 2016 р. на інноваційну діяльність у країнах ЄС було спрямовано 1,38% видатків державного бюджету, що в абсолютному виразі становило 29 362,35 млн. євро. Найбільшу частку державного бюджету витратили на дослідження і розробки Німеччина (1,41%), Естонія (1,99%), Нідерланди (1,73%), Швеція (1,72%), Австрія (1,65%), Чехія (1,57%), Фінляндія (1,56%), Іспанія (1,42%) та Сполучене Королівство (1,26%).

У 2016 р. країнами ЄС з державного бюджету витрачено понад 33 884 млн. євро на дослідження та розробки, що становило 0,2273% ВВП. Найбільша частка була зафіксована в Німеччині (0,4039%), найменша – у Польщі (0,0243%), тоді як в Україні цей показник становив 0,0075%, тобто в три рази менше за мінімальний рівень по ЄС (рис. 1).

Аналіз структури джерел фінансування інноваційної діяльності виявив суттєві розбіжності між країнами – членами ЄС (рис. 2).

Так, у Німеччині 67-70% загальних витрат на дослідження та розробки фінансувалися за рахунок власних коштів підприємницьких структур і близько 14% – із державного бюджету, тоді як Польща, досягнувши в 2016 р. загальноєвропейського рівня щодо частки коштів бізнесу (65%), скоротила частку державних витрат до 2,5% [9]. У 2012 р. частка власних коштів підприємств у витратах на дослідження та розробки в Україні наближалася до середнього по ЄС (63%), подальше скорочення державної

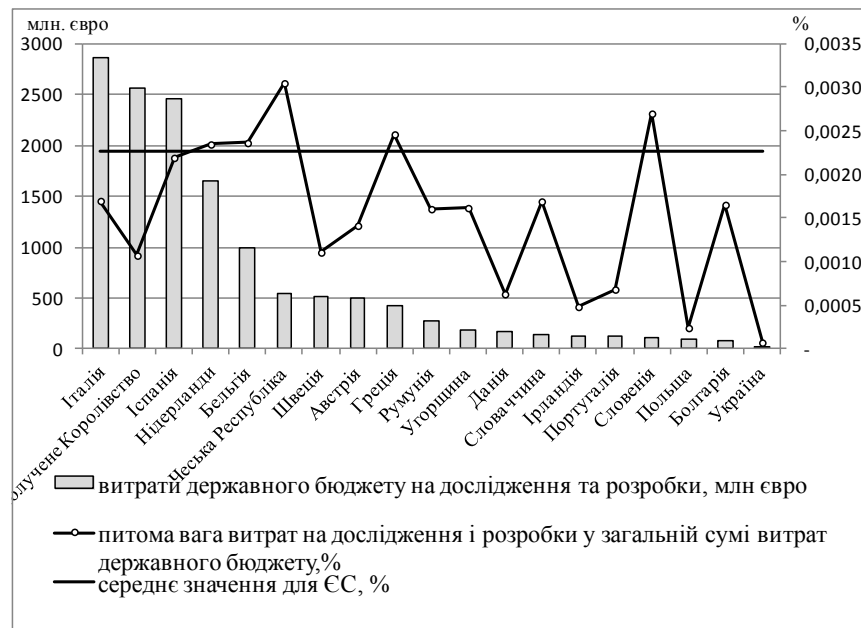


Рис. 1. Витрати державного бюджету на дослідження та розробки в країнах ЄС та в Україні в 2016 р. [9]

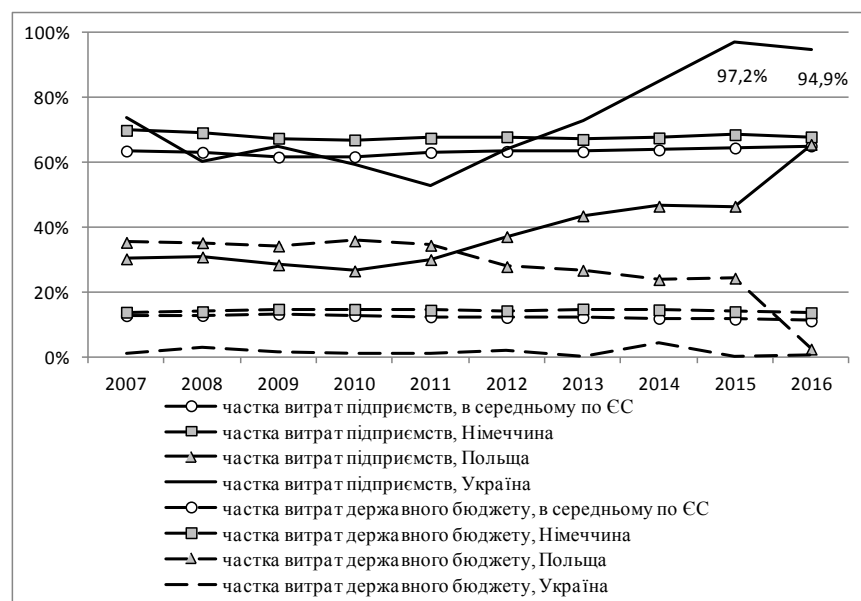


Рис. 2. Динаміка структурних змін фінансування витрат на дослідження та розробки за джерелами фінансування [9]

фінансової підтримки інноваційної діяльності, що в 2016 р. досягло 0,77%, призвело до суттєвих диспропорцій у джерелах фінансування.

Проведений компаративний аналіз засвідчує, що структура витрат на дослідження та розробки в Україні є незбалансованою, не відповідає європейській практиці, і в стратегічній перспективі може стати стримуючим чинником для розвитку інноваційної діяльності. В умовах жорстокої економії коштів державного бюджету особливого значення набувають заходи непрямої підтримки інноваційної діяльності. Систематичне впровадження науково обґрунтованих державних заходів непрямого стимулювання інноваційної діяльності дасть змогу мінімізувати негативний вплив структурних диспропорцій у джерелах фінансування інноваційної діяльності в Україні.

Як зазначає М. Кизим [1], пряма державна фінансова підтримка носить, як правило, адресний характер та орієнтована переважно на досягнення певних цілей держави та пріоритетів промислової політики. Вона дає змогу більшою мірою здійснювати контроль над бюджетними фінансовими потоками. Водночас для неї характерні більш високі супутні ризики та адміністративні витрати. Проблемним залишається питання відбору підприємств, яким будуть надаватися державні фінансові ресурси, що свідчить про наявність певної суб'єктивності у цьому питанні.

Заходи непрямого стимулювання мають більш широкий діапазон дії та краще узгоджуються з умовами ринкових відносин: є більш прозорими та зрозумілими для бізнесу; суттєво звужують можливості прийняття корумпованих рішень чиновниками; потребують менших адміністративних витрат. Водночас зазначена форма державної підтримки не знижує ступінь участі та впливу держави на інноваційні процеси, оскільки й самі інструменти податкового регулювання, порядок та умови їх застосування регулюються державними органами. Одночасно із цим держава може впливати на інноваційну діяльність, визначаючи пріоритетні напрями розвитку [1].

Зважаючи на зростаючу роль податкового стимулювання, збагачення методичного інструментарію,

донині у цьому питанні немає однозначності щодо визначення поняття «податкове стимулювання».

Успішним висловлюванням щодо характеристики податкового стимулювання є висновок Дж. Кейнса, що «головними інструментами регулювання економіки є рівень податкової ставки, а також податкова політика, що стимулює економічний ріст». Під податковим стимулюванням розуміють сукупність форм та методів впливу на економічні процеси господарюючих суб'єктів, економічно обґрунтовану систему податкових пільг або преференцій, що дає змогу компенсувати фінансові втрати.

Можна погодитися з науковою позицією [3] відносно того, що податкове стимулювання – це цілеспрямовані дії органів державної влади та місцевого самоврядування щодо встановлення в податковому законодавстві та реального надання податкових пільг та інших заходів податкового характеру, що поліпшать майновий або економічний стан окремих категорій платників податків і зборів для створення економічної зацікавленості здійснення ними суспільно корисної чи іншої заохочувальної діяльності.

За формою впливу на інноваційну діяльність податкове стимулювання належить до непрямих методів державного управління, а його сутність полягає у відмові держави від частини податкових надходжень в обмін на зростання обсягу інноваційної продукції з урахуванням визначених державою пріоритетів. Своєю чергою, зростання обсягів такої продукції призводить до збільшення суми податкових надходжень. Коли останнє перевищує суми надання податкових пільг, податкове стимулювання стає економічно вигідним як для суб'єктів інноваційної діяльності, так і для держави.

Узагальнення світового досвіду щодо наявних механізмів податкового стимулювання за різними країнами подано в табл. 1.

Вивчення зарубіжного досвіду [8; 10] щодо податкового стимулювання інноваційної діяльності свідчить про широкий спектр використання даного інструментарію, до них варто віднести: податкові знижки; податкові канікули; списання витрат на

Таблиця 1

Механізми податкового стимулювання інноваційної діяльності

Механізми податкового стимулювання	Характеристика	Країни, які використовують відповідні механізми
Податкові знижки	Скорочення доходу до оподаткування, що часто надаються на спеціальний перелік витрат. Податкові знижки можуть надаватися як відсоткова ставка, яка знижує розмір ставки податку.	Австрія, Чехія, Данія, Угорщина, Туреччина, Сполучене Королівство
Податкові канікули	Звільнення на визначений час та за дотримання певних умов від сплати податку на прибуток.	Сполучене Королівство
Списання витрат на дослідження та розробки	Можливість списання на зменшення прибутку витрат, які пов'язані з інноваційною діяльністю, у періоді їх виникнення.	Австралія, Бразилія, Канада, Китай, Франція, Індія, Норвегія, США
Податковий кредит на дослідження	Можливість нарахувати на суму витрат на дослідження податковий кредит, який зменшує фактичну суму податку до сплати.	США, Франція, Норвегія, Великобританія, Канада, Бразилія, Китай, Індія, Японія
Інвестиційний податковий кредит	Можливість для інвесторів або підприємств зменшити оподатковуваний прибуток на певний відсоток від капітальних витрат.	США
Спеціальні режими амортизації основних фондів	Можливість застосування прискорених методів амортизації.	Австрія, Бельгія, Данія, Італія, Іспанія, Ірландія, Португалія, США, Швеція, Китай
Податковий кредит на заробітну плату	Можливість зменшення суми податкових зобов'язань, пов'язаних із фондом заробітної плати.	Бельгія, Угорщина, Нідерланди, Іспанія, Туреччина
Застосування диференційованих ставок або їх зменшення	Рациональне впровадження ставок податку з одиниці об'єкта оподаткування на диференційованій основі. Тобто ставка податку встановлюється за видами платників і характеристиками об'єкта оподаткування.	Болгарія, Польща, Чехія, Франція

Джерело: узагальнено авторами на основі [8; 10]

дослідження та розробки; податковий кредит на дослідження; інвестиційний податковий кредит; спеціальні режими амортизації основних фондів; податковий кредит на заробітну плату; застосування диференційованих ставок або їх зменшення та ін.

Найширший спектр форм податкового стимулювання інноваційної діяльності використовують США, Китай, Канада та Норвегія. Для кожної країни характерна специфічна система податкового стимулювання, яка визначається виходячи з економічних умов, особливостей моделі національної інноваційної системи, стратегії інноваційного розвитку, традицій і політичних цілей. Практично в усіх розвинутих країнах інноваційні підприємства можуть зменшити свою податкову базу на суму інноваційних витрат, що відповідають визначенням державою вимогам.

Непрямі методи регулювання інноваційної діяльності підприємств спрямовані, з одного боку, на стимулювання інноваційних процесів, а з іншого – на створення сприятливих економічних умов і соціально-політичного клімату для науково-технічного розвитку.

Наприклад, у Німеччині [6] для активізації інноваційної діяльності урядом широко надаються податкові пільги суб'єктам господарювання: втрати, понесені на початковому етапі бізнесу, можуть бути перенесені на невизначений термін для цілей оподаткування; у роки прибуткової діяльності перенесені збитки можуть бути компенсовані в розмірі до 1 млн. євро, 40% прибутку, що залишився, підлягає оподаткуванню. Для стимулювання розвитку досліджень та розробок державою надаються цільові безоплатні субсидії підприємствам, що освоюють нову технологію, для підвищення кваліфікації науково-дослідного персоналу підприємства можуть отримувати дотації терміном до трьох років. Саме ці заходи державної підтримки, на думку експертів, дали змогу збільшити витрати на дослідження та розробки німецьких компаній до 62,8 млрд. євро в 2016 р.

В Україні стимулюючі інноваційний розвиток заходи не мають системно-комплексного характеру та стосуються переважно технологічних парків.

Відповідно до ст. 7 Закону України «Про спеціальний режим інноваційної діяльності технологічних парків», для реалізації проектів технологічних парків їм, їх учасникам та спільним підприємствам державою надаються цільові субсидії у вигляді сум ввізного мита під час увезення в Україну для реалізації проектів технологічних парків нових устаткування, обладнання та комплектуючих, а також матеріалів, які не виробляються в країні. Такі суми ввізного мита технологічні парки, їх учасники та спільні підприємства не перераховують до бюджету, а зараховують на спеціальні рахунки технологічних парків, їх учасників та спільних підприємств.

Для зниження податкового навантаження та активізації інноваційної діяльності підприємств необхідно створити чітку, ефективну, законодавчо врегульовану інноваційну систему, зокрема і з урахуванням зарубіжного досвіду, на основі оптимального поєднання прямих і непрямих методів стимулювання інноваційної діяльності, а в сучасних умовах – з акцентуванням саме на непрямих методах. Аналізуючи зарубіжний досвід та нормативно-правову базу щодо податкового стимулювання інноваційної діяльності в Україні, доцільно використовувати спеціальні податкові інструменти, а саме:

1) введення спеціального податкового режиму для інноваційно активних підприємств, що дасть змогу знизити загальне податкове навантаження, а також здійснити комплексне вирішення питань щодо податкового обліку, звітності та податкового адміністрування суб'єктів інноваційної діяльності;

2) застосування диференціації податкових пільг залежно від активності сільськогосподарських підприємств в інноваційному процесі за умови збільшення витрат на інноваційні проекти;

3) диференціація ставок оподаткування для суб'єктів інноваційної діяльності за основними податками (податок на прибуток, ПДВ тощо).

Висновки. Незважаючи на широке використання високорозвиненими країнами податкових стимулів, не існує чіткого механізму стимулювання інноваційних процесів, який включав би в себе ті або інші їх комбінації, що гарантували б позитивний ефект. Механізм податкового стимулювання інноваційної діяльності повинен формуватися поступово, з урахуванням не тільки накопиченого світового досвіду, а й специфічних чинників, умов і обмежень, індивідуальних для кожної країни. Для впровадження інноваційної моделі розвитку аграрного сектору в Україні уряд повинен визначити, який із зазначених інструментів механізму податкового стимулювання є найбільш прийнятним для національної економіки, та вибрати власний шлях щодо стимулювання та регулювання інноваційної діяльності.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Кизим М.О. Класифікація інструментів податкового стимулювання інновацій / М.О. Кизим, Л.В. Касьянова // Проблеми економіки. – 2012. – № 4. – С. 23-29. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.problecon.com/export_pdf/problems-of-economy-2012-4_0-pages-23_29.pdf.
2. Лабунська С.В. Управління витратами інноваційної діяльності підприємства: методологія та практика: [монографія] / С.В. Лабунська. – Х.: ІНЖЕК, 2014. – 352 с.
3. Мазур Ю.О. Перспективи податкового стимулювання НДДКР в Україні: досвід інноваційно розвинутих країн / Ю.О. Мазур // Економіка промисловості. – 2016. – № 2. – С. 33-48. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ekonpr_2016_2_5.
4. Сіренко Н.М. Управління стратегією інноваційного розвитку аграрного сектору економіки України: [монографія] / Н.М. Сіренко. – Миколаїв, 2010. – 416 с.
5. Labunska S. Prokopishyna O. Innovation as driver for conflict and harmony in social and economic interests // Economics of Development. – 2016. – № 4(80). – P. 53-63.
6. Member State policies to facilitate access to finance for SMEs. Germany / Ernst & Young. – 2017. – 52 p.
7. Prokopishyna O.V. The accountability of innovation management // Managing economic growth: marketing, management, and innovations / Illiashenko, S.M., Strielkowski, W. (eds.). 1st edition, Prague Institute for Qualification Enhancement: Prague, ISBN 978-80-906210-0-8, 2016. – P. 162-171.
8. Smarter, greener, more inclusive? Indicators to Support the Europe 2020 Strategy. – Luxembourg: Publications Office of the European Union, 2017. – 196 p.
9. Science, technology, digital society: Database of European Commission [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://appsso.eurostat.ec.europa.eu/nui/show.do?dataset=rd_gerdtot&lang=en.
10. The European Innovation Scoreboard report 2016 / H. Hollanders, N. Es-Sadki, M. Kanerva // Maastricht University: Maastricht Economic and Social Research Institute on Innovation and Technology [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://ec.europa.eu/growth/industry/innovation/facts-figures/scoreboards/index_en.htm.

УДК 339.562+65.012.8:33+339.3(477)

Рудковський О.В.
доктор економічних наук,
професор кафедри менеджменту
Хмельницького економічного університету

Лупак Р.Л.
кандидат економічних наук,
доцент кафедри економіки
Львівського торговельно-економічного університету

ЦІЛЬОВІ ОРІЄНТИРИ ДЕРЖАВНОЇ ПОЛІТИКИ ІМПОРТОЗАМІЩЕННЯ В КОНТЕКСТІ ДЕРЖАВНОГО УПРАВЛІННЯ ПРОЦЕСАМИ БЕЗПЕКИ РОЗВИТКУ ВНУТРІШНЬОГО РИНКУ

У статті перелічено завдання, які можуть вирішуватися в ході реалізації державної політики імпортозаміщення та стати базовими основами у забезпеченні достатньої ефективності державної системи управління процесами безпеки розвитку внутрішнього ринку. Запропоновано авторське трактування безпеки розвитку внутрішнього ринку як певні характеристики (виробничі, структурні, інноваційні, регуляторні, системні) параметрів стану і тенденцій його розвитку. Визначено цільові орієнтири державної політики імпортозаміщення та індикатори підтвердження їх досяжності, що в сукупності можуть стати об'єктивними параметрами розвитку внутрішнього ринку та забезпечення його безпеки.

Ключові слова: імпортозаміщення, внутрішній ринок, безпека розвитку, державна політика, імпорт, вітчизняна продукція.

Рудковский А.В., Лупак Р.Л. ЦЕЛЕВЫЕ ОРИЕНТИРЫ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПОЛИТИКИ ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЯ В КОНТЕКСТЕ ГОСУДАРСТВЕННОГО УПРАВЛЕНИЯ ПРОЦЕССАМИ БЕЗОПАСНОСТИ РАЗВИТИЯ ВНУТРЕННЕГО РЫНКА

В статье перечислены задачи, которые могут решаться в ходе реализации государственной политики импортозамещения и стать базовыми основами в обеспечении достаточной эффективности государственной системы управления процессами безопасности развития внутреннего рынка. Предложена авторская трактовка безопасности развития внутреннего рынка как определенные характеристики (производственные, структурные, инновационные, регуляторные, системные) параметров состояния и тенденций его развития. Определены целевые ориентиры государственной политики импортозамещения и индикаторы подтверждения их достигаемости, что в совокупности могут стать объективными параметрами развития внутреннего рынка и обеспечения его безопасности.

Ключевые слова: импортозамещение, внутренний рынок, безопасность развития, государственная политика, импорт, отечественная продукция.

Rudkovskiy O.V., Lupak R.L. TARGET ORIENTATIONS OF THE STATE POLICY OF IMPORT SUBSTITUTION IN THE CONTEXT OF PUBLIC ADMINISTRATION OF THE PROCESSES OF SECURITY OF DEVELOPMENT OF THE INTERNAL MARKET

The article lists the tasks that can be solved in the course of realization of the state policy of import substitution and become the basic bases in ensuring the sufficient effectiveness of the state system of management of the security processes of the development of the domestic market. The author's proposed interpretation of the security of the development of the domestic market as certain characteristics (industrial, structural, innovative, regulatory, systemic) of the parameters of the state and trends of its development. The purpose guidelines of the state policy of import substitution and indicators of confirmation of their reach are determined, which in aggregate can become objective parameters of development of the internal market and ensuring its security.

Keywords: import substitution, domestic market, development security, state policy, import, domestic products.

Постановка проблеми. Якщо врахувати, що розвиток внутрішнього ринку засвідчує стабільність та збалансованість економіки, а імпортозаміщення – ефективність виробничої діяльності промислового сектору, актуально стверджувати про пряму залежність у системі державного управління процесів імпортозаміщення та розвитку внутрішнього ринку. При цьому про результативність виконання завдань за такими напрямками державного регулювання буде свідчити рівень досягнутої безпеки для всіх учасників ринкових відносин (внутрішніх товаровиробників, споживачів, імпортерів).

Розглядаємо імпортозаміщення як основний параметр безпеки розвитку внутрішнього ринку виходячи із його здатності (1) забезпечити максимально ефективно використання наявних виробничих потужностей в державі, їх модернізацію та розширене відтворення; (2) сформувати передумови до самодостатнього відтворення та імміграції економічно-активного населення; (3) гарантувати оптимальне насичення внутрішнього ринку імпортованими товарами та рівень відповідної залежності; (4) сформувати фінансово-інвестиційні стимули до розширення виробництва високотехнологічної продукції з високою часткою

доданої вартості; (5) досягати системності та збалансованості макроекономічних відтворювальних пропорцій; (6) збільшувати обсяги внутрішнього виробництва харчових продуктів, завдяки чому можна повною мірою забезпечити потреби суспільства в споживчих товарах належної якості, цінової пропозиції та імідженості; (7) підвищити рівень зайнятості висококваліфікованих працівників, їх продуктивності та ефективності праці, сформувати високу мотивацію праці та достатній рівень якості трудового життя [12, с. 117-123; 13, с. 52-60]. Усе це засвідчує необхідність поєднання у системі державного управління процесів імпортозаміщення та забезпечення безпеки розвитку внутрішнього ринку, а особливо коли посилюється його відкритість, господарський устрій держави все більше стає лібералізованим, недостатній рівень конкурентоспроможності внутрішнього виробництва, не сформоване інституціональне середовище.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Серед науковців досі не сформувалася єдина думка про сутність, необхідність та значення імпортозаміщення. Так, окрема група науковців [3; 7; 10] імпортозаміщення розглядає як політику держави, спрямовану на зменшення потреби економіки в імпорті певних

видів продукції завдяки збільшенню частки реалізації продукції внутрішнього виробництва.

У низці наукових публікацій імпортозаміщення трактується як перехідний етап у процесі реструктуризації економіки, після чого має відбуватися послідовний перехід до експортоорієнтованої моделі розвитку, що зумовлено обмеженістю внутрішнього ринку та необхідністю забезпечення нових ринків збуту [4; 5].

Більш прогресивною слід вважати думку, де імпортозаміщення визначається як процес створення конкурентоспроможного національного продукту для задоволення потреб споживачів, що передбачає переорієнтацію виробництва на власні сили, забезпечення процесу модернізації виробничих потужностей [1; 9; 11].

Щодо розвитку внутрішнього ринку та забезпечення належного рівня його безпеки відзначимо наукові праці [6; 8], в яких надано характеристику сукупності тенденцій розвитку, чинників впливу, цілей та завдань учасників ринкових відносин, майбутніх перспектив дієвості ринкових принципів господарської діяльності, державній системі управління процесами безпеки розвитку та ін.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Втім, варто врахувати, що досягнення необхідного рівня безпеки розвитку внутрішнього ринку є неможливим, якщо економіка перебуває у високій імпортній залежності та нездатна реально протидіяти такій тенденції. На нашу думку, наукові дослідження імпортозалежності варто спрямувати на вірне визначення системних аспектів розроблення та реалізації державної політики імпортозаміщення, яка враховуватиме необхідність забезпечення й підвищення безпеки розвитку внутрішнього ринку. Зокрема, передусім необхідно визначитися із цільовими орієнтирами такої політики, що вважаємо невирішеним завданням у науковій літературі.

Мета статті полягає у науковому обґрунтуванні сукупності цільових орієнтирів, яких необхідно дотримуватися під час розроблення та реалізації державної політики імпортозаміщення в контексті державного управління процесами безпеки розвитку внутрішнього ринку.

Виклад основного матеріалу дослідження. Розвиток внутрішнього ринку та забезпечення його безпеки зумовлені певними структурними аспектами щодо формування товарної пропозиції з-поміж виробничого, оптового секторів та роздрібного споживання, поживлення споживчого та інвестиційного попиту, збільшення товарного виробництва в межах традиційних видів продукції, споживання товарів і послуг домогосподарствами, розподілу доходів між резидентами внутрішнього ринку, вартості активів торговельних мереж з-поміж вітчизняних та іноземних власників тощо.

Вважаємо за доцільне трактувати безпеку розвитку внутрішнього ринку як характеристику параметрів стану і тенденцій його розвитку, за якої: відбуваються процеси розширеного відтворення обсягів господарської діяльності та капіталу галузі; зберігаються раціональні співвідношення важливих структурних характеристик функціонування ринку; забезпечується інноваційний розвиток стадій суспільного відтворення ринку (виробництва, розподілу, обміну, споживання); не порушуються базові умови конкурентного та регуляторного середовища; відсутні критичні диференціації в розвитку сегментів внутрішнього ринку, їх інфраструктури та ресурсного забезпечення.

Згідно з таким підходом, є чітка зорієнтованість у ключових ознаках успішного забезпечення безпеки розвитку внутрішнього ринку (розширене та суспільне відтворення, раціоналізація структурних змін, дієвість правил, подолання диференціацій та диспропорцій) та враховуються необхідні передумови для досягнення стабільного і стійкого стану та позитивних тенденцій розвитку економіки держави. Так, убачаємо процеси розширеного відтворення обсягів господарської діяльності та капіталу галузі через збільшення кількості підприємств, їх господарських потужностей, споживачів та загальної місткості внутрішнього ринку, а також зростання купівельної спроможності населення, їх економічної активності [2, с. 21-23].

Перелік таких параметрів безпеки розвитку внутрішнього ринку варто обрати за базові орієнтири у визначенні стратегічних пріоритетів державної політики імпортозаміщення та індикаторів їх реалізації. Так, для досягнення розширеного відтворення обсягів господарської діяльності та капіталу галузі органами державного управління необхідно забезпечити збільшення місткості внутрішнього ринку споживання вітчизняних конкурентоспроможних товарів (робіт, послуг) і обсягів інвестицій у техніко-технологічну базу вітчизняного виробництва.

Існують різні шляхи, що дають змогу успішно підвищити конкурентоспроможність та розширити ринки збуту вітчизняної продукції, зокрема пріоритетним слід вважати модернізацію промислових виробництв на новій технологічній базі, що передбачатиме перехід промислового виробництва на замкнені технологічні цикли виготовлення товарів кінцевого споживання; введення в дію високотехнологічних виробничих потужностей; технологічне переоснащення та розширення діючих виробничих потужностей; стимулювання впровадження і функціонування систем управління якістю продукції; формування системи правової, кадрової та інформаційної підтримки інноваційної діяльності.

Водночас про результативність управлінських рішень у досягненні визначених стратегічних пріоритетів державної політики імпортозаміщення будуть свідчити значення таких показників, як: обсяги роздрібного та оптового товарообороту товарів (робіт, послуг) вітчизняного виробництва; кількість об'єктів торгівлі, що спеціалізуються на продажі товарів вітчизняного виробництва; обсяги матеріальних та нематеріальних активів вітчизняних підприємств; частка інвестицій у вартості основних засобів вітчизняних суб'єктів реального сектора економіки. Поряд із цим у державній політиці імпортозаміщення повинна постійно продовжуватися робота щодо зростання значень таких показників, що свідчатиме про прогресивне врахування сучасних тенденцій у ринкових відносинах.

Підтримка збалансованого стану між сегментами виробництва і збуту потребує й додаткового проектування державних управлінських рішень. Важливо, щоб у державній системі економічної безпеки окремі процеси постійно продовжувалися і не припинялися, а саме залучалися інвестиційні ресурси для модернізації діючих та створення нових виробничих високотехнологічних наукомістких вітчизняних підприємств, підвищувалася роль вітчизняного малого і середнього бізнесу в процесах створення додаткової вартості, збільшувався вплив наукового середовища на формування та впровадження інноваційних продуктів.

Свідченням високої безпеки розвитку внутрішнього ринку, як уже зазначалося, є раціональні співвідношення важливих його структурних функ-

ціональних характеристик. У державній політиці імпортозаміщення необхідно передбачити перелік інструментів та засобів, завдяки яким удасться сформувати оптимальні структурні співвідношення в сегментах виробництва і збуту товарів (робіт, послуг) на внутрішньому ринку. При цьому підтверджуватиметься ефективність державної політики імпортозаміщення з дотриманням граничних значень індикаторів у збалансуванні сегментів виробництва і збуту товарів (робіт, послуг) на внутрішньому ринку. Так, стимулюючий характер матиме зростання часток продажу споживчих товарів, які вироблені на території України, реалізованої інноваційної вітчизняної продукції, продажу товарів, які є регіональними (місцевими) брендами або торговими марками, продажу продукції вітчизняних МСП, а також зниження частки продажу товарів (робіт, послуг) у тіньовому секторі. При цьому вкрай важливо, щоб значення таких показників постійно поліпшувалися, це даватиме змогу стверджувати про раціональність проектного державного управління процесами імпортозаміщення.

Вважаємо, що інноваційний розвиток стадій суспільного відтворення ринку може бути забезпечений завдяки високій інноваційності в реальному секторі економіки. Вирішення таких завдань вимагатиме від органів державного управління розвивати сучасну дослідницьку базу та інфраструктуру передачі технологій, створювати центри комерціалізації інновацій, упроваджувати інноваційні продукти в управління регіональним та муніципальним розвитком, розвивати сфери «економіки знань», широко впроваджувати інформаційні технології у процеси взаємодії влади, населення та бізнесу, посилити підтримку найкращих наукових шкіл та дослідницьких колективів, їх інноваційних ініціатив на етапі виготовлення і виведення на ринок зразків – аналогів імпорту [2, с. 23-25; 14, с. 105-117].

У підсумку можна буде очікувати результатів, що водночас стануть індикаторами забезпечення високої інноваційної активності у реальному секторі економіки, а саме зростання кількості та частки вітчизняних підприємств, що впроваджують інновації, частки інноваційно-технологічної продукції з високою доданою вартістю та конкурентоспроможністю у внутрішньому промисловому виробництві, частки товарів вітчизняного виробництва у товарному асортименті торговельних мереж, частки витрат на інновації у собівартості вітчизняної продукції, частки високоякісних і безпечних товарів вітчизняного виробництва у загальному обсязі товарного споживання.

Попри інноваційні, структурні та виробничі аспекти розвитку внутрішнього ринку необхідно враховувати дієвість інституційних основ державного регулювання ринкових відносин, а саме рівень дотримання суб'єктами бізнесу базових умов конкурентного та регуляторного середовища, тому одним із цільових орієнтирів державної політики імпортозаміщення розглядаємо формування якісного бізнес-середовища на внутрішньому ринку.

Вважаємо, що про досягнення очікуваних результатів формування якісного бізнес-середовища на внутрішньому ринку будуть свідчити значення таких індикаторів, як: обсяг витраченого часу на ведення бізнесу (реєстрацію підприємства та власності, отримання дозволів, сплату податків, забезпечення виконання контрактів); частки окремих витрат на проходження усіх необхідних офіційних процедур у вартості майна підприємства; кількість та обсяги діяльності інтегрованих і кластерних структур; наявність та обсяги інвестиційних площадок. Відповідно,

дієвість державної політики імпортозаміщення буде базуватися на їх вивченні. При цьому необхідно враховувати, що формування бізнес-середовища є довготривалим процесом і висновки про рівень його якості слід будувати стосовно тенденції показників.

Водночас лише зняття бар'єрів та стимулювання входу на ринок виробників вітчизняної продукції, які готові до ризику й є зазвичай більш продуктивними, стають ключовими передумовами формування сприятливого бізнес-середовища та зумовлять ефективність подолання імпортозалежності національної економіки. У цьому напрямі політики імпортозаміщення державним органам влади доцільно проектувати управлінські рішення стосовно поліпшення інституційної основи підприємництва, створення сприятливого фіскального простору та привабливого інвестиційного клімату для бізнесу, забезпечення рівного конкурентного середовища [2, с. 26-27; 13, с. 53-56].

Зауважимо, що для утвердження на внутрішньому ринку якісного бізнес-середовища органам державного управління варто забезпечити високий рівень збалансованості сегментів ринку, їх інфраструктури та ресурсного забезпечення. Відповідно, заходи зниження імпортої залежності повинні ґрунтуватися на реалізації потенціалу імпортозаміщення у зміцненні просторово-структурної конкурентоспроможності територій і сегментів внутрішнього ринку. Тут пріоритетне значення буде мати розвиток структурних факторних конкурентних переваг суб'єктів господарювання, які створюють значну частку доданої вартості, формують економічний потенціал базових видів економічної діяльності та національної економіки загалом.

Водночас про ефективність реалізації потенціалу імпортозаміщення буде свідчити відсутність за областями, в міських та сільських поселеннях диференціацій у розвитку внутрішнього ринку щодо обсягів споживання товарів (робіт, послуг), кількості об'єктів торгівлі, обсягу торгової площі на одиницю населення; доходівіддачі (капітальних інвестицій, необоротних активів, власного капіталу); товарної спеціалізації роздрібно-торговельної мережі; характеристик ринків із продажу споживчих товарів (кількості, спеціалізації, торгових місць, торгової площі).

Висновки. У контексті державного управління процесами безпеки розвитку внутрішнього ринку цільовими орієнтирами державної політики імпортозаміщення слід розглядати: збільшення місткості внутрішнього ринку споживання вітчизняних конкурентоспроможних товарів (робіт, послуг); збільшення обсягів інвестицій у техніко-технологічну базу вітчизняного виробництва; формування оптимальних структурних співвідношень у сегментах виробництва і збуту товарів (робіт, послуг) на внутрішньому ринку; забезпечення високої інноваційної активності у реальному секторі економіки; формування якісного бізнес-середовища на внутрішньому ринку; реалізацію потенціалу імпортозаміщення у зміцненні просторово-структурної конкурентоспроможності територій і сегментів внутрішнього ринку.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Державна регіональна політика України: особливості та стратегічні пріоритети: [монографія] / За ред. З.С. Варналія. – К.: НІСД, 2007. – 820 с.
2. Лупак Р.Л. Державна політика управління безпекою розвитку внутрішнього ринку із застосуванням інструменту імпортозаміщення / Р.Л. Лупак // Економічний форум. – 2017. – № 4. – С. 20-29.

3. Мельник Т.М. Імпортозалежність економіки України і пріоритети селективного імпортозаміщення / Т.М. Мельник, К.С. Пугачевська // Економіка України. – 2016. – № 653(4). – С. 29-44.
4. Пріоритети політики імпортозаміщення у стратегії модернізації промисловості України: аналітична доповідь / За ред. Я.А. Жаліла. – К.: НІСД, 2012. – 71 с.
5. Ринки реального сектора економіки України: структурно-інституціональний аналіз: [монографія] / За ред. В.О. Точиліна. – К.: НАН України, 2009. – 640 с.
6. Система регулювання внутрішньої торгівлі України: [монографія] / За ред. В.В. Анопія та І.М. Копича. – К.: Академвидав, 2012. – 424 с.
7. Структурні зміни та економічний розвиток України: [монографія] / За ред. Л.В. Шинкарук. – К.: ІЕП НАН України, 2011. – 696 с.
8. Структурно-інституціональні трансформації та економічна безпека держави: [монографія] / За ред. О.С. Власюка, А.І. Мокія. – Львів: Апіорі, 2013. – 836 с.
9. Сухоруков А.І. Перспективні напрями та інструменти політики імпортозаміщення у промисловості України: аналітична записка / А.І. Сухоруков, Т.П. Крупельницька [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.niss.gov.ua/articles/885>.
10. Теоретико-методичні засади та прикладні механізми державного регулювання розвитку внутрішньої торгівлі: [монографія] / П.О. Куцук, Т.Г. Васильців, М.Ю. Барна [та ін.]; за ред. П.О. Куцика, Т.Г. Васильціва. – Львів: ЛТЕУ, 2016. – 426 с.
11. Фінансово-економічний механізм забезпечення конкурентоспроможності роздрібних торговельних підприємств: теоретико-прикладні аспекти: [монографія] / Т.Г. Васильців, Н.В. Марас, Н.О. Мавріта. – Львів, 2014. – 220 с.
12. Lupak R.L. Conceptual Relationships between the Systems of Ensuring the Economic Security of the State and the Implementation of the State Policy of Import Substitution / R.L. Lupak, M.V. Kynytska-Iliash // Journal «Problems of Economy». – 2017. – № 2. – P. 117-123.
13. Vasylytsiv T.H. Justification of strategic priorities of state structural policy of import substitution in Ukraine / T.H. Vasylytsiv, R.L. Lupak // Journal «Actual problems of economics». – 2016. – № 1. – P. 52-60.
14. Vasylytsiv T.H. Priorities and tools of the state regional policy of import substitution in the market of consumer goods of Ukraine / T.H. Vasylytsiv, R.L. Lupak // Strategic priorities. – 2017. – № 3. – P. 105-112.

УДК 338.43:339.924(477):061.1ЄС

Сахібова А.О.

студентка

Одеського національного університету
імені І.І. Мечникова

СВРОІНТЕГРАЦІЙНІ ПЕРСПЕКТИВИ АГРАРНОГО РИНКУ УКРАЇНИ

Досліджено місце та значення аграрного ринку в умовах європейської інтеграції України. Визначено зовнішньоторговельний обіг продукції аграрного сектору України. Узагальнено оцінку рівня конкурентоспроможності продукції аграрного сектору. Запропоновано чинники, що впливають на поліпшення конкурентних позицій продукції аграрного сектору на внутрішньому та зовнішньому ринках.

Ключові слова: аграрний сектор, експорт, імпорт, зовнішній ринок, конкурентоспроможність, ЄС, європейська інтеграція.

Сахібова А.О. ЕВРОИНТЕГРАЦИОННЫЕ ПЕРСПЕКТИВЫ АГРАРНОГО РЫНКА УКРАИНЫ

Исследованы место и значение аграрного рынка в условиях европейской интеграции Украины. Определен внешнеторговый оборот продукции аграрного сектора Украины. Обобщена оценка уровня конкурентоспособности продукции аграрного сектора. Предложены факторы, которые влияют на улучшение конкурентных позиций продукции аграрного сектора на внутреннем и внешнем рынках.

Ключевые слова: аграрный сектор, экспорт, импорт, внешний рынок, конкурентоспособность, ЕС, европейская интеграция.

Sakhibova A.O. EUROINTEGRATIONAL PROSPECTS OF THE AGRICULTURAL MARKET OF UKRAINE

The place and importance of the agricultural market in conditions of the European integration of Ukraine is investigated. The foreign trade turnover of the agricultural sector of Ukraine is determined. The assessment of the level of competitiveness of agricultural products is generalized. The factors that influence the improvement of competitive positions of agricultural products in the domestic and foreign markets are suggested.

Keywords: agricultural sector, export, import, external market, competitiveness, EU, european integration.

Постановка проблеми. Сучасний етап функціонування і розвитку національного аграрного ринку тісно пов'язаний з його перебудовою в напрямі підвищення конкурентоспроможності, адже цього вимагають не лише вплив світових ринків, а й виклики глобалізації, у тому числі участь України у СОТ та інтеграція з країнами ЄС. Ці глобальні зміни повинні супроводжуватися якісно новими кроками щодо створення умов лібералізації ринків сільськогосподарської продукції та продовольчих товарів. Розраховувати на успіх можна лише за умови підвищення конкурентоспроможності продукції аграрного сектору.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Важливу роль у формуванні теоретичних концепцій дослідження ринку відіграють наукові праці класиків світової економічної думки: А. Сміта, Д. Рікардо, Дж.С. Мілля, А. Пігу, Дж. Кейнса, П. Самуельсона, В. Нордгауза, Г. Армстронга, Ф. Котлера. Дослідженню проблем формування і розвитку національного аграрного ринку присвячено роботи вітчизняних учених: В.Г. Андрійчука, О.В. Березіна, В.І. Бойка, П.І. Гайдучього, В.М. Гесця, С.Л. Дусановського, С.М. Кваші, Ю.С. Коваленка, Т.О. Осташко, Б.Й. Пасхавера, П.Т. Саблука, В.О. Точиліна, О.М. Шпичака та ін. Зусиллями цих науковців створено теоретико-методологічний фундамент дослідження даної проблеми, вирішено низку її методичних та прикладних аспектів щодо формування аграрного ринку, вдосконалення економічного механізму його функціонування в пореформений період.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Високий динамізм дії сучасних економічних, політичних і соціальних чинників у нашій державі вимагає поглиблених наукових досліджень впливу ринкових трансформацій на аграрний сектор і рівень споживання населенням продуктів харчування, вивчення потенційного попиту на продукцію органічного агропромисловства, розроблення якісно нових моделей розвитку національного аграрного ринку, насиченого конкурентоспроможною продук-

цією для задоволення внутрішніх продовольчих потреб держави і розширення її експортних можливостей.

Мета статті полягає в обґрунтуванні теоретико-методологічних, методичних та прикладних аспектів розвитку аграрного ринку України в умовах євроінтеграційних процесів.

Виклад основного матеріалу дослідження. Наукове трактування ринку зумовлює визначення цієї категорії, з одного боку, як системи економічних відносин щодо обміну товарів і послуг, а з іншого – як категорії фізичного характеру (безпосереднє місце купівлі-продажу товарів і послуг, що здійснюється учасниками ринку). Ринок – це передусім сукупність економічних відносин між фізичними й юридичними особами (промисловими, аграрними, торговельними компаніями, корпораціями, банками, у т. ч. ТНК і ТНБ), а також між державами і наднаціональними органами, міжнародними фінансово-кредитними інститутами з організації та купівлі-продажу різноманітних товарів і послуг відповідно до законів товарного виробництва [1].

Тлумачення категорії «аграрний ринок» наведене в Законі України «Про державну підтримку сільського господарства». Відповідно до цього Закону, аграрний ринок – сукупність правовідносин, пов'язаних з укладенням та виконанням цивільно-правових договорів щодо сільськогосподарської продукції [2]. Проте таке тлумачення є дещо обмеженим, оскільки відображає тільки правовий, а не економічний бік досліджуваної категорії.

Деякі науковці, наприклад П.Т. Саблук, В.Я. Месель-Веселяк та ін., дають розширене визначення цієї категорії: аграрний ринок – це сфера взаємодії суб'єктів ринку щодо забезпечення виробництва й вільного руху сільськогосподарської продукції, продовольчих товарів, засобів виробництва та послуг для агропромислового комплексу, аграрної науково-технічної продукції [3]. Можна припустити, що ринки засобів виробництва та послуг для агропромислового комплексу не можна відносити до аграрного,

адже вони належать до ринку промислової продукції та ринку послуг незалежно від того, хто їх споживає. За такою логікою до аграрного ринку можна віднести й ринок перукарських, освітніх послуг тощо, якщо такими послугами користуються селяни.

Л. Леонтєва та Д. Шпаковский указують, що аграрний ринок можна визначити як сукупність різноманітних видів ринків, на яких складаються економічні відносини між суб'єктами агропромислового комплексу й різними категоріями споживачів із приводу обігу та розподілу продукції, робіт і послуг, що виробляються в аграрній сфері [4]. Однак це визначення не розкриває економічної сутності цієї категорії.

Як видається, аграрний ринок – це динамічна система економічних відносин, форм обміну продукцією аграрного сектора (в інтересах задоволення суспільних потреб) у їх поєднанні та взаємозв'язку з процесами виробництва, розподілу й споживання, зумовлених розвитком суспільного поділу праці. Аграрний ринок є складною багатофункціональною системою соціально-економічних відносин між людьми (що складаються в процесі виробництва, обміну й споживання), яка покликана створювати сприятливі умови для забезпечення населення необхідною сільськогосподарською продукцією і продуктами харчування.

Нині багато економістів вважають, що аграрний ринок являє собою не тільки сферу товарного обміну чи безпосередньої взаємодії попиту та пропозиції, як це прийнято спрощено трактувати, а й поєднання процесів виробництва та споживання, тому він має властивості системи, що знаходиться у стані безперервного розвитку. Аграрний ринок є системою економічних відносин, що забезпечує ефективне функціонування агропромислового комплексу на основі зацікавленості всіх суб'єктів ринкових відносин у кінцевих результатах діяльності. У цьому кон-

тексті Є. Злобин трактує аграрний ринок як певну систему товарно-грошових відносин, спрямовану на забезпечення відтворення в аграрному секторі економіки [5].

На нашу думку, аграрний ринок є категорією товарного господарства і являє собою сферу товарного обміну сільськогосподарською продукцією з характерною системою економічних відносин між продавцями і покупцями, в яких проявляються виробничі відносини певного способу суспільного виробництва.

Головна особливість аграрного ринку полягає у специфіці продуктів праці, призначених для обміну. Однією з основних відмінних ознак сільськогосподарської продукції є високий рівень необхідності в ній, стабільна її затребуваність. Продукти харчування потрібні кожній людині кожен день у необхідній кількості, що дає змогу не тільки підтримувати життєдіяльність організму, а й реалізовувати себе як особистість. Від рівня забезпеченості населення країни продуктами харчування залежать національна безпека, соціальна, політична й економічна стабільність у суспільстві.

Однією з головних цілей спільної сільськогосподарської політики Європейського Союзу стосовно розвитку аграрного сектору є забезпечення фермерів прийнятним рівнем життя (сприяючи більш конкурентоспроможному і сталому розвитку сільського господарства і стимулюванню сільської місцевості). Сучасні умови розвитку характеризуються поглибленням інтеграційних процесів, лібералізацією умов торгівлі сільськогосподарськими товарами, орієнтацією на зовнішні ринки, а також підвищеною увагою до якості продукції.

У структурі виробництва основної сільськогосподарської продукції 55,4% займає продукція тваринництва, що свідчить про відповідну галузеву спе-

Таблиця 1

Динаміка обсягу аграрного виробництва в країнах ЄС у 2007-2016 рр.

Назва показника	Роки					Відхилення 2016-2010, млн. євро	Відхилення 2016-2007, млн. євро
	2007	2010	2014	2015	2016		
Європейський Союз, млн. євро	366 130	367 763	418 696	414 056	399 376	31 612,65	33 245,94
Єврозона, млн. євро	277 067	276 911	310 347	308 093	299 279	22 367,60	22 211,38
Європейський Союз, % до ВВП	3,89%	3,85%	4,22%	4,09%	3,83%	-	-
Єврозона, % до ВВП	2,94%	2,90%	3,13%	3,04%	2,87%	-	-

Джерело: складено на основі [6]

Таблиця 2

Динаміка основних показників господарств аграрної сфери країн ЄС у 2007-2016 рр.

Назва показника	Роки					Відхилення 2016-2010	Відхилення 2016-2007
	2007	2010	2014	2015	2016		
Кількість господарств, одиниць	14598640	13920160	12402850	10881560	11382112	-2538048	-3216528
Площа сільськогосподарських угідь, які використовуються, тис. га	174128	175818	179716	175610	183688	7869	9559
Площа господарства, тис. га	219095	224634	225469	219121	229201	4567	10106
Кількість господарств із наявною домашньою худобою, одиниць	9138750	8802870	7035610	6271310	6559790	-2243080	-2578960
Норма випуску продукції, тис. євро	289351978	288407827	316635101	334514671	349902345	61494	60550
Робоча сила (безпосередньо зайняті), одиниць	12593100	12023080	10070290	9550410	9989729	-2033351	-2603371
Ферми, чиї домогосподарства споживають понад 50% від вартості кінцевої продукції, одиниць	6415570	6024450	5993120	4766120	4985362	-1039088	-1430208

Джерело: складено на основі [7]

ціалізацію європейських країн. Найбільша частка в загальних обсягах виробництва тваринницької продукції припадає на молоко коров'яче (перша рейтингова позиція), м'ясо свиней (друга позиція), м'ясо ВРХ та курей (третя та четверта позиції відповідно). У рейтингу продукції рослинництва провідні місця посіли пшениця, виноград, картопля та оливки.

У табл. 1. відображено динаміку обсягу виробництва в аграрному секторі в країнах ЄС у 2007-2016 рр.

Позитивна динаміка до зростання обсягів виробництва в аграрному секторі країн Європейського Союзу спостерігається не лише в абсолютному вираженні, а й у відносному. Зокрема, у 2014 р. відсоток виробництва до ВВП зріс із 3,85% до 4,22%, проте до 2016 р. знову залишився на рівні 2010 р. Таку тенденцію вважаємо позитивною, зважаючи на досить значне зростання ВВП.

За обсягами виробництва сільськогосподарської продукції та продуктивності праці в сільському господарстві Європейський регіон характеризується високим рівнем інтенсивності та товарності цієї галузі. Переважна більшість країн ЄС не тільки самодостатні аграрні країни, а й вагомими експортерами агропродовольчої продукції. Взагалі європейський аграрний бізнес – це висококонкурентний сектор ринкової економіки, функціонування та розвиток якого гарантують продовольчу безпеку та соціальний добробут населення Європи. Ринкові реформи сільського господарства, що здійснюються в межах САП ЄС, спрямовані на модернізацію продуктивних сил та інституційні зміни, адекватні сучасній моделі світового сільського господарства. Засновуючись на перевагах економіки відкритого типу та активній державній підтримці, європейський агробізнес дає можливість сільськогосподарським товаровиробникам реалізовувати свій потенціал у виробництві високорентабельної продукції та досягати конкурентних переваг на зовнішньому ринку.

У табл. 2. наведено динаміку основних показників господарств аграрної сфери країн ЄС у 2007-2016 рр.

Як бачимо, кількість господарств в аграрній сфері країн ЄС скоротилася, що могло бути наслідком скорочення кількості зареєстрованих одиниць та високої конкуренції у цій сфері. Водночас зросла площа сільськогосподарських угідь, які використовуються, що може вказувати на обробку раніше не використовуваних земель і є однозначно позитивним явищем. Площа господарств також зростає, що дає змогу висунути припущення про процеси злиття, поглинання в аграрній сфері країн ЄС, а тому господарства стають більш конкурентоспроможними. Динаміка до скорочення кількості господарств із наявною домашньою худобою негативна, що вказує на зміну пріоритетів виробників сільськогосподарської продукції та перехід від закупівель худоби в господарствах до власного вирощування на фермах та підприємствах. Це дасть змогу знизити ризики щодо якості та сертифікації продукції. Позитивним є зростання до норми випуску продукції серед країн ЄС. Скорочується робоча сила, що може бути пов'язано зі скороченням кількості самих господарств. Також в умовах глобалізації та посиленої співпраці країн ЄС очевидно є тенденція до скорочення кількості ферм, чиї домогосподарства споживають понад 50% вартості кінцевої продукції.

Характеризуючи аграрний ринок України, зазначимо, що станом на 1 січня 2017 р. в процесі реформування сільськогосподарських підприємств створено 21,6 тис. нових господарських формувань ринкового спрямування, у тому числі: 7,3 тис. товариств з обме-

женою відповідальністю (33,8% усіх новоутворених формувань); 4,5 тис. приватних (приватно-орендних) підприємств (20,8%); 0,8 тис. акціонерних товариств (3,7%); 2,0 тис. сільськогосподарських кооперативів (9,2%); 4,3 тис. фермерських господарств (20,0%) і 2,7 тис. інших суб'єктів господарювання (12,5%) [8].

В аграрній сфері продовжуються трансформаційні процеси на рівні підприємницьких структур, у результаті чого реально почали формуватися три основні їх типи: невеликі особисті та фермерські господарства; середні, переважно приватні, підприємства, господарські товариства та розширені за рахунок оренди земельних паїв фермерські господарства; великі сільськогосподарські підприємства, переважно корпоративного типу, які широко застосовують оренду землі та майна (табл. 3).

Таблиця 3

Кількість діючих сільськогосподарських підприємств за організаційно-правовими формами господарювання, станом на 01.01.2017

Кількість діючих сільськогосподарських підприємств за організаційно-правовими формами господарювання	Всього	% до загальної кількості
Всього підприємств	58575	100,0
Господарські товариства	8172	14,0
Приватні підприємства	4054	6,9
Виробничі кооперативи	1727	2,9
Фермерські господарства	42533	72,6
Державні підприємства	359	0,7
Підприємства інших форм господарювання	1694	2,9

Джерело: складено на основі [8]

Зовнішньоторговельний обіг сільськогосподарської продукції України в 2016 р. становив 19,2 млрд. дол. США, або 25,4% усього зовнішньоторговельного обігу товарів країни, збільшившись порівняно з 2010 р. на 23,4%. Зростання обігу відбувається за рахунок експорту. Так, якщо за 2010-2016 рр. імпорт сільськогосподарської продукції зменшився з 5,7 млрд. дол. США до 3,9 млрд. дол. США, або у 1,5 рази, то експорт збільшився з 9,8 млрд. дол. США до 15,3 млрд. дол. США, або у 1,6 рази [8].

Внаслідок більш швидкого зростання обсягів експорту порівняно з імпортом позитивне зовнішньоторговельне сальдо торгівлі сільськогосподарською продукцією зросло з 4,1 млрд. дол. США в 2010 р. до 11,4 млрд. дол. США в 2016 р., або у 2,8 рази.

Частка імпорту в загальній структурі товарообігу сільськогосподарської продукції становить 21,3%. За підсумками 2016 р. імпорт збільшився на 428,0 млн. дол. США, або на 11,4%, порівняно з 2015 р. Найбільшу питому вагу в структурі імпорту основних видів продукції аграрного сектору мають: плоди, горіхи та цедра (11,4%); тютюн та вироби з нього (10,3%); риба, ракоподібні та молюски (9,8%); какао-боби, продукти з нього, шоколад (5,2%); олія (4,7%); кава, чай, прянощі (4,5%); зернові злаки (3,6%).

Характеризуючи євроінтеграційні перспективи розвитку аграрного ринку України, відзначимо, що однією з головних проблем на цьому шляху є повільне впровадження європейських стандартів у сфері агропромислового виробництва. Невідповідність української продукції європейським стандартам є суттєвою загрозою розвитку вітчизняного агропродовольчого сектору на період запровадження всіх необхідних технічних регламентів та отримання сертифікатів

відповідності. Відповідно до глави 17 Угоди про асоціацію України з ЄС, співробітництво між сторонами охоплюватиме, серед іншого, заохочення політики якості сільськогосподарської продукції у сферах стандартів продукції, вимог щодо виробництва та схем якості [9]. Для цього в українське законодавство необхідно імплементувати вимоги директив та регламентів ЄС стосовно сільського господарства та харчової промисловості, а також не менше 80% чинних європейських стандартів.

Для переважної більшості вітчизняних малих і середніх сільгосппідприємств існують проблеми забезпечення відповідності власної продукції європейським стандартам, оскільки процеси гармонізації та адаптації законодавства у сфері технічного регулювання та санітарних і фітосанітарних заходів потребують не тільки тривалого часу, а й значних матеріальних ресурсів. Наприклад, сукупні витрати на адаптацію до стандартів ЄС тільки м'ясної промисловості Польщі становили близько 2 млрд. євро [10]. Отже, посилення уваги до інтенсифікації впровадження європейських стандартів у сфері агропромислового виробництва є вкрай актуальним завданням, без вирішення якого складно говорити про вагомість претензій на успішний розвиток аграрного ринку України.

Висновки. Аграрний ринок України володіє значним потенціалом. Разом із тим існує чимало проблем на шляху його розвитку, для вирішення яких, а також для зміцнення зовнішньоторговельної безпеки на аграрному ринку в Україні необхідно забезпечити умови для підвищення конкурентоспроможності продукції АПК, що не суперечитимуть принципам державної підтримки та регулювання аграрного ринку, передбаченим Угодою про асоціацію між Україною та ЄС. Зусилля слід сконцентрувати на:

- прискоренні процесу впровадження європейських та міжнародних стандартів безпеки та якості продуктів харчування (НАССР, ISO, EN, Кодексу «Аліментаріус») у сфері агропромислового виробництва;

- розробленні системи моніторингу зовнішньоторговельних операцій із країнами світу як механізму оперативного реагування на кон'юнктурні зміни аграрного ринку;

- нарощуванні в аграрному експорті продукції з більшим умістом доданої вартості, готових харчових продуктів та напівфабрикатів, що сприятиме завантаженню вітчизняних переробних підприємств та збільшенню робочих місць в Україні;

- заохоченні кооперативного руху на селі, спрямованого на спільне ведення господарської діяльності окремими суб'єктами господарювання, що дасть змогу зменшити витрати на виробництво і реалізацію сільськогосподарської продукції.

Поглиблений аналіз комплексу цих заходів в умовах євроінтеграційних процесів має стати основою для подальших досліджень та наукових розробок.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Економічна енциклопедія: у 3-х т. / Б. Гаврилишин (гол. ред.). – К.: Академія, 2000. – Т. 3. – 952 с.
2. Закон України «Про державну підтримку сільського господарства України» (станом на 23 березня 2009 р.). – К.: Парламентське вид., 2009. – 29 с.
3. Формування та функціонування ринку агропромислової продукції: [практ. посіб.] / П. Саблук, В. Месель-Веселяк, О. Шпичак [та ін.]; за ред. П. Саблука. – К.: ІАЕ, 2000. – 556 с.
4. Леонтьева Л.А. Взаимодействие сельхозтоваропроизводителей на продовольственном рынке: [монография] / Л. Леонтьева, Д. Шаповский. – Оренбург: ОГАУ, 2010. – 165 с.
5. Злобин Е. Формирование регионального аграрного рынка / Е. Злобин // АПК: экономика и управление. – 1995. – № 12. – С. 33-42.
6. Лисситса А. Куда курс держит украинский АПК: Зона свободной торговли с ЕС или Таможенный союз? / А. Лисситса [Електронний ресурс]. – Режим доступа: <http://latifundist.com/spetsproekt/34858-kuda-kurs-derzhitukrainskij-apk-zona-svobodnoj-torgovli-s-es-ili-tamozhennyj-soyuz>.
7. Farm indicators by area, type off arm, standard output, legal entity and NUTS 2 regions. – Access mode: <http://ec.europa.eu/eurostat/t>.
8. Інформація Державної служби статистики [Електронний ресурс]. – Режим доступу: ukrstat.gov.ua.
9. Комітет із питань європейської інтеграції [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://comeuroint.rada.gov.ua>.
10. Мозливість і застереження щодо наслідків введення в дію положень Угоди про асоціацію між ЄС та Україною: наук. доп. / За ред. акад. НАН України В.М. Геєця, чл.-кор. НААНУ Т.О. Осташко, д-ра екон. наук В.О. Точиліна; НАН України, ДУ «Ін-т екон. та прогнозів» – К., 2013. – 98 с.

УДК 303.4:631.143

Тимошенко М.М.

кандидат економічних наук, доцент, директор
Житомирського агротехнічного коледжу

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ТА ЗМІСТОВНЕ НАПОВНЕННЯ СТАЛОГО РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКИХ ТЕРИТОРІЙ У СУЧАСНИХ УМОВАХ

У статті розкрито науково-теоретичні засади концепції сталого (збалансованого соціо-еколого-економічного) розвитку. Наведено класифікацію та сутність теорій суспільного розвитку, яка дає змогу обґрунтувати доцільність вибору стратегії сільського розвитку на перспективу. Доведено необхідність переходу до моделі сталого розвитку сільських територій на основі гармонізації економічного, соціального та екологічного складників.

Ключові слова: розвиток, сталий розвиток, сільські території, аграрна сфера, соціально-економічні проблеми, екологічна рівновага.

Тимошенко Н.М. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ЗАСАДЫ И СОДЕРЖАТЕЛЬНОЕ НАПОЛНЕНИЕ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ СЕЛЬСКИХ ТЕРРИТОРИЙ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

В статье раскрыты научно-теоретические основы концепции устойчивого (сбалансированного социо-эколого-экономического) развития. Приведена классификация и сущность теорий общественного развития, которая позволяет обосновать целесообразность выбора стратегии сельского развития на перспективу. Доказана необходимость перехода к модели устойчивого развития сельских территорий на основе гармонизации экономической, социальной и экологической составляющих.

Ключевые слова: развитие, устойчивое развитие, сельские территории, аграрная сфера, социально-экономические проблемы, экологическое равновесие.

Tymoshenko M.M. RETICAL FOUNDATIONS AND CONTENT OF STABLE DEVELOPMENT OF RURAL TERRITORIES IN MODERN CONDITIONS

In the article it is disclosed the scientific and theoretical principles of the concept of stable (balanced socio-ecological and economic) development. It is presented the classification and the essence of theories of social development which allows to substantiate the advisability of choosing the strategy of rural development and prospects. It is proved the necessity of transition to the model of stable development of rural territories on the basis of harmonization of economic, social and ecological components.

Keywords: development, stable development, rural territories, agrarian sphere, socio-ecological problems, ecological equilibrium.

Постановка проблеми. Одним з імперативів глобальної перспективи в загальносвітовому масштабі і, беззаперечно, для України є концепт сталого розвитку. Його суть полягає у взаємодії, взаємовпливі та інтеграції економічних, соціальних і екологічних вимірів. До того ж, ця тріада має супроводжуватися масштабними інвестиційними реформами, опорою на інноваційні процеси, демократію та громадянське суспільство, інформаційні технології, модернізаційні проекти, поліпшення ресурсовикористання тощо. Власне це й є сталий розвиток, тобто розвиток, який задовольняє потреби нинішнього покоління у такий спосіб, щоб не зашкодити здатності прийдешніх поколінь задовольняти свої потреби. Сталий розвиток сільських територій, як зазначають вчені ННЦ «Інститут аграрної економіки», зумовлений нагальною вимогою сучасності позбутися тих негативних реалій, що накопичилися в аграрній сфері та на сільських територіях [15, с. 6]. Органічна єдність конкретних реалій життєдіяльності селянина із природним, соціальним та економічним оточенням як передумова переведення сільських територій на модель сталого розвитку визначають об'єктивну необхідність, актуальність та своєчасність цього дослідження.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідження сталого розвитку у різних галузях – екології, економіки, соціології, філософії, біології – надає цьому поняттю багатоаспектності і зумовлює численність його оцінок та поглядів. Теоретико-методологічне осмислення концепції сталого розвитку відбито в низці робіт вітчизняних учених М.В. Вагрова, І.К. Бистрякова, С.М. Божка, Є.М. Борщука, Б.В. Буркинского, І.М. Вахович, Т.П. Галушкіної, З.В. Герасимчук, Б.М. Данилишина, Л.В. Жаровой, В.С. Кравцова, Л.Ц. Масловської, Л.Г. Мель-

ника, І.В. Недіна, В.Ф. Семенова, В.М. Степанова, Є.В. Хлобистова, Л.Б. Шостак та ін. Серед зарубіжних учених, які досліджують сталий розвиток, слід назвати Е.Г. Дейлі, В.І. Данилова-Данільяна, В.П. Клавдієнка, А.А. Лейзеровіча, К.С. Лосева, Р.В. Кейтс, Д.Х. Медоуза, Д.Л. Медоуз, Т.М. Перріс, Р. Стіверза, Дж.М. Хулса та ін. Однак постійно виникають суперечності навколо цього питання, ведуться дискусії щодо визначення концепції і практичного її застосування на рівні окремих секторів та сфер економіки. Принципи сталого сільського розвитку в багатьох країнах, у тому числі й в Україні, на державному рівні і дотепер лише декларуються.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Сьогодні немає чіткого уявлення про сталий соціально-економічний розвиток вітчизняних сільських територій, не існує загальноприйнятого механізму реалізації цієї концепції. Тому доцільним вбачається більш глибоке розкриття процесу виникнення, сутності та змістовного наповнення сталого розвитку як стратегії подальшого соціально-економічного розвитку сільських територій.

Формулювання цілей статті. З огляду на вищезазначене, метою статті є наукове обґрунтування необхідності переходу до моделі сталого розвитку сільських територій на основі гармонізації економічного, соціального та екологічного складників.

Виклад основного матеріалу дослідження. Нині сталий розвиток економіки України загалом та аграрного сектору зокрема набуває все більш широкого трактування. Більшість науковців погоджуються, що сталий розвиток – це поєднання економічного, соціального та екологічного компонентів у єдине ціле. У загальному вигляді поняття «розвиток» – це процес, у результаті якого відбувається зміна якості чого-небудь, перехід від одного якісного стану до

іншого, вищого [12, с. 631]. Тобто це динамічний процес, що охоплює сукупність (систему) загальних і часткових змін, а етапи розвитку – це перехід від однієї його стадії до наступної, тобто це той відрізок часу, за який відбувається формування нової якості на шляху до прогресивних змін.

Водночас лише лінгвістичний розгляд цього слова не розкриває повноти його значення та властивостей у контексті розроблення концептуальних основ забезпечення сталого розвитку сільських територій. Аналіз минулих та глибоке вивчення нових тенденцій, закономірностей і законів розвитку є основою для розроблення стратегій та моделей розвитку досліджуваних об'єктів. З метою обґрунтування стратегії розвитку сільських територій України варто звернутися до еволюції теорії розвитку суспільства, яка допомагає здійснити оцінку теоретичних напрямів і реального

вкладу окремих авторів у розроблення проблеми розвитку суспільства через призму сталості. У таблиці наведено класифікацію теорій суспільного розвитку, яка дає змогу обґрунтувати доцільність вибору стратегічних альтернатив розвитку для окремих країн, галузей, секторів економіки тощо.

Метою та завданнями дослідження передбачено формування організаційно-економічних засад сталого розвитку сільських територій України. Тому в контексті тематики варто окрему увагу приділити п'ятому критерію – згідно з моделями еколого-економічного розвитку для країн із перехідною економікою (рис. 1).

Модель лінійних стадій розвитку (зростання) формувалась у 50-60-х роках, її основоположником є У. Ростоу, а математичне підтвердження вона отримала на основі моделі Харрода-Домара. Основним

Таблиця 1

Класифікація теорій суспільного розвитку, представники та дефініція їх концепцій

№ п/п	Критерій класифікації	Представники	Дефініція концепції
1.	За сумісністю економічного росту та екологічної безпеки розвитку суспільства	Д. Форрестер, Д. Медоуз, К. Боулдінг, Г. Тейлор, М. Мойсєєв, М. Георгеску-Регент, Е. Ольсен	Технічний детермінізм
		Дж. Гелбрейт, М. Ельшлегер, Р. Неш, Ж. Севедж, М. Берк, Дж. Куп, Д. Хенінг	Інституціоналізм
		У. Баумоль, Д. Макінтош, Р. Солоу, Ф. Сміт, Т. Тітенберг, Р. Барр, К. Дойч, А. Ніз, У. Оутс, Р. Хевмен	Неокласицизм
2.	За можливістю подолання екологічної кризи	К. Боулдінг, Г. Вудвард, М. Ельшлегер, Д. Медоуз	Екологічний песимізм
		Дж. Гелбрейт, У. Ростоу, А. Таучер, В. Хайлбронер, М. Месарович, Е. Пестель	Технологічний оптимізм
3.	За видом функціональної організації суспільства	А. Кінг, Б. Шнайдер	Техногенний розвиток
4.	За взаємоузгодженістю соціальних, економічних та екологічних пріоритетів подальшого розвитку суспільства	Сталій розвиток	
		Р. Браун	Теорія модернізації
		Ж. Фурастьє, Дж. Гелбрейт, Р. Арон, Т. Парсонс, У. Ростоу	Концепція індустріального суспільства
		С. Менделовіц, Дж. Бахгаваті, А. Мазруї, Р. Котарі, Р. Фальк, К. Болдінг, С. Бір, Е. Шилдз, Р. Дарендорф	Теорія постіндустріального суспільства
		Ж. Фурастьє, Д. Орт, Г. Канн, Р. Дарюндорф	Прогностичні теорії
		Б. Камонер, Д.Х. і Д.Л. Медоуз, П. і Е. Ерліх, М. Месарович, Е. Пестель, Дж. Сенека, Я. Тіненберг, Ж. Дорст, Р. Карсон, Р. Дюбо, Дж. Форрестер	Екологічно орієнтована теорія суспільного розвитку
		В. Лешков, М. Туган-Барановський, Д. Журавський, М. Вольський, Л. Семенів	Теорія людського розвитку
		Р. Солоу, Е. Денісон, Х. Фримен, Д. Досі, С. Глазьев	Теорія економіки знань
5.	За видами моделей еколого-економічного розвитку для країн із перехідною економікою	Теорія сталого розвитку	
		У. Ростоу	Модель лінійних стадій розвитку (зростання)
		А. Льюїс	Теорія структурних перетворень
		М. Леві, Ф. Тоніз	Теорія зовнішньої залежності
		М. Венер	Неокласична модель вільного ринку
		Д. Лернер	Теорія ендегенного зростання
6.	За чинниками регіонального розвитку	Теорія сталого розвитку	
		Т. Хагестранд, Г. Мюрдаль	Теорія дифузії нововведень
		Дж. Фрідман	Теорія «центр-периферія»
7.	За напрямками підвищення конкурентоспроможності	Ф. Перру, Ж. Будвіль, Х. Ларсен, П. Потье,	Теорія полюсів зростання
		А. Сміт, Д. Рікардо	Теорія абсолютних та відносних переваг
		Е. Хекшер, Б. Олін	Факторна теорія
		Й. Шумпетер	Теорія ефективної конкуренції на основі інновацій
		М. Портер	Теорія конкурентних переваг
		М. Познер	Теорія технологічного прориву
		М. Тінінг, Дж. Логлін, С. Писаренко	Теорія конкурентного регіоналізму

Джерело: сформовано на основі аналізу праць вищевказаних авторів

недоліком теорії лінійних стадій є те, що вона передбачає надто вузький та спрощений підхід до проблеми економічного розвитку, до уваги не беруться низка компонентів суспільно-економічних відносин, які визначають економічний розвиток: система суспільних та ринкових інституцій; особливості секторів та галузей економіки, зокрема аграрного; відносини власності; вплив міжнародного середовища тощо.

Для дослідження розвитку сільських територій варто приділити увагу *моделі структурних трансформацій*, яка сформувалась у 70-х роках. Згідно з цією моделлю вся економіка поділена на два сектори: промисловість та сільське господарство, і міжгалузева рівновага в країні буде встановлена за умови повної зайнятості надлишкової робочої сили сільських територій в галузях промислового виробництва. Проте сучасний етап сільського розвитку та структурних перетворень в Україні включає в себе систему засобів і механізмів, за допомогою яких відбуваються інституційні зміни у політичній, економічній, соціальній, правовій сферах, що спрямовані на врахування загальносвітових тенденцій.

Також у 70-ті роки набув популярності напрям, що має назву *«теорія зовнішньої залежності»*, який включає три основні форми, такі як неоколоніальна модель залежності, хибна парадигма розвитку та теорія дуального розвитку. Під час розроблення організації економічного механізму реалізації стратегії розвитку сільських територій варто скористатись основними положеннями теорії дуального розвитку, яка ґрунтується на принципах системно-структурного аналізу, суть якого полягає у тому, що будь-яка система є різнорівневою та ієрархічною, її елементи взаємозалежні та підпорядковані.

Неокласична теорія вільного ринку полягає в лібералізації економіки, скороченні державних витрат і найповніше проявляється в розвинутому ринковому середовищі. Варто зазначити, що під час дослідження проблем та перспектив сільського розвитку в Україні варто врахувати особливості моделі ендегенного зростання, яка орієнтує на використання внутрішніх ресурсів і можливостей, що здатні створити необхідні стартові умови економічного зростання і підтримання його оптимальних темпів у довгостроковому періоді. Адже сільські території України володіють досить потужним потенціалом, зважаючи на високий рівень людського капіталу, наявність виробничої та ресурсної бази, рекреаційного комплексу, сприятливі природні умови. Крім того, за висновками експертів, Україна за наявністю родючих земель – одна з найбагатших країн світу, майже 70% території якої займають сільськогосподарські угіддя [11, с. 50]. А наявність значної кількості якісних сіль-

госпудів, як справедливо зазначає В.Д. Заліско, пояснює аграрну спрямованість вітчизняної економічної діяльності на сільських територіях, що має глибоке історичне коріння і є суттєвим складником економічного потенціалу країни [2, с. 101].

Еволюція теорій світового розвитку свідчить про недосконалість попередніх підходів до визначення перспектив суспільного розвитку. Теорія сталого розвитку виникла як відповідь на ситуацію, що склалась у світі. Ідеї, які в ній закладені, мають комплексний, системний характер, враховуючи ситуаційний підхід та зміни якісних характеристик трьох основних складників: економіки, соціальної сфери та навколишнього середовища. Тому в кінці минулого століття, як справедливо зазначають З.В. Герасимчук та І.М. Вахович, людство усвідомило необхідність докорінної зміни економічних поглядів розвитку суспільства у напрямі врахування екологічного фактора [9, с. 14].

Теорія сталого розвитку передбачає баланс між екологічним, економічним та соціальним розвитком суспільства. Концепція сталого розвитку сьогодні набуває все більшої актуальності і для України, необхідним стає перехід від стереотипного бачення до новітніх форм ведення бізнесу та функціонування окремих сфер економіки, зокрема агросфери. Провідною ідеєю концепції сталого розвитку є забезпечення високого рівня життя, що передбачає гармонійний розвиток екологічної і соціально-економічної сфер [8]. У процесі дослідження вивчено еволюцію підходів світової спільноти до проблематики сталого розвитку, яка дає змогу зрозуміти масштабність і без-



Рис. 1. Характеристика теорій суспільного розвитку за видами моделей еколого-економічного розвитку для країн з перехідною економікою

Джерело: складено на основі [1, с. 39, с. 54-61]

поворотність змін, що відбуваються у суспільстві, і зумовлює необхідність пошуку нових шляхів для подальшого розвитку.

Концепція сталого розвитку має довгу історію становлення, починаючи від наукових праць В.І. Вернадського про ноосферу (початок минулого сторіччя), декларації першої конференції ООН із навколишнього середовища (Стокгольм, 1972 р.), де було зазначено про зв'язок економічного і соціального розвитку з проблемами навколишнього середовища, наукових доповідей Римського клубу (1968 р., 1972 р.), у яких формулювалися ідеї переходу цивілізації до стану «глобальної динамічної рівноваги», до звіту Всесвітньої комісії ООН із навколишнього середовища і розвитку в 1987 р., конференції ООН із проблем навколишнього середовища і розвитку в Ріо-де-Жанейро (1992 р.), Всесвітнього саміту з питань сталого розвитку в Йоганнесбурзі (2002 р.). На XI сесії ООН у м. Нью-Йорк (2003 р.) було прийнято тематичну програму заходів для забезпечення сталого розвитку на період до 2017 р. Проте варто зазначити, що за цей час у світі не відбулося кардинальних змін, більшість держав, намагаючись представити свою політику подальшого розвитку в контексті сталості, реально продовжує нарощення індустріального і технічного потенціалів без урахування еколого-економічної рівноваги. Тому проблема сталого розвитку являє собою одну з фундаментальних наукових проблем.

Появу терміна «сталий розвиток» (СР) (*sustainable development*) пов'язують з ім'ям прем'єр-міністра Норвегії Гру Харлем Брундланд, яка сформулювала його у звіті «Наше спільне майбутнє», що був підготовлений для ООН і опублікований у 1987 р. Міжнародною комісією з навколишнього середовища і розвитку. Вона визначала його як розвиток, який задовольняє потреби теперішнього часу, проте не ставить під загрозу здатність майбутніх поколінь задовольняти свої власні потреби. Загалом після опублікування в 1987 р. доповіді Комісії по економічному розвитку ООН «Наше спільне майбутнє» вчені та аналітики запропонували понад 70 визначень поняття сталого розвитку [6].

Спроби визначити зміст цього процесу науковим товариством не мали позитивного результату, навпаки – з'явилися нові терміни: зрівноважений, рівноцінний, стабільний, стійкий, збалансований, екорозвиток та ін. Більша частина науковців погоджується, що, діючи в напрямі досягнення сталого розвитку, можна забезпечити економічне процвітання нації та зменшити вплив на довкілля. Для повного розуміння цього підходу необхідно визначити, що таке сталий розвиток та в чому полягає його сутність. Нами досліджено низку підходів до трактування поняття «сталий розвиток». Сталий розвиток (*sustainable development*) – це термін, який є досить поширеним у науково-публіцистичній літературі західних країн світу. Українські наукові кола досить активно дискутують щодо достовірності та досконалості перекладу з англійської мови терміна «*sustainability*». Частина науковців відстоює позицію, що коректно перекладати цей термін як «збалансований», тобто *збалансований розвиток*, інша – як «сталий», тобто *сталый розвиток*. У результаті провідні науковці пропонують замінити усталений термін «сталий розвиток» на «збалансований розвиток» або ж використовувати поєднання цих слів [10, 14].

Інші вчені схиляються до думки, що термін «сталий розвиток» є не дуже вдалим перекладом англійського терміна, який можна перекласти і як «постійно підтримуваний розвиток», і як «припустимий розвиток». Водночас усі ці терміни містять протиріччя, що чітко окреслились, між задоволенням потреб нинішніх поколінь людей (що, будучи марнотратними, вже привели до глобальних екологічних проблем) і можливістю задоволення потреб майбутніх поколінь [16].

Як видно із наведених визначень, залежно від світоглядних позицій увага більшою чи меншою мірою зосереджується на *соціальній* (задоволення матеріальних і культурних потреб); *екологічній* (збереження функціональних і структурних якостей біологічних систем, їх здатність до самовідтворення, охорона природних ресурсів і біорозмаїття) та *економічній* (постійний економічний та інноваційний прогрес) сталості. Тому в подальшому дослідженні сталого

розвитку сільських територій та розробленні економічного механізму реалізації стратегії сільського розвитку на засадах сталості доцільно виходити із необхідності врахування взаємозв'язку всіх трьох її складників: соціального, економічного та екологічного – та необхідної умови забезпечення основних її критеріїв – рівноваги і збалансованості.

Девід К. Кортен підкреслює розбіжності між стандартним і альтернативним розумінням сталого розвитку (рис. 2). Більшість економістів, урядів і офіційних агенцій (включаючи Міжнародний валютний фонд, Всесвітній банк і Міжнародну угоду з тарифів і торгівлі), які визначають національну і глобальну політику, демонструють стандартне розуміння категорії. Велике число «альтернативних» економістів,



Рис. 2. Стандартне та альтернативне розуміння категорії «сталий розвиток»

Джерело: складено автором на основі [13, с. 9-10]

незалежних мислителів і громадських організацій намагаються пояснити і впровадити альтернативний підхід до проблеми сталого розвитку.

Спираючись на визначення Комісії ООН та науковий аналіз, Г. Дейлі логічно тлумачить термін «сталий розвиток» як означення гармонійного, збалансованого, безконфліктного прогресу всієї земної цивілізації, груп країн (регіонів, субрегіонів), а також окремо взятих країн нашої планети за науково обґрунтованими планами (методами системного підходу), коли в процесі неухильного інноваційно-інтенсивного (а не екстенсивного) економічного розвитку країн одночасно позитивно вирішується комплекс питань щодо збереження довкілля, ліквідації експлуатації, бідності та дискримінації як кожної окремо взятої людини, так і цілих народів чи груп населення, у тому числі за етнічними, расовими чи статевими ознаками [17].

Крім того, поняття «сталий розвиток» розуміється у двох змістах: вузькому і широкому. У вузькому розумінні увага акцентується переважно на його екологічному складнику, що пов'язується з оптимізацією діяльності стосовно біосфери. Широко стійкий розвиток трактується як процес, що позначає новий тип функціонування цивілізації. Як приклад підходу подібного роду може розглядатися визначення, запропоноване комісією Брундтланд. Власне кажучи, ставиться завдання оптимального управління не тільки природно-ресурсним потенціалом, але й усією сукупністю природного соціокультурного багатства, яким диспонує цивілізація на конкретному етапі всесвітнього історичного розвитку (враховуючи прогностичний контекст). Досягнення сталого розвитку у широкому розумінні має такі основні напрями й аспекти, як економічний, демографічний, соціальний, екологічний, культурологічний, прогностичний та ін. У центрі концепції сталого розвитку стоїть людина, бо вона сама з її потребами є метою суспільної діяльності і вона ж є основним фактором досягнення мети.

Україна є серед держав, які підтримали міжнародні ініціативи збереження довкілля та обрали за основу свого розвитку концепцію сталого розвитку країни, яка сформульована у проекті Концепції сталого розвитку України і звучить як «забезпечення динамічного соціально-економічного зростання, збереження навколишнього природного середовища і раціонального використання природо-ресурсного потенціалу для задоволення потреб нинішнього і майбутнього поколінь за рахунок створення високоефективної економічної системи, яка стимулює продуктивну працю, науково-технічний прогрес, має соціальну спрямованість» [4, с. 6]. Концепція сталого розвитку охоплює дві найважливіші ідеї:

– *по-перше*, цей розвиток передбачає вирішення економічних, соціальних та екологічних проблем. Розвиток буде сталим тільки тоді, коли буде досягнута рівновага між різними факторами, що зумовлюють загальний рівень життя;

– *по-друге*, нинішнє покоління має обов'язок перед прийдешніми поколіннями залишити достатні запаси соціальних, природних та еконо-

мічних ресурсів для того, щоб вони могли забезпечити для себе рівень добробуту не нижчий, ніж той, що ми маємо зараз.

Вважаємо, що *сталий розвиток* – це процес постійного перетворення якісних та кількісних характеристик соціо-еколого-економічної системи, спрямованого на досягнення динамічної рівноваги між суспільством, економікою та довкіллям, що забезпечує при цьому добробут нинішніх та майбутніх поколінь із дотриманням рівноважності, збалансованості, гармонійності, стабільності, конкурентоспроможності та безпеки країни. Основними завданнями сталого розвитку є:

1. Відновлення і подальше збереження в потрібному обсязі на необхідній площі природних екосистем та їх здатності до самовідтворення.

2. Забезпечення при цьому випереджального розв'язання проблеми економічного, соціального, демографічного і духовного розвитку.

3. Узгодження темпів економічного розвитку з господарською ємністю екосистем.

Слід зазначити, що *сталий розвиток* – це багаторівневе поняття. Виділяють 4 рівні сталого розвитку: індивідуальний, локальний, національний, глобальний. Його *індивідуальний рівень* виходить із того, що будь-які зміни довкілля спричинені діяльністю окремої людини. *Локальний рівень* проблеми сталого розвитку зумовлений колективним характером життєдіяльності. Збалансовані взаємини господарства і природи акцентуються на рівні локальних соціальних інтеграцій – поселень, підприємств. Саме на цьому рівні формується екологічне підприємство, екологічні інвестиції. *Національний і глобальний рівні* інтегрують індивідуальні, групові й загальнолюдські аспекти сталого розвитку.

У контексті цього дослідження М.Й. Малік та М.А. Хвесик вказують, що соціально-економічні перетворення, які відбуваються сьогодні в Україні, накладають свій відбиток практично на всю господарську діяльність держави [7, с. 3]. Ринкова трансформація аграрного сектору економіки гостро поставила перед Україною проблему вибору ефективних напрямів та інструментів забезпечення подальшого розвитку сільських територій. Аналізуючи проблеми українського села та їх вирішення у контексті сталості, І.Г. Кириленко та О.І. Павлов зазначають, що Україна, маючи унікальні можливості, ще не визначила власний шлях розвитку, хоча він, на їх думку, є оче-

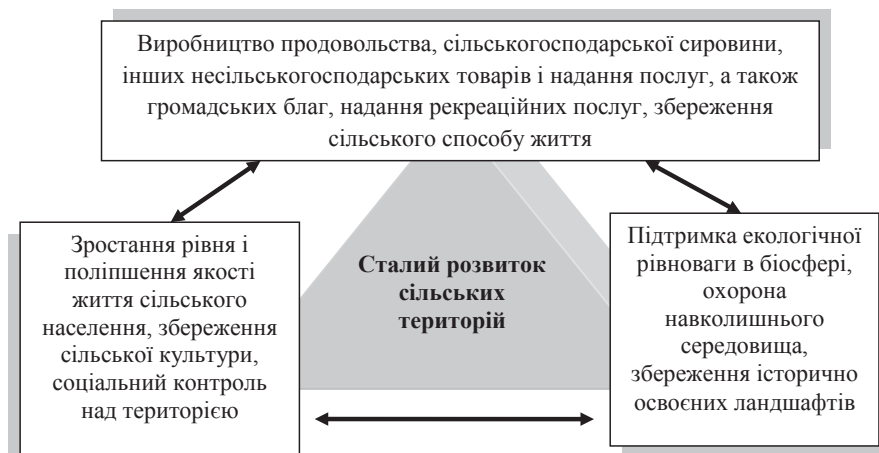


Рис. 3. Триєдність основних складників сталого розвитку сільських територій

Джерело: сформовано автором за даними [5, с. 143-144]

видним: визнання стратегічної ролі та багатофункціональності сільського господарства, підвищення його конкурентоспроможності, розвиток інститутів громадянського суспільства тощо [3, с. 28]. Проведений нами аналіз світового досвіду щодо розроблення стратегій та реалізації державних стратегій розвитку на національному й регіональному рівнях дає можливість визначити основні концептуальні положення, на які необхідно спиратися під час розроблення напрямів сталого розвитку сільських територій.

Ще у 1996 р. на сесії ФАО в Римі ідея сталого розвитку була адаптована до проблем сільського господарства і розвитку сільських територій. Сільська економіка представлена різними галузями, але розвиток сільських територій більшою мірою залежить від стану сільського господарства як найважливішої сфери економіки, що забезпечує збереження природи та догляд за культурним ландшафтом. Виходячи з вищевказаних трактувань, А.В. Лісовий пропонує охарактеризувати сталий розвиток сільських територій як рівномірне нарощування позитивних соціальних показників (життєвого рівня населення, освіти, здоров'я та ін.) у повній відповідності з економічним та екологічним розвитком сільської місцевості [5, с. 142]. Він вважає, що розуміння сталого розвитку повинно будуватися на трьох позиціях (рис. 3).

Отже, сталий сільський розвиток – це розвиток, за якого забезпечуються зростання, диверсифікація і підвищення ефективності сільської економіки, зростання чисельності сільських жителів і збільшення тривалості їх життя, повна і продуктивна зайнятість працездатного населення, підвищення рівня і якості життя в сільських районах, раціональне використання і відтворення природно-ресурсного потенціалу сільських територій. Варто наголосити, що серед ключових факторів сталого розвитку сільських територій одне із провідних місць займає гармонізація соціальних, економічних та екологічних складових відповідно до інституціонального середовища.

З огляду на вищесказане, еволюція поглядів на проблему «сталого розвитку» досягла розуміння його в досить широкому значенні. Вважаємо, що розвиток насамперед необхідно пов'язувати зі всіма сферами життєдіяльності суспільства, в тому числі з аграрною. Адже існує проблема поєднання процесу формування механізму розвитку сільської території в Україні із вимогами міжнародних інституцій та інтеграцією вітчизняного аграрного сектору до європейського та світового економічного простору. Адже розвиток процесів глобалізації та зміни в структурі сільського господарства України акцентують увагу на питанні відповідності традиційних поглядів і ефективності вітчизняної аграрної політики сучасним світовим тенденціям.

Висновки з проведеного дослідження. З урахуванням вищезазначеного доцільною є необхідність визначення сучасних домінант, стратегічних засад та перспективних напрямів сталого розвитку сільських територій України в глобальному середовищі на основі аналізу й оцінки саме новітніх наукових концепцій господарювання відповідно до світових домі-

нант сталого розвитку на майбутнє, з одного боку, і наявного стратегічного потенціалу держави, включаючи основні природні ресурси (земельні, водні, лісові тощо), людський капітал, умови гарантування екологічної безпеки, визначення національної аграрної політики з програмною основою перспективного розвитку сільських територій держави – з іншого.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Герасимчук З.В. Регіональна політика сталого розвитку: теорія, методологія, практика: монографія / З.В. Герасимчук. – Луцьк: Надстиря, 2008. – 528 с.
2. Заліско В.Д. Сільські території України: стратегічні пріоритети розвитку в контексті зміцнення економічної безпеки: [монографія] / В.Д. Заліско; Національний університет ДПС України. – Ірпін: НУДПСУ, 2014. – 502 с.
3. Кириленко І.Г. Проблеми українського села та їх вирішення у контексті сучасних трансформацій / І.Г. Кириленко, О.І. Павлов // Економіка АПК. – 2010. – № 7. – С. 24-31.
4. Концепція сталого розвитку України: проект / [під ред. В.В. Волошина, Н.М. Гордієнка та ін.]. – К.: БМТ, 2000. – 17 с.
5. Лісовий А.В. Сталый розвиток сільських територій: виникнення, сутність, принципи / А.В. Лісовий // Економіка АПК. – 2007. – № 4. – С. 140-145.
6. Майер Джеральд М. Основні проблеми економіки розвитку / М. Майер Джеральд, Е. Раух Джемс, А. Філіпенко. – К.: Либідь, 2003. – 688 с.
7. Малік М.І. Сталый розвиток сільських територій на засадах регіонального природокористування та еколого-безпечного агропромислового виробництва / М.І. Малік, М.А. Хвесик // Економіка АПК. – 2010. – № 5. – С. 3-12.
8. Національна парадигма сталого розвитку України / за заг. ред. академіка НАН України, д. т. н., проф., засл. діяча науки і техніки України Б.Є. Патона. – К.: Державна установа «Інститут економіки природокористування та сталого розвитку Національної академії наук України», 2012. – 72 с.
9. Організаційно-економічний механізм формування та реалізації стратегії розвитку регіону / З.В. Герасимчук, І.М. Вахович. – Луцьк: ЛНТУ, 2002. – 248 с.
10. Осауленко О.Г. Сталый соціально-економічний розвиток: моделювання та управління: монографія / О.Г. Осауленко. – К., 2000. – 176 с.
11. Пасхавер Б.І. Ринок землі: світовий досвід та національна стратегія / Б.І. Пасхавер: Стенограма Одинадцятих річних зборів Всеукр. конгр. вчених економістів-аграрників (Київ, 26-27 лют. 2009 р.). – ННЦ ІАЕ, 2009. – С. 80-82.
12. Словник української мови, том 8. Природа – Ряхтливий. – В-во «Наукова думка», 1972. – 927 с.
13. Сталый розвиток сільських територій: методичні розробки / Укладачі: В.К. Збарський, Л.П. Полозенко, А.Ю. Носова. – К.: НУБіП України, 2011. – 36 с.
14. Сталый розвиток суспільства: навч. посібник / Програма розвитку Організації Об'єднаних Націй «Муніципальна програма врядування та сталого розвитку» / А.П. Садовенко, В.І. Середа, Л.Ц. Масловська; Академія муніципального управління. – К., 2007. – 240 с.
15. Стратегічні напрями сталого розвитку сільських територій на період до 2020 року / [Лупенко Ю.О., Малік М.І., Булавка О.Г. та ін.]; за ред. Ю.О. Лупенка та О.Г. Булавки. – К.: ННЦ ІАЕ, 2013. – 74 с.
16. Устойчивое развитие, безопасность, ноосферогенез: монография / А.Д. Урсул, Т.А. Урсул, В.Г. Тупало, А.А. Энгель; Российская академия гос. службы при Президенте РФ. – М., 2008. – 399 с.
17. Daly H., Cobb J. For the Common Good. Boston: Beacon Press., 1994. – 293 p.

УДК 338.4

Хижняк В.О.

кандидат економічних наук, доцент,
Інститут законодавства Верховної Ради України**СТАНДАРТИ ЄС ЩОДО ЗАХИСТУ ПРАВ СПОЖИВАЧІВ: УРОКИ ДЛЯ УКРАЇНИ**

У статті розглянуто стандарти ЄС у споживчій сфері, що спрямовані на встановлення високого рівня захисту прав споживачів для вільного руху товарів на внутрішніх ринках ЄС. Проаналізовано основні проблеми сфери захисту прав споживачів в Україні в контексті наближення чинного законодавства України до законодавства Європейського Союзу з метою підвищення якості та безпечності продукції кінцевого споживання.

Ключові слова: захист прав споживачів, колізійні норми, державна споживча політика.

Хижняк В.А. СТАНДАРТЫ ЕС ПО ЗАЩИТЕ ПРАВ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ: УРОКИ ДЛЯ УКРАИНЫ

В статье рассмотрены стандарты ЕС в сфере потребления, которые направлены на установление высокого уровня защиты прав потребителей для свободного перемещения товаров на внутренних рынках ЕС. Проанализированы основные проблемы защиты прав потребителей в Украине в контексте гармонизации действующего законодательства Украины с законодательством Европейского Союза с целью повышения качества и безопасности продукции конечного потребления.

Ключевые слова: защита прав потребителей, коллизионные нормы, государственная потребительская политика.

Khyzhniak V.O. EU CONSUMER PROTECTION STANDARDS: LESSONS FOR UKRAINE

The article examines the EU standards in the consumer sphere, aimed at establishing a high level of consumer protection for the free movement of goods in the EU's domestic markets. The main problems of consumer rights protection in Ukraine in the context of approximation of the current legislation of Ukraine with the legislation of the European Union in order to improve the quality and safety of end-use products are analyzed.

Keywords: consumer protection, conflict of laws rules, state consumer policy.

Постановка проблеми. Одним із показників, що характеризує розвиток будь-якого демократичного суспільства є відповідність громадянських прав демократичним свободам окремого громадянина.

Одним із фундаментальних постулатів сфери захисту прав споживачів, визначених міжнародними нормами та практикою, являється свобода громадянина у виборі продукції і право споживача на її якість та на інформацію про неї.

Парадоксальним є той факт, що споживач, будучи основним учасником споживчого ринку, головним інвестором у формуванні підприємницького капіталу найбільш обмежений у своїх правах.

Проблема прав громадянина, в тому числі у сфері споживання, є актуальною, адже підписання Україною Угоди про асоціацію з ЄС потребує застосування європейських стандартів якості продукції та створення підґрунтя для реалізації права кожного громадянина на достойний рівень спожитої продукції і отриманих послуг.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Питання захисту прав споживачів у країнах із ринковою економікою розглядалися низкою вчених, зокрема таких як: О. Язвінська [4], А. Лазарева [5], Л. Ніколаєва [6], Л. Іваненко [7] та інші. Проте, незважаючи на це, багато науково-теоретичних питань цієї теми потребують подальшого дослідження.

Метою і завданнями дослідження є дослідження організації системи захисту прав споживачів ЄС, а також можливість використання корисного досвіду європейських країн для вдосконалення українського законодавства у сфері захисту прав споживачів та механізмів його реалізації.

Виклад основного матеріалу. В контексті забезпечення секторальної співпраці ЄС і України, що передбачена Угодою про Асоціацію між ЄС та Україною (далі – Асоціація), актуальним питанням є захист прав споживачів. Метою співробітництва є наближення чинного законодавства України з законодавством Європейського Союзу для гарантування права споживачів на якісну і безпечну для життя

і здоров'я продукцію, а також усунення певних «прогалів» між європейськими та українськими системами захисту прав споживачів. Це співробітництво, зокрема, включає проведення експертної оцінки законодавчих та інституційних реформ, створення постійно діючої системи взаємного формування про небезпечні продукти, вдосконалення інформації, яка надається споживачу, особливо стосовно цін, характеристики товарів та послуг, що пропонуються, підготовку адміністративних посадових осіб та інших представників інтересів споживачів, розвиток обмінів між представниками інтересів споживачів та поглиблення сумісності політики в галузі захисту прав споживачів.

Згідно Угоди про асоціацію Україна поступово наближає своє законодавство до асquis ЄС щодо захисту прав споживачів, визначених Додатком XXXIX до Угоди про асоціацію, уникаючи при цьому створення бар'єрів у торгівлі.

Відповідно до Додатку XXXIX до Глави 20 Угоди наша країна має 3 роки для більшості документів, і 5 років для Регламенту № 2006/2004 про співробітництво у сфері захисту прав споживачів.

Захист прав споживачів у сфері торгівлі забезпечується відповідними положеннями законів України «Про захист прав споживачів» [2], «Про державний ринковий нагляд і контроль нехарчової продукції» [3] та «Про загальну безпечність нехарчової продукції» [4]. На жаль, більшість актів вторинного права ЄС у сфері захисту прав споживачів імплементовані не повною мірою, існують певні колізії в чинному законодавстві України, що повинні бути усунені до завершення періоду імплементатії Угоди про Асоціацію.

Це стосується, насамперед, договірних права, безпеки продукції, дистанційних договорів, що укладені поза торговельним приміщенням, тощо.

Економічний механізм будь-якого суспільства, в якому продукти виробництва виступають товаром, і взаємний обмін ними здійснюється за законом вартості, потребує використання відповідних правових форм організації обігу товарів, переходу їх від виробників до споживачів.

Як відомо, договір є однією з найпоширеніших підстав виникнення цивільно-правових зобов'язань. Саме договором купівлі-продажу опосередковуються відносини щодо оплатного відчуження майна від одних осіб до інших, в тому числі і тих, які законом визначаються споживачами-покупцями.

Одним із основних конституційних прав громадянина, реалізація якого вимагає встановлення певних гарантій, є право споживача на придбання товарів належної якості. Так, відповідно до ст. 50 Конституції України «Кожен має право на безпечне для життя і здоров'я довкілля та на відшкодування завданої порушенням цього права шкоди. Кожному гарантується право вільного доступу до інформації про стан довкілля, про якість харчових продуктів і предметів побуту, а також право на її поширення. Така інформація ніким не може бути засекречена» [1].

Ринок України постійно насичується різноманітними товарами вітчизняного і іноземного походження, хоча не завжди вони мають належну якість.

Окремі норми Закону України «Про захист прав споживачів», зокрема стаття 8, що визначає права споживача у разі придбання ним товарів неналежної якості, обмежує права споживачів та не враховує всі вимоги, визначені в певних положеннях європейського права і потребує приведення у відповідність щодо поновлення права споживача на обмін неякісної продукції та відшкодування збитків.

Відповідно до ст. 8 права споживача відрізняються залежно від того, придбав він товар з «недоліками» чи з «істотними недоліками». У разі придбання товарів з недоліками споживач має право вимагати від продавця або виробника: пропорційного зменшення ціни, безоплатного усунення недоліків товару в розумний строк або відшкодування витрат на усунення недоліків товару.

І лише у разі виявлення істотних недоліків споживач має право вимагати розірвання договору та повернення коштів. При цьому доказова база наявності істотного недоліку покладається в більшій мірі на споживача, тобто застосування такої юридичної конструкції, в якій істотний недолік необхідно виявляти лише шляхом логічного тлумачення прав споживача, суттєво ускладнює реалізацію останнім належних йому прав на розірвання договору і повернення коштів.

Необхідно зупинитись на понятті «істотний недолік». За Законом «істотний недолік» – це недолік, який робить неможливим чи недопустимим використання товару відповідно до його цільового призначення, виник з вини виробника (продавця, виконавця), після його усунення проявляється знову з незалежних від споживача причин і при цьому наділений хоча б однією з нижченаведених ознак: він взагалі не може бути усунений або його усунення потребує понад чотирнадцять або він робить товар суттєво іншим, ніж передбачено договором.

Таким чином, споживач може розірвати договір купівлі-продажу і повернути кошти за нещодавно куплений неякісний товар лише у випадку, якщо недолік виявився істотним і засвідчений відповідним чином сервісним центром, який здійснює обслуговування та ремонт товарів споживання. Відтак, споживач зможе вимагати повернення коштів від цього продавця товару за умови встановлення поломки (істотного недоліку) з вини виробника або продавця та після того як дефект товару намагалися усунути.

В той же час, стаття 3 Директиви 1999/44/ЄС щодо певних аспектів продажу споживчих товарів та пов'язаних з цим гарантій, якою передбачені

права споживача у разі придбання ним товарів неналежної якості, надає право споживачу на безоплатне усунення невідповідності шляхом заміни або ремонту товару, або зниження ціни чи розірвання договору відносно товару. При цьому, у згаданій Директиві відсутній поділ недоліків на «недолік» і «істотний недолік», а розірвання договору можливе у випадку будь-якої невідповідності товару.

Разом з тим, згідно п. 6 ст. 3 Директиви 1999/44/ЄС споживач не має права на розірвання договору, якщо наявність невідповідності не значна.

Така європейська практика може бути корисною українському законодавцю. Необхідним є застосування в законодавстві України щодо захисту прав споживачів правової норми, яка б надавала право споживачу, у разі придбання ним товару з недоліком замінити неякісний товар або розірвати договір у випадку невідповідності продукції вимогам, що пред'являються до неї або умовам договору.

Виняток може стосуватися лише окремих груп товарів неналежної якості: недоліків у будинках і спорудах, автомобілів, меблів, проданих або виготовлених з дефектами, що легко усуваються без значних матеріальних затрат. Наприклад, у разі продажу легкового автомобіля з дефектом непрацюючої фари чи інших другорозрядних комплектуючих видається недоцільним з економічної точки зору надавати право споживачу на безумовне розірвання договору купівлі-продажу.

Основним завданням надання інформації про товари, роботи, послуги є забезпечення їх компетентного вибору, що забезпечується наданням інформації про призначення продукції, її якість, умови використання, гарантії і таке інше. Виробник (виконавець, продавець) сам повинен визначати необхідний обсяг цієї інформації, пам'ятаючи про свою відповідальність за неповноту наданої інформації відповідно до закону.

Згідно із Законом України «Про захист прав споживачів» споживач має право на одержання необхідної, доступної, достовірної та своєчасної інформації про продукцію, що забезпечує можливість її свідомого і компетентного вибору. Зокрема, статтею 15 Закону регламентується право споживача на одержання необхідної, доступної, достовірної та своєчасної інформації про продукцію, яка повинна містити:

1) назву товару, найменування або відтворення знака для товарів і послуг, за якими вони реалізуються;

3) дані про основні властивості продукції, номінальну кількість (масу, об'єм тощо), умови використання;

4) відомості про вміст шкідливих для здоров'я речовин, які встановлені нормативно-правовими актами, та застереження щодо застосування окремої продукції, якщо такі застереження встановлені нормативно-правовими актами;

5) позначку про наявність у складі продукції генетично модифікованих організмів;

6) дані про ціну (тариф), умови та правила придбання продукції;

6-1) виробник (продавець) у разі виявлення недостовірної інформації про продукцію (якщо вона не шкодить життю, здоров'ю або майну споживача) протягом тижня вилучає цю продукцію з продажу та приводить інформацію про неї до відповідності;

7) дату виготовлення;

8) відомості про умови зберігання;

9) гарантійні зобов'язання виробника (виконавця);

10) правила та умови ефективного і безпечного використання продукції;

11) строк придатності (строк служби) товару (наслідків роботи), відомості про необхідні дії споживача після їх закінчення, а також про можливі наслідки в разі невиконання цих дій;

12) найменування та місцезнаходження виробника (виконавця, продавця) і підприємства, яке здійснює його функції щодо прийняття претензій від споживача, а також проводить ремонт і технічне обслуговування.

Директива ЄС № 1169/2011 від 25.10.2011 «Про надання споживачам інформації про харчову продукцію» має на меті досягнення високого рівня захисту здоров'я споживачів та гарантування їхніх прав на одержання інформації, що забезпечується належною поінформованістю споживачів про продукти харчування, які вони споживають. На вибір споживачами продуктів харчування можуть впливати, серед іншого, міркування стосовно здоров'я, економічні, природоохоронні, соціальні та етичні міркування.

З аналізу директиви ЄС № 1169/2011 від 25.10.2011 «Про надання споживачам інформації про харчову продукцію» видно, що вона крім основної інформації про продукт харчування, на отримання якої має право споживач, регламентує ще й вимогу до виробника харчової продукції щодо зазначення інформації про країну та місце походження продукту харчування.

Дана ситуація свідчить, що відповідно до Угоди про Асоціацію Україна має привести у відповідність до вище наведеної директиви Закон України «Про захист прав споживачів» в частині внесення змін до нього щодо зазначення на продукті харчування інформації про країну і місце походження товару.

Під необхідною інформацією про продукцію слід розуміти її повноту. Чинне законодавство України виходить із того, що у споживача немає достатніх знань про товар, роботу чи послугу, яку він хоче придбати. Продавець же (виробник, виконавець) є професіоналом, котрий знає усе про товар, що продається, роботу, яка виконується, послуги, що надаються. Тому він повинен надати споживачу інформацію в такому обсязі, щоб у того склалося чітке уявлення про властивості продукції, її якість, безпечність, правила користування, і щоб споживач міг на основі цих відомостей зробити компетентний вибір погрібної і придатної для себе продукції.

Крім того, в Законі України «Про захист прав споживачів» відсутня норма про позначення партії виробництва, яке є однією з обов'язкових складових обов'язкової інформації про харчові продукти. Так, саме завдяки позначенню введеного в обіг харчового продукту можна ідентифікувати партію виробництва, до якої він належить. Згідно з пунктом 59 частини 1 статті 1 Закону України «Про основні принципи та вимоги до безпечності та якості харчових продуктів» «партія – це будь-яка визначена оператором ринку кількість харчового продукту з однаковою назвою та властивостями, який вироблений за визначений цим оператором період часу за однакових умов виробництва на одній і тій самій потужності». Частиною 6 статті 37 даного Закону встановлено, що «у разі якщо будь-які небезпечні харчові продукти є частиною партії або вантажу харчових продуктів одного найменування, вважається, що всі харчові продукти цього найменування в даній партії або вантажі також є небезпечними і їх подальший обіг забороняється, якщо тільки після проведення подальшої детальної оцінки не буде доведено,

що решта партії або вантажу є безпечною». Отже, номер партії виробництва є однією з невід'ємних складових обов'язкової інформації про харчові продукти та обов'язковою вимогою до маркування харчових продуктів (підпункт 10 пункту 6 затвердженого наказу Державного комітету України з питань технічного регулювання та споживчої політики від 28.10.2010 р. № 487 «Про затвердження Технічного регламенту щодо правил маркування харчових продуктів»). У зв'язку з цим, вважаємо, що Закон України «Про захист прав споживачів» доповнити положенням про позначення партії виробництва як інформації, яка є обов'язковою для надання. Також доцільно передбачити процедурні вимоги до позначення партії виробництва харчового продукту.

В спектрі захисту прав споживачів актуальним питання є також нечесна практика суб'єктів господарювання по відношенню до споживачів щодо продажу продукції. У ЄС така практика має назву «недобросовісні комерційні практики».

Так, відповідно до ст. 1 Директиви № 2005/29/ЄС від 11.05.2005 р. про недобросовісні комерційні практики полягає у сприянні забезпеченню належного функціонування внутрішнього ринку та досягненні високого рівня захисту інтересів споживачів шляхом наближення законів, постанов та адміністративних положень держав-членів щодо несправедливих комерційних практик, що завдають шкоди економічним інтересам споживачів. Директива застосовується до практик бізнесу відносно споживача, що використовуються до, під час або після укладення угоди щодо продукту (ч. 1 ст. 3).

Директива є заходом максимальної гармонізації, а тому держави-члени не можуть зберегти чи ухвалити на національному рівні будь-які додаткові правила в цій сфері.

Статті 5-9 Директиви описують недобросовісні комерційні практики. Директива забороняє як дії, так і бездіяльність, які вводять в оману, а також агресивні комерційні практики, в тому числі використання приставань, примусу і зловживання впливом. У Додатку 1 до Директиви містяться конкретні приклади комерційних практик, які за будь-яких обставин вважаються несправедливими. Список містить 23 приклади недобросовісних та 8 прикладів агресивних практик.

Держави-члени повинні забезпечувати існування належних та ефективних заходів для боротьби з несправедливими комерційними практиками, щоб досягти відповідності з положеннями Директиви в інтересах споживачів (ч. 1 ст. 11). До таких заходів належить у тому числі право приватних осіб чи організацій, які мають законний інтерес щодо боротьби з несправедливими комерційними практиками (в тому числі конкурентів), вдаватися до законних дій проти таких практик (звернення до суду чи інших державних органів). Держави-члени повинні встановити ефективні, пропорційні та стримуючі санкції за порушення національного законодавства, яким імплементуються положення Директиви (ст. 13).

Питання недобросовісних (нечесних) комерційних практик в Україні регулюються Законами України «Про захист прав споживачів» та «Про захист від недобросовісної конкуренції».

Відповідно до ч. 1 ст. 19 Закону України «Про захист прав споживачів» підприємницька практика, що є нечесною, забороняється. Така практика включає: вчинення дій або бездіяльність, які вводять споживача в оману чи є агресивними, або є проявом недобросовісної конкуренції. Для кожного виду нечесних

практик Закон наводить відповідні приклади, перелік яких не є вичерпним. Важливим положенням є також п. 1 ч. 1 ст. 21 Закону України «Про захист прав споживачів», згідно з яким права споживача вважаються порушеними, якщо при реалізації продукції будь-яким чином порушується право споживача на свободу вибору продукції. У ст. 22 Закону регулюється питання судового захисту.

Положення про заборону недобросовісних (нечесних) комерційних практик в чинному законодавстві України дуже схожі з правом ЄС. Наведені приклади недобросовісних практик, що передбачені у ст. 19 Закону «Про захист прав споживачів» охоплюють багато прикладів, що містяться в Додатку 1 до Директиви. Проте, не всі обов'язкові положення Директиви № 2005/29/ЄС є врахованими в українському законодавстві. Так, наприклад, поняття несправедливої комерційної практики за Директивою не відповідає поняттю нечесної підприємницької практики за Законом України «Про захист прав споживачів». Виходячи з характеру Директиви як заходу максимальної гармонізації, необхідним є приведення переліку прикладів оманливих та агресивних практик, що передбачені українським законодавством, у відповідність до переліку, що міститься в Додатку 1 до Директиви. Крім того, існують певні розбіжності у характеристиці понять «оманлива комерційна практика» (ст. 6 і 7 Директиви) та «нечесна підприємницька практика, що вводить в оману» (ч. 2 ст. 19 Закону). Закон України «Про захист прав споживачів» не враховує відповідних положень Директиви.

Висновок. Захист прав споживачів у сфері торгівлі забезпечується відповідними положеннями законів України «Про захист прав споживачів», «Про державний ринковий нагляд і контроль нехарчової продукції» та «Про загальну безпечність нехарчової продукції». Більшість актів вторинного права ЄС у сфері захисту прав споживачів імплементовані не повною мірою, існують певні колізії в чинному законодавстві України, що повинні бути усунені відповідно до Угоди про Асоціацію між ЄС та Україною.

Відповідно до чинного законодавства України споживач може розірвати договір купівлі-продажу і повернути кошти за нещодавно куплений неякісний товар лише у випадку, якщо недолік виявився істотним і засвідчений відповідним чином сервісним центром, який здійснює обслуговування та ремонт товарів споживання. Відтак, споживач зможе вимагати повернення коштів від цього продавця товару за умови встановлення поломки (істотного недоліку) з вини виробника або продавця та після того як дефект товару намагалися усунути. А стаття 3 Директиви № 1999/44/ЄС щодо певних аспектів продажу споживчих товарів та пов'язаних з цим гарантій

надає право споживачу на безоплатне усунення невідповідності шляхом заміни або ремонту товару, або зниження ціни чи розірвання договору відносно товару. Відповідно до Угоди про Асоціацію Україна має також привести у відповідність до вище наведеної директиви Закон України «Про захист прав споживачів» в частині внесення змін до нього щодо зазначення на продукті харчування інформації про країну і місце походження товару.

В Законі України «Про захист прав споживачів» відсутня також норма про позначення партії виробництва, яке є однією з обов'язкових складових обов'язкової інформації про харчові продукти відповідно до стандартів ЄС.

Положення про заборону недобросовісних (нечесних) комерційних практик в чинному законодавстві України дуже схожі з правом ЄС. Наведені приклади недобросовісних практик, що передбачені у ст. 19 Закону «Про захист прав споживачів» охоплюють багато прикладів, що містяться в Додатку 1 до Директиви. Проте, не всі обов'язкові положення Директиви № 2005/29/ЄС є врахованими в чинному законодавстві України.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Конституція України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua>.
2. Закон України «Про захист прав споживачів» від 12.05.1991 р. № 1023-XII [Електронний ресурс]. – Режим доступу: zakon.rada.gov.ua/laws/show/1023-12.
3. Закон України «Про державний ринковий нагляд і контроль нехарчової продукції» від 02.12.2010 р. № 2735-V [Електронний ресурс]. – Режим доступу: zakon.rada.gov.ua/laws/show/2735-17.
4. Закон України «Про загальну безпечність нехарчової продукції» від 02.12.2010 р. № 2736-VI [Електронний ресурс]. – Режим доступу: zakon.rada.gov.ua.
5. Закон України «Про відповідальність за шкоду, завдану внаслідок дефекту в продукції» від 19.05.2011 р. № 3390-VI [Електронний ресурс]. – Режим доступу: zakon.rada.gov.ua/laws/show/3390-17.
6. Закон України «Про основні принципи та вимоги до безпечності та якості харчових продуктів» від 22.07.2014 р. № 1602-VII [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://radakmu.org.ua/uploads/file/-280915_01.pdf.
7. Язвінська О.М. Історія консьюмеризму в США / О.М. Язвінська // Гуманітарні науки і сучасність. – К., 2002.
8. Лазарева А. Захист споживачів у Франції / А. Лазарева // Споживач. – 1997. – № 7.
9. Захист прав споживачів: соціально-правовий аспект / За заг. ред. Л.В. Ніколаєвої. – К.: КНТЕУ, 2002. – С. 312.
10. Іваненко Л.М. Правове регулювання захисту прав споживачів: Навч. посіб. – К.: КНТЕУ, 2008. – С. 258.
11. Лащак В.В., Лащак Т.В. Система захисту прав споживачів у провідних країнах світу / В. Лащак, Т. Лащак // Наукові записки «Острозької академії», серія «Економіка», випуск 25, 2014 р. – С. 15-18.

УДК 339.3:658.8:004.02

Щербак В.В.

аспірант кафедри економіки, права та управління бізнесом
Одеського національного економічного університету

ДОСЛІДЖЕННЯ ВНУТРІШНЬОГО РИНКУ МОЛОКА І МОЛОЧНОЇ ПРОДУКЦІЇ З ВИКОРИСТАННЯМ МЕТОДУ АНАЛІЗУ ІЄРАРХІЙ

Стаття присвячена дослідженню внутрішнього ринку молока і молочної продукції із застосуванням методу аналізу ієрархій. На основі аналізу вимог і багатоступінчастого ієрархічного синтезу виділені цільові сегменти внутрішнього ринку та визначені підприємства, які задовольняють вимоги цільового сегмента ринку.

Ключові слова: метод аналізу ієрархій, внутрішній ринок, підприємства, молоко, молочна продукція, цільові сегменти, аналіз вимог.

Щербак В.В. ИССЛЕДОВАНИЕ ВНУТРЕННЕГО РЫНКА МОЛОКА И МОЛОЧНОЙ ПРОДУКЦИИ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ МЕТОДА АНАЛИЗА ИЕРАРХИЙ

Статья посвящена исследованию внутреннего рынка молока и молочной продукции с применением метода анализа иерархий. На основе анализа требований и многоступенчатого иерархического синтеза выделены целевые сегменты внутреннего рынка и определены предприятия, которые удовлетворяют запросам целевого сегмента рынка.

Ключевые слова: метод анализа иерархий, внутренний рынок, предприятия, молоко, молочная продукция, целевые сегменты, анализ требований.

Scherbak V.V. INVESTIGATION OF THE INTERNAL MARKET OF MILK AND MILK PRODUCTS BY USING THE METHOD OF HIERARCHY ANALYSIS

The article revolves around the research of the internal market of milk and dairy products by using the method of hierarchy analysis. Based on requirements analysis and multi-stage hierarchical synthesis, the target segments of the domestic market and enterprises that meet the demands of the target market segment are identified.

Keywords: method of analysis of hierarchies, domestic market, enterprises, milk, dairy products, target segments, analysis of requirements.

Постановка проблеми. Питання перспектив розвитку ринку молока і молочної продукції надзвичайно актуальне для України. Адже, маючи багатий досвід у виробництві цієї продукції, сприятливі кліматичні та природні ресурси, власні молочні породи худоби, держава зацікавлена у просуванні вітчизняної продукції на міжнародні ринки та задоволенні потреб внутрішнього споживача. Ситуація, яка в останні роки склалася на внутрішньому ринку з виробництва молока і молочної продукції, невтішна. Скорочується поголів'я худоби, підвищуються ціни на продукцію, знижується якість – все це потребує радикальних змін та виявлення причин, що гальмують процеси розвитку перспективної галузі як для країни загалом, так і для її окремих регіонів. Тому вибір теми є надзвичайно актуальним.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання дослідження внутрішнього ринку широко розглядалися у науковій літературі. О.І. Лайко, О.В. Нікішина, О.Л. Гетьман та ін. приділяють увагу розгляду потенціалу сталого розвитку ринків України, акцентуючи увагу на необхідності оцінки ефективності інвестиційної системи з позицій концепції сталого розвитку; В.М. Лисюк віддає перевагу дослідженню конкурентоспроможності ринку завдяки впровадженню управлінських рішень з розвитку суб'єктів господарювання; В.Г. Бодров, Н.І. Балдич, С.А. Дяченко та ін. у своїх дослідженнях роблять акцент на механізми державного регулювання ринку; О. Михайленко досліджує призначення ринку для соціально-економічного розвитку країни, а В.О. Точилін, Т.О. Осташко, О.В. Пустовойт та інші розглядають галузеві особливості функціонування внутрішніх ринків. Незважаючи на наявність великої кількості наукових напрацювань, ситуація на внутрішньому ринку країни несприятлива і потребує більш ґрунтовного дослідження, що особливо стосується ринку молока та молочної продукції.

Постановка завдання. Мета статті полягає у дослідженні внутрішнього ринку молока і молочної продукції із застосуванням методики виділення привабливих цільових сегментів на основі аналізу вимог і багатоступінчастого ієрархічного синтезу для його подальшого розвитку.

Виклад основного матеріалу дослідження. Внутрішній ринок – це система економічних відносин і сукупність інституцій у сфері товарного обороту, за допомогою яких здійснюються акти купівлі-продажу товарів для задоволення потреб споживачів на території країни. Він є економічною формою зв'язку між виробництвом і споживачем, на основі якої забезпечуються продаж товарів і реалізація їх вартості та створюються необхідні умови для розв'язання суперечності між виробництвом і споживанням [5, с. 5].

Важлива роль у функціонуванні ринку відводиться його основним суб'єктам – виробникам. В сучасних умовах під час вибору шляхів підвищення конкурентоспроможності суб'єктам ринку найважливіше визначити свій цільовий сегмент, у межах якого він буде активно працювати, та окреслити шляхи задіяння інших сегментів як перспектив подальшої діяльності.

Для цієї мети вдосконалена спеціальна методика, що дає змогу здійснити вибір цільових сегментів на прикладі ринку молока і молочної продукції для підприємств, що займаються реалізацією цих товарів, а також провести оцінку привабливості сегментів для кожного з певних підприємств. Для вибору сегментів ринку, на яких підприємству слід сконцентрувати свої зусилля, необхідно оцінити привабливість розглянутих цільових сегментів і ступінь їх відповідності діловим можливостям. Оцінка привабливості сегментів проводиться за такими критеріями, як найбільш імовірний обсяг продажів у грошовому вираженні, очікуване зростання обсягу продажів, рівень конкуренції, купівельна спроможність споживачів, їх кіль-

кість тощо. Доречно допустити, що коли підприємство не задовольняє повною мірою всім вимогам цільового сегменту, хоча він і є привабливим, то можна сказати, що у цьому сегменті підприємство не може бути конкурентоспроможним, адже наявність конкурентів на ринку зумовлює його функціонування. У такому разі виникає потреба визначення певних критеріїв, які дають змогу повною мірою окреслити перспективи функціонування підприємства на ринку.

Для ринку молока і молочної продукції зроблено аналіз виробництва за період із 2007 р. по 2016 р. (рис. 1).

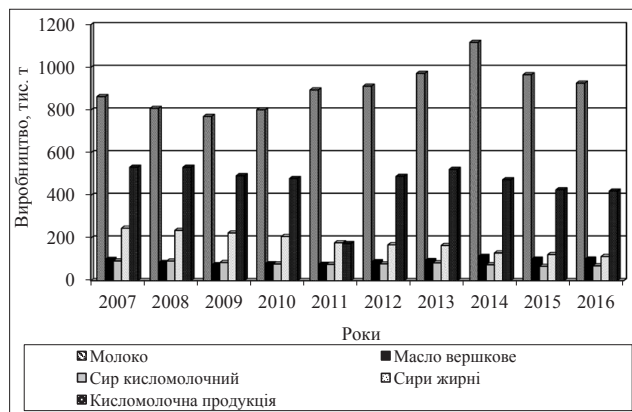


Рис. 1. Динаміка виробництва молока і молочної продукції за період з 2007 р. по 2016 р., тис. т (розраховано за даними [6])

Як свідчать статистичні дані, на обсяг виробництва молока вплинула економічна криза у 2008-2009 рр. та складна ситуація в країні після подій 2014 р.; виробництво масла вершкового носить хвилюватий характер і пов'язане із ситуацією на зовнішньому ринку; виробництво інших молочних продуктів має тенденцію до зниження, за винятком 2013 р.

За даними Асоціації виробників молока складено баланс попиту і пропозиції молока та молочної продукції на внутрішньому ринку України за 2014-2016 рр. (рис. 2).

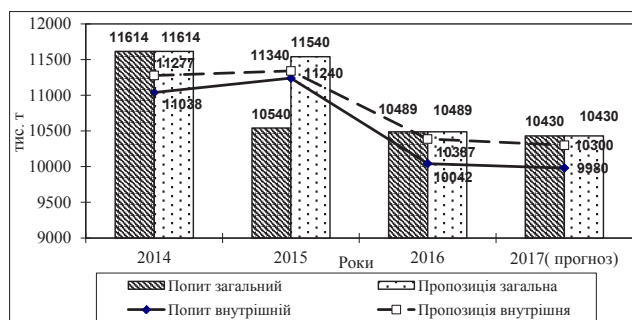


Рис. 2. Баланс попиту і пропозиції молока та молочної продукції на внутрішньому ринку України за 2014-2016 рр., тис. т у перерахунку на молоко

(складено за даними [7])

Оброблені дані свідчать, що на ринку відбувається загальне зменшення як попиту, так і пропозиції, причому загальні показники вирівнялися у 2016 р., і прогноз підказує, що на кінець 2017 р. також буде відповідне вирівнювання.

На основі вибірки основних параметрів аналізу внутрішнього ринку відповідно до розглянутої вище методики нами пропонується виокремлення трьох

груп критеріїв, перша з яких характеризує привабливість сегментів, друга – ступінь відповідності сегменту діловим можливостям підприємства, третя – особливості споживача. Перша група включає обсяг продажів, зростання динаміки обсягів продажів, рівень конкуренції. До другої групи належать якість продукції, широкий асортимент, кваліфікація персоналу. Третя група містить показники, пов'язані з маркетинговою діяльністю, а четверта – з відстанню до кінцевого споживача, його вимогами та купівельною спроможністю.

Конкретними об'єктами для дослідження обрані підприємства, розташовані в м. Одесі та в Одеській області: ТОВ «Гормол-завод», Арцизьке ТОВ «Молоко-завод», ВКФ «Агро-марин», ТОВ «Титан». Представники цих підприємств погодились приймати участь у науковому експерименті.

На підставі обраних показників та зведених коефіцієнтів проведена оцінка основних груп критеріїв. У процесі оцінювання виникають труднощі у зв'язку зі складністю поєднання різних параметрів (якісних і кількісних, грошових і поштучних), тому як сумарні оцінюючі показники всі критерії оцінювались у балах за шкалою від 1 до 5. Експертами обрані фахівці з виробництва молока і молочної продукції, представники торговельних компаній.

Результати проведеного оцінювання подані в таблиці 1.

Таблиця 1
Оцінка основних груп критеріїв аналізу внутрішнього ринку, бали

Цільовий сегмент	Підприємства				
	ТОВ «Гормол-завод»	Арцизьке ТОВ «Молоко-завод»	ВКФ «Агро-марин»	ТОВ «Титан»	
I. Привабливість	1	3	2	2	
II. Ступінь відповідності діловим можливостям підприємства	3	3	2	3	
III. Маркетингова діяльність	1	1	2	3	
IV. Особливості споживача	5	4	5	3	

На підставі таблиці 1 бачимо, що кожен цільовий сегмент характеризується різноманітністю у пріоритетах зазначених очікувань.

На основі аналізу очікувань цільових сегментів і спираючись на отримані під час дослідження дані за ступенем споживачів, проведемо оцінку привабливості сегментів і виявимо для кожного з підприємств найвагоміші.

Для вирішення поставленого завдання використовується метод аналізу ієрархій. Метод полягає в декомпозиції проблеми на більш прості складові частини і поетапному встановленні пріоритетів оцінюваних компонентів з використанням парних (попарних) порівнянь [8].

Ієрархічний синтез використовується для зважування власних векторів матриць парних порівнянь альтернатив вагами критеріїв (елементів), наявних в ієрархії, а також для обчислення суми з усіх відповідних зважених компонентів власних векторів нижчого рівня ієрархії [9].

Вибір методу аналізу ієрархій зумовлений тим, що головною перевагою його застосування є універсальність, адже метод може бути використаний для різноманітніших економічних завдань: аналізу мож-

ливих сценаріїв розвитку ситуації, розподілу ресурсів, складання рейтингу клієнтів, прийняття кадрових рішень та ін. Для аналізу внутрішнього ринку за допомогою експертної думки цей метод має перевагу в тому, що не підкажує особі, яка приймає рішення, будь-якої «вірної» відповіді, а дає їй змогу в інтерактивному режимі знайти такий варіант (альтернативу), який найкращим чином узгоджується з розумінням суті проблеми і вимогами до її вирішення. Недоліком методу аналізу ієрархії є необхідність отримання великого обсягу інформації від експертів. Метод найбільшою мірою підходить для тих ситуацій, коли основна частина даних заснована на перевагах особи, яка приймає рішення, у процесі вибору найкращого варіанту рішення з безлічі існуючих альтернатив. Тому експертами і були обрані представники підприємств, які на практиці знають особливості діяльності та вимоги споживачів.

У найбільш простій (домінантній) ієрархії визначаються три рівні: верхній рівень – мета, середній – критерії, нижній – перелік альтернатив. Ієрархія вважається повною, якщо кожен елемент заданого рівня функціонує як критерій для всіх елементів нижчого рівня. Ієрархія може бути розділена на підгрупи. Зв'язки між рівнями тісно пов'язані, тому для реалізації методу введено закон ієрархічної безперервності, відповідно до якого потрібно, щоб елементи кожного рівня були порівнянні щодо елементів вищого рівня [8]. Структура безперервності та взаємозв'язку ієрархій, що діють в єдиній системі, подана на рисунку 3.

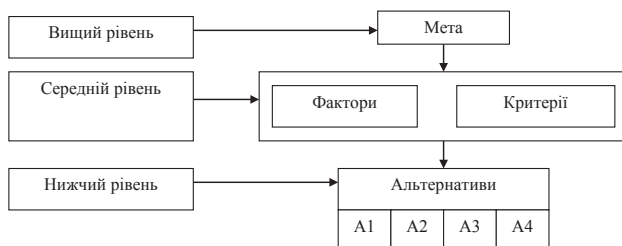


Рис. 3. Структура безперервності і взаємозв'язку ієрархій

(побудовано за [8])

Реалізація цього методу для аналізу й оцінки ринку починається з побудови мережевої діаграми – визначення мети ієрархії проблеми. Окреслена проблема полягає у вдосконаленні дій підприємств та стабілізації на ринку молока і молочної продукції в регіоні.

Завдання оцінки та вибору привабливих цільових сегментів для кожного з обраних підприємств із використанням методу ієрархічного синтезу складається з трьох етапів. На першому етапі виокремлюються найпривабливіші сегменти з погляду критеріїв привабливості. На другому етапі виявляються найбільш значущі вимоги (очікування) для того чи іншого цільового сегменту. Третій етап спрямований на виокремлення тих підприємств, які найбільшою мірою відповідають очікуванням цільових споживчих сегментів, позначених на ієрархії проблеми. Під час реалізації першого етапу ієрархічного синтезу здійснюється ранжування цільових сегментів за всіма критеріями привабливості, а також самих критеріїв на підставі експертних даних. У результаті отримуються значення векторів пріоритетів для цільових сегментів за кожним із критеріїв привабливості, а також загальних пріоритетів привабливості сегментів (табл. 2).

Таблиця 2
Оцінка рівня цільових сегментів ринку (за даними експертної оцінки)

Критерії привабливості цільових сегментів	Вектор пріоритету привабливості сегменту				Вагомість критеріїв оцінки
	ТОВ «Гормол-завод»	Арцизьке ТОВ «Молоко-завод»	ВКФ «Агро-марин»	ТОВ «Титан»	
Обсяг продажів	0,018	0,010	0,006	0,020	0,01
Зростання динаміки обсягів продажів	0,016	0,022	0,024	0,035	0,02
Рівень конкуренції	0,7	0,1	0,5	0,1	0,2

На основі аналізу даних таблиці 2 можна дійти висновку, що найбільш привабливими для обраних підприємств є цільові сегменти, пов'язані з рівнем конкуренції, причому споживачами можуть бути як оптові покупці, так і роздрібні. Ситуація очевидна, адже саме на частку цих цільових сегментів припадає більша частина продажів, впливає розміщення підприємства щодо споживача.

Другий етап реалізації ієрархічного синтезу виявляє найбільш значущі очікування споживачів для всіх цільових сегментів. Для цього ранжуються очікування цільових сегментів за ступенем переваги, формуються матриці парних порівнянь на базі отриманих експертних оцінок. У результаті отримані значення векторів пріоритету за критерієм «Очікування споживачів» для кожного з цільових сегментів (рис. 4).

На третьому етапі ієрархічного синтезу виявляються підприємства, що найбільшою мірою відповідають очікуванням цільових сегментів. Для цього підприємства ранжуються за ступенем відповідності тих чи інших очікувань цільових сегментів, будуються відповідні матриці парних порівнянь, що відображають ступінь переваги одного підприємства перед іншим на базі отриманих експертних оцінок. У результаті отримані значення векторів пріоритету ступеня відповідності всім споживчим очікуванням цільових сегментів (табл. 3).

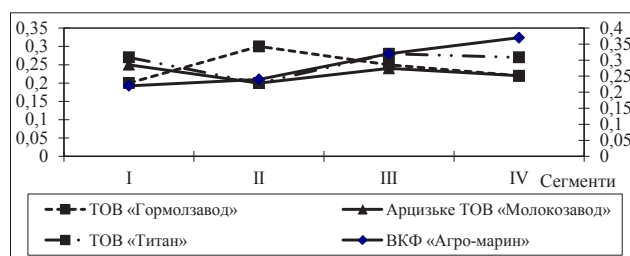


Рис. 4. Пріоритети за критерієм «Очікування споживачів» для кожного з цільових сегментів для підприємств (за даними експертної оцінки)

З таблиці 3 видно, що кожному споживчому очікуванню відповідають найбільшою мірою різні підприємства.

На завершальному етапі реалізації методики вибору привабливих цільових сегментів для підприємств узагальнено всі отримані дані за пріоритетами очікувань цільових сегментів і ступенем відповідності підприємств, позначеним споживчим очікуван-

ням. На цих даних будується матриця привабливості цільових сегментів.

Таблиця 3
Оцінка рівня цільових сегментів ринку
(за даними експертної оцінки)

Критерії привабливості цільових сегментів	Вектор пріоритету привабливості сегменту			
	ТОВ «Гормол-завод»	Арцизьке ТОВ «Молокозавод»	ВКФ «Агро-марин»	ТОВ «Титан»
Якість продукції	0,025	0,050	0,020	0,075
Широкий асортимент	0,089	0,075	0,055	0,58
Кваліфікація персоналу	0,090	0,086	0,080	0,084

Підприємство	Цільові сегменти	
	непривабливі	привабливі
ТОВ «Гормол-завод»	II, III	I, IV
Арцизьке ТОВ «Молоко-завод»	II, III	I, IV
ВКФ «Агро-марин»	I, II	III, IV
ТОВ «Титан»	I, III	II, IV

Рис. 5. Матриця привабливості цільових сегментів
(побудовано автором)

На підставі матриці доходимо висновку, що для всіх підприємств привабливим є четвертий сегмент, пов'язаний із визначенням потреб споживача. Більшість експертів виокремили як непривабливу маркетингову діяльність, що свідчить про недостатню роботу в цьому напрямі, якій не надається значної уваги. Тільки ВКФ «Агро-марин», працюючи на конкурентному ринку, надав перевагу цьому сегменту. Перший сегмент також не був відображений в колонці привабливих, що знов-таки свідчить про

недооцінювання цього напрямку і негативно позначається на загальній діяльності підприємств.

Висновки з проведеного дослідження. Таким чином, описана методика вибору цільових сегментів на ринку молока і молочної продукції на основі аналізу споживчих очікувань і багатоступеневого ієрархічного синтезу, а також проведена оцінка привабливості сегментів для кожного з обраних підприємств, що функціонують на внутрішньому ринку Одеського регіону, дали змогу зазначити перспективи подальших напрямів у діяльності вітчизняних підприємств з метою підвищення їх рівня конкурентоспроможності на вітчизняному ринку.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Потенціал сталого розвитку стратегічних ринків України: монографія / Лайко О.І., Нікішина О.В., Гетьман О.Л., Циналевська І.А. та ін.; НАН України, Ін-т пробл. ринку та екон.-екол. дослідж. – Одеса, 2015. – 528 с.
2. Удосконалення механізмів державного регулювання внутрішнього ринку України в умовах економічної циклічності: наук. розробка / В.Г. Бодров, Н.І. Балдич, С.А. Дяченко та ін.; за заг. ред. В.Г. Бодрова. – К.: НАДУ, 2013. – 52 с.
3. Михайленко О. Роль внутрішнього ринку у соціально-економічному розвитку України / О. Михайленко // Економіка України. – 2002. – № 10. – С. 37-42.
4. Ринки реального сектора економіки України: структурно-інституціональний аналіз / [Точилін В.О., Осташко Т.О., Пустовойт О.В. та ін.]; за ред. дра екон. наук, проф. В.О. Точиліна; НАН України, Ін-т екон. та прогноз. – К., 2009. – 640 с.
5. Мазаракі А.А., Лагутін В.Д. Внутрішній ринок України в умовах дисбалансів між виробництвом і споживанням / А.А. Мазаракі, В.Д. Лагутін // Економіка України. – 2016. – № 4(653). – С. 4-18.
6. Державна служба статистики України [Електронний ресурс] – Режим доступу: www.ukrstat.gov.ua.
7. Асоціація виробників молока [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://milkua.info/uk/post/section/avm-news>.
8. Саати Т. Принятие решений. Метод анализа иерархий. Пер. с англ. Р.Г. Вачнадзе. – М.: Радио и связь, 1993. – 278 с.
9. Андрейчиков А.В. Анализ, синтез, планирование решений в экономике / А.В. Андрейчиков, О.Н. Андрейчикова. – М.: Финансы и статистика, 2004. – 345 с.

СЕКЦІЯ 4 ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ

УДК 330.18.8

Абрамович І.А.
кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри маркетингу
Дніпропетровського державного
аграрно-економічного університету

ІННОВАЦІЙНІ ІНСТРУМЕНТИ КОМПЛЕКСУ МАРКЕТИНГУ ПІДПРИЄМСТВ АПК

Стаття присвячена актуальним питанням застосування інноваційних інструментів комплексу маркетингу для підприємств галузі АПК. Розглянуто наукові погляди стосовно сутності поняття «комплекс маркетингу». Досліджено історичні аспекти становлення ключових елементів комплексу маркетингу. Детально проаналізовано систему комплексу маркетингу підприємств АПК з урахуванням специфічних особливостей цієї галузі. У статті розглянуто роль інноваційних інструментів комплексу маркетингу в діяльності підприємств АПК.

Ключові слова: інновації, маркетинг, підприємства АПК, комплекс маркетингу, галузь, продукція, специфічні особливості.

Абрамович И.А. ИННОВАЦИОННЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ КОМПЛЕКСА МАРКЕТИНГА ПРЕДПРИЯТИЙ АПК

Статья посвящена актуальным вопросам применения инновационных инструментов комплекса маркетинга для предприятий отрасли АПК. Рассмотрены научные взгляды относительно сущности понятия «комплекс маркетинга». Исследованы исторические аспекты становления ключевых элементов комплекса маркетинга. Подробно проанализирована система комплекса маркетинга предприятий АПК с учетом специфических особенностей данной отрасли. В статье рассмотрена роль инновационных инструментов комплекса маркетинга в деятельности предприятий АПК.

Ключевые слова: инновации, маркетинг, предприятия АПК, комплекс маркетинга, отрасль, продукция, специфические особенности.

Abramovich I.A. INNOVATIVE INSTRUMENTS FOR MARKETING COMPLEX OF AGRICULTURAL COMPANIES

The article is devoted to the actual issues of application of innovative tools of the marketing complex for the enterprises of the agro industrial complex. Considered scientific views on the essence of the concept of marketing complex. The historical aspects of formation of key elements of the marketing complex are investigated. The system of marketing complex of the agro industrial complexes is analyzed in detail, taking into account the specific features of this branch. The article considers the role of innovative tools of marketing complex in the activity of enterprises of agro industrial complex.

Keywords: innovation, marketing, agro industrial complex, marketing complex, industry, products, specific features.

Постановка проблеми. В сучасних реаліях функціонування економіки України спостерігається значна диспропорція попиту та пропозиції на споживчому ринку, а підприємства АПК змушені існувати в жорстких умовах невизначеності та постійно зростаючого ризику. В кризових умовах господарювання підвищення конкурентоспроможності підприємств АПК залежить від застосування інноваційних інструментів комплексу маркетингу. В умовах, що склалися, надзвичайної актуальності набуває необхідність використання інноваційних інструментів комплексу маркетингу саме для підприємств АПК, адже продукція таких підприємств має всі можливості завоювання конкурентних переваг як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках. Отже, використання інноваційних інструментів комплексу маркетингу саме для підприємств АПК є надзвичайно актуальним та потребує подальших наукових досліджень і рекомендацій.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблематику застосування інноваційних інструментів комплексу маркетингу на підприємствах АПК у своїх працях досліджували такі вітчизняні та закордонні вчені, як, зокрема, О.О. Єранкін, І.В. Артимонова, Н.В. Белікова, М. Полієнко, І.О. Соловійов, Ф. Котлер, О.В. Крисальний, Л.М. Березіна, Дж. Маккарті, Н. Борден.

Мета статті полягає в обґрунтуванні інноваційних інструментів комплексу маркетингу підпри-

ємств АПК з урахуванням специфічних особливостей ведення сільськогосподарського виробництва.

Виклад основного матеріалу дослідження. В умовах сьогодення важливим елементом забезпечення сталого розвитку АПК України є вільний доступ до сільськогосподарських ринків і маркетингової інформації. Вихід на міжнародні ринки не може бути успішним для аграрних товаровиробників, якщо ними не буде використаний весь інструментарій ринку та не буде врахована вся специфіка природно-кліматичних, культурних, історико-політичних та економічних особливостей агропромислового сектору України та найближчих конкурентів. В діяльності підприємств нашої країни аграрний маркетинг почав використовуватися тільки на початку 2000-х років під час завершальної фази реформування колективних сільськогосподарських підприємств [1, с. 135-136].

Посилення невизначеності на ринку певною мірою залежить від кризових станів в економіці країни, саме тому в таких умовах значно зростає увага до рівня менеджменту підприємства та його здатності використовувати інструменти стратегічного управління для запобігання необґрунтованих підприємницьких ризиків.

Розглянемо історичні аспекти становлення ключових елементів комплексу маркетингу. Процес систематизації інструментів маркетингу було розпочато у 1948 році з висловлювання Джеймса Каллі-

тона про те, що маркетингові рішення повинні бути результатом певного «рецепту». Нейл Борден водночас узагальнив їх у модель, яка отримала назву «маркетинг-мікс» і складалась із 12 елементів: планування продукту, ціноутворення, брендінг, канали дистрибуції, особисті продажі, реклама, просування, упаковка, демонстрації, обслуговування, фізичні якості, пошук фактів та їх аналіз. Альберт Фрей у 1961 році поділив їх на 2 групи: пропозиція (продукт, упаковка, бренд, сервіс) та методи й інструменти (канали дистрибуції, реклама, особисті продажі, стимулювання збуту, PR). У 1964 році Джеррі Маккарті запропонував модель «4Р» – комплекс маркетингу, що складається тільки з 4 елементів, таких як продукт (product), ціна (price), дистрибуція (place), просування (promotion) [3].

Систему комплексу маркетингу «4Р» розглянемо на рис. 1.

Доцільно зазначити, що поняття «маркетинг-мікс» характеризує сукупність інноваційних інструментів комплексу маркетингу підприємств АПК на оперативному рівні, використання якого підприємствами АПК у своїй діяльності обмежується певним визначеним проміжком часу.

Ф. Котлер у своїх працях наголошує на тому, що головна мета маркетингу полягає в тому, щоб зробити зусилля зі збуту непотрібними, а також настільки добре пізнати, зрозуміти споживача, щоб товар чи послуга якомога точніше підходив останньому і продавав себе сам [3, с. 47].

Систему маркетингового забезпечення підприємств АПК також називають агромаркетингом. Агромаркетинг – передбачення, управління і задоволення попиту на товари і послуги, організації, людей,

території та ідеї за допомогою обміну в агробізнесі [7, с. 102].

Сутність агромаркетингу ґрунтується на досягненні максимального прибутку від виробництва та реалізації продукції з найменшим комерційним ризиком. Ключова функція агромаркетингу полягає в організації комплексної діяльності з виробництва та збуту продукції АПК з урахуванням здійснення інноваційної політики, спрямованої на створення продукції, яка здатна задовольнити потреби споживачів та дає змогу вести агропромислову діяльність підприємства з найвищою рентабельністю.

Основними завданнями агромаркетингу є такі:

- охоплення певної частки ринку споживачів, її задоволення і розширення згідно з цілями виробника;
- орієнтація на довгострокові результати ринкової діяльності;
- застосування тактики активного пристосування виробництва до вимог споживачів;
- цілеспрямований вплив на споживачів для зростання обсягів продажу і отримання очікуваного прибутку.

Інструментами регулювання виробництва й координації зв'язків та процесів розвитку агросфери виступають такі програми: міжгалузеві (регулювання макроекономічних пропорцій), галузеві (вирішення проблем галузі та сфер АПК), товарні (визначення ринкових механізмів щодо того чи іншого продукту), функціональні (інвестиційні, науково-технічні, інноваційні тощо) й регіональні (заходи впливу держави на стан АПК окремих областей і регіонів) [7, с. 102].

Інновацію розуміють як економічну категорію, яка відображає сукупність змін у сфері технологій, окремих процесів, управління, кадрів, а також спо-

собів досягнення цих змін, що приводять до впровадження інновацій [9, с. 11].

Інновації в діяльності підприємств АПК можна розглядати з точки зору економії фінансових ресурсів. Відомо, що обґрунтована і своєчасна інвестиція в дієвий проект в майбутньому забезпечить значну економію фінансових ресурсів. Саме тому залучення зовнішніх інвесторів дає нові можливості для впровадження та підвищення конкурентоспроможності підприємств АПК.

Інноваційні процеси в АПК мають певну специфіку, яка формується під сукупним впливом регіональних, галузевих, функціональних, технологічних та інших особливостей. Однією з таких особливостей є багатогранна роль АПК в господарському комплексі країни, що відзначається складністю його структури [4, с. 16].

Для підприємств галузі АПК інноваційні інструменти комплексу маркетингу ґрунтуються на таких елементах:

- товарна та асортиментна політика, що також є ключовим інструментом комплексу маркетингу підприємств АПК;
- різноманітність;

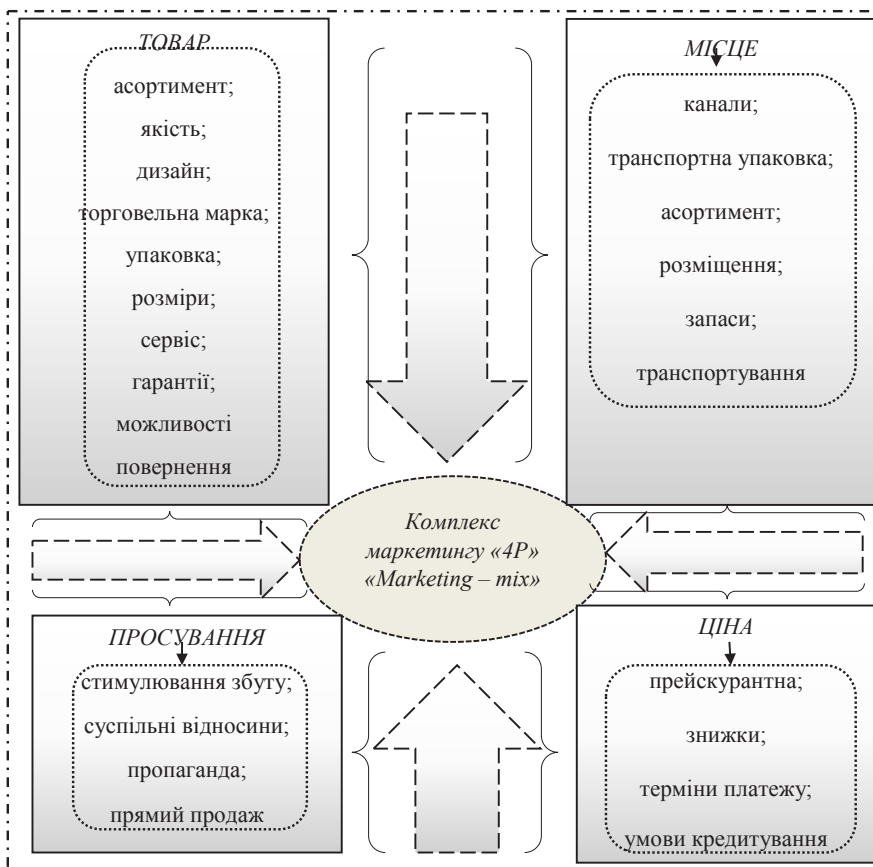


Рис. 1. Елементи системи комплексу маркетингу «4Р»

Джерело: доповнено автором на основі [2]

- переробка;
- прозорість;
- диференціація якості.

Л.М. Березіна пропонує розглядати ринок інновацій як дієвий елемент у сукупності інструментарію та важелів інноваційної моделі розвитку національної економіки. Вона наголошує на тому, що ринок інновацій має слугувати стратегічним орієнтиром подальшого економічного зростання підприємств АПК як у поточному періоді, так і в тривалій перспективі [10, с. 123].

Для підприємств агропромислового комплексу значна частина інноваційних процесів має технічний характер і передбачає впровадження у господарську діяльність нових високопродуктивних систем машин і механізмів та відповідних технологій. Важливою складовою інноваційних процесів є інжиніринг – надання інженерно-консультативних послуг, що у світовій практиці виокремлено в самостійну сферу діяльності. Такі послуги мають переважно інтелектуальний характер, стосуються використання досягнень науки для підвищення ефективності й управління діяльністю. Пріоритетні напрями інноваційної діяльності визначені Законом України «Про пріоритетні напрями інноваційної діяльності в Україні» [11].

В загальній системі маркетингової діяльності підприємств АПК інноваційні інструменти комплексу маркетингу покликані виконувати такі завдання (рис. 2).

Інноваційні інструменти комплексу маркетингу підприємств АПК повинні обов'язково використовуватись разом з традиційними інструментами, такими як:

- комунікаційна політика, яка включає інструменти, що забезпечують зв'язок виробника з ринком (реклама на бігбордах та в місцевих газетах, створення інтернет-магазинів);
- стратегія збуту, яка полягає у виборі каналів збуту, виходячи з їх ефективності та спроможності до адаптації (наприклад, стратегія знаходження оптимальної ціни продажу полягає у відборі каналів збуту, які мінімізують розрив між цінами споживача та виробника за певної довжини каналу) [5, с. 5].

В сучасних реаліях ведення бізнесу на підприємствах АПК України у забезпеченні системи інноваційних інструментів комплексу маркетингу ключову роль відіграє розвиток інформаційно-комунікаційних технологій.

З огляду на специфічні перешкоди на шляху впровадження інноваційних інструментів комплексу маркетингу в діяльність підприємств АПК необхідність їх впровадження обумовлена низкою таких факторів:

- неефективність неформальних мереж маркетингової інформації;
- нестабільність цінової структури на продукцію АПК, наприклад, коли уряд контролює ціни на певні види товарів або широко використовуються контракти з фіксованими цінами;
- наявність різних типів товарів та способів їх продажу, наприклад для товарів, що швидко псуються, застосування систем маркетингової інформації є більш ефективним; також якщо переговори є частиною процесу продажу продукції, то засто-

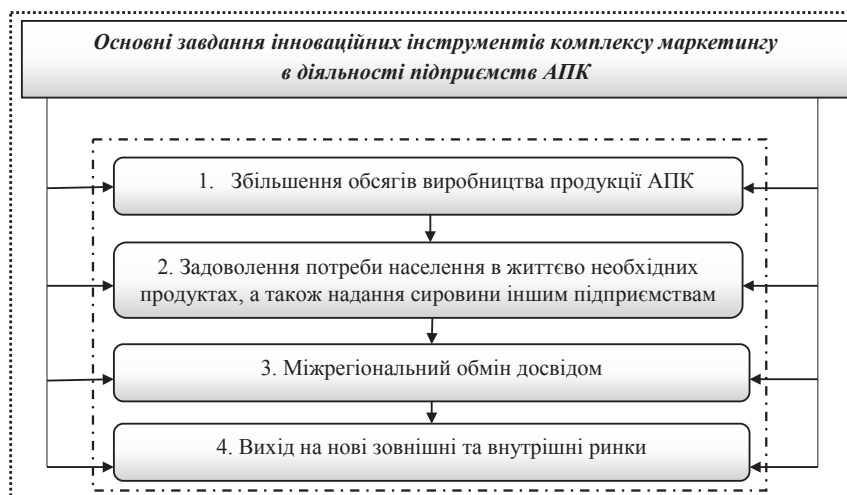


Рис. 2. Основні завдання інноваційних інструментів комплексу маркетингу в діяльності підприємств АПК

Джерело: удосконалено автором

сування засобів ІСТ є більш доцільним порівняно з тим, якщо продаж здійснюється за допомогою аукціону [6, с. 210-211].

Переваги в застосуванні інформаційно-комунікаційних технологій для підприємств АПК такі: скорочення витрат на транспортування і логістику, вдосконалення планування та ціноутворення, спрощення доступу до виробничих ресурсів, розширення доступу до інформації щодо ринків та торговельних партнерів, активізація інноваційного партнерства.

Висновки. Для більшості підприємств агропромислового комплексу надзвичайної актуальності в сучасних умовах господарювання набуває усвідомлення необхідності розширення виробництва і підвищення рівня прибутковості за рахунок запровадження інновацій, а як наслідок, інноваційних інструментів маркетингу. Всі без винятку учасники процесу інновацій мають бути зацікавлені у поєднанні їх інтересів і зусиль у створенні і застосуванні нових знань та технологій з метою виходу на внутрішній та зовнішній ринки з високотехнологічною продукцією.

Отже, впровадження інноваційних інструментів маркетингу в діяльність підприємств АПК виступає запорукою їх успішного розвитку. Діяльність підприємств АПК в умовах кризи та постійної конкуренції вимагає запровадження економічно обґрунтованої системи комплексу маркетингу загалом та інноваційних інструментів зокрема. З урахуванням вищенаведеного доцільно зазначити, що діяльність агропромислових підприємств прямо залежить від рівня організації маркетингової політики.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Єранкін О.О. Періодизація еволюції маркетингу в АПК України та перспективи його розвитку / О.О. Єранкін // Економіка АПК. – 2008. – № 1. – С. 131-140.
2. Артимонова І.В. Концепція маркетинг-міксу як основа програмно-цільового підходу до організації маркетингової діяльності підприємства / І.В. Артимонова // Актуальні проблеми економіки. – 2014. – № 4. – С. 94-101.
3. Полиенко М. Комплекс маркетингу / М. Полиенко // Он-лайн енциклопедія маркетингу [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://marketopedia.ru/6-kompleks-marketinga.html>.
4. Белікова Н.В. Інноваційні напрями розвитку маркетингу в сфері агропромислового комплексу / Н.В. Белікова // Науковий вісник

- Херсонського державного університету. Серія «Економічні науки». – 2014. – № 6. – С. 15-18.
5. Agricultural Marketing Competitive Strategies and Innovative Practices in Greece / [J. Bouris, P. Kaldis, G. Alexopoulos, A. Giannouzakou] // Agricultural Applications Session. International Scientific Conference eRA-6, 2011. – 12 p.
 6. ICT In Agriculture Connecting Smallholders to Knowledge, Networks, and Institutions / The World Bank, 2011. – 28 p.
 7. Соловйов І.О. Організаційні рішення в системі агромаркетингу / І.О. Соловйов // Економіка АПК. – 2013. – № 10. – С. 98-103.
 8. Котлер Ф. Основы маркетинга / Ф. Котлер; пер. с англ. / ред. Е.М. Пеньковой. – М.: Прогресс, 1992. – 734 с.
 9. Крисальний О.В. Організаційно-економічні особливості інноваційної діяльності / О.В. Крисальний // Економіка АПК. – 2013. – № 8. – С. 10-12.
 10. Березіна Л.М. Інноваційна політика підприємств АПК: тактичні та стратегічні аспекти / Л.М. Березіна // Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2013. – № 4. – С. 122-132.
 11. Про пріоритетні напрями інноваційної діяльності в Україні: Закон України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua>.

УДК [811.111+811.161.2]

Жорж Аль Жаммаль

аспірант кафедри

*економічної кібернетики та управління економічною безпекою
Харківського національного університету радіоелектроніки*

ШЛЯХИ МІНІМІЗАЦІЇ КОРУПЦІЙНИХ РИЗИКІВ В СИСТЕМІ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ

У статті запропоновано методика оцінки корупційних ризиків, розглянуто механізми та інструменти для проведення оцінювання. Розглянута методика дає змогу оцінити корупційні ризики в діяльності суб'єктів господарювання та розробити заходи з їх мінімізації. Також вивчено можливості впровадження цієї методики на вітчизняних підприємствах під час реалізації антикорупційної політики в Україні.

Ключові слова: корупція, корупційні ризики, оцінка, управління, фінансово-економічна безпека.

Жорж Аль Жаммаль. ПУТИ МИНИМИЗАЦИИ КОРРУПЦИОННЫХ РИСКОВ В СИСТЕМЕ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ СУБЪЕКТОВ ХОЗЯЙСТВОВАНИЯ

В статье предложена методика оценки коррупционных рисков, рассмотрены механизмы и инструменты для проведения оценивания. Рассмотренная методика позволяет оценить коррупционные риски в деятельности субъектов хозяйствования и разработать меры по их минимизации. Также изучены возможности внедрения данной методики на отечественных предприятиях во время реализации антикоррупционной политики в Украине.

Ключевые слова: коррупция, коррупционные риски, оценка, управление, финансово-экономическая безопасность.

Georges AL Jammal. WAYS OF MINIMIZING CORRUPTION RISKS IN THE SYSTEM OF PROVIDING ECONOMIC SECURITY OF ENTITIES

The results of theoretical and methodological research of corruption risk assessment in the system of economic security at an enterprise are presented in this paper. According to the purpose the existing methods of assessing corruption risks were analyzed and a single assessment methodology, based on the study, was suggested and recommendations of corruption risks minimization were provided. The algorithm of the corruption risk assessment was suggested; the mechanisms and tools of corruption risk assessment are considered, as well as the possibilities of their implementation in Ukraine during the anticorruption policy realization.

Keywords: corruption, corruption risks, assessment, management, financial and economic security.

Постановка проблеми. Ризики, що супроводжують господарську діяльність підприємств і генерують загрози, об'єднуються в особливу групу корупційних ризиків, що відіграють найбільш суттєву роль в загальному портфелі ризиків компанії. Істотне зростання впливу корупційних ризиків на результати господарської діяльності викликано нестабільністю зовнішнього середовища, економічної ситуації в країні, розширенням сфери фінансових відносин, мінливістю кон'юнктури ринку та низкою інших факторів. Тому оцінка та відстеження рівня корупційних ризиків є одним з найактуальніших завдань у практичній діяльності фінансових менеджерів. Нині однією з важливих складових діяльності служби економічної безпеки на підприємстві є запобігання корупції, а саме виявлення корупційних ризиків в діяльності підприємства (правових, організаційних та інших факторів і причин, які породжують, заохочують (стимулюють) корупцію), їх повне усунення або мінімізація.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Науковий доробок із проблем управління ризиком значний

і включає наукові дослідження відомих українських та зарубіжних вчених [2; 3; 7], праці яких присвячені розгляду перш за все сутності економічного ризику, визначенню факторів і причин його виникнення, характеристиці методів оцінки ступеня ризику.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Основною проблемою залишається відсутність єдиної методики оцінки корупційних ризиків. Законодавство приймає закони про запобігання корупції, але відсутня практика розрахунку корупційних ризиків і механізми їх мінімізації. Досі відомі методики оцінки корупційних ризиків, які застосовані в інших європейських країнах, але цілком перехоплювати методики зарубіжних держав недоцільно. Кожна країна, зокрема Україна, повинна мати власні шляхи подолання корупції та мінімізації ризиків з урахуванням індивідуальних особливостей і менталітету.

Мета статті полягає в розгляді теоретичних та методичних основ оцінки корупційних ризиків у системі забезпечення економічної безпеки суб'єктів господарювання.

Виклад основного матеріалу дослідження. Корупційним ризиком є обґрунтована ймовірність настання події корупційного чи пов'язаного з корупцією правопорушення або порушення вимог антикорупційної програми [6].

Корупційні ризики в діяльності юридичної особи поділяються на внутрішні та зовнішні [5]:

- внутрішні корупційні ризики ідентифікуються в організаційно-управлінських, фінансово-господарських, кадрових, юридичних процедурах діяльності юридичної особи;

- зовнішні корупційні ризики ідентифікуються в діяльності ділових партнерів, зокрема органів державної влади, органів місцевого самоврядування, з якими юридична особа перебуває в ділових право-відносинах.

Існування корупційного ризику тягне за собою необхідність аналізу всіх можливих альтернатив розвитку підприємства. Залежно від змісту діяльності і безпосередньо ризикової ситуації вибір варіанта рішення за критерієм оптимальності володіє різним ступенем складності, у зв'язку з чим для вирішення багатфакторних економічних задач з метою прийняття раціонального рішення часто вдаються до використання спеціальних методів аналізу.

Здійснення об'єктивної оцінки корупційних ризиків у діяльності підприємства є необхідним кроком у запобіганні порушенню антикорупційного законодавства на підприємстві. Оцінка дає змогу забезпечити відповідність антикорупційних заходів специфіці діяльності підприємства та раціонально використовувати ресурси, що спрямовуються на проведення роботи з попередження корупції. За результатами ідентифікації корупційних ризиків відповідно до порядку її діяльності здійснюються їхнє визначення та опис, класифікація за категоріями та видами.

Оцінка корупційних ризиків – це діагностичний інструмент, спрямований на визначення слабких сторін в рамках всієї системи, які можуть відкривати можливості для виникнення корупції.

Метою виявлення та оцінки корупційних ризиків є визначення конкретних бізнес-процесів і ділових операцій в діяльності підприємства, під час реалізації яких існує висока ймовірність скоєння працівниками підприємства корупційних правопорушень як з метою отримання особистої вигоди, так і з ціллю отримання вигоди самим підприємством. Наприклад, отримання ліцензій, дозволів, погоджень, відшкодування ПДВ, забезпечення позитивних результатів перевірок контролюючих органів.

Оцінку корупційних ризиків рекомендується проводити як на стадії розробки антикорупційної програми підприємства, так і регулярно після її затвердження. На рис. 1 запропонований порядок проведення оцінки корупційних ризиків у діяльності суб'єктів господарювання.

Згідно з рис. 1 сам процес реалізації включає в себе такі основні етапи.

На першому етапі пропонується виявити та окреслити сфери та ризики, притаманні корупції, які будуть оцінюватися. До них можуть входити загальна сфера, тобто управління організацією, управління персоналом, управління фінансами, державні закупівлі, управління документообігом, управління безпеки установи; сфера етичної поведінки, тобто конфлікт інтересів, подарунки, хабарництво, захист інформаторів тощо; спеціальна сфера. Остання може включати конкретні функції діяльності суб'єктів господарювання, задля яких вона була створена, а також виявлення джерел ризику (нормативні, людські та практичні (оперативні) недоліки).

Наступний етап оцінки присвячений розгляду діяльності підприємства через окремі бізнес-процеси та оцінці цих процесів на ймовірність скоєння корупційного правопорушення. Так, до бізнес-процесів з підвищеними корупційними ризиками можна віднести вибір контрагентів, сертифікацію дилерів і дистриб'юторів, відкриття та закриття банківських рахунків, спонсорство та благодійність, представницькі витрати, цінову політику, взаємодію з державними органами, платежі, закупки, продаж непрофільного або непотрібного майна, діяльність філій, дочірніх або спільних підприємств.

Для кожного підпроцесу, пов'язаного з корупційним ризиком, слід скласти опис можливих корупційних правопорушень, включаючи:

- характеристику неправомірної вигоди чи переваг, що можуть бути отримані підприємству або його окремим працівникам за результатами вчинення корупційного правопорушення;

- посади на підприємстві, які є «ключовими» для потенційного вчинення корупційного правопорушення, тобто участь яких є необхідною для того, щоб вчинення корупційного правопорушення стало можливим;

- можливі форми вчинення корупційних правопорушень.

Наступним етапом оцінки корупційних ризиків є визначення осіб, що реалізують кожний конкрет-



Рис. 1. Порядок оцінки корупційних ризиків

ний бізнес-процес та підпроцес, а також осіб, що здійснюють незалежний контроль за реалізацією таких процесів. Окрім того, необхідно сформулювати перелік посад, пов'язаних з високими корупцій-

ними ризиками. До працівників, що займають такі посади, можуть бути встановлені спеціальні вимоги щодо проходження антикорупційних процедур, наприклад проведення перевірки під час прийняття

Таблиця 1

Формування реєстру корупційних ризиків за бізнес-процесами та визначення заходів контролю за ними

Бізнес-процеси	Корупційні ризики	Заходи контролю
Перевірка контрагентів під час підписання договорів	Відсутність прозорого обґрунтування вибору контрагентів; контрагенту пред'являлися звинувачення в корупційній діяльності; контрагент використовує різні юрисдикції (під час відвантаження/платежів); контрагент знаходиться під санкціями або займається бізнесом в країнах, які знаходяться під санкціями; по відношенню до контрагента виявлений конфлікт інтересів зі співробітниками компанії; масштаб бізнесу контрагента не відповідає параметрам договору, або відсутня ліцензія на здійснення діяльності згідно з предметом договору; існує негативна інформація, яка впливає на репутацію контрагента; контрагент привертає до виконання договорів третіх осіб з «червоними прапорцями».	Моніторинг ділових партнерів включає: – перевірку нових бізнес-партнерів та їхніх посередників; – класифікацію контрагентів за ступенем ризику; – регулярні перевірки всіх контрагентів у період дії договорів та протягом 5 років після закінчення дії; – впровадження антикорупційних положень в угоди з бізнес-партнерами і посередниками (обов'язок контрагента дотримуватися вимог антикорупційного законодавства); – право на припинення виконання договірних зобов'язань без санкцій за порушення комплаєнс-принципів.
Сертифікація дилерів і дистриб'юторів	Недостатньо прозорі критерії сертифікації або неефективний контроль за даними критеріями; операції дилерів з підвищеним ризиком (угоди за цінами, вищими за прейскурант, продаж особам, які пов'язані з державою, або продаж іншим посередникам).	Аудит процедури сертифікації дилерів; впровадження дилером комплаєнс-політики; включення антикорупційних положень в дилерські угоди; аудит дилерів щодо комплаєнс-заходів з урахуванням ризиків.
Відкриття та закриття банківських рахунків	Наявність рахунків, за якими відсутнє обґрунтування про їхню необхідність; рахунки в офшорних юрисдикціях; відкриття та закриття рахунків для разових угод без належного обґрунтування; недостатній контроль за доступом до рахунків компанії або наявність такого доступу у третіх осіб; випуск та наявність неіменних карт.	Формалізована процедура відкриття та закриття рахунків; моніторинг рахунків.
Спонсорство та благодійність	Перерахування допомоги третім особам, які не надають послуги благоотримувачу; фінансування політичних партій та сил; відсутність прозорості та публічності інформації про благодійність; відсутність детального обґрунтування використання допомоги.	Наявність типового договору на надання допомоги; аналіз і аудит фактичного використання виділеної допомоги; обов'язкова публічність інформації про благодійність.
Прийом делегацій, подарунки та представницькі витрати	Розмір витрат на прийом делегацій перевищує встановлений норматив або відрізняється від нормативів компанії для аналогічного рівня співробітників; вартість подарунків перевищує одну мінімальну заробітну плату, встановлену на день прийняття подарунка одноразово; сукупна вартість подарунків, отриманих від однієї особи (групи осіб) протягом року перевищує два прожиткові мінімуми, встановлені для працездатної особи на 1 січня того року, в якому прийнято подарунки; подарунки державним службовцям допустимі в межах протокольних заходів, тобто держслужбовець зобов'язаний передати подарунок державі.	Встановлення нормативів подарунків і представницьких витрат за рівнями співробітників; визначення критеріїв подарунків (відповідають загально визначеному уявленню про гостинність, в жодному разі не пов'язані з виконанням публічних функцій обдарованим та не є подарунком підпорядкованої (підлеглої) особи); компенсація витрат лише за наявності підтверджувальних документів; заборона на фінансування певних подарунків і представницьких витрат.
Цінова політика	Додаткові знижки та відстрочки; знижки та відстрочки, які мають відношення тільки до певного кола контрагентів; ціна, що перевищує звичайний рівень.	Аналіз виникнення обставин, що привели до необхідності надання знижок або відстрочок; обґрунтування та моніторинг економічної доцільності надання знижок; аналіз причин надання індивідуальних преференцій; аналіз причин зі зростанням цін вище звичайного рівня.
Взаємодія з державними органами	Наявність співробітників (кандидатів), пов'язаних з державою, або тих, що раніше обіймали посади на державній службі; наявність співробітників (кандидатів), чії близькі родичі, пов'язані з державою, можуть приймати рішення, що призводять до конфлікту інтересів.	Обов'язкове повідомлення державного органу, де працював співробітник (кандидат); аналіз обставин та прийняття заходів з недопущення конфлікту інтересів.
Платежі	Платежі не підтверджені згідно з внутрішньою процедурою; платежі контрагентам з корупційними ризиками; платежі в інші юрисдикції (особливо офшори).	Розподіл обов'язків узгодження, оформлення платіжних доручень, візування, відображення в обліку; контроль відповідності платежу умовам договорів; детальний облік платежів з потенційними та реальними корупційними ризиками; своєчасне відображення платежів; періодичний моніторинг платежів.
Закупки	Непрозоре ціноутворення; використання посередників.	Тендерні процедури на прозорій основі; аналіз інформації про переможців тендерних процедур; аналіз доцільності використання посередників.
Діяльність філій, дочірніх або спільних підприємств	Наявність бізнес-процесів з корупційними ризиками; отримання інформації про корупційні діяння та порушення; укладання угод з корупційними ризиками.	Призначення відповідальних осіб; впровадження антикорупційної програми; отримання та аналіз відомостей про операції з ризиками; аудит операційної та фінансової діяльності.

на роботу щодо попереднього вчинення корупційних порушень, регулярне заповнення форми (декларації) щодо конфлікту інтересів, встановлення вимог щодо регулярного звітування про дотримання антикорупційного законодавства працівником та про випадки вимагання чи підбурювання працівника до вчинення корупційних правопорушень.

Далі необхідно визначити види ризику для кожного бізнес-процесу та підпроцесу, під час реалізації яких виникнення корупційних правопорушень є найбільш ймовірним. Рекомендується також розробити комплекс заходів щодо усунення або мінімізації корупційних ризиків. Такі заходи рекомендується розробити для кожного бізнес-процесу (підпроцесу) залежно від властивого йому ступеня корупційного ризику (табл. 1).

Наступним етапом є оцінка ймовірності та значущості ризиків, притаманних корупції, таких як оцінка наявного внутрішнього контролю щодо виявлених ризиків і для тих, які не є ефективними або не існують, оцінка відносної ймовірності та потенційного значення цих ризиків. Під час оцінювання ймовірності, впливу та критичності ризику можуть бути використані табл. 2, 3, 4.

Таблиця 2

Методика оцінки ймовірності корупційних ризиків [6]

Ймовірність	Що це означає?
Низька (зелений) (рідкісні приклади)	Ймовірність настання корупційного злочину незначна, а заходи контролю можуть запобігти вразливості.
Середня (жовтий) (це може невдовзі статися)	Корупційний випадок відбувся, може повторитися найближчим часом, але заходи контролю можуть запобігти або принаймні значно знизити ризик.
Висока (Червоний)	Корупційний випадок відбувся, може повторитися найближчим часом, але заходи контролю неефективні або ненадійні.

Таблиця 3

Методика оцінки впливу та критичності корупційних ризиків [6]

Вплив	Що це означає?
Низький (Зелений) (незначні фінансові втрати, реалізація не перебуває в небезпеці, репутація незіпсована)	Практично немає ніяких наслідків, тому необхідні заходи або не потрібні, або потрібні в дуже незначних масштабах.
Середній (Жовтий)	Наслідки важливі, адже є необхідність реорганізації деяких вразливих сфер діяльності та ліквідації проблем.
Високий (Червоний)	Великі наслідки для установи, тому потрібно змінювати процеси та виділяти ресурси на більш ефективні заходи контролю.

Таблиця 4

Базова матриця корупційного ризику [6]

Рівень ймовірності	Високий	Жовтий	Червоний	Червоний
	Середній	Зелений	Жовтий	Червоний
	Низький	Зелений	Зелений	Жовтий
		Низький	Середній	Високий
Рівень впливу наслідків				

Оцінювання ймовірності та значущості кожного корупційного ризику є суб'єктивним процесом. Не всі корупційні ризики мають однакову ймовірність, а також не всі вони будуть істотно впливати на діяльність суб'єкта господарювання. Оцінювання ймовір-

ності та значущості дає змогу суб'єкту господарювання управляти своїми корупційними ризиками та раціонально застосовувати профілактичні заходи та заходи контролю.

Під час оцінювання корупційних ризиків слід покладатися на різні джерела, інтерв'ю менеджерів процесів, інших співробітників суб'єкта господарювання, які можуть не керувати процесами, але багато знати про них, оскільки вони виконують ці процеси щодня. Можна також робити запит до менеджерів процесів на деякі фактичні дані або на висновки з інших звітів тощо. Якщо спиратися на обмежену кількість джерел для формування цих даних, це збільшить ризик того, що інформація про можливі ризики буде неповною.

Анкетні (непряме опитування) та інтерв'ю персоналу (пряме опитування) – це найбільш використовувані методи та основні інструменти для збору даних про поточний стан діяльності суб'єкта господарювання. Поєднання обох методів дає змогу скористатися перевагами одного методу та уникнути недоліків іншого. Опитування, проведені за допомогою анкет та інтерв'ю, – це систематичні заходи, які дають змогу дійти висновків, які потім аналізуються та оцінюються керівництвом. Звичайно, заохочується використання методів подвійної перевірки, а також використання аудиторських звітів, стратегічних планів, звітів після вжиття заходів суб'єктом господарювання, місцевого досвіду тощо в оцінці ризиків. Однак отримання цих даних потребує значних коштів та часу.

Мета зазначених двох методів полягає в тому, щоб зібрати точні та кількісно визначені відповіді щодо впливу корупційних ризиків на кожен процес, отже, досягти вищої достовірності та надійності даних. Водночас це може бути використано для розробки дослідження з теми тенденцій корупційних ризиків на всіх рівнях діяльності. В майбутньому можна дослідити динаміку ризиків та їх зміни протягом певного часу.

Переваги використання обох методів:

- збір точних та кількісно визначених відповідей щодо вразливості кожного процесу до впливу корупційних ризиків;
- вища обґрунтованість та надійність даних;
- зміцнений механізм контролю похибки в процесі оцінки зниження ризиків, яку проводять оцінювачі;
- створення можливостей для співробітників активно брати участь у цьому процесі;
- інтерв'ю зі співробітниками установи можуть дати керівництву важливу інформацію та більш об'єктивну оцінку.

Зниження виявлених корупційних ризиків відповідає на досить ймовірні та значущі корупційні ризики та оцінює пріоритети і джерела для вжиття заходів контролю або конкретних процедур виявлення корупції. Оцінені ризики необхідно порівняти з ефективністю заходів контролю, які також запропоновані комітетом. Корупційні ризики потім передаються менеджерам процесів, а також розробляється план реагування на корупційні ризики.

Мета плану зі зниження ризиків полягає в зменшенні або усуненні виявлених корупційних ризиків та підвищенні рівня етичної поведінки працівників суб'єкта господарювання. Керівництво повинно вибрати певні заходи, визначені в рамках плану зі зниження ризиків, які найбільше підходять для інституційного запобігання, усунення або скорочення впливу наявного корупційного ризику. Якщо

воно вважає, що жоден із запропонованих заходів не є дієвим, комітет з управління ризиками повинен ініціативно запропонувати більш ефективні заходи для зниження корупційних ризиків. Після визначення заходів зі зниження корупційних ризиків мають бути запропоновані пріоритетні заходи (відповідно до ступеня корупційного ризику), виконавці з управління ризиками (менеджери процесів, які повинні виконувати заходи щодо зниження ризиків) та терміни їх реалізації. Керівництво суб'єкта господарювання повинно також призначити спеціаліста з управління ризиками, завданням якого є контроль виконання плану реагування на корупційні ризики установи, а також звітність за результатами виконання плану (протокол засідання виконавців з управління ризиками) керівництву.

Звітність за результатами є важливою частиною всього процесу. Це сприяє ефективному управлінню, забезпечує підтримку керівництва в прийнятті рішень під час стратегічного планування та оперативного управління процесами, а також дає можливість ознайомити персонал з результатами реалізації управління корупційними ризиками та допомогти менеджерам процесів в реалізації плану реагування на корупційні ризики. За результатами проведеної оцінки корупційних ризиків підприємству слід підготувати «карту корупційних ризиків», яка включатиме перелік основних бізнес-процесів (підпроцесів) підприємства, рівень ризику, відповідальних осіб і заходи з мінімізації.

Висновки. Таким чином, запропонована методика дає змогу оцінити корупційні ризики в діяльності суб'єктів господарювання, які впливають на подальший розвиток, а також розробити заходи з мінімізації. Для мінімізації корупційних ризиків загалом необхідно забезпечити моніторинг конфлікту інтересів, впроваджувати механізми оцінки корупційних ризиків і здійснювати контрольну діяльність в кожному бізнес-процесі.

Особливо відзначимо значимість подальшої актуалізації проблеми оцінки корупційних ризиків і забезпечення її дослідження експертним співтовариством. Слід продовжити розробку і впровадження методології оцінки корупційних ризиків, що дасть змогу контролювати вразливі для корупції функції управління в системі забезпечення фінансово-економічної безпеки суб'єктів господарювання.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Про запобігання корупції: Закон України від 14 жовтня 2014 року № 1700-18 // Верховна Рада України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws>.
2. Костенко В. Світовий досвід протидії корупційним проявам / В. Костенко // Держава і право. – 2012. – № 58. – С. 302-308.
3. Прозорість і корпоративна соціальна відповідальність / [І. Курінна, В. Малярчук, М. Саприкіна, М. Супрунюк, О. Трегуб]. – К.: Поліграфія «Юстон», 2015. – 47 с.
4. Пальцун І. Compliance-політика як складова корпоративної культури підприємства / І. Пальцун // Торгівля та ринок України. – 2013. – Вип. 35. – С. 134-141.
5. Разработка и реализация политики противодействия коррупции: [практическое пособие] / подготовлено Европейским Союзом и Советом Европы [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.coe.int/t/DGHL/cooperation/economic.crime/corruption/Publications/Handbook%20on%20AC%20policies_%20RUS.pdf.
6. Руководство по методологии оценки коррупционных рисков, подготовленное руководителем проекта PACA Совета Европы Квентином Ридом (Quentin Reed). [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.coe.int/t/DGHL/cooperation/economiccrime/corruption/Projects/EaP-CoE%20Facility/WS-Sxb-19.06.12/1917-PACA-TP02-11-RA%20METHODOLOGY-nal-for%20Sxb%20workshop%20ru.pdf>.
7. Agbo S. Performance Audit: A Tool for Fighting Corruption in the Nigeria's Public Sector Administration / S. Agbo, J.A. Aruomoaghe // International Journal of Management and Sustainability. – 2014. – Vol. 3. – Issue 6. – P. 374-383.
8. Henderson W.T. Anti-corruption internal audits: a crucial element of anti-corruption compliance / W.T. Henderson [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ey.com>.

УДК 330.341.1

Анані Атеф Авад Фарис
здобувач кафедри менеджменту і адміністрування
Криворізького національного університету

МЕХАНІЗМ РЕГУЛЮВАННЯ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ВИРОБНИЧО-ТЕХНОЛОГІЧНОЇ БАЗИ ЗАЛІЗОРУДНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Стаття присвячена висвітленню особливостей інноваційного розвитку виробничо-технологічної бази залізорудного підприємства та розробці механізму його регулювання. Досліджено наявні наукові підходи до визначення економічних категорій «інновація» та «інноваційний розвиток». Проаналізовано стан інноваційної діяльності залізорудних підприємств України, а також проведено оцінку впливу застосування методів активізації їх інноваційного розвитку загалом на економічні показники країни.

Ключові слова: інновація, інноваційний розвиток, інноваційна діяльність, залізорудне підприємство, операційні витрати.

Анані Атеф Авад Фарис. МЕХАНИЗМ РЕГУЛИРОВАНИЯ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЙ БАЗЫ ЖЕЛЕЗОРУДНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Статья посвящена освещению особенностей инновационного развития производственно-технологической базы железорудного предприятия и разработке механизма его регулирования. Исследованы существующие научные подходы к определению экономических категорий «инновация» и «инновационное развитие». Проанализировано состояние инновационной деятельности железорудных предприятий Украины, а также проведена оценка влияния применения методов активизации их инновационного развития в целом на экономические показатели страны.

Ключевые слова: инновация, инновационное развитие, инновационная деятельность, железорудное предприятие, операционные затраты.

Anani Atef Awad Faris. MECHANISM OF REGULATION OF INNOVATIVE DEVELOPMENT OF INDUSTRIAL-TECHNOLOGICAL BASE OF IRON-ORE ENTERPRISE

The article is devoted to highlighting the features of innovative development of the production and technological base of the iron ore enterprise and the development of a mechanism for its regulation. Existing scientific approaches to the definition of economic categories «innovation» and «innovative development» are explored. The state of innovative activity of iron ore enterprises of Ukraine is analyzed and the impact of applying methods of activating their innovative development in general on the country's economic indicators is assessed.

Keywords: innovation, innovative development, innovative activity, iron ore enterprise, operating costs.

Постановка проблеми. В сучасному висококонкурентному економічному середовищі кожен суб'єкт підприємницької діяльності відчуває необхідність в інноваційному розвитку, що є запорукою його виживання та ефективного господарювання. Впровадження інновацій в практику діяльності підприємств є сьогодні необхідною умовою для ефективного розвитку та прибутковості діяльності. Причому маються на увазі інновації в широкому розумінні слова, не тільки технічні чи технологічні інноваційні заходи, але й маркетингові, управлінські, організаційні, фінансові тощо. Вітчизняні залізорудні підприємства не менше, а можливо, й значно більше через низку факторів потребують найскорішого та широкого життєвого інноваційних заходів.

Під час структурної перебудови виробничо-технологічної бази залізорудних підприємств України необхідно перш за все вирішити завдання зниження її енергоємності, оптимізації виробничих потужностей, збільшення випуску продукції з високим рівнем обробки.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблематика інновацій, інноваційного розвитку підприємств, регулювання та управління ним посідає важливе місце в роботах вітчизняних та зарубіжних вчених. Серед них слід назвати таких, як Р. Акофф, А. Амоша, І. Ансофф, І. Бланк, Н. Брюховецька, І. Бузько, В. Геєць, Н. Георгіаді, С. Герасимова, Н. Гончарова, П. Друкер, М. Портер, Й. Шумпетер.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Однак за такого широкого інтересу до цієї проблематики відсутнє чітко виражене визначення сутності та розуміння значимості економічної категорії «інновація».

Мета статті полягає в дослідженні різноманіття підходів до визначення категорії «інновація».

Виклад основного матеріалу дослідження. Так, засновник теорії інноваційного розвитку і введення в науковий обіг терміна «інновація» Й. Шумпетер пояснює його як зміну в певних сферах та елементах економічного розвитку будь-якого суб'єкта господарювання, будь-якої можливої зміни, що відбувається внаслідок використання нових або вдосконалених рішень технічного, технологічного, організаційного характеру в процесах виробництва, постачання, збуту продукції, післяпродажного обслуговування тощо [1].

Водночас існують дещо відмінні підходи до визначення та тлумачення сутності інновацій. Для більшої наочності наведемо їх у табл. 1.

Стосовно інноваційного розвитку будь-якого підприємства, зокрема залізорудного, слід зауважити, що інновації та науково-технічний прогрес є близькими та спорідненими явищами. Інноваційний розвиток є однією з найважливіших складових частин науково-технічного прогресу та виступає необхідною умовою для забезпечення ефективного розвитку суб'єктів господарювання.

Сучасний стан вітчизняних залізорудних підприємств потребує найскорішого впровадження інновацій та інноваційного розвитку. Це обумовлено сукупністю факторів, найголовнішими серед яких є моральний та фізичний знос основних виробничих фондів, недосконала структура виробництва, низька продуктивність праці та енерговитратні технології.

Інноваційний розвиток розглядається в двох ракурсах, а саме на макро- та на мікрорівнях. Під інноваційним розвитком на макрорівні, як правило, розуміють комплекс заходів, що передбачає впровадження в державі інноваційних рішень різної спрямованості, побудови економіки знань з метою переходу до постіндустріального етапу розвитку суспільства.

На мікрорівні всю наявну сьогодні сукупність наукових підходів до визначення терміна «інноваційний розвиток» можна укрупнено поділити на дві групи:

1) наукова, тобто низка підходів, що ґрунтуються на результатах наукових розробок та розглядаються як кінцевий результат наукової чи науково-технічної діяльності;

2) функціонально-прикладна; в цьому разі інноваційний розвиток розглядається як процес розроблення, впровадження та застосування нововведень, наукових розробок, удосконалень тощо в практичну діяльність промислових підприємств.

Автором проведено аналіз наявних підходів до визначення економічної категорії «інноваційний розвиток» на мікрорівні провідними вченими, що займалися цією проблематикою, результати якого наведені в табл. 2.

Вітчизняні залізорудні, зокрема металургійні, підприємства до кризи 2008 року задекларували реалізацію низки інноваційних проектів, опис яких в розрізі чорної металургії подано в табл. 3. Ці про-

екти спрямовуються на підвищення ефективності експлуатації виробничо-технологічної бази, а також розширення товарної номенклатури випуску продукції з подальшої переробки первинної сталі.

Проте триваюча фінансова криза зумовлює дефіцит фінансових ресурсів, необхідних для реалізації заявлених проектів. У зв'язку з цим обсяги залучення інвестицій у металургійну галузь України не забезпечують її інтенсивного розвитку. Попри загальний тренд зростання обсягів капітальних інвестицій по Україні (за 2013-2015 роки – 1,6 рази) та промислового комплексу (за аналогічний період – 1,9 рази), залізорудні підприємства не показали стійкої динаміки збільшення інвестицій. У період 2013-2015 років обсяги інвестицій зросли на 37,3%; водночас у 2015 році обсяг капітальних вкладень скоротився на 6,1%. Подібна тенденція спостерігалася й у 2016 році.

За умов збереження поточних темпів і обсягів інвестицій в основний капітал виконання поставлених підприємствами завдань може розтягнутися у часі, що негативно вплине на розвиток національної еконо-

Таблиця 1

Наявні підходи до визначення та тлумачення сутності інновацій

№	Автор	Визначення
1.	В. Томпсон	Інновації – це генерування, прийняття і впровадження нових ідей, процесів, продуктів та послуг.
2.	Р. Фатхутдінов	Інновація – кінцевий результат впровадження нововведення з метою зміни об'єкта управління й одержання економічного, соціального, екологічного, науково-технічного або іншого виду ефекту.
3.	Б. Санто	Інновація – це такий суспільно-техніко-економічний процес, що через практичне використання ідей і винаходів приводить до створення кращих за своїми властивостями виробів, технологій, а якщо інновація орієнтована на економічну вигоду, прибуток, то її поява на ринку може принести додатковий доход.
4.	А. Турило	Інновація – це комплексна категорія, що характеризує якісно новий результат у різних сферах діяльності людини, який відображається в матеріальній та нематеріальній формах і застосування якого має принести певні конкурентні переваги й вигоди або ефективне досягнення поставленої мети.

Джерело: складено автором на основі [2, с. 6]

Таблиця 2

Порівняння наявних підходів до визначення економічної категорії «інноваційний розвиток підприємства»

№	Автор	Визначення категорії «інноваційний розвиток підприємства»
1.	О. Адаменко	Діяльність підприємства, що спирається на постійний пошук нових методів та засобів задоволення споживацьких потреб та підвищення ефективності господарювання; розвиток, що передбачає розширення меж інноваційної діяльності та впровадження інновацій в усі сфери діяльності підприємства.
2.	І. Борисова	Створення на фондовому ринку привабливості з точки зору дохідності інвестиційного ризику, тобто підвищення вартості бізнесу шляхом управління інноваціями.
3.	Х. Гумба	Не тільки основний інноваційний процес, але й розвиток системи факторів та умов, необхідних для його здійснення, тобто інноваційного потенціалу.
4.	Н. Заглумша	Сукупність відносин, що виникають у ході цілеспрямованого підвищення економічної ефективності та конкурентоспроможності організації на основі інновацій.
5.	С. Ілляшенко	Процес господарювання, що спирається на безупинний пошук і використання нових способів і сфер реалізації потенціалу підприємств у мінливих умовах зовнішнього середовища в рамках вибраної місії та прийнятої мотивації діяльності і пов'язаний з модифікацією наявних і формуванням нових ринків збуту.
6.	М. Касс	Складний та тривалий процес інноваційних перетворень на підприємстві, що включає набір цілей, заходів, які плануються, систему мотивації та способи фінансування.
7.	А. Кібіткін, М. Чечуріна	Розгортання інноваційного процесу впровадження нововведень (частіше за все технічного, технологічного характеру).
8.	О. Мороз	Процес пошуку та створення нової продукції та процесів на основі використання сукупності всіх наявних засобів та можливостей підприємства, що веде до якісних змін (підвищення конкурентоспроможності, збільшення стійкості в мінливих зовнішніх умовах, формування нових ринків збуту).
9.	І. Підкаміний, В. Ципурина	Шлях, який базується на поглибленні поєднання цілей підприємства, його підсистем, цілей кожної особистості, яка працює в колективі, вдосконаленні її діяльності, вдосконаленні бізнес-процесів для досягнення загальних стратегічних цілей
10.	Т. Пілявоз	Процес цілеспрямованого, послідовного руху підприємства до збалансованого інноваційного стану під впливом синергетичної дії зовнішніх та внутрішніх факторів, що визначають стійкість організаційно-функціональної системи підприємства в умовах ринкової економіки, який характеризується результатом якості, досягнутим залежно від інтенсивності та швидкості інноваційних процесів на підприємстві
11.	С. Поляков, І. Степнов, І. Федулова, Ю. Погорелов	Такий розвиток підприємства, де джерелом розвитку є інновації

Джерело: складено автором на основі [3, с. 28-29]

Таблиця 3

Інвестиційні проекти в чорній металургії України [4]

Інвестор	Обсяг та строк інвестицій	Збільшення виплавки сталі	Мета та завдання проекту
«Метінвест»	до 2018 року, \$15 млрд.	з 11 до 20 млн. т	Впровадження технології пилувугільного палива (ПВП), перехід до 100% виробництва кінцевої продукції, збільшення випуску слябів, товстого листа, г/к рулону та сортового прокату.
“Arcelor Mittal Кривий Ріг”	до 2015 року, \$3 млрд.	з 8 до 12 млн. т	Впровадження ПВП, перехід на 100% конвертерне виробництво, випуск слябів та плоского прокату.
ММК ім. Ілліча	EUR400-500 млн.	н. д.	Впровадження ПВП, відкриття конвертерного цеху.
«Запоріж-сталь»	до 2015 року, більше \$2 млрд.	з 4,5 до 5,5 млн. т	Впровадження ПВП, перехід на конвертерне виробництво, безперервну розливку заготовки, орієнтація на випуск листа для автопрому.
«Донецьк-сталь»	до 2015 року, більше \$2 млрд.	з 1 до 2, згодом 4,5 млн. т	Впровадження ПВП, перехід до електросталеплавильного виробництва, випуск товстого та судового листа, сортового та фасонного прокату.

міки загалом. Крім того, збереження наявної виробничо-технологічної бази зберігає залежність національної економіки від імпортованих енергоносіїв.

Інноваційний розвиток залізорудної галузі України тісно пов'язаний з необхідністю введення в експлуатацію нового обладнання, яке дає змогу зменшити споживання енергетичних ресурсів і знизити інші втрати, які мають місце під час випуску продукції. Тут можливою є реалізація двох сценаріїв, таких як імпорт відповідного обладнання та технологій або створення їх вітчизняних аналогів. Далі розглянемо проблеми та перспективи реалізації наведених вище сценаріїв.

Придбання техніки і технологій протягом аналізованого періоду було найпоширенішим видом інноваційної діяльності вітчизняних залізорудних підприємств (протягом 2013-2015 років частка цього виду інноваційної діяльності збільшилася з 54% до 57%). Зауважимо, що протягом 2013-2015 років поступово збільшувалася кількість підприємств, що здійснювали власні та зовнішні НДДКР, а також навчання та підготовку персоналу (табл. 4).

Таблиця 4

Інноваційна діяльність залізорудних підприємств України (од.)

Категорія	2013 рік	2014 рік	2015 рік	2016 рік
Усього	113	120	144	119
зокрема:				
власні НДДКР	13	21	16	14
зовнішні НДДКР	14	18	21	20
придбання машин, обладнання, програмного забезпечення	61	63	82	74
навчання та підготовка персоналу	17	20	27	19

Джерело: складено автором за [5, с. 191-194; 6, с. 172]

Серед негативних тенденцій в інноваційному розвитку залізорудних підприємств необхідно відзначити скорочення кількості реалізованих раціоналізаторських пропозицій порівняно з докризовим періодом.

Станом на 2016 рік порівняно з 2007 роком кількість раціоналізаторів та використаних ними розроблених пропозицій скоротилася у 2,3 рази. Відмова від проведення внутрішніх НДДКР разом зі скороченням кількості раціоналізаторів суттєво звужує власні можливості для інноваційного розвитку. Хоча

саме ці складові мають стати основним рушієм техніко-технологічного розвитку галузі, оптимізуючи часові та фінансові витрати.

Позитивна динаміка запровадження енергоощадних технологій обумовлена необхідністю оптимізації виробничих витрат з метою зниження відпускних цін та збереження ринків збуту власної продукції. Зокрема, протягом 2014-2016 років вартість імпортованого газу зросла в 1,7 рази [7].

Запровадження нових технологій в залізорудній галузі разом із НДДКР та закупівлями техніки хоча і зросло протягом останніх трьох років, але не забезпечило суттєвого оновлення виробничих фондів у галузі. Крім того, частка матеріальних витрат у загальній структурі витрат галузевих підприємств зросла до 88,0%. Збереження такої тенденції прогнозовано може привести до подальшого зростання показників собівартості виробництва та зниження конкурентоспроможності продукції (табл. 5).

Таблиця 5

Розподіл операційних витрат по залізорудним підприємствам України (%)

Показник	2009 рік	2013 рік	2014 рік	2015 рік	2016 рік
Усього	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
зокрема:					
матеріальні витрати	80,3	84,2	85,1	88,0	88,0
амортизація	4,3	3,1	2,7	4,4	4,7
оплата праці	7,0	5,6	5,3	5,4	5,1
соціальні виплати	2,7	2,1	2,0	2,1	2,0
інші витрати	5,7	5,0	4,9	0,1	0,2

Джерело: складено автором за [8, с. 108-109]

Аналіз даних табл. 5 показує, що придбання матеріалів становить домінуючу частку операційних витрат на залізорудних підприємствах України. Натомість витрати на оплату праці та соціальні відрахування не перевищують 10% від загального показника, що є негативною тенденцією. За період 2013-2016 років питома вага оплати праці та соціальних відрахувань у структурі операційних витрат металургійних підприємств не демонструвала тенденцію до зростання. У 2015-2016 роках питома вага матеріальних витрат практично досягла максимального показника за аналізований період. Необхідно також відзначити стрімке зростання у 2015 році частки амортизаційних відрахувань.

Сучасний стан виробничо-технологічної бази вітчизняних залізорудних підприємств є незадовільним, фізично та морально застарілим. Підпри-

емства цієї галузі потребують впровадження нових техніки та технологій. Найбільш швидко цю проблему можна вирішити за рахунок імпорту як техніки, так і відповідних технологій. Завдяки імпорту техніки і технологій, а також подальшому введенню в експлуатацію підприємства зможуть адаптувати власне виробництво до сучасних вимог щодо якості продукції, рівня продуктивності праці, екологічності та обсягів шкідливих викидів у навколишнє середовище. Однак надто активне захоплення імпортом обладнання та технологій може мати низку негативних наслідків як для конкретного підприємства, так і для країни загалом. Тому вважаємо за доцільне здійснювати забезпечення інноваційної діяльності залізничних підприємств за рахунок розвитку внутрішньої науково-технічної сфери.

Отже, одним з головних елементів механізму регулювання інноваційного розвитку виробничо-технологічної бази залізничного підприємства є створення власних науково-дослідних центрів або департаментів, що будуть займатися розробленням та впровадженням сучасних технологій у виробництво залізничної продукції. Також вважаємо доцільною кооперацію таких центрів (департаментів) з провідними вітчизняними науково-дослідними інститутами та компаніями, що займаються відповідною діяльністю. Це можуть бути УкрНДТЦ «Енергосталь», УкрГіпромет, ІЧМ, НМетАУ, ДДТУ, Укренергочермет, НВО «Донікс», ДПІСЕД, ЗАТ «Екоенергія», НВФ «Дніротехсервіс», спеціальні проектні інститути тощо.

Наступним питанням під час розроблення механізму регулювання інноваційного розвитку виробничо-технологічної бази залізничного підприємства є пошук відповідних джерел фінансування НДДКР. Пропонуємо для цього на підприємствах створювати спеціалізований інноваційний фонд, кошти якого будуть використовуватися виключно на потреби розробки та впровадження інноваційних рішень.

Інноваційні рішення повинні бути спрямовані на:

- скорочення витрати сировини;
- зниження виробничих втрат на стадії переробки продукції;
- підвищення продуктивності праці;
- зменшення споживання енергоресурсів (насамперед газу природного, використання якого у світовій практиці є обмеженим).

Щодо впровадження інновацій у сфері енергетики, то слід зауважити, що вітчизняні залізничні підприємства в цьому плані є вкрай неефективними та вимагають вжиття низки термінових заходів щодо зниження споживання енергоносіїв.

Висновки. Таким чином, застосування методів активізації інноваційного розвитку залізничних підприємств України, окрім основного завдання, дасть змогу також позитивно вплинути на:

- рівень розвитку науково-технічної галузі України;
- внутрішній ринок металопродукції (через збільшення попиту в металургійному та електротехнічному машинобудуванні);
- стан платіжного балансу країни (через зменшення імпорту обладнання та послуг з його наладки);
- паливно-енергетичний баланс шляхом зниження обсягів споживання енергетичних ресурсів;
- собівартість залізничної продукції та її цінову конкурентоспроможність на світових ринках;
- соціально-економічний розвиток країни загалом (шляхом створення нових робочих місць в залізничній галузі та суміжних галузях).

З проведених автором у дослідженні розрахунків видно, що реалізація інноваційних проектів на залізничних підприємствах дає економічну та технологічну можливість підвищити рентабельність їх виробничої діяльності. Підвищення рентабельності буде досягатися за рахунок зменшення енергоспоживання, а також зниження експлуатаційних втрат теплоенергії.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Шумпетер Й. Теория экономического развития: Исследование предпринимательской прибыли, капитала, кредита, процента и цикла конъюнктуры / Й. Шумпетер; пер. с нем. – М.: Соцэкгиз, 1992. – 684 с.
2. Бубенко П. Конспект лекцій з курсу «Інноваційний розвиток підприємства» / П. Бубенко. – Х.: ХНУМГ ім. О.М. Бекетова, 2016. – 138 с.
3. Інноваційний розвиток підприємства: [навчальний посібник] / за ред. П.П. Микитюка. – Тернопіль: ПП «Принтер Інформ», 2015. – 224 с.
4. Створення передових виробничих технологій на підприємствах України у 2016 році / Офіційний сайт Державної служби статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ukrstat.gov.ua>.
5. Наукова та інноваційна діяльність в Україні у 2013 році: статистичний збірник / відп. за вип. І. Калачова. – К.: ДП «ІВЦ Держстату України, 2014. – 282 с.
6. Наукова та інноваційна діяльність в Україні – 2016: статистичний збірник / відп. за вип. І. Калачова. – К.: Держстат України, 2017. – 287 с.
7. Експорт-імпорт окремих видів товарів за країнами світу (щомісячна інформація) / Офіційний сайт Державної служби статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ukrstat.gov.ua>.
8. Статистичний щорічник України за 2016 рік / за ред. О. Осауленка. – К.: Август-Трейд, 2017. – 559 с.

УДК 658.152.8

Бабій І.В.*кандидат економічних наук,
доцент кафедри економіки,
менеджменту та адміністрування
Хмельницького національного університету*

ОЦІНКА ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ ПІДПРИЄМСТВ У ЗОВНІШНЬОМУ СЕРЕДОВИЩІ

У статті обґрунтовано значення та потребу зростання інвестиційної привабливості сучасних промислових підприємств. Охарактеризовано наукові позиції щодо вирішення цієї проблематики. Визначено функції, завдання інвестиційної політики, що має проводитись на усіх рівнях управління. Досліджено становище України у світовому інвестиційному оточенні. Окреслено напрями зростання величини надходження інвестицій з інших країн світу та покращення рівня інвестиційної привабливості.

Ключові слова: підприємства промисловості, інвестиційна діяльність, стратегічне управління, оцінювання, залучення інвестицій, інвестиційна політика.

Бабий И.В. ОЦЕНКА ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ ВО ВНЕШНЕЙ СРЕДЕ

В статье обоснованы значение и необходимость роста инвестиционной привлекательности современных промышленных предприятий. Охарактеризованы научные позиции касательно решения данной проблематики. Определены функции, задачи инвестиционной политики, которая должна проводиться на всех уровнях управления. Исследовано положение Украины в мировом инвестиционном окружении. Определены направления роста величины поступления инвестиций из других стран мира и улучшения уровня инвестиционной привлекательности.

Ключевые слова: предприятия промышленности, инвестиционная деятельность, стратегическое управление, оценка, привлечение инвестиций, инвестиционная политика.

Babiy I.V. ESTIMATION OF INVESTMENT ATTRACTIVE ENTERPRISES IN THE ENVIRONMENT

The author substantiates the importance and need for growth of investment attractiveness of modern industrial enterprises in the article. The scientific views on solving this problem are characterized. The functions, tasks of the investment policy, which should be carried out at all levels of management, are defined. The situation of Ukraine in the world investment environment is researched. The directions of growth of the amount of investment inflow from other countries of the world and improvement of the level of investment attractiveness are outlined.

Keywords: industrial enterprises, investment activity, strategic management, evaluation, investment attraction, investment policy.

Постановка проблеми. Сучасні зміни у вітчизняній економіці значною мірою впливають на зовнішньоекономічну діяльність, змушують підприємства впроваджувати новітні стандарти, збільшувати рівень конкурентоспроможності продукції, формувати систему стратегічного управління інноваційним та інвестиційним розвитком. Ефективність інвестиційної діяльності є основою для оновлення виробництва підприємств промисловості та забезпечення зростання прибутковості господарювання. На машинобудівних підприємствах під час прогнозування обсягу інвестицій, варто брати до уваги те, що необхідний обсяг інвестування для підприємства за нинішніх умов перевищуватиме їх реальні надходження. Тому управлінський персонал повинен використовувати необхідний інструментарій для пошуку та використання резервів виробництва, забезпечення запланованої ефективності використання раніше залучених інвестицій, проведення оцінювання інвестиційної привабливості підприємства.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженням питань інноваційно-інвестиційного розвитку підприємств машинобудування, шляхів зростання їх технологічного рівня, оцінювання інвестиційної привабливості підприємств займалася чимала кількість вітчизняних та зарубіжних науковців. Серед них слід назвати таких, як В. Антонов, М. Войнаренко, В. Нижник, В. Стадник, Н. Тюріна, Т. Назарчук, М. Йохна, В. Рожманов, С. Касперович, С. Онікієнко, С. Супрун, Ю. Кравченко, В. Типанов, О. Тридід, М. Мархайчук, І. Ансофф, І. Бланк, М. Кніш, М. Мілер, П. Массе, Дж. Кейнс.

Мета статті полягає в оцінюванні нинішнього рівня інвестиційної привабливості промислових під-

приємств, розкритті нагальних проблем та необхідних сфер активізації. Актуальним в дослідженні є виокремлення першочергових напрямів діяльності усіх задіяних суб'єктів та держави, що сприятимуть надходженню інвестицій з інших країн світу та покращенню інвестиційної привабливості підприємств.

Виклад основного матеріалу дослідження. Однією з основних умов покращення стану економічної системи в країні є зростання інвестиційної привабливості кожного господарюючого суб'єкта. В країні існує конвергентна модель фінансового ринку, тому підприємствам варто звернути увагу не лише на залучення коштів за допомогою банківських кредитів, але й на розміщення цінних паперів на фондовому ринку. Необхідними є дослідження усіх чинників, які впливають на інвестиційну привабливість; виокремлення найсуттєвіших; відповідно до становища, в якому перебуває підприємство, вибір інвестиційної стратегії та впровадження відповідної інвестиційної політики в контексті зростання рівня привабливості суб'єктів для потенційних інвесторів. Вагоме значення для успішної діяльності підприємств має ефективна кадрова підготовка господарюючих суб'єктів. За нинішніх умов необхідним є переймання міжнародної практики підвищення інвестиційної привабливості. Однак визначне місце у формуванні та покращенні інвестиційного потенціалу належить і державі, адже за допомогою інституційного регулювання можна підвищити інвестиційну привабливість регіону, що безпосередньо впливає на діяльність підприємств та підвищення ефективності інвестиційної діяльності [1, с. 303].

Проблема оцінки інвестиційної привабливості підприємства може бути вирішена лише після визна-

Таблиця 1

**Обсяги прямих інвестицій (акціонерного капіталу) з країн ЄС в економіці України
за 2010-2016 роки, (млн. дол. США)**

Найменування показника	Роки							Абсолютне відхилення 2016 року до 2010 року	Темпи зростання 2016 року до 2010 року, %
	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016		
Всього в Україні	38 992,9	45 370,0	48 197,6	51 705,3	53 704,0	40 725,4	36 154,5	-2 838,4	92,7
Всього із країн ЄС	31 538,4	36 969,1	39 268,9	41 132,3	41 032,8	31 046,9	26 405,6	-5 132,8	83,7

Джерело: розраховано автором за даними [4]

чення всіх факторів, що впливають на її рівень як зовні, тобто з боку держави, регіону та галузі, так і зсередини, тобто з боку самого підприємства. Отже, оцінку інвестиційної привабливості підприємства варто проводити за двома напрямками з урахуванням зовнішніх та внутрішніх факторів впливу. На стадії дослідження підприємства використовуються показники фінансового аналізу та бухгалтерської звітності. Аналіз результатів фінансово-господарської діяльності підприємств залежить від таких чинників: завдання оцінки діяльності, особливостей чинної в країні системи обліку і звітності, галузевої специфіки підприємства, повноти інформації. Конкретний перелік показників, що формують комплексну оцінку інвестиційної привабливості, може різнитися залежно від цілей інвестування, отримання доходів від фінансово-господарської діяльності підприємства, отримання доходу в результаті придбання підприємства та подальшого його продажу [2, с. 93].

Загальноприйняте трактування інвестиційної привабливості підприємства уособлюється в тому, що це є характеристика переваг та недоліків підприємства з використанням системи показників рентабельності, фінансової стійкості, платоспроможності, оборотності капіталу та активів (якщо акції передбачаються вперше), а також рівня віддачі акціонерного капіталу, балансової вартості однієї акції тощо (якщо акції тривалий період обертаються на фондовому ринку) [3, с. 420].

На промислових підприємствах у плануванні діяльності переважають тактичні та оперативні плани, натомість стратегічному плануванню з боку управлінського персоналу приділяється значно менше уваги. Формування стратегічних планів розвитку на підприємстві повинно ґрунтуватися на усій сукупності зовнішніх та внутрішніх факторів впливу на його господарську діяльність. В системі стратегічного управління характерною властивістю якого має бути альтернативність, інвестиційні рішення приймаються шляхом розгляду різноманітних напрямів, методик проведення інноваційно-інвестиційної діяльності, вибору найоптимальніших та формування загальної стратегії інвестиційного розвитку. На кожному підприємстві під час формування інвестиційної стратегії мають бути задіяні висококваліфіковані спеціалісти, які є досить обізнаними у веденні стратегічного управління, реалізації інноваційно-інвестиційних проектів, впровадженні структурних змін організації.

Згідно з даними Державної служби статистики з 2013 року значно скоротився обсяг прямих інвестицій з країн ЄС, що уповільнює процеси розвитку більшості галузей промисловості країни (табл. 1).

На підприємствах поміж інвестиційної стратегії повинні бути впроваджені відповідні положення інвестиційної культури, що підтримуватимуться усіма задіяними в інвестиційних процесах структурними підрозділами підприємства. Зміни в організа-

ційній структурі є обов'язковою умовою реалізації сформованої інвестиційної стратегії машинобудівного підприємства.

Інвестиційна політика, що проводиться на підприємстві, передбачає виконання регулюючої, мотиваційної та розподільчої функцій. Регулююча функція інвестиційної політики охоплює усі рівні ринкового функціонування та відповідає за відтворення фінансових ресурсів, впливаючи на швидкість економічного розвитку галузі. Мотиваційна функція здебільшого спрямована на стимулювання оновлення техніко-виробничої бази підприємства та пришвидшення темпів науково-технічного прогресу. При цьому інвестиції є своєрідним як стимулом, так і водночас показником рівня розвитку господарюючого суб'єкта та економіки держави. Розподільча функція інвестиційної політики призначена розподіляти сукупний громадський продукт відповідно до наявних рівнів та різновидів господарювання. Особливості цієї функції визначаються сформованими державними пріоритетами та встановленими завданнями щодо інвестиційної діяльності. Розподіл відбувається в бюджетній сфері (процеси оподаткування та здійснення бюджетних витрат), на фінансовому (випуск цінних паперів, кредитування) та страховому ринках.

Одним із непростих завдань розроблення інвестиційної політики господарюючого суб'єкта є формулювання напрямів розвитку інвестиційних процесів. На машинобудівному підприємстві ці напрями повинні бути досить обґрунтовані та співпадати із загальними стратегічними орієнтирами. Галузева розгалуженість інвестиційної політики на промислових підприємствах дає змогу одержати синергетичний ефект, тобто сукупний ефект від інвестиційної діяльності машинобудівних підприємств перевищуватиме отриману ефективність окремих підгалузей. Дія синергетичного закону буде відчутна під час вибору підприємством так званої наступальної інвестиційної політики, що спрямована на інвестування найбільш перспективних підгалузей або ж захисної інвестиційної політики, яка передбачатиме концентрацію інвестицій у найбільш послаблені виробництва [5].

Супротивними чинниками на шляху до зростання інвестиційного розвитку економіки країни та водночас зниження інвестиційної привабливості є наявність корупційних схем, недовіра до суду, часті несподівані валютні коливання, збройна агресія з боку Російської Федерації, нестійкість фінансових органів та інститутів країни, низький рівень купівельної спроможності громадян, недостатні темпи обігу капіталу, проблеми в податковій системі, сумніви щодо можливостей та правильності вибраних напрямів розвитку економіки [6, с. 151].

Невтішним є становище України у світовому інвестиційному оточенні, на що вказують дані показника Індексу економічної свободи (Index of Economic Freedom), який характеризує розвиток національної

Таблиця 2

Індекс економічної свободи

Регіон	2008 рік	2009 рік	2010 рік	2011 рік	2012 рік	2013 рік	2014 рік	2015 рік	2016 рік	2017 рік
Світ	60,2	59,5	59,4	59,7	59,5	59,6	60,3	60,4	60,7	60,9
Європа	66,8	66,3	66,8	66,8	66,1	66,6	67,1	67,0	66,9	68,0
Україна	51,0	48,8	46,4	45,8	46,1	46,3	49,3	46,9	46,8	48,1

Джерело: згруповано автором за [7]

економіки та рівень надходження інвестицій в країну. Зазначений показник розраховується як середнє арифметичне з даних щодо прав власності, свободи від корупції, фіскальної свободи, державних витрат, свободи бізнесу, монетарної, фінансової та торговельної свободи, ринку праці та інвестицій окремої країни. Індекс економічної свободи дає змогу визначити, до якої категорії відноситься та чи інша країна світу: вільна, якщо показник знаходиться в межах від 80 до 100, здебільшого вільна – в межах від 70 до 79,9, помірно вільна – в межах від 60 до 69,9, здебільшого невольна – від 50 до 59,9, невольна – від 0 до 49,9. З 2009 року за Індексом економічної свободи Україна займає позицію економічно невольної країни та визначається як держава, якій не притаманні радикальні економічні зміни (табл. 2) [7; 8].

Наприклад, у Німеччині величина індексу економічної свободи у 2017 році склала 73,8, у Польщі – 68,3, у Росії – 57,1, в Білорусії – 58,6, в Індії – 52,6. Найбільш негативна тенденція спостерігається за такими показниками Індeksu економічної свободи, як право власності, управління державними витратами, свободи від корупції та інвестиційної свободи.

Основними напрямками зростання величини надходження інвестицій з інших країн світу та покращення інвестиційної привабливості є:

- збільшення ролі держави, вжиття конкретних заходів для активізації інноваційно-інвестиційної діяльності підприємств промисловості;
- відкритість у здійсненні інвестиційної діяльності задіяних чиновників;
- створення та реалізація механізмів, що гарантуватимуть повернення інвесторам з інших країн світу наданих фінансів;
- формування на законодавчому рівні системи надійного страхування ризиків у інвестиційній сфері;
- ліквідація наявної диспропорційності надходження інвестиційного капіталу в ту чи іншу галузь економіки.

Удосконалення управлінських підходів до розвитку цієї інвестиційної сфери повинно відбуватися за низкою напрямів.

1) Покращення інвестиційних процесів шляхом внесення змін у низку нормативних та законодавчих актів та прийняття нових, що приводитиме до наближення ведення інвестиційної діяльності за наявними міжнародними стандартами. Наприклад, в основному законі України «Про інвестиційну діяльність», яким визначено першочергові засади її проведення [9], присутні окремі недоліки, зокрема розкриття притаманних реальним інвестиціям ознак, необхідність наявності системи прогнозування (апробування) реалізації інвестиційних проектів (на промислових підприємствах) відносно рівня отриманого ефекту.

2) Формування результативної інфраструктурної системи інвестиційної діяльності. За нинішніх умов інвестиційна інфраструктура є підґрунтям не тільки оновлення промислового виробництва, зростання ефективності діяльності підприємств, але й пришвидшення глобалізаційних перетворень вітчизняної економіки. Нарощування інвестиційного потенціалу

має стати важливим стратегічним інструментом, що сприятиме розвитку машинобудівного комплексу.

Нинішнє становище інвестиційної інфраструктури країни є незадовільним, що є наслідком нерезультативної політики інвестиційних інститутів. Набирає значення на макро- та мікрорівнях необхідність підбору інструментарію для оцінки інвестиційних процесів в умовах встановлення пріоритетних завдань та зміни вектору розвитку економіки. Сприяти розвитку інвестиційної інфраструктури будуть покращення стану банківського інвестиційного сектору та зростання обсягу державного інвестування [10].

3) Зміцнення системи гарантування державою впроваджуваних інвестиційних проектів, що впливатиме на зростання результативності від інвестованих фінансових ресурсів, у визначених стратегічних напрямках інвестиційної діяльності промислових підприємств.

4) Адаптація інвестиційної діяльності вітчизняних підприємств до практики інвестування країн із розвинутою економікою, тобто відповідність документації стандартам цих країн, засвідчення її аудиторською перевіркою, обґрунтованому донесенню даних інвестору. Таким чином, можна достовірно визначити терміни окупності інвестиційних проектів, спрогнозувати бажаний до отримання результат інвестування.

5) Формування прозорого інвестиційної механізму на всіх етапах цієї діяльності, що має на меті достатню відкритість функціонування суб'єктів на ринку інвестицій. Для прийняття інвестором позитивних рішень щодо вкладання коштів у вітчизняне промислове підприємство необхідними є відображення точних, достовірних інформаційних даних та забезпечення законності їх використання в інформаційному просторі інвестиційної сфери.

6) Для заохочення іноземних інвестицій у вітчизняну економіку важливим є формування інформаційної бази та механізмів, що забезпечуватимуть можливість поширення та використання її в міжнародному просторі. Для презентації вітчизняних інвестиційних проектів потенційному інвестору мають бути розроблені новітні (дієві) інформаційні продукти. А держава повинна сприяти активізації діяльності з просування інвестиційних проектів на міжнародну арену шляхом проведення масштабних форумів (та участі в міжнародних), співпраці з бізнес-партнерами у даній сфері, активного залучення у так звану інформаційну війну в пошуку інвестора [11].

На нашу думку, основоположними цілеспрямованими напрямками покращення нинішньої інвестиційної привабливості підприємств та інвестиційного клімату країни мають бути:

- модернізація та оновлення засобів виробництва на підприємствах машинобудівного комплексу;
- активізація інвестиційної діяльності у визначених державою пріоритетних економічних галузях;
- покращення нормативно-законодавчих актів у сфері страхування інвестиційної діяльності;
- активізація в процесах інвестування усіх наявних можливостей вкладання фінансових ресурсів (кредитування, лізингу);

– впровадження програми локалізації інвестицій та реструктуризації діючих механізмів на ринку інвестиційних ресурсів;

– заохочення вкладення інвестиційних ресурсів у проекти, що швидко окупуються, та ті, що передбачають оновлення виробничих фондів підприємств машинобудування;

– формування механізмів для зменшення періоду повернення вкладених інвестиційних ресурсів;

– посилення державної підтримки та заходів щодо розвитку інноваційно-інвестиційної діяльності господарюючих суб'єктів у промисловості.

Чималу роль у розвитку інвестиційної сфери відіграє процес прогнозування інвестицій, тобто дослідження напрямів, ризиків вкладення інвестиційних ресурсів з одержанням запланованого рівня ефекту в окремій галузі та в економіці загалом. Проводячи відповідні розрахунки під час прогнозування на державному, галузевому рівні чи на рівні підприємства, можна визначити основні заплановані дані щодо залучення інвестицій, швидкість і тенденції процесів інвестування, диференціацію сукупності інвестиційних проектів, які встановлені до впровадження за певний термін, а також основні проблемні аспекти здійснення такої діяльності.

Висновки. Дослідження механізму нарощення інвестиційного капіталу, збільшення іноземних інвестицій сприятиме отриманню якнайбільшого результату з метою забезпечення безпеки інвестованих ресурсів, розширенню інвестиційної діяльності та покращенню стану економіки країни. Проводячи аналіз усіх чинників, що негативно впливають на інвестиційний розвиток та інвестиційну привабливість суб'єктів господарювання, можна дійти висновку, що основними для більшості підприємств машинобудівної галузі є брак фінансування, несприятливе економічне середовище в державі. Щодо внутрішньої складової економічного механізму варто наголосити на недостатньому приділенні уваги з боку керівни-

ків підприємств питанням стратегічного управління та прогнозування інвестиційних процесів, оцінювання можливих ризиків, обґрунтування результативності в даній сфері.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Рудницька О. Інвестиційна привабливість підприємств / О. Рудницька, І. Марків // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Логістика. – 2014. – № 811. – С. 299-304.
2. Очердько О. Оцінка інвестиційної привабливості підприємства в умовах кризи / О. Очердько // Вісник Приазовського державного технічного університету. Серія: Економічні науки. – 2015. – Вип. 29. – С. 91-97.
3. Бланк І. Инвестиционный менеджмент / И. Бланк. – К.: Эльга-Н, Ника- Центр, 2001. – 448 с.
4. Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.ukrstat.gov.ua.
5. Голубев Д. Формування інвестиційної стратегії на засадах інвестиційної політики підприємств машинобудування / Д. Голубев // Ефективна економіка. – 2014. – № 8. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=3266>.
6. Зовнішньоекономічна діяльність України: оцінка стану, проблеми та чинники впливу на розвиток / [Н. Тюріна, Н. Карвацка, Т. Назарчук] // Вісник Хмельницького національного університету. – 2017. – № 2. – Т. 2. – С. 147-154.
7. Index of Economic Freedom [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.heritage.org/index/ranking>.
8. Мацука В. Особливості іноземного інвестування в Україні / В. Мацука // Науковий вісник Херсонського державного університету. – 2015. – Ч. 4. – Вип. 11. – С. 12-15.
9. Про інвестиційну діяльність: Закон України від 23 липня 2017 року № 1560-12 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show>.
10. Семенов В. Проблеми розвитку та активізації діяльності інвестиційної інфраструктури: регіональний аспект / В. Семенов, К. Фроліна // Економіка и управление. – 2013. – № 4. – С. 107-111.
11. Рожманов В. Інвестування галузі машинобудування: історія становлення та напрями розвитку / В. Рожманов // Науковий вісник Академії муніципального управління. Серія: Економіка. – 2011. – Вип. 10. – С. 235-243.

УДК 658.152+339.7

Баглай І.Є.

асистент кафедри менеджменту організацій
Національного університету «Львівська політехніка»

ВИБІР ТА РЕАЛІЗАЦІЯ КОРПОРАТИВНОЇ СТРАТЕГІЇ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА З ІНОЗЕМНИМ КАПІТАЛОМ

У статті розроблено порядок вибору та впровадження корпоративної стратегії промислового підприємства з іноземними інвестиціями. Визначено основні етапи вибору та реалізації корпоративної стратегії промислового підприємства з іноземним капіталом. Виділено критерії та обмеження, які слід враховувати в процесі розроблення та впровадження корпоративної стратегії промислового підприємства в умовах іноземного інвестування.

Ключові слова: корпоративна стратегія, інвестор, іноземні інвестиції, вибір, критерії.

Баглай И.Е. ВЫБОР И РЕАЛИЗАЦИЯ КОРПОРАТИВНОЙ СТРАТЕГИИ ПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ С ИНОСТРАННЫМ КАПИТАЛОМ

В статье разработан порядок выбора и внедрения корпоративной стратегии промышленного предприятия с иностранными инвестициями. Определены основные этапы выбора и реализации корпоративной стратегии промышленного предприятия с иностранным капиталом. Выделены критерии и ограничения, которые следует учитывать в процессе разработки и внедрения корпоративной стратегии промышленного предприятия условиях иностранного инвестирования.

Ключевые слова: корпоративная стратегия, инвестор, иностранные инвестиции, выбор, критерии.

Bahlai I.Ye. SELECTION AND IMPLEMENTATION OF CORPORATE STRATEGY OF INDUSTRIAL ENTERPRISE WITH FOREIGN CAPITAL

In the article the procedure for the selection and implementation of the corporate strategy of an industrial enterprise with foreign investments is defined. The basic stages of the selection and implementation of the corporate strategy of an industrial enterprise with foreign capital are determined. Criteria and limitations that should be taken into account in the process of development and implementation of the corporate strategy of an industrial enterprise with foreign investment are highlighted.

Keywords: corporate strategy, investor, foreign investments, choice, criteria.

Постановка проблеми. Ефективність функціонування будь-якого підприємства залежить від вдало вибраної корпоративної стратегії. Особливості процесу вибору стратегії підприємства визначаються з огляду на приналежність організації до певної галузі, тип діяльності, кількість гравців на ринку, потреби споживачів, наявність необхідних ресурсів для реалізації вибраного напрямку діяльності тощо. Вагомим чинником, що впливає на вибір та реалізацію корпоративної стратегії підприємства, є іноземне інвестування суб'єкта господарювання. Н.І. Чухрай, І.Я. Кулиняк відзначають наявність значного розриву в рівнях техніко-технологічного розвитку підприємств України та ЄС. Рівень техніко-технологічного забезпечення діяльності вітчизняних підприємств не відповідає міжнародним стандартам та потребам ринку, обладнання не оновлювалося значний час [1, с. 82]. Крім того, у процесі функціонування промислового підприємства з іноземним капіталом відбувається поєднання вітчизняних та іноземних методів ведення бізнесу, стилів менеджменту, підходів до здійснення процесу стратегічного управління підприємством, корпоративних культур, ментальностей персоналу тощо. Таким чином, процес формування стратегії підприємства з іноземними інвестиціями ускладнюється та повинен враховувати фактори, що визначають особливості функціонування вітчизняних промислових підприємств з іноземним капіталом. Отже, актуальності набуває проблема встановлення порядку вибору та реалізації корпоративної стратегії промислового підприємства в умовах іноземного інвестування.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Чимало іноземних та вітчизняних науковців досліджують процес формування стратегії підприємства. До них належать І. Ансофф, А.А. Томпсон, А.Дж. Стрікланд, Т.С. Муляр, З.С. Шершньова, С.В. Оборська, О.С. Віханський, В.В. Пастухова, О.Л. Трухан,

Г.В. Строкович, Д.А. Жукова, А.М. Сорока та інші вчені. Зокрема, О.С. Віханський [4] стверджує, що процес стратегічного управління можна розглядати як динамічну сукупність п'яти взаємопов'язаних управлінських процесів: визначення місії і цілей, аналіз середовища, вибір стратегії, виконання стратегії, оцінка і контроль виконання стратегії. Т.С. Муляр стверджує, що алгоритм розробки та реалізації стратегії підприємства проходить такі етапи [7, с. 293]: визначення місії та цілей; моніторинг; стратегічний аналіз; генерування альтернативних стратегій; вибір стратегії; розробка стратегії; реалізація стратегії; стратегічний контроль; прогнозування. О.Л. Трухан пропонує таку логічну послідовність етапів розробки стратегії підприємства [8]: організаційна підготовка процесу планування загальної стратегії; узгодження загальних стратегічних настанов з керівниками різних ієрархічних рівнів та функціональних підсистем підприємства; уточнення керівниками власних стратегічних позицій; обґрунтування стратегічних цілей розвитку підприємства та окремих функціональних напрямів; обговорення можливостей формування стратегічних альтернатив відповідно до встановлених цілей розвитку і потенціалу підприємства; вироблення та узгодження найбільш ймовірних варіантів стратегії; оцінка варіантів і вибір кінцевого варіанта стратегічного розвитку; діагностика кінцевого стратегічного сценарію, його деталізація і встановлення тактичних завдань щодо реалізації. Г.В. Строкович, Д.А. Жукова вважають [9, с. 329], що процес розроблення стратегії підприємства можна охарактеризувати як стратегічний цикл «стратегічний аналіз – розробка – реалізація – контроль».

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Однак, незважаючи на значну кількість праць з цієї тематики, неповністю розкритим залишається питання визначення впливу іноземного інвестора на вибір ефективної корпоративної страте-

гії промислового підприємства, яка б задовольняла інтереси усіх зацікавлених сторін. Це обумовило формулювання мети статті.

Мета статті полягає в розробці порядку вибору та реалізації корпоративної стратегії промислового підприємства з урахуванням присутності у статутному капіталі іноземних інвестицій.

Виклад основного матеріалу дослідження. Вибір корпоративної стратегії підприємства є одним із найважливіших завдань, що стоїть перед топ-менеджментом компанії, оскільки передбачає формування переліку заходів, спрямованих на досягнення економічної ефективності суб'єкта господарювання. З цим підходом погоджуються вітчизняні та закордонні вчені. Зокрема, Т.В. Муляр стверджує, що добре розроблена стратегія – основа підвищення конкурентоспроможності фірми, сильної конкурентної позиції і формування такої організації, яка за допомогою удосконалення структури управління і підвищення організаційної культури могла б успішно працювати в жорстких ринкових умовах [7, с. 292].

У сучасній економічній літературі описані етапи формування корпоративної стратегії підприємства. Більшість науковців сходиться на думці, що основними складовими процесу вибору та реалізації стратегії промислового підприємства є встановлення місії та цілей організації, аналіз зовнішнього і внутрішнього середовища, розробка стратегічних альтернатив, вибір стратегії, реалізація вибраної стратегії, контроль за виконанням стратегії.

У зв'язку з присутністю у складі вітчизняного промислового підприємства іноземного елемента процес вибору корпоративної стратегії ускладнюється, оскільки збільшується кількість факторів, які слід враховувати, зокрема вплив відмінностей у культурних особливостях, методах і стилях ведення бізнесу. Таким чином, рекомендуємо до процесу вибору та реалізації корпоративної стратегії додати етапи:

- визначення мети іноземного інвестора виходу на український ринок;
- визначення способу виходу іноземного інвестора на український ринок;
- визначення критеріїв та обмежень вибору корпоративної стратегії;
- вибору стратегії функціонування на українському ринку;
- оцінки ефективності корпоративної стратегії.

Схематичне представлення порядку вибору та реалізації корпоративної стратегії промислового підприємства з іноземними інвестиціями зображено на рис. 1.

На першому етапі відбувається визначення цільового ринку збуту продукції. Залежно від мети приходу іноземного інвестора на український ринок може бути вибрано один із двох напрямів діяльності: виробництво та продаж продукції іноземного інвестора та продаж її на українському ринку; виробництво продукції та її експорт за кордон.

На другому етапі залежно від вибраної мети іноземного інвестування здійснюється вибір способу виходу на український ринок:

- придбання наявного підприємства або частини його акцій;
- створення бізнесу з «нуля», тобто будівництво нового заводу, фабрики, закупівля обладнання, налагодження бізнес-процесів тощо;
- спільне підприємництво, тобто пошук та налагодження співпраці з українським партнером.

Третім етапом є формування місії та встановлення цілей функціонування організації. Залежно від мети

та способу приходу іноземного інвестора на український ринок ним можуть встановлюватись стратегічні, тактичні та оперативні цілі. У разі створення бізнесу «з нуля» або купівлі контрольного пакету акцій вітчизняного підприємства інвестор наділяється правом здійснення одноосібного управління. Відповідно до цього ним формуються усі цілі підприємства. У разі придбання невеликої частини акцій, створення спільного підприємства інвестором встановлюються стратегічні цілі, а формування тактичних та оперативних цілей підпадає під компетенцію українського топ-менеджменту.

Після окреслення основних перспективних напрямів роботи та бажаних кінцевих результатів на промисловому підприємстві з іноземним капіталом проводиться аналіз зовнішнього та внутрішнього середовища українського підприємства. На цьому етапі відбувається виявлення можливостей для розвитку підприємства та загроз, спричинених мінливістю зовнішнього середовища. Також відбувається встановлення сильних та слабких сторін. На основі проведеного аналізу внутрішнього та зовнішнього середовища відбувається встановлення вузьких місць та недоліків у функціонуванні підприємства, що потребують усунення, а також виявлення нереалізованих можливостей та організації.

Наступним етапом процесу вибору корпоративної стратегії промислового підприємства в умовах іноземного інвестування є визначення критеріїв, яким повинна відповідати вибрана стратегія, а також її обмежень. До критеріїв, які слід враховувати під час вибору корпоративної стратегії суб'єкта господарювання в умовах іноземного інвестування, можна віднести такі:

- 1) врахування інтересів усіх зацікавлених сторін (стейкхолдерів), а саме іноземних інвесторів, власників, акціонерів, персоналу підприємства;
- 2) врахування міжкультурних чинників, що виникають у зв'язку з поєднанням іноземних та українських елементів;
- 3) орієнтація на досягнення довгострокової економічної ефективності та зростання рівня конкурентоспроможності суб'єкта господарювання;
- 4) врахування розміру (величини) підприємства;
- 5) забезпеченість необхідними ресурсами (фінансовими, матеріальними, сировинними, технологічними, інформаційними, трудовими);
- 6) врахування потенціалу підприємства, який Л.С. Ладонько, М.В. Ганжа трактують як наявність ресурсів, резервів та можливостей підприємства, які можуть бути використані для досягнення поставлених цілей [10, с. 110];
- 7) узгодженість стратегії в часі, з іншими структурними одиницями компанії, напрямками діяльності тощо.

Кількість критеріїв може збільшуватись залежно від галузі діяльності, типу підприємства, особливостей методів, принципів стратегічного управління, що використовуються топ-менеджментом компанії.

До обмежень, які зменшують кількість стратегічних альтернатив та впливають на швидкість та ефективність реалізації корпоративної стратегії промислового підприємства з іноземними інвестиціями, доцільно віднести міжкультурні бар'єри; обмеженість ресурсів (фінансових, матеріальних, сировинних, технологічних, інформаційних, трудових); рівень ризикованості стратегічних рішень тощо.

Наступним етапом є визначення стратегії функціонування підприємства. Залежно від характеру розвитку організації може бути вибрана стратегія зростання,

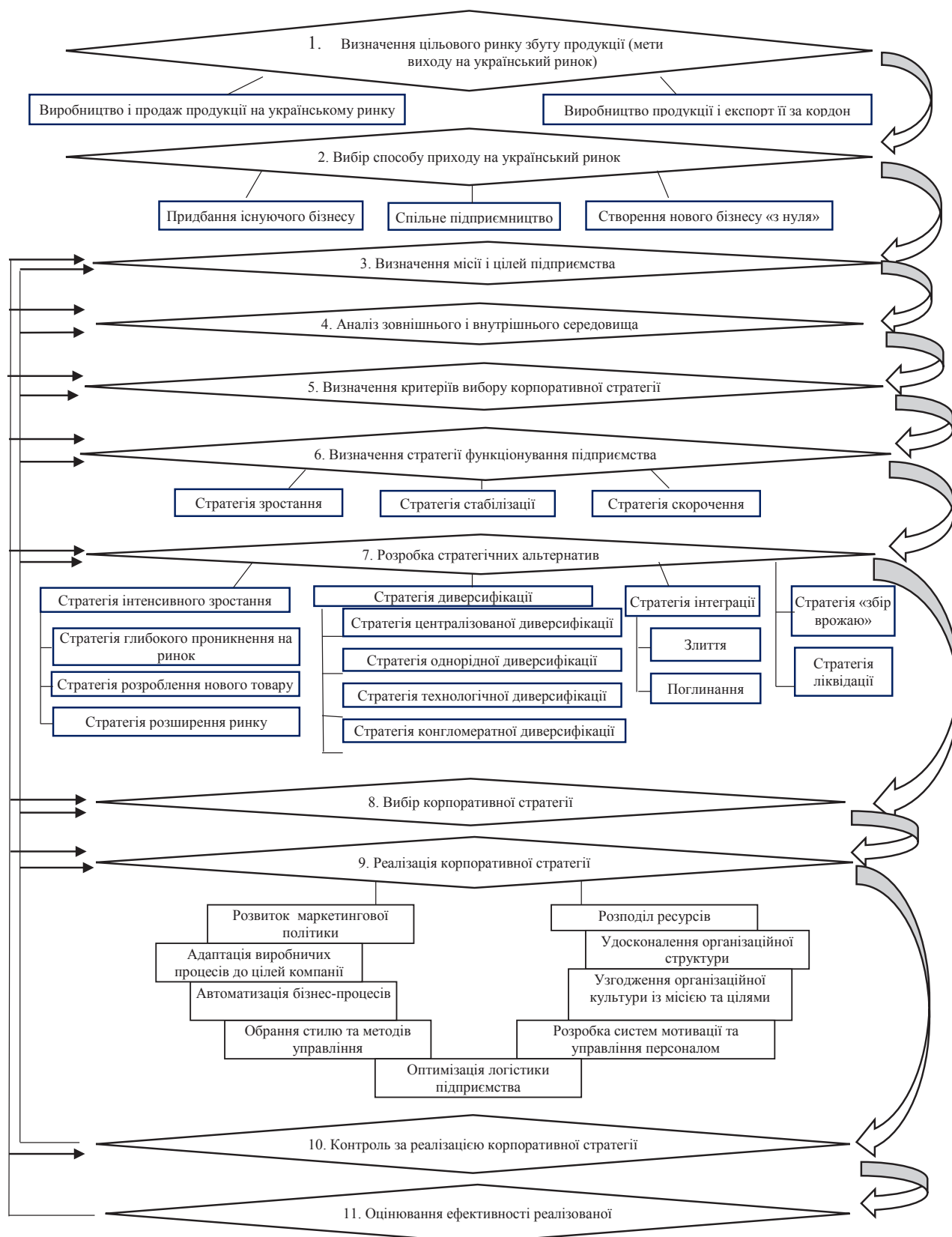


Рис. 1. Порядок вибору та реалізації корпоративної стратегії промисловим підприємством з іноземними інвестиціями

Джерело: власна розробка автора

стабілізації або скорочення. Стратегія зростання націлена на розширення ринкової діяльності, збільшення активів компанії, зростання обсягів інвестування [12, с. 116]. Стратегія стабілізації використовується з метою збереження ринкової позиції підприємства. Стратегія скорочення вибирається в разі наявності в господарському портфелі збиткового напрямку діяльності, що приводить до зниження рівня рентабельності діяльності суб'єкта господарювання.

На основі встановленого напрямку розвитку організації відбувається встановлення стратегічних альтернатив. На цьому етапі інвестором розглядаються усі можливі сценарії подальшого функціонування підприємства. Відповідно до поставлених цілей вибирається найбільш оптимальний варіант розвитку промислового підприємства.

На етапі реалізації корпоративної стратегії промислового підприємства з іноземним капіталом здійснюються розподіл ресурсів між підрозділами, адаптація виробничих процесів до цілей компанії, автоматизація бізнес-процесів, розвиток маркетингової політики, оптимізація логістичних процесів підприємства, удосконалення організаційної структури, вибір стилю та методів управління, розробка систем мотивації та управління персоналом, узгодження організаційної культури з місією та цілями компанії.

Наступним етапом є контроль за реалізацією вибраної стратегії, який дає змогу виявити «вузькі місця» в діяльності підприємства, швидко реагувати на динамічні зміни зовнішнього і внутрішнього середовища суб'єкта господарювання та усувати недоліки у його функціонуванні.

Останнім етапом є оцінювання ефективності реалізованої корпоративної стратегії, який дає змогу шляхом зіставлення отриманих результатів з плановими значеннями показників оцінити рівень досягнення поставлених цілей.

Процес вибору та реалізації корпоративної стратегії промислового підприємства з іноземним капіталом повинен бути циклічним, ітеративним. У разі виявлення на етапі контролю недоліків та прогалин розробленої стратегії необхідно повернутися на початкові етапи з метою їх усунення. Крім того, вибрана стратегія підприємства повинна бути гнучкою, швидко адаптуватися до змін зовнішнього оточення організації, а також бути орієнтованою на довгострокову перспективу.

Висновки. На основі проведеного дослідження можна зробити такі висновки.

1) Присутність іноземного інвестора в діяльності вітчизняного промислового підприємства ускладнює процес вибору та реалізації корпоративної стратегії. Зокрема, зростає кількість етапів, які необхідно пройти для вибору успішної стратегії.

2) В умовах іноземного інвестування процес вибору корпоративної стратегії промислового підприємства повинен включати такі етапи: вибір цільового сегменту ринку, способу виходу на український ринок, визначення місії і цілей підприємства

після здійснення інвестування, аналіз зовнішнього і внутрішнього середовища, визначення критеріїв вибору корпоративної стратегії компанії, вибір стратегії функціонування підприємства на українському ринку, розробка стратегічних альтернатив, вибір корпоративної стратегії, реалізація вибраної стратегії, контроль за її виконанням, оцінка ефективності реалізованих заходів.

3) Процес вибору та реалізації корпоративної стратегії промислового підприємства з іноземними інвестиціями повинен характеризуватися циклічністю та ітеративністю, що створює можливість швидко реагувати на зміни у зовнішньому та внутрішньому середовищі підприємства, робить стратегію гнучкою.

Перспективами подальших досліджень є визначення показників, які характеризують ефективність вибраної корпоративної стратегії підприємства з іноземним капіталом та розроблення системи їх оцінювання.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Чухрай Н.І. Маркетингові дослідження готовності підприємств Львівської області до входу на ринки ЄС / Н.І. Чухрай, І.Я. Кулик // Актуальні проблеми економіки. – 2015. – № 11. – С. 77-86.
2. Ансофф І. Стратегическое управление / И. Ансофф; сок. пер. с англ. / науч. ред. и авт. предисл. Л.И. Евенко. – М.: Экономика, 1989. – 519 с.
3. Томпсон А. Стратегический менеджмент. Искусство разработки и реализации / А. Томпсон, Дж. Стрикленд. – М.: Юнити, 1998. – 576 с.
4. Виханский О.С. Стратегическое управление: [учебник] / О.С. Виханский. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Гардарики, 1998. – 296 с.
5. Теоретичні аспекти стратегічного управління підприємством / [Н.В. Бондаренко, М.С. Пантелеев, Е. Джапаров] // Вісник Національного технічного університету «ХПІ». Сер.: Технічний прогрес та ефективність виробництва. – 2014. – № 33. – С. 129-134.
6. Шершньова З.Є. Стратегічне управління: [підруч.] / З.Є. Шершньова. – 2-ге вид., перероб. і доп. – К.: КНЕУ, 2004. – 699 с.
7. Муляр Т.С. Формування і реалізація стратегії підприємств / Т.С. Муляр // Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету (економічні науки). – 2013. – № 2(6). – С. 289-300.
8. Трухан О.Л. Організація процесу розробки стратегії підприємства / О.Л. Трухан // Економічні науки: тези міжнародної наукової інтернет-конференції. – 2012 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://intkonf.org/kentruhan-ol-organizatsiya-protsesu-rozrobki-strategiyi-pidpriemstva>.
9. Строкович Г.В. Теоретичні засади формування системи стратегічного вибору підприємства / Г.В. Строкович, Д.А. Жукова // Проблеми економіки. – 2014. – № 4. – С. 327-333.
10. Ладонько Л.С. Стратегічний потенціал підприємства: формування та оцінка / Л.С. Ладонько, М.В. Ганжа // Науковий вісник Полісся. – 2015. – Вип. 2. – С. 109-114.
11. Сорока А.М. Корпоративна стратегія системи менеджменту в сфері телекомунікацій / А.М. Сорока // Економіка. Менеджмент. Бізнес. – 2016. – № 3. – С. 75-80.
12. Фролова Т.О. Корпоративні стратегії глобального інвестиційного бізнесу / Т.О. Фролова // Міжнародна економічна політика. – 2012. – Вип. 1-2. – С. 125-155.

УДК 339.15:005.35

Бардіна Т.О.

старший викладач кафедри підприємництва і права
Полтавської державної аграрної академії

СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ ЯК НЕВІД'ЄМНА СКЛАДОВА РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКИХ ТЕРИТОРІЙ

У статті проаналізовано різні підходи до визначення поняття соціальної відповідальності аграрних підприємств, а також визначено їх роль у розвитку сільських територій. З огляду на проведені дослідження запропоновано перспективні напрями розвитку сільських територій з урахуванням соціальної відповідальності аграрних підприємств.

Ключові слова: соціальна відповідальність, аграрні підприємства, сільські території, територіальна громада, сільське господарство, агробізнес, агрохолдинги, розвиток сільських територій, Україна.

Бардіна Т.О. СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ АГРАРНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ КАК НЕОТЪЕМЛЕМАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ РАЗВИТИЯ СЕЛЬСКИХ ТЕРРИТОРИЙ

В статье проанализированы различные подходы к определению понятия социальной ответственности аграрных предприятий, а также определена их роль в развитии сельских территорий. С учетом проведенного исследования предложены перспективные направления развития сельских территорий с учетом социальной ответственности аграрных предприятий.

Ключевые слова: социальная ответственность, аграрные предприятия, сельские территории, территориальная община, сельское хозяйство, агробизнес, агрохолдинги, развитие сельских территорий, Украина.

Bardina T.O. SOCIAL RESPONSIBILITY OF AGRICULTURAL ENTERPRISES IS THE MAIN COMPONENT IN RURAL DEVELOPMENT

In the article various approaches to the definition of the concept of social responsibility of agrarian enterprises are analyzed their role in the development of rural areas is determined. Proceeding from the conducted research, prospective directions for the development of rural areas with regard to the social responsibility of agrarian enterprises are proposed.

Keywords: social responsibility, agrarian enterprises, rural areas, territorial society, agriculture, agribusiness, agro holdings, rural development, Ukraine.

Постановка проблеми. Останнім часом через складні соціально-економічні умови, що склалися в Україні, вирішення питання розвитку сільських територій є одним із ключових, що має стояти на порядку денному. В умовах децентралізації влади та становлення громадянського суспільства вирішення цієї проблеми можливе шляхом пошуку напрямів реалізації соціальної відповідальності підприємств та їх адаптації до чинної, хоча, на нашу думку, не завжди ефективної системи соціального захисту працівників та представників певної територіальної громади.

Це й не дивно для країни інсайдерів, в якій домінують природні монополії, виникла «прірва» між багатими та бідними, домінує розшарування населення за джерелами та обсягами доходів, має місце експлуатація праці та «її величність тіньова економіка». Безумовно, слід з чогось починати діяти, і одним із «м'яких, цивілізованих» методів часткової «експропріації експропріаторів» виступає саме інститут соціальної відповідальності агробізнесу [2].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Серед величезного загалу вітчизняних та зарубіжних науковців дослідженню та вирішенню питання соціальної відповідальності як явища вкрай необхідного приділяють надзвичайно велику увагу М. Альбер, В. Апопій, А. Базилюк, М. Бенюфа, М. Бутко, Дж. Б'юнкенен, В. Воробей, О. Гуменна, К. Девіс, П. Друкер, С. Задек, Е. Карнегі, О. Кузьмін, Г. Ленсен, М. Туган-Барановський, М. Фрідмен, В. Шаповал, О. Шелдон та багато інших.

Мета статті полягає у визначенні ролі соціальної відповідальності аграрних підприємств у розвитку сільських територій.

Виклад основного матеріалу дослідження. Зрозуміло, що поняття «соціальна відповідальність» не з'явилося раптово, а еволюціонувало в часі і просторі у зв'язку з виникненням відповідних передумов.

Таким чином, відразу після завершення Другої світової війни політики, науковці та економісти почали замислюватися над питанням про те, як налагодити соціальне примирення між працею та капіталом. Так виникла ідея розбудови соціально орієнтованої держави. Серед усього іншого каталізатором цих перетворень була ідеологічна боротьба між капіталізмом та соціалізмом. Своїм піднесенням соціально орієнтовані західні держави зобов'язані перш за все соціально відповідальному великому бізнесу [2].

Деякі дослідники стверджують, що своєї популярності це поняття набуло у 50-60-х роках минулого століття, саме тоді, коли почали створюватися великі підприємства та корпорації [4].

Однак на межі 70-80-х років XX століття ситуація суттєво змінилася. Спочатку в США і у Великій Британії, а пізніше і в інших країнах Західної Європи доктрина соціальної відповідальності бізнесу втратила свою популярність. Причиною стало поширення неоліберальних або неоконсервативних концепцій, в основі яких лежала ідея досягнення максимуму можливого прибутку за рахунок мінімізації оподаткування та витрат (зокрема, соціальних). Це спричинило кризу соціально орієнтованих західних держав, посилюючи соціальну нерівність, призвело до зростання бідності та безробіття, появи широкомасштабних трудових конфліктів [5].

Аналіз вивченої нами літератури свідчить про те, що обізнане з питань захисту прав споживачів, екологічних та етичних проблем суспільство свідомо чи несвідомо почало мотивувати організації до створення та реалізації різних програм соціальної відповідальності. У США та країнах Західної Європи почав активно зароджуватися феміністський та рух захисників довкілля, захисту прав споживачів.

На думку Девіда Геса, Ніколаса Роговські та Томаса Дафні, одним із ключових моментів (можливо, навіть переломних) в процесі переходу від «традиційної»

філантропії до усвідомленого поняття «соціальна відповідальність» виявився фактор «морального тиску». Саме наприкінці ХХ століття ми спостерігаємо соціальну активність з боку клієнтів, працівників, інвесторів, які одним із ключових факторів під час здійснення свого вибору називають моральність.

Фактично до 1990 року підприємства, що дотримувалися філантропічних поглядів, займалися благодійністю з метою «робити добро задля того, щоб добре виглядати», але поступово ці принципи змінилися. Покупці відають перевагу свідомим підприємствам із чітко визначеною соціальною відповідальністю перед суспільством, а більшість інвесторів хоче більше, ніж просто отримувати прибуток.

В незалежній Україні популяризація ідей соціальної активності та відповідальності бізнесу була започаткована союзом промисловців та підприємців (УСПП) та Українською асоціацією якості (УАЯ) у 1996 році, коли запроваджувалися концепції TQM (Total Quality Management) і моделі EFQM (European Foundation for Quality Management). У цих документах зазначалося, що будь-яка компанія, яка прагне досконалості, має задовольняти всі зацікавлені сторони, демонструючи при цьому постійне турботливе ставлення до споживачів, власного персоналу і суспільства, забезпечуючи охорону довкілля, здійснюючи благодійну діяльність та сприяючи сталому розвитку суспільства. Будь-яка компанія має усвідомлювати, що досягнення нею успіху можливе лише за умови, що її діяльність є корисною для суспільства, відповідає його цінностям та цілям [1].

У зв'язку зі зростанням інтересу до соціальної відповідальності бізнесу в Україні Представництво Організації Об'єднаних Націй в Україні провело презентацію ініціативи Глобального договору (Глобальний договір ООН (UN Global Compact)), тобто Ініціативи ООН, спрямованої на виявлення та поширення провідного досвіду у сфері розробки й реалізації соціальної відповідальності компаній. Договір ґрунтується на дев'яти принципах, запозичених із Загальної декларації прав людини, фундаментальних принципів МОП в частині права на працю, а також «принципів Ріо» щодо охорони навколиш-

нього середовища й розвитку. Договір закликає компанії вести справи на основі його принципів [2].

Сьогодні Україна перебуває в атмосфері надзвичайно складних економічних, політичних та соціальних перетворень. Держава знаходиться на межі банкрутства, а суспільство доведено до гуманітарної та соціальної катастрофи. Депресивний стан економіки не дає змогу утримувати належні соціальні стандарти у сільській місцевості. Українське село знаходиться на межі виживання: майже повністю зруйновано інфраструктуру, відсутнє кваліфіковане забезпечення надання медичних та освітніх послуг, молодь категорично відмовляється їхати в село.

Водночас це є періодом стрімкого становлення і розвитку громадянського суспільства, де головна роль має належати територіальній громаді. Кому, як не людям, що мешкають у сільській місцевості, вирішувати свою власну долю, хто краще за них знає, куди і на які потреби витрачати кошти з місцевих бюджетів. А територіальна громада має формуватися на основі постійного сільського чи міського населення, що функціонує як самостійна адміністративно-територіальна одиниця або ж їх об'єднання.

Провівши відповідні дослідження, фахівці Світового банку розраховували, що мінімальна кількість населення територіальної громади з погляду ефективного управління має складати 5-6 тис. осіб. В Україні понад 30 тисяч населених пунктів налічує менше 5 тис. населення у кожному [5].

Відповідно до статті 6 Закону України «Про місцеве самоврядування» «територіальні громади сусідніх сіл можуть об'єднуватися в одну територіальну громаду, створювати єдині органи місцевого самоврядування з метою реалізації різних проєктів або ж фінансування заходів, спрямованих на розв'язання їхніх спільних проблем» [3].

Проаналізувавши думки різних вчених, можна визначити основні ознаки, що характеризують наявність територіальної громади (рис. 1).

Як ми бачимо, територіальна громада може функціонувати, якщо кожен учасник психологічно ідентифікує себе зі спільнотою, має спільні інтереси з іншими учасниками, відчуває належність до спільноти та відповідальність перед нею, має почуття співучасті до подій у суспільстві. Наявність сукупності цих ознак називається «почуття спільноти».

Територіальна громада не може існувати без спільноти людей, які поєднуються історично, культурно або ж просто можуть бути сусідами.

Якщо говорити про наявність сусідських відносин, спільні для всіх правила і норми поведінки у суспільстві, певні суспільні послуги та організацію взаємозв'язків у виробничій діяльності, то це ознаки соціальної взаємодії.

І зрозуміло, ще однією з ознак є наявність місця у просторі, чи то в межах географічних, адміністративних чи економічних кордонів.

За своїм соціально-економічним змістом успішна діяльність громади передбачає налагодження відповідальної та взаємної співучасті усіх учасників. Для будь-якого бізнесу, а тим більше аграрного, територіальна громада – це не тільки географічне розташування підприємства. Перш за все власник має розуміти, що створює певний мікроклімат, середовище функціонування



Рис. 1. Основні ознаки, що характеризують наявність територіальної громади

Джерело: власна розробка автора за матеріалами [2]

його потенційних інвесторів, клієнтів та працівників. Успішні підприємці мають розуміти, що єдиний шлях до побудови ефективного бізнесу – це перш за все розвиток громади, в яку ви, вкладаючи ресурси сьогодні, фактично закладаєте фундамент для розвитку бізнесу в майбутньому.

Все актуальніше з кожним роком для України постає питання соціальної відповідальності підприємств саме аграрного бізнесу, що можна пов'язати з такими групами причин:

- агрохолдинги та корпорації все частіше відчують на своїй діяльності вплив зовнішнього середовища та зобов'язані швидко та вчасно реагувати на його запити, а особливо тоді, коли це стосується питання соціальної орієнтації;

- за ступенем інтелектуалізації праці, збільшення ролі людського капіталу поступово змінюється розуміння працівниками поняття гідного робочого місця, справедливості винагороди за працю, ефективності зайнятості, зростають їх вимоги до компанії-роботодавця [6];

- поширення принципів відкритості й прозорості діяльності компаній робить доступною для працівників і споживачів будь-яку інформацію про функціонування компанії, отже, значення доброго іміджу дедалі посилюється;

- зростає увага потенційних інвесторів до інформації про конкурентоспроможність компанії, її турботу про довкілля, соціальну відповідальність тощо [7].

Ці ж чинники спричинили й активізацію наукових розробок питань соціальної відповідальності бізнесу, однак теоретична складність поняття і виняткова практична значимість цього соціального феномена потребують подальшого дослідження.

В науковій літературі можна знайти надзвичайно велику кількість трактувань поняття «соціальна відповідальність» або «корпоративна соціальна відповідальність». Проаналізувавши їх більшість, ми дійшли висновку, що всі вони зовсім різні, а іноді навіть можуть суперечити одне одному. Залежить це від вибраного підходу визначення цілей організації та тих учасників процесу, які роз'яснюють це поняття. Абстрактно основні, на нашу думку, позиції можна згрупувати та охарактеризувати таким чином (табл. 1).

Україна – це аграрна країна, де зосереджено близько 25% найродючіших чорноземів всієї планети, яку, як правило, обробляють жителі сільської місцевості. Незважаючи на складний економічний та політичний час, аграрний бізнес залишається одним із найприбутковіших. І тут ми можемо спостерігати певний парадокс: власники агробізнесу багатшають, а люди, що найняті обробляти землю, на якій живуть, біднішають.

Саме тому ми вважаємо, що шлях до ефективного розвитку сільських територій можливий лише за умови успішного функціонування механізму взаємодії «громада – влада – бізнес». Сьогодні вести бізнес без урахування потреб власного персоналу (як правило, це місцеві жителі, найняті на роботу), місцевих громад та навколишнього природного середовища в сучасних умовах недопустимо.

Підкреслюючи головні ознаки та дослідивши тлумачення провідних європейських організацій, наведемо декілька визначень соціальної відповідальності, які, на нашу думку, найбільше та найвлучніше можуть охарактеризувати це поняття (табл. 2).

Отже, проаналізувавши деякі думки різних науковців та установ, щодо визначення соціальної від-

Таблиця 1

Визначення «соціальної відповідальності» залежно від підходу до визначення цілей організації

Цільова аудиторія, учасники процесу	Тлумачення поняття «соціальна відповідальність»
Ділові люди, підприємці, роботодавці	Схильні розуміти цю відповідальність передусім як розвиток свого бізнесу, сумлінну сплату податків, дотримання законів і своєчасну виплату заробітної плати працівникам.
Наймані працівники	Найчастіше розуміють соціальну відповідальність бізнесу як соціальну політику підприємства, відповідальність роботодавця щодо колективу співробітників. Таке розуміння може мати різне наповнення: від простого виконання законів у сфері організації й оплати праці аж до патерналістського уявлення про господаря, що по-батьківськи опікується проблемами своїх працівників.
З позицій споживача	Соціальна відповідальність бізнесу означає обов'язок виробляти лише якісну, нешкідливу для споживачів продукцію, надавати про неї правдиву інформацію, не заохочувати розширення споживання некорисної продукції, не завищувати ціни на неї, не підтримувати шкідливі звички споживачів, знаходити способи зменшити негативний вплив продукції, яка шкідлива за природою.
Керівники місцевих органів влади	Нерідко мають своє розуміння соціальної відповідальності бізнесу як обов'язку підприємців на вимогу адміністрації надавати так звані благодійні внески в обмін на елементарне право спокійно вести законний бізнес на певній території.
З позицій ділового партнерства	Соціальна відповідальність компанії означає формування відносин з партнерами на принципах дотримання угод, професійних стандартів діяльності, фінансової відповідальності.
З позицій мешканців певної території і загалом нашої планети	Соціальна відповідальність компанії означає збереження природного середовища існування, економне споживання й відновлення використаних ресурсів, діяльність у гармонії з природою.

Таблиця 2

Основні визначення соціальної відповідальності

Джерело	Визначення соціальної відповідальності
Визначення із Зеленої книги Європейського Союзу	Інтеграція соціальних та екологічних аспектів у щоденну комерційну діяльність підприємства в їхню взаємодію із зацікавленими сторонами на добровільній основі.
Міжнародний форум лідерів бізнесу, IBLF	Сприяння відповідальній діловій практиці, яка дає вигоду бізнесу та суспільству й допомагає досягти соціального, економічного та екологічного сталеного розвитку через максимальне збільшення позитивного впливу бізнесу на суспільство з одночасною мінімізацією його негативного впливу.
Всесвітня ділова рада за сталий розвиток, WBCSD	Зобов'язання бізнесу сприяти сталеному економічному розвитку, працюючи з робітниками, їхніми сім'ями, місцевою громадою та суспільством загалом для поліпшення якості їхнього життя.

повідальності, можемо сказати, що, на нашу думку, соціальна відповідальність аграрних підприємств – це особливий вид добровільної діяльності підприємств, який формується внаслідок відповідних економічних, екологічних та соціальних зобов'язань, спрямованих на підвищення загальної ефективності і корисності в інтересах територіальної громади.

Сьогодні в світі науки існує велика кількість думок щодо виокремлення основних концептуальних підходів до визначення соціальної відповідальності, виникнення яких залежало безпосередньо від думки суспільства про те, яку роль бізнес мав відігравати у його функціонуванні.

Ознайомившись із основними теоріями, виділимо такі види підходів до концепції соціальної відповідальності.

«Корпоративний егоїзм», коли підприємство є ключовим механізмом лише для отримання максимального прибутку, а вся його соціальна діяльність має спрямовуватися виключно на досягнення найвищого економічного результату. Найвідомішим прихильником цього підходу є М. Фрідман, який говорив, що «існує одна й тільки одна соціальна відповідальність ділового світу – використовувати свої ресурси та займатися діяльністю, спрямованою на збільшення прибутку, за умови що він дотримується правил гри, тобто бере участь у відкритій вільній конкуренції без обману та шахрайства». Отже, підприємство виконує свою основну економічну функцію отримання прибутку.

Наведені нижче підходи дають нам можливість зрозуміти, що поняття соціальної відповідальності та підходи до його визначення є абсолютно протилежними:

- забезпечує працівників робочими місцями, надає покупцям якісну продукцію;
- «корпоративний альтруїзм», що має базуватися на тому, що підприємства мають можливість впливати на суспільство, тому зобов'язані відповідально це використовувати;
- «соціальна вимога», відповідно чого підприємство повинно зосередити діяльність на вимогах суспільства, цим самим посилюючи свої позиції;
- «зацікавленість сторін», коли мають задовольнятися всі суб'єкти та об'єкти процесу діяльності підприємства;
- «підхід з позиції етики», в основі чого покладено ідею етичних зобов'язань представників бізнесу перед суспільством.

Таким чином, 83% українських споживачів вважають, що бізнес повинен розв'язувати соціальні проблеми у своєму місті та регіоні, 7% – у національному, 10% – у міжнародному [1] (рис. 2).



Рис. 2. Результати опитування українських споживачів щодо участі аграрного бізнесу у вирішенні соціальних проблем в Україні

Джерело: власна розробка автора

Для того щоб змінити та покращити соціально-економічну ситуацію у сільській місцевості, недоцільно говорити виключно про соціальну відповідальність тільки представників аграрних підприємств. Перш за все соціальну відповідальність несе та має гарантувати держава. Ще одними ключовими особами є представники територіальної громади. І тільки тоді, коли досягається рівноправна роль трьох учасників, можна говорити про успішний розвиток сільських територій. Ми передусім маємо бути соціально відповідальними та соціально активними перед самим собою, перед членами наших сімей, сусідами, друзями, колегами, громадою, роботодавцем, державою, природою.

Соціальна відповідальність як концепція заохочує кожну людину враховувати інтереси суспільства, беручи на себе відповідальність за вплив своєї діяльності на інших людей, громади та навколишнє середовище в усіх аспектах [4].

Дослідження, здійснені Гарвардським та іншими американськими і британськими університетами, засвідчили, що темпи зростання компаній, які взяли на озброєння і ретельно втілюють у життя принципи соціальної відповідальності, в 2-4 рази вищі, ніж у їхніх конкурентів, котрі обмежують свої цілі лише здобуттям прибутку [1].

Висновки. Основна сутність соціальної відповідальності аграрного підприємства полягає в етичному відношенні до працівників, в тому, що мають дотримуватися їхні права та інтереси, виготовлятися безпечні та якісні товари та послуги для споживачів, дотримуватися закони, слід не шкодити, а дбати про природу, а також допомагати територіальній громаді у вирішенні її соціально-економічних проблем.

Ми вважаємо, що дотримання аграрними підприємствами таких базових правил гри має бути чітко регламентоване та контролюватися державою, що є соціальною відповідальністю останньої. Турбота та піклування представників агробізнесу про своїх робітників, споживачів, природу та членів територіальної громади понад встановлені законодавчі норми може означати поглиблений рівень соціальної відповідальності такого підприємства. І в такому разі доцільними є дослідження динаміки діяльності, проведення досліджень визначення та нагородження кращих, мотивація та підтримка з боку держави.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Bardina T. Ways to improve social responsibility of the agrarian enterprises operating in the joint territorial communities / T. Bardina // Modern Science. – 2017. – № 5. – P. 7-13.
2. Березіна О. Теоретичні підходи до визначення поняття «корпоративна соціальна відповідальність» / О. Березіна // Вісник Житомирського державного технологічного університету. Серія: Економічні науки. – 2010. – Вип. 3(53). – Ч. 1. – С. 223-225.
3. Про місцеве самоврядування в Україні: Закон України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/280/97-%D0%B2%D1%80>.
4. Мельник С. Соціальна відповідальність бізнесу як складова соціальної політики України / С. Мельник // Економіка та держава. – 2007. – № 5. – С. 72.
5. Публікація ООН в Україні «Соціальна відповідальність бізнесу, розуміння та впровадження». – К., 2005.
6. Сапожник Г. Соціальна відповідальність бізнесу (етичний аспект) / Г. Сапожник // Мультиверсум. Філософський альманах. – 2003. – Вип. 33. – С. 58.
7. Соціальна відповідальність: теорія і практика розвитку: [монографія] / А. Колот, О. Грішнова та ін.; за наук. ред. А. Колота. – К.: КНЕУ, 2012.



УДК 640.41:659.1

Даниленко М.І.

кандидат економічних наук,

старший викладач кафедри готельно-ресторанного бізнесу
Київського національного торговельно-економічного університету

ВЕКТОРИ «МОБІЛЬНОСТІ» СУЧАСНОГО ГОТЕЛЮ

Визначено актуальні напрями мобільного маркетингу у готельному бізнесі. Здійснено аналіз використання мобільного маркетингу вітчизняними підприємствами готельного господарства. Надано пропозиції щодо розвитку мобільного маркетингу на підприємствах готельного господарства.

Ключові слова: мобільний маркетинг, мобільна адаптація, мобільні соціальні медіа, інтернет-маркетинг, підприємство готельного господарства.

Даниленко М.И. ВЕКТОРЫ «МОБИЛЬНОСТИ» СОВРЕМЕННОГО ОТЕЛЯ

Определены актуальные направления мобильного маркетинга в гостиничном бизнесе. Осуществлен анализ использования мобильного маркетинга отечественными предприятиями гостиничного хозяйства. Даны предложения по развитию мобильного маркетинга на предприятиях гостиничного хозяйства.

Ключевые слова: мобильный маркетинг, мобильная адаптация, мобильные социальные медиа, интернет-маркетинг, предприятие гостиничного хозяйства.

Danylenko M.I. VECTORS OF THE MODERN HOTEL «MOBILITY»

The actual directions of mobile marketing in the hotel business are determined. An analysis of the use of mobile marketing by domestic enterprises of the hotel industry is carried out. The proposals on the development of mobile marketing at the enterprises of the hotel industry are given.

Keywords: mobile marketing, mobile adaptation, mobile social media, internet marketing, enterprise of hotel business.

Постановка проблеми. Здійснення маркетингової політики підприємств готельного господарства в умовах інтернетизації суспільства неможливе без застосування сучасних технологій, які максимально використовуються споживачами готельних послуг у повсякденному житті. Динамічний розвиток мобільних технологій та мобільного Інтернету зумовлюють одне з визначальних місць мобільного маркетингу у структурі інтернет-маркетингу та маркетингової діяльності загалом.

Для вітчизняних підприємств готельного господарства використання цього інструменту характеризується обмеженістю. Адаптивний дизайн веб-сайтів у багатьох готелів – технічно недосконалий, а змістове наповнення потребує актуалізації та структуризації. Мобільні соціальні медіа у маркетинговій діяльності застосовують менше ніж 20% досліджених підприємств. Використання мобільної інтернет-реклами та мобільних додатків не є притаманним українським готелям. Пошук оптимальних рішень з вибору інструментів мобільного маркетингу та впровадження їх у маркетингову діяльність підприємств готельного господарства створює підґрунтя для наукових досліджень.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Багатовекторність мобільного маркетингу, пов'язана з можливістю інтеграції інструментів інтернет-маркетингу до мобільних пристроїв та підвищення їх доступності для населення, створюють інтерес у заданому полі. Окремі аспекти використання складників мобільного маркетингу у діяльності підприємств висвітлювались у працях учених Л. Бугаєва [3], Д. Кокрума [4], Ф. Котлера [5], К. Кузера [1], В. Мазуренко [6], О. Михайлової [7] та ін.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Незважаючи на вагомий внесок учених та практичних працівників, застосування мобільного маркетингу у готельному бізнесі досліджено недостатньо. Актуальним є висвітлення як теоретичного, так і практичного аспектів щодо можливості впровадження мобільного маркетингу у діяльність підприємств готельного господарства.

Постановка завдання. Метою статті є визначення актуальних напрямів мобільного маркетингу у готельному бізнесі; здійснення аналізу використання мобільного маркетингу вітчизняними підприємствами готельного господарства; формування пропозицій щодо розвитку мобільного маркетингу на підприємствах готельного господарства.

Виклад основного матеріалу дослідження. Територіальна віддаленість споживачів готельних послуг від місця їх основного надання дає змогу стверджувати, що ефективність упровадження інтернет-маркетингу стає лакмусом ефективності усієї маркетингової політики підприємства готельного господарства. Серед актуальних інструментів реалізації інтернет-маркетингу (веб-сайт та його пошукова оптимізація, соціальні медіа, інтернет-реклама) особливого значення набуває мобільний маркетинг.

Сканування мобільного маркетингу з технічної позиції ілюструє дуалізм його сутності як складника інтернет-маркетингу (симбіоз мобільного зв'язку та мобільного Інтернету) та як самостійного маркетингового інструменту (обмеження засобами мобільного зв'язку). Під час реалізації маркетингової діяльності у готельному бізнесі, на наш погляд, не варто нехтувати обома напрямками. Проте очевидно, що більш повно можливості мобільного маркетингу розкриваються під час взаємодії з інтернет-технологіями.

Одним із найбільш стимулюючих факторів розвитку мобільного маркетингу вважаємо здатність основних інструментів інтернет-маркетингу інтегруватися до мобільних пристроїв, що наочно зображено на рисунку 1.

Розглядаючи представлену розробку у розрізі вітчизняного готельного ринку, варто зазначити, що для досліджених нами 600 підприємств готельного господарства центральною ланкою маркетингової політики у мережі Інтернет є веб-сайт, який використовують 97% із них. Таким чином, найбільша вагомість «мобільності» готелів, на нашу думку, полягає у здійсненні заходів щодо адаптації веб-сайту до мобільних пристроїв.

Нині існує декілька варіантів мобільної адаптації: адаптивний дизайн, мобільна версія сайту та мобільно-орієнтований сайт. Відмінність представлених форм полягає у доступності адекватного відображення на пристроях з різною розподільною здатністю. Створення адаптивного сайту має найвищу вартість та відзначається високою трудомісткістю процесу, однак не може однаково добре відображатися на екранах усіх мобільних засобів. Розроблення мобільної версії є більш бюджетним варіантом для забезпечення потреб мобільних інтернет-користувачів. Поруч із цим ця форма не здатна забезпечити адаптованість до пристроїв на тривалий час у зв'язку з постійним зростанням варіацій розподільної здатності пристроїв. Мобільно-орієнтований сайт також є досить бюджетним варіантом та на досить високому рівні відображається на мобільних засобах, але досягнення такого ефекту відбувається не за рахунок технічної якості, а завдяки обмеженій інформативній

наповненості. Зважаючи на необхідність представлення значних обсягів інформації та попри високу вартість створення адаптивного дизайну сайту, на наше переконання, саме цей вид мобільної адаптації є єдиним прийнятним для діяльності підприємств готельного господарства [4; 5].

На основі дослідження практичного аспекту адаптації до мобільних пристроїв українських готелів слід відзначити позитивну динаміку у застосуванні цього інструменту (рис. 2).

Як бачимо з даних рисунку, в останні роки відбулися позитивні зрушення, які змінили ігнорування мобільних інтернет-користувачів на прагнення забезпечити їх потреби. Внаслідок цього темпи зростання адаптації до мобільних пристроїв вітчизняних підприємств готельного господарства є зіставними з темпами зростання мобільної інтернет-аудиторії.

Найбільш адаптованим до цього процесу виявився 5* сегмент готельного ринку, переважна більшість

представників якого актуалізували свої веб-сайти протягом 2014 року. Натепер із 24 готелів категорії 5* лише 4 підприємства не мають адаптивного дизайну сайту. Незважаючи на високу вартість таких перетворень (розроблення адаптивного дизайну коштує 6-14 тис. грн.), слід відзначити позитивні тенденції підвищення числа конверсій на веб-сайтах та збільшення тривалості перебування інтернет-користувачів на них (рис. 3).

Звичайно, збільшення конверсій на сайтах та тривалості перебування на них не можна цілком пов'язувати із застосуванням одного інструменту інтернет-маркетингу. Проте вважаємо, що це стало вагомим складником цього процесу, а структурування веб-сайтів стає вимогою часу та гострою необхідністю і для готелів категорії 3*.

Позитивним аспектом мобільного маркетингу є присутність декількох варіацій мобільної адаптації у діяльності окремих підприємств. Так, наприклад, готелі «Fairmont Grand Kyiv» 5* (м. Київ) та «Bristol Hotel Odessa» 5* (м. Одеса) мають адаптивну верстку сайтів та використовують спеціально розроблені мобільні додатки власних брендів. І хоча, згідно з аналітичними дослідженнями, мобільні інтернет-користувачі рідко виявляють бажання перевантажувати власні гаджети додатками, якими рідко користуються, на наш погляд, для готелів елітного сегменту та готельних ланцюгів використання такого елемента мобільного маркетингу є доречним.

Оскільки більшість переходів на веб-сайти відбувається з пошукових систем, діяльність

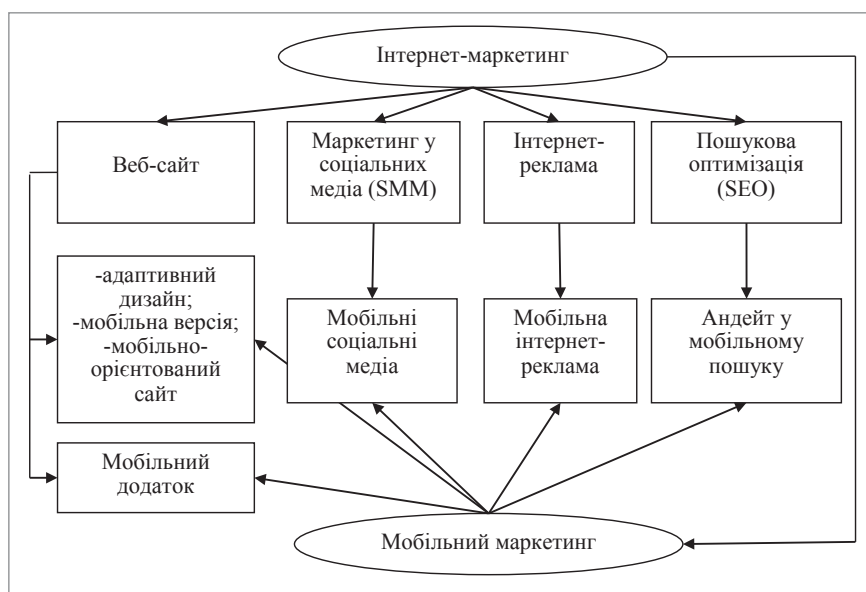


Рис. 1. Інтеграція інструментів інтернет-маркетингу в мобільний маркетинг

Джерело: розроблено автором

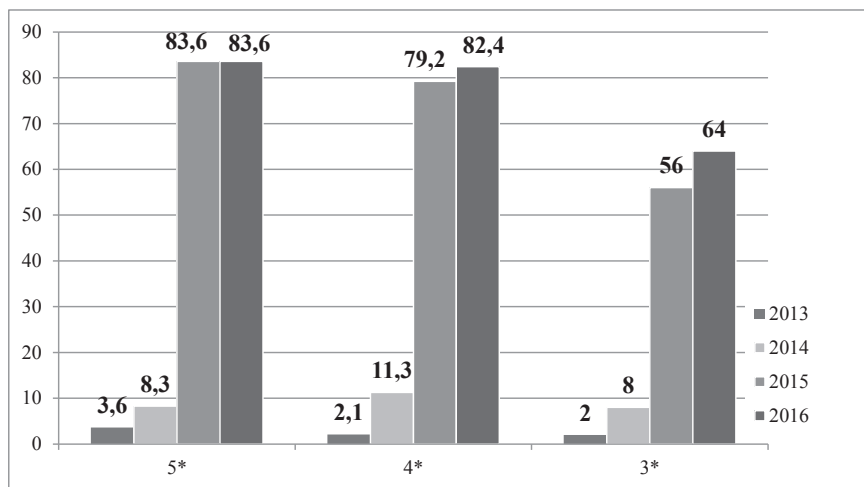


Рис. 2. Мобільна адаптація веб-сайтів підприємств готельного господарства у 2013-2016 рр. (%)

Джерело: систематизовано автором на основі досліджень веб-сайтів підприємств готельного господарства

підприємства в інтернет-середовищі вимагає безперервної роботи щодо пошукової оптимізації (SEO). Посилаючись на дані найпопулярнішої у світі пошукової системи Google, у 2016 році кількість запитів, здійснених з мобільних пристроїв, перевищила число десктопних (зі стаціонарних комп'ютерів). У 2017 році ця тенденція закріпилася [9]. Таким чином, особливого значення набуває позиціонування веб-сайтів у мобільному пошуку. Відмінність, яка ускладнює формування високих позицій веб-сайту у мобільному пошуку, полягає у кількості позицій видачі на сторінці. Якщо у стаціонарному пошуку кількість посилань становить 7-10 на сторінці залежно від пошукової системи, то на екран мобільного телефону виводиться 3-4 позиції на сторінці.

Згідно з даними проведеного нами аналізу пошукової оптимізації веб-сайтів підприємств готельного господарства, можна стверджувати про неспроможність їх інтернет-ресурсів конкурувати з сервісами інтернет-систем бронювання у вільному пошуку, що не передбачає використання назви бренду у ключових словах. У таких умовах важливими завданнями для вітчизняних готелів є спрямування зусиль на складники андейту у пошукових системах: підвищення технічної якості веб-сайтів, формування унікального контенту, нарощування кількості якісних посилань на цей ресурс в інтернет-середовищі.

Важливим складником формування місця веб-сайту у мобільному пошуку та мобільному маркетингу загалом стає мобільна реклама. Достеменно невідома дата першого факту здійснення реклами через мобільний телефон. Але натеper цей інструмент набуває усе більшого значення. На наш погляд, це пов'язано з тим, що майже усі види інтернет-реклами можна гармонійно інтегрувати до мобільних пристроїв, а ступінь проникнення мобільної реклами вищий порівняно з рекламними повідомленнями на стаціонарних комп'ютерах. Практичний досвід застосування інтернет-реклами у готельному бізнесі ілюструє, що сьогодні більшість підприємств готельного господарства відмовляються від застосування цього інструменту: якщо у 2013 році у маркетинговій діяльності контекстну та банерну рекламу використовували 21,4% та 14,3% готелів, то у 2016 році ці показники становлять 12,1% та 4,8% відповідно. Під час дослідження ступеня реалізації мобільної інтернет-реклами встановлено, що використання цього інструменту не має навіть поодиноких прикладів.

З погляду фінансових вкладань, мобільна інтернет-реклама є вартісним елементом інтернет-маркетингу, тому відмова практиків від неї є обґрунтованою. На наше переконання, у маркетинговій діяльності підприємств готельного господарства потребують концентрації безоплатні форми інтернет-реклами: афілюваний та вірусний маркетинг у соціальних медіа та мобільних соціальних медіа, що сприятиме упізнанню бренду на збільшенню якісних посилань на інтернет-ресурси підприємства.

Сукупність факторів, які пов'язані зі здешевленням мобільних пристроїв, покращенням мобільного Інтернету та мобільною адаптацією соціальних мереж до мобільних засобів у вигляді створення мобільних додатків породили новий інструмент інтернет-маркетингу – мобільні соціальні медіа,

що виникли у результаті симбіозу соціальних медіа та мобільних пристроїв на основі доступу до мережі Інтернет. Найбільш популярними нині серед подібного програмного забезпечення є Viber, Whats App, мобільна версія Skype, Instagram.

Зауважимо, що, згідно з проведеними нами дослідженнями, для вітчизняного готельного ринку притаманний такий розподіл використання мобільних соціальних медіа: підприємства готельного господарства категорії 5* – 16,6%; категорії 4* – 9,4%; категорії 3* – 12%. Найбільше у маркетинговій діяльності серед мобільних соціальних медіа підприємства застосовують фото-ресурс Instagram із метою підвищення упізнання бренду та у комунікаційній політиці. Прикро констатувати, однак поруч із низьким відсотком використання цього ресурсу можна виокремити загальні недоліки ведення акаунтів у ньому: нерегулярність оновлення інформації, відсутність або незначна кількість професійних фото, недостатність зусиль щодо якісного збільшення кількості підписників.

Основна відмінність функціонування сервісів мобільних Viber та Whats App порівняно з мобільними додатками соціальних медіа полягає у прив'язці до телефонної книги, а самі програми призначені для спілкування за допомогою чатів та телефонних дзвінків через Інтернет. Зважаючи на територіальну відокремленість потенційного споживача готельних послуг, вважаємо необхідним застосування цього інструменту. На наш погляд, використання такого програмного забезпечення зможе покращити швидкість і якість надання консультативної підтримки інтернет-користувачам та може застосовуватися для збуту готельних послуг. Досліджуючи вітчизняний готельний ринок у цьому аспекті, можна бачити, що негативною є обмеженість форм взаємодії зі споживачами засобами Viber та Whats App. Виявлено, що лише на 12% досліджених веб-сайтів підприємств готельного господарства присутні посилання на ці сервіси.

Розвиток мобільного маркетингу, пов'язаний із функціонуванням соціальних медіа, має ще один прояв. Поступово найпопулярніша у світі соціальна мережа Facebook стає платформою для комерційних дій. Крім встановлених модулів бронювань на сторінках готелів у цьому інтернет-ресурсі, допоміжним засобом збуту готельних послуг також є мобільний додаток Messenger Facebook, який поки має поодинокі приклади використання українськими готе-

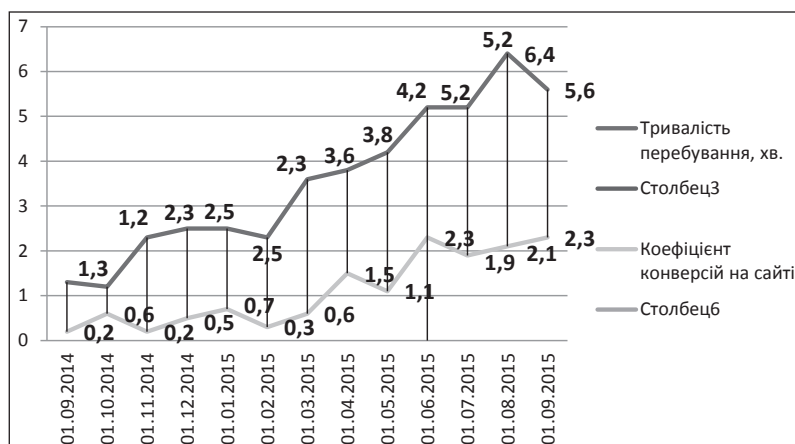


Рис. 3. Показники тривалості перебування на сайтах та конверсії на них у готелях 5*

Джерело: складено автором на основі аналітики веб-сайтів готелів категорії 5*

Таблиця 1

Напрями застосування мобільного маркетингу на підприємствах готельного господарства

Інструмент	Завдання та можливості	Примітка
Адаптивний дизайн сайту	Представлення інформації про підприємство та окремі послуги; встановлення форм взаємодії зі споживачами та партнерами; консультативна підтримка інтернет-користувачів; підвищення лояльності до бренду; встановлення модулів бронювання для здійснення збуту готельних продуктів; популяризація інших власних інтернет-ресурсів за допомогою вказаних посилань	Наявність адаптивного дизайну сайту є одним із найважливіших показників у формуванні місця веб-сайту у мобільному пошуку
Мобільний додаток		Доречно застосовувати для готельних мереж
Мобільні соціальні медіа	Постійна консультативна підтримка споживачів готельних послуг; інформування їх про готельні послуги; встановлення та підтримка зв'язку з партнерами; здійснення збутової діяльності	Viber, Whats App, Messenger Facebook
	Якісна візуалізація інформації про підприємство та окремі готельні послуги; підвищення лояльності до бренду та його популяризація	Instagram
	Підвищення лояльності до бренду та його популяризація	Places, Forsquare
Мобільна інтернет-реклама	Збільшення відвідуваності веб-сайту; популяризація бренду; підтримка взаємозв'язку з партнерами та підвищення лояльності до підприємства шляхом афілійованого маркетингу	
SMS-, MMS-розсилання	Представлення інформації про підприємство та окремі послуги; встановлення форм взаємодії зі споживачами та партнерами; консультативна підтримка споживачів; збут готельних послуг	Для сегменту ринку, що не має доступу до мережі Інтернет чи ігнорує його

лями, але є перспективним напрямом розширення каналів дистрибуції.

Стимулюючим фактором підвищення лояльності до мобільних інтернет-користувачів стала глобалізація діяльності Facebook після долучення до неї фотосервісу Instagram. Власниками мережі ведеться постійна робота з мобільними геолокаційними сервісами, а також розроблено власний мобільний сервіс Places, подібний за своїм функціонуванням до Forsquare. Таким чином, підвищується необхідність популяризації брендів підприємств готельного господарства у мобільних додатках шляхом чек-інів – повідомлень, які відправляються інтернет-користувачем у соціальну мережу з позначенням місця перебування, а також розроблення фірмових хештегів для ресурсів Instagram та Twitter.

Загалом авторське бачення напрямів використання мобільного маркетингу у маркетинговій діяльності підприємств готельного господарства представлено у таблиці 1.

Поруч із використанням мобільного маркетингу як інструменту інтернет-маркетингу, на наш погляд доречно використовувати також традиційні SMS-, MMS-розсилання. Вважаємо це одним із доступних варіантів виходу на сегмент ринку, який не має доступу до Інтернету або ним не користується.

Висновки з проведеного дослідження. Зіставлення окремих теоретичних та прикладних аспектів реалізації мобільного маркетингу у готельному бізнесі дає підстави стверджувати, що підприємства готельного господарства використовують можливості цього інструменту частково. Поруч із важливістю створення та підтримки адаптивного дизайну веб-сайту, який буде адекватно відображатися на екранах усіх мобільних девайсів, вагомості набувають і інші елементи мобільного маркетингу: мобільні соціальні медіа, що можуть застосовуватися для встановлення двостороннього зв'язку зі споживачами та партнерами, візуалізації контенту та збуту готельних послуг; мобільна інтернет-реклама для збільшення відвідуваності веб-сайту та підвищення упізнаваності бренду; пошукова оптимізація веб-сайту у мобіль-

ному пошуку, що досягається за рахунок розвитку вищезазначених інструментів. Для встановлення двостороннього зв'язку зі споживачами, що не мають доступу до мережі Інтернет, доречно звертатися до традиційних елементів мобільного маркетингу – SMS-, MMS-розсилань. Проте така діяльність потребує мінімізації. Перспектива подальших наукових досліджень полягає у дослідженні мобільних додатків та мобільного маркетингу і розвитку інструментів інтернет-маркетингу на ринку готельних послуг.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Kooser C. Mobile Technology for Business / C. Kooser. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://smallbusiness.chron.com/mobile-technology-business-2187.html>.
2. Аналіз мирового мобильного трафика в период с 2010 по 2015 гг., Cisco Systems. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.cisco.com/web/RU/news/releases/txt/2011>.
3. Бугаев Л. Мобильный маркетинг: Как зарядить свой бизнес в мобильном мире / Леонид Бугаев. – М.: Альпина Паблишер, 2012. – 214 с.
4. Кокрум Д. Интернет-маркетинг: лучшие бесплатные инструменты / Д. Кокрум; пер. с англ. Л. Плостак. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2013. – 382 с.
5. Котлер Ф. Маркетинг 3.0. От продуктов к потребителям и далее – к человеческой душе / Ф. Котлер, А. Сетиван, Х. Картаджая. – Из-во «Альпина Бизнес Букс», 2012. – 240 с.
6. Мазуренко В. Розвиток мобільного маркетингу в Україні / В.П. Мазуренко, Н.О. Матвієнко. – Маркетинг і менеджмент інновацій, 2011 – № 4. Т. II. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://mmi.fem.sumdu.edu.ua/sites/default/files/mmi2011_4_2_24_29.pdf.
7. Михайлова О. Модели и инструментальные средства формирования маркетинговой политики на основе мобильных технологий: дис. канд. экон. наук / О. Михайлова. – М. – 2011. – 129 с.
8. До 2017 року 75% інтернет-трафіку буде припадати на мобільні пристрої – аналітики. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://dt.ua/TECHNOLOGIES/do-2017-roku-75-internet-trafikubude-pripadati-na-mobilni-pristroyi-analitiki-223154_.html.
9. Рейтинг поисковых систем в 2017 (статистика країн СНД і світу). [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://marketer.ua/ua/rejting-poiskovyh-sistem-v-2017-statistika-stran-sng-i-mira/>



УДК 001.11:3.085:658.8

Деліні М.М.

*кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри управління,
інформаційно-аналітичної діяльності та євроінтеграції
Національного педагогічного університету
імені М.П. Драгоманова*

СОЦІАЛЬНИЙ ТА БЛАГОДІЙНИЙ МАРКЕТИНГ У СИСТЕМІ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ БІЗНЕСУ

У статті розглядаються поняття соціального маркетингу та благодійного маркетингу як складники соціально-економічної відповідальності бізнесу. Наводяться основні погляди вчених на них та напрями застосування. Зазначається основна різниця між ними. Також проаналізовано роль соціального маркетингу в етичній відповідальності бізнесу та представлено розмежування цього поняття в межах соціально-економічної та соціально-етичної відповідальності.

Ключові слова: соціальна відповідальність бізнесу, соціально-економічна відповідальність бізнесу, соціальний маркетинг, благодійний маркетинг, доброчинний маркетинг, кампанія.

Делини М.Н. СОЦИАЛЬНЫЙ И БЛАГОТВОРИТЕЛЬНЫЙ МАРКЕТИНГ КАК СОСТАВЛЯЮЩАЯ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ БИЗНЕСА

В статье рассматриваются понятия социального маркетинга и благотворительного маркетинга как составляющие социально-экономической ответственности бизнеса. Приводятся основные взгляды ученых на них и направления использования. Обозначена разница между ними. Проанализирована роль социального маркетинга в этической ответственности бизнеса и представлено разделение точек соприкосновения этого понятия между социально-экономической и социально-этической ответственностью.

Ключевые слова: социальная ответственность бизнеса, социально-экономическая ответственность бизнеса, социальный маркетинг, благотворительный маркетинг, кампания.

Dielini M.N. SOCIAL AND CHARITY MARKETING IN THE SYSTEM OF SOCIO-ECONOMIC RESPONSIBILITY OF BUSINESS

The article discusses the concepts of social marketing and charity marketing as part of the socio-economic responsibility of business. The basic views of scientists on them and directions of application are given. The main difference between them is noted. Also analyzed is the role of social marketing in the ethical responsibility of business. The division of this concept between socio-economic and socio-ethical responsibilities is presented.

Keywords: social responsibility of business, socio-economic responsibility of business, social marketing, charity marketing, charitable marketing, campaign.

Постановка проблеми. Українські підприємства зараз стикаються із проблемою конкуренції з міжнародними компаніями, які вже існують на ринку багато років. Засобів підвищення конкурентоспроможності своєї продукції досить багато, але одним з основних натеper стає соціальна компонента ведення бізнесу, яка приваблює як висококваліфікованих працівників, так і споживачів. Процеси поєднання соціального та економічного у своїй діяльності набувають все більшої гостроти в сучасних умовах господарювання. Соціальний маркетинг та благодійний маркетинг стають при нагоді, коли підприємці поглиблюють соціальну відповідальність свого бізнесу.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Предметом свого дослідження соціальний та благодійний маркетинг зробили Ф. Котлер, Н. Лі, Б.М. Голодець, Н.А. Задорожнюк, А.М. Колот, М.М. Кудінова, І.В. Лантух, О.О. Охріменко, Т.В. Іванова, Н.М. Соломянюк, С. Фірсова, Т.В. Шталь, О.О. Тищенко. У своїх роботах вони досліджували характеристику соціального та благодійного маркетингу, механізми їх здійснення, переваги та основні результати реалізації маркетингових кампаній. У нашому дослідженні буде проведений аналіз щодо розгляду цих понять у межах соціально-економічної відповідальності бізнесу.

Постановка завдання. У статті буде проаналізовано «соціальний маркетинг» та «благодійний маркетинг» як інструменти соціально-економічної відповідальності бізнесу, а також висвітлено межі перетину соціального маркетингу з іншими видами соціальної відповідальності бізнесу.

Виклад основного матеріалу дослідження.

Оскільки у статті досліджується два поняття як інструменти соціально-економічної відповідальності бізнесу (СЕВБ), а саме «соціальний маркетинг» та «благодійний маркетинг», спочатку розглянемо категорію соціального маркетингу. Як було зазначено автором у попередніх роботах, соціальний маркетинг є одним з інструментів СЕВБ, але це ствердження має бути досліджено більш глибоко з огляду на те, що він є також інструментом соціально-етичної відповідальності бізнесу.

Так, вперше термін «соціальний маркетинг» з'явився в 1971 році, коли один з авторитетних теоретиків Філіп Котлер обґрунтував необхідність застосування соціального маркетингу для сталого розвитку компанії. У його визначенні вирішальним є комунікаційний фактор: «Соціальний маркетинг – це розуміння людей і таке з ними спілкування, яке веде до засвоєння ними нових поглядів. Зміна їх позиції змушує змінювати власну поведінку, що впливає на рішення тієї соціальної проблеми, в яку ви залучені» [1]. Це трактування соціального маркетингу Ф. Котлером відносить соціальний маркетинг до етичної відповідальності, але, звичайно, на економічному підґрунті. Тому що маркетинг, беззаперечно, є економічною категорією.

С. Фірсова у своєму дослідженні зазначає, що зміни, які відбулися за останнє десятиліття, потребують іншої практики маркетингу і бізнесу загалом. Зростання взаємозалежності між економічними і соціальними процесами привело до того, що до маркетингу підприємства поступово долучилися серйозні соціальні завдання – гуманізація умов праці,

постійна підготовка й перепідготовка управлінського персоналу, якісні та нешкідливі вироби чи послуги, захист навколишнього середовища тощо. Маркетинг компанії, яка дбає про благо суспільства, спрямовується на створення товарів, які не лише подобаються споживачам, а й не завдають шкоди їхньому здоров'ю [2, с. 73]. Тут ми бачимо, що соціальний маркетинг виходить саме з економічних основ, але має як напрям розвиток соціального благополуччя та добробуту людей.

Також С. Фірсова зауважує, що соціальний маркетинг – це глобальне явище, що існує вже багато років. У 1950-х рр. в Індії почали проводити кампанії з планування сім'ї. У 1970-х рр. у Швеції стали проводити кампанії соціального маркетингу, спрямовані на перетворення країни в націю без курців. У 1980-х рр. Всесвітній банк, Всесвітня організація охорони здоров'я і центри з контролю і профілактики захворювань стали використовувати термін «соціальний маркетинг» [2, с. 74].

Б.М. Голодець, наприклад, зазначає: «Соціальний маркетинг – це вивчення і формування потреб покупців і задоволення їх більш ефективними методами, ніж конкуренти, за умови підвищення добробуту всіх членів суспільства. При цьому під добробутом розуміється сукупність матеріальних, духовних, соціальних благ, якими володіє суб'єкт добробуту і які використовуює для задоволення своїх потреб. Соціальний маркетинг являє собою, таким чином, механізм узгодження потреб та інтересів споживачів, потреб та інтересів підприємства і потреб та інтересів суспільства». Тобто йдеться про інструмент, націлений на врахування інтересів не тільки виробника і споживача, але і суспільства загалом за допомогою вирішення соціальних завдань маркетинговими технологіями [1].

У своїй іншій роботі Ф. Котлер та Н. Лі визначають корпоративний соціальний маркетинг як засоби, застосовуючи які, компанія підтримує розроблення та/або проведення кампанії, націленої на зміни в поведінці людей, які приведуть до покращення громадського здоров'я та безпеки, захисту довкілля чи суспільного добробуту. Зміна поведінки – це мета і очікуваний результат таких заходів. Характерною особливістю цієї ініціативи є зосередженість на

поведінкових змінах, що відрізняє її від просування суспільно корисної справи, яке сконцентроване на підтримці заходів для популяризації, збору коштів та залучення волонтерів [3, с. 25, 95]. Соціальний маркетинг легше всього відрізнити від решти корпоративних ініціатив саме завдяки цій націленості на зміни в поведінці. І ось тут знаходиться перетин, де соціальний маркетинг відноситься як до соціально-економічної відповідальності, так і соціально-етичної.

Соціальні маркетингові кампанії зазвичай спрямовані на просування моделей поведінки, які сприяють вирішенню таких питань, як:

1. Охорона здоров'я.
2. Запобігання травматизму та смертності.
3. Охорона довкілля.
4. Соціальна активність громадян [3, с. 95].

Тобто як наслідок прямої дії соціальний маркетинг має етичні результати. Але, зважаючи на саму основу маркетингової діяльності, також це залишається й інструментом СЕВБ. Це видно із наслідків для самої компанії, яка здійснює соціальні кампанії.

Так, Ф. Котлер та Н. Лі зазначають, що потенційними вигодами для компаній є: підтримка позиціонування бренду, формування у споживачів уподобань щодо бренду, збільшення кількості відвідувачів, збільшення обсягу продажів, підвищення рентабельності через скорочення витрат, залучення активних і надійних партнерів, можливість реально впливати на соціальні зміни [3, с. 105-122]. З цього зрозуміло, що, окрім соціальних результатів для громади, соціальний маркетинг має прямі економічні результати для підприємства, такі як збільшення числа продаж, покращення іміджу бренду тощо.

Соціальний маркетинг є інструментом узгодження інтересів між усіма суб'єктами ринку – учасниками соціально відповідального бізнесу. Соціально-етичний маркетинг та соціально відповідальний маркетинг є різновидами (формами прояву) соціального маркетингу у практичній діяльності підприємств, які акцентують увагу лише на одній зі сторін діяльності соціально відповідального бізнесу, що домінує в той чи інший період виробничо-господарської діяльності.

Соціальний маркетинг – це дослідження ринку з позиції не тільки окремого бізнесу, а і всіх зацікав-

Таблиця 1

Узагальнення характеристики категорії «соціальний маркетинг»

Категорія	Автор/и	Характеристика	Відношення до соціально-економічної та соціально-етичної відповідальності
Соціальний маркетинг	Котлер Ф., Лі Н. [3, с. 25]	Засоби, застосовуючи які, компанія підтримує розроблення та/або проведення кампанії, націленої на зміни в поведінці людей, які приведуть до покращення громадського здоров'я та безпеки, захисту довкілля чи суспільного добробуту.	Економічна основа, етичний результат.
	Голодець Б.М. [1]	Вивчення і формування потреб покупців і задоволення їх більш ефективними методами, ніж конкуренти, за умови підвищення добробуту всіх членів суспільства.	Економічна основа, етичний результат.
	Кудінова М.М. [5, с. 166-167]	Кошти, під час використання яких компанія підтримує розроблення та/або проведення кампанії, націленої на зміни в поведінці людей, які приведуть до поліпшення громадського здоров'я і безпеки, захисту навколишнього середовища та суспільного добробуту.	Економічна основа, етичний результат.
	Охріменко О.О., Іванова Т.В. [6, с. 90]	Діяльність суспільних організацій, спрямована на задоволення існуючої соціальної потреби шляхом ознайомлення людей з необхідним продуктом, послугою чи програмою.	Економічна основа, етичний та економічний результати.
	Соломянюк Н.М. [7, с. 199]	Вид маркетингу, який полягає в розробленні, реалізації та контролі соціальних програм, спрямованих на підвищення рівня сприйняття певними прошарками населення деяких соціальних ідей або практичних дій.	Економічна основа, етичний результат.
	Шталь Т.В., Тищенко О.О. [4, с. 98-100]	Дослідження ринку з позиції не тільки окремого бізнесу, а і всіх зацікавлених в успішному розвитку цього бізнесу груп.	Економічна основа, етичний та економічний результати.

лених в успішному розвитку цього бізнесу груп. Як ринковий інструмент соціальний маркетинг здатний виявити ті «вузькі» місця в розвитку національної економіки, які не контролюються ринком через те, що в низці галузей виробляються «суспільні товари», що не завжди навіть мають товарну форму, оскільки виробляються та реалізуються як «суспільне благо». Тут насамперед йдеться про так звані галузі соціальної сфери: освіту, охорону здоров'я, соціальне забезпечення [4, с. 98-100].

Таким чином, ми можемо узагальнити основні характеристики науковців щодо соціального маркетингу (таблиця 1). У таблиці представлені також характеристики із попередніх робіт автора.

Для розмежування поняття «соціальний маркетинг» в межах СЕВБ та соціально-етичної відповідальності побудуємо таблицю 2.

Отже, ми дослідили дефініцію «соціальний маркетинг» та можемо дійти висновку, що це діяльність підприємства, спрямована на вирішення якоїсь проблеми чи привертання уваги до цієї проблеми для покращення ситуації в суспільстві. Виходячи з цього, можна побачити, що соціальний маркетинг є інструментом як СЕВБ, так і етичної відповідальності через основний результат, на досягнення якого він спрямований. Але не можна казати, що він відноситься до тієї чи іншої відповідальності повністю, можна казати про перетин та розмежування цього перетину. Так, автором зроблена спроба цього і зауважено, що будь-яка маркетингова кампанія має економічні відрахування в своїй основі, а також наслідки для підприємства є економічними (підвищення числа споживачів та продажів), а це підвищує рентабельність діяльності цієї організації, що і є прямим завданням підприємства згідно з пірамідою А. Керолла.

Тепер перейдемо до іншої категорії СЕВБ, яка також пов'язана із маркетингом, – «благодійний маркетинг».

Н.А. Задорожнюк розкриває сутність благодійного маркетингу як сукупності інструментів і заходів некомерційного маркетингу, спрямованих на залучення людських і матеріальних ресурсів з метою забезпечення підтримки та розвитку благодійної діяльності, а також для вирішення соціально-значущих проблем суспільства [8, с. 222].

Ф. Котлер та Н. Лі зазначають, що, проводячи кампанії із доброчинного маркетингу, корпорація зобов'язується робити пожертви чи віддавати відсоток доходу на конкретну суспільно корисну справу, ґрунтуючись на обсягах збуту продукції. Або компанія зобов'язується робити внески чи відраховувати відсотки від обсягів продажу на доброчинну справу. Зазвичай ця ініціатива розрахована на певний час, певний продукт і певну благодійну справу.

Відмінність від інших корпоративних соціальних ініціатив виявляється в кількох аспектах. По-перше, це єдина з шести ініціатив, описаних Ф. Котлером у своїй книзі, де рівень корпоративних пожертв

залежить від дій споживачів. Відмінність доброчинного маркетингу від звичайного просування продукції полягає в тому, що корпорація потім робить ще й додаткові внески відповідно до реакції споживачів. Ф. Котлер зауважує, що вигоди від доброчинного маркетингу – залучення нових клієнтів, захоплення ніш на ринку, збільшення обсягів продажу та формування позитивного образу бренду. Крім того, такі ініціативи можуть бути однією з найкращих стратегій збору чималих коштів [3, с. 25, 75-106].

С. Фірсова зазначає, що доброчинний маркетинг (маркетинг благодійних заходів) – це пожертвування частини доходу, отриманого протягом певного оголошеного періоду, на користь благодійної місії [2, с. 75].

Деякі експерти вважають, що якщо займатися маркетингом благодійних заходів не системно, кожного разу обираючи нову подію, то його ефективність, з погляду переваг для бренду, зменшується. Багато фірм вважають за краще працювати з однією або декількома значимими подіями: так простіше з погляду результату. Проте, обмежуючись одним заходом, фірма обмежує і коло споживачів або інших зацікавлених осіб, на яких маркетинг події може позитивно впливати [2, с. 75].

У доброчинному соціальному маркетингу дуже важливим є маркетинговий механізм, котрий може розглядатися як низка етапів поступової діяльності, яка спрямована на досягнення найголовнішої мети – надання безкорисливої допомоги нужденним. Ця низка етапів може бути представлена так:

I. Визначення проблем, що пов'язані з необхідністю отримання доброчинної допомоги тими або іншими верствами населення. А також з'ясування потреб тих благоотримувачів, котрі потребують ті чи інші матеріальні або фінансові ресурси.

II. Формування спеціальних програм, що пов'язані зі здійсненням доброчинної допомоги або проєктів, бо доброчинність має бути системною і повинна переслідувати цілі вирішення певних соціальних проблем.

III. Визначення цільових груп благоотримувачів.

IV. Здійснення збору коштів для доброчинної діяльності. При цьому використовуються надзвичайно різноманітні методи, технології фандрайзерських організацій.

V. Розподіл фінансової або матеріальної допомоги між благоотримувачами (це може бути тендер чи інша підстава).

VI. Здійснення ефективного контролю за розподілом доброчинної допомоги і розрахунок її ефективності.

Застосування у доброчинній діяльності маркетингу дасть можливість зробити цю діяльність винятково «цивілізованою», позбавленою стихійності, цілеспрямованою та ефективною, тобто ринок послуг у цьому сегменті буде надаватися за допомогою маркетингової діяльності, що є вимогою часу [9, с. 15-20].

Таблиця 2

Розмежування сфер перетину соціального маркетингу із соціально-економічною та соціально-етичною відповідальністю

Вид відповідальності	Основа здійснення	Наслідки	Цільова група
Соціально-економічна відповідальність	Економічна	Підвищення довіри до компанії; покращення іміджу організації; збільшення кількості споживачів та продажів.	Споживачі
Соціально-етична відповідальність	Економічна	Покращення ситуації у сфері охорони здоров'я, навколишнього середовища, загального добробуту громади.	Громада, групи людей.

[Власна розробка автора]

Таблиця 3

Узагальнення характеристики категорії «благодійний маркетинг»

Категорія	Автор/и	Характеристика
Благодійний / соціально значущий маркетинг	Котлер Ф., Лі Н. [3, с. 25, 75]	Пожертви чи відрахування відсотку доходу на конкретну суспільно корисну справу, ґрунтуючись на обсягах збуту продукції.
	Задорожнюк Н.А. [8, с. 222]	Сукупність інструментів і заходів некомерційного маркетингу, спрямованих на залучення людських і матеріальних ресурсів з метою забезпечення підтримки та розвитку благодійної діяльності, а також для вирішення соціально-значущих проблем суспільства.
	Кудінова М.М. [5, с. 167]	Компанії зобов'язуються брати участь у вирішенні соціально значущих проблем, роблячи відповідні внески або перераховуючи певні відсотки від обсягу продажів.
	Колот А.М. [10, с. 83]	Форма адресної фінансової допомоги, яка полягає в нарахуванні відсотка від продажу товару на проведення соціальних програм
	Лантух І.В. [9, с. 16]	Надання безкорисливої допомоги нужденним.
	Фірсова С. [2, с. 75]	Пожертвування частини доходу, отриманого протягом певного оголошеного періоду, на користь благодійної місії.

У таблиці 3 представлено узагальнення поглядів учених на трактування благодійного маркетингу.

Отже, проведений аналіз дає можливість дійти висновку, що благодійний маркетинг є засобом соціально-економічної відповідальності бізнесу, оскільки має на увазі відрахування грошей на вирішення соціальної проблеми чи фінансування соціальної програми. Тобто є економічна основа та соціальний результат. Основна різниця між цими двома видами маркетингу полягає в тому, що соціальний маркетинг передбачає звернення уваги на важливу соціальну проблему засобами маркетингу, а благодійний – відрахування грошей.

Висновки з проведеного дослідження. Проведений теоретичний аналіз дає змогу дійти висновків щодо розглянутих у статті понять. Так, сучасний розвиток підприємництва вимагає від організацій не тільки економічних результатів, але і врахування соціальних проблем у своїй діяльності. Тобто соціальне та економічне все більш залежать одне від одного. Поняття «соціальний маркетинг» з'явилося у другій половині ХХ століття та отримало поширення. Основною його думкою є привертання уваги до серйозних проблем у суспільстві. Причини, з яких підприємці звертаються до цього, полягають у тому, що не тільки суспільство отримує позитивні результати, але й сама організація виграє у вигляді покращення іміджу свого бренду, збільшення числа споживачів тощо. Саме в цьому лежить двоякість категорії «соціальний маркетинг»: вона може бути віднесена як до соціально-економічної, так і соціально-етичної. У статті зроблено розмежування відповідальності стосовно цієї категорії.

Стосовно благодійного маркетингу можна сказати, що це діяльність компанії, яка робить благодійні пожертви залежно від прибутку, який отриманий після проведення маркетингової кампанії. Це прямий інструмент СЕВБ, який може бути активно застосований українськими підприємствами для вирі-

шення соціальних проблем шляхом активізації своїх соціальних ініціатив. У подальших роботах автора будуть розглянуті напрями розвитку використання інструментів СЕВБ нашими підприємствами.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Ханова А. Социальный маркетинг: теория и практика / А. Ханова. [Электронный ресурс]. – Режим доступу: <http://www.cloudwatcher.ru/analytics/1/view/92/>.
2. Фірсова С. Соціальна відповідальність бізнесу в Україні: маркетинговий аспект [Текст] / С. Фірсова // Вісник Київського національного університету ім. Т. Шевченка. Економіка. – 2011. – № 121/122. – С. 73-76.
3. Котлер Ф. Корпоративна соціальна відповідальність. Як зробити якомога більше добра для вашої компанії та суспільства / Ф. Котлер, Н. Лі; пер. з англ. С. Яринич. – К.: Стандарт, 2005. – 302 с.
4. Шталь Т.В. Социальный маркетинг и социальная ответственность бизнеса: взаимосвязи и результаты / Т.В. Шталь, О.О. Тищенко // Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2012. – № 4. – С. 97-104. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Mimi_2012_4_13.
5. Кудінова М.М. Инструменты корпоративной социальной ответственности в Украине / М.М. Кудінова // Вісник ХНАУ. – 2013. – № 11. – С. 161-171.
6. Охріменко О.О. Соціальна відповідальність / О.О. Охріменко, Т.В. Іванова. – Навч. посіб. – Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут». – 2015. – 180 с.
7. Соломянюк Н.М. Фандрайзинг як технологія реалізації соціального плану маркетингу / Н.М. Соломянюк // Економічний форум. – 2014. – № 3. – С. 195-202.
8. Задорожнюк Н.А. Механизм функционирования благотворительного маркетинга / Н.А. Задорожнюк // Інноваційна економіка. – 2013. – № 6. – С. 221-223.
9. Лантух І.В. Добродійність і добродійний соціальний маркетинг українського підприємництва / І.В. Лантух // Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. Серія: Економічні науки. – 2010. – № 5(2). – С. 15-22.
10. Соціальна відповідальність: навч. посіб. / [А.М. Колот, О.А. Грішнова, О.О. Герасименко та ін.]; за заг. ред. д.е.н., проф. А.М. Колота. – К.: КНЕУ, 2015. – 519 с.



УДК 656.078.8:656.2

Каличева Н.Є.

кандидат економічних наук,

доцент кафедри економіки та управління виробничим і комерційним бізнесом

Українського державного університету залізничного транспорту

МЕТОДОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ЗАЛІЗНИЧНОГО ТРАНСПОРТУ ЗА РАХУНОК УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТНИМИ ПОЗИЦІЯМИ

Розкрито особливості забезпечення конкурентних позицій підприємств залізничної галузі на вітчизняному та міжнародному ринках транспортних послуг. Визначено, що конкурентоспроможність має вплив на формування ринку країни та є гарантом створення системи виробничих, економічних, техніко-технологічних, логістичних та інших відносин між різними суб'єктами господарювання. Акцентовано увагу на особливостях формування конкурентного середовища підприємств залізничного транспорту залежно від структури ринку. Досліджено, що конкурентоспроможність підприємств залізничного транспорту залежить від вмілого управління їх конкурентними позиціями на ринку транспортних послуг.

Ключові слова: залізничний транспорт, ринок транспортних послуг, підприємство, конкурентоспроможність, транспортна система, конкурентні позиції, управління.

Каличева Н.Е. МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ ЖЕЛЕЗНОДОРОЖНОГО ТРАНСПОРТА ЗА СЧЕТ УПРАВЛЕНИЯ КОНКУРЕНТНЫМИ ПОЗИЦИЯМИ

Раскрыты особенности обеспечения конкурентных позиции предприятий железнодорожной отрасли на отечественном и международном рынках транспортных услуг. Определено, что конкурентоспособность влияет на формирование рынка страны и выступает гарантом создания системы производственных, экономических, технико-технологических, логистических и других отношений между различными субъектами хозяйствования. Акцентируется внимание на особенностях формирования конкурентной среды предприятий железнодорожного транспорта в зависимости от структуры рынка. Доказано, что конкурентоспособность предприятий железнодорожного транспорта зависит от умелого управления их конкурентными позициями на рынке транспортных услуг.

Ключевые слова: железнодорожный транспорт, рынок транспортных услуг, предприятие, конкурентоспособность, транспортная система, конкурентные позиции, управление.

Kalicheva N.E. METHODOLOGICAL ASPECTS OF INCREASING THE COMPETITIVENESS OF RAILWAY TRANSPORT ENTERPRISES BY ACCOUNT MANAGEMENT OF COMPETITIVE POSITIONS

The features of ensuring the competitive position of enterprises of the railway industry in the domestic and international markets of transport services are revealed. It has been determined that competitiveness affects the formation of the market of the country and acts as the guarantor of the creation of a system of production, economic, technological and logistic, and other relations between different economic entities. The attention is paid to the peculiarities of the formation of a competitive environment of railway transport enterprises, depending on the structure of the market. It is proved that the competitiveness of railway transport enterprises depends on the skillful management of their competitive positions in the market of transport services.

Keywords: railway transport, transport services market, enterprise, competitiveness, transport system, competitive positions, management.

Постановка проблеми. Сучасний етап розвитку світової економічної системи багато в чому залежить від якісного та надійного функціонування шляхів сполучення між усіма її ланками. Можливість транспортного сектору надавати якісні транспортно-логістичні послуги залежить від спроможності транспортних підприємств пристосовувати свої технології перевезень до вимог світового ринку.

Необхідно зауважити, що конкурентоспроможність підприємств транспортного сектору визначається їх гнучкістю та вмінням адаптуватися до всіх змін, котрі відбуваються як у зовнішньому, так і у внутрішньому середовищі. З огляду на специфіку ринку транспортних послуг у сучасних умовах, успішне функціонування залізниць як одного з головних складників вітчизняної транспортної системи повинне ґрунтуватися на основі ринкових методів організації та управління.

Транспортний процес повинен орієнтуватися на клієнта. Залізничний транспорт лише тоді зможе бути конкурентоспроможним, коли зможе швидко реагувати на потреби ринку та на задоволення потреб клієнтів [1].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблемами забезпечення конкурентоспроможності підпри-

ємств, і зокрема в транспортній галузі, займаються провідні вчені та практики, серед яких варто звернути увагу на роботи, наприклад, Х.М. Дорофєєвої, котра під процесом забезпечення підвищення конкурентоспроможності транспортної інфраструктури розуміє раціональне використання природних, трудових, інвестиційних, інноваційних ресурсів та територіальної організації країни, що приведе до створення алгоритму, застосування якого забезпечить підвищення конкурентоспроможності транспортної інфраструктури [2].

О.А. Хумаров вважає, що одним із найперспективніших напрямів формування та забезпечення національної конкурентоспроможності України має стати мобілізація транзитного потенціалу держави, який спирається на геоелементні переваги України та є ресурсом динамічного розвитку інтеграційних процесів у всіх регіонах світу [3].

Аналізуючи поняття конкурентоспроможності залізничного транспорту, яке висвітлено в роботах Д.Г. Ейтутіса, В.І. Пасічника, Є.М. Сича, М.М. Чеховської та ін. [4-7], необхідно відзначити, що створення умов для розвитку конкуренції на залізничному транспорті має ґрунтуватися на нормативно-правовій базі та наявності державних гарантій з урахуванням закордонного досвіду.

У межах наукової школи професора В.Л. Диканя, одним з напрямів дослідження якої є забезпечення конкурентоспроможності підприємств, під конкурентоспроможністю товару чи послуги розуміються насамперед високі параметри його якості, низька собівартість та ціна, які задовольняють потреби споживачів, на відміну від аналогічного товару фірми конкурента [8, 9]. У своїх дослідженнях В.Л. Дикань зазначає, що конкурентоспроможність можна оцінити лише на ринку, адже чим більше та швидше реалізовується товар, тим вища його конкурентоспроможність. Це визначення є найбільш вдалим, особливо з практичного погляду.

Незважаючи на досить широке застосування, поняття конкурентоспроможності підприємств транспорту, зокрема залізничного, продовжує постійно розширюватися та вдосконалюватися, враховуючи зміни в зовнішньому середовищі, в якому функціонує підприємство, специфіку галузі та інші фактори. Тож доцільно більш детально розглянути їх конкурентоспроможність із погляду зміни підходів до конкурентних позицій на ринку.

Постановка завдання. Дослідження особливостей конкурентоспроможності підприємств залізничного транспорту за рахунок управління їх конкурентними позиціями на ринку транспортних послуг.

Викладення основного матеріалу дослідження. Поняття «конкурентоспроможність» є відносним та має багатогранне тлумачення [10] залежно від виду конкуренції, тобто конкурентоспроможність потрібно розглядати на рівні товару, підприємства, галузі, регіону, країни (рис. 1), що дає змогу більш якісно визначити етапи її становлення та фактори впливу одного виду конкурентоспроможності на інший.

Як видно з рис. 1, в умовах вільного ринку конкурентоспроможність має безпосередній вплив на розвиток суспільства, адже конкурентоспроможність національної економіки є гарантом виробництва якісного та конкурентного продукту в країні, що дає їй змогу створити систему стабільних виробничих, економічних, техніко-технологічних, логістичних та інших відносин між різними суб'єктами господарювання шляхом товарно-грошових відносин, попиту та пропозиції, ціноутворення тощо. У цьому контексті транспортна галузь є таким об'єктом ринкових відносин, від ефективного функціонування якого залежить розвиток усіх галузей економіки, адже транспортні підприємства є одними з головних регуляторів ринкових відносин, особливо під час розподілу виробничих сил.

Що ж стосується підприємств транспорту, то їх ефективна конкурентоспроможність на ринку перевезень залежить від можливості задовольняти потреби споживачів у перевезеннях на високому рівні та від отримання максимально корисного ефекту від застосування сучасних технологій, підвищення показників якості та надійності.

Під час управління конкурентними позиціями підприємств залізничного транспорту, особливо на зовнішньому ринку, який характеризується реформациєю та динамічністю, досить важко передбачити розміри та динаміку руху товарів, послуг, факторів виробництва, інформації, технологій тощо [11].

Досягнення ефективних конкурентних позицій підприємствами залізничного транспорту є досить складним процесом, який ґрунтується на таких напрямках діяльності у сфері, як:

– управління підприємствами залізничного транспорту, що повинне здійснюватися на принципах

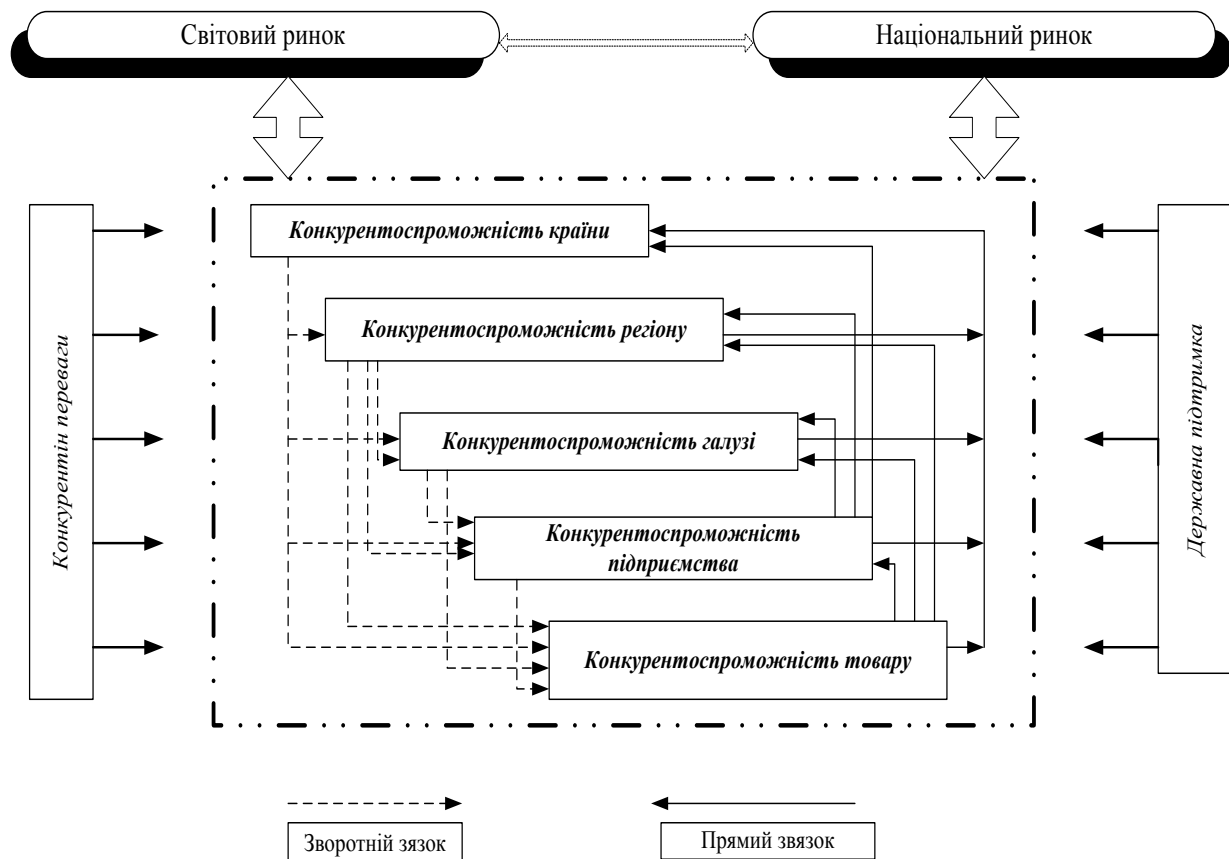


Рис. 1. Ієрархічна модель конкурентоспроможності за рівнями

логістики та маркетингу з орієнтацією діяльності на кон'юнктуру та динаміку ринку пасажирських і вантажних перевезень [12];

- постійне оновлення та модернізація залізничної інфраструктури не лише на міжнародних маршрутах, а і на місцевому рівні, особливо у сфері приміських перевезень;

- забезпечення якісного, надійного та безпечного перевізного процесу;

- проведення постійних робіт із підготовки та перепідготовки кадрів з урахуванням вміння персоналу використовувати інформаційні технології;

- забезпечення економічної та інформаційної безпеки;

- створення умов для надання послуг на високому та комфортному рівні, особливо для пасажирських перевезень;

- здійснення контролю за всіма видами витрат та ін.

Ефективність управління конкурентоспроможністю підприємств транспортної сфери, зокрема залізничного транспорту, має два складники, які спрямовані на розвиток конкурентних переваг та на вдосконалення конкурентної поведінки, головною метою якої є удосконалення конкурентних позицій підприємств.

Структурно-логічна схема механізму управління конкурентними позиціями підприємств залізничного

транспорту наведена на рис. 2, з якого видно, що підвищення конкурентоспроможності підприємств залізничного транспорту полягає у комплексному регулюванні головних конкурентних переваг та у зведенні їх до єдиного комплексного показника, за допомогою якого приймаються стратегічні рішення щодо управління конкурентними позиціями.

Необхідно зазначити, що за умов постійного загострення боротьби за клієнта на ринку транспортних послуг керівництво транспортних підприємств має звертати увагу на оцінку власного рівня конкурентоспроможності. Адже, аналізуючи підходи до визначення конкурентоспроможності підприємств залізничного транспорту, досить мало уваги приділяють резервам підвищення конкурентних позицій на ринку.

Також варто зауважити, що оцінка рівня конкурентоспроможності підприємства є суб'єктивною категорією та ґрунтується на порівнянні досліджуваного підприємства із певним еталоном – лідером. Тож визначення конкурентоспроможності можна розглядати з позиції результату виробництва та реалізації конкурентоспроможних товарів і послуг, а також як результат ефективної взаємодії із чинниками зовнішнього оточення через оптимізацію внутрішніх.

Конкурентне середовище кожного підприємства формується за рахунок конкурентної взаємодії всіх суб'єктів певного сегменту ринку з урахуванням

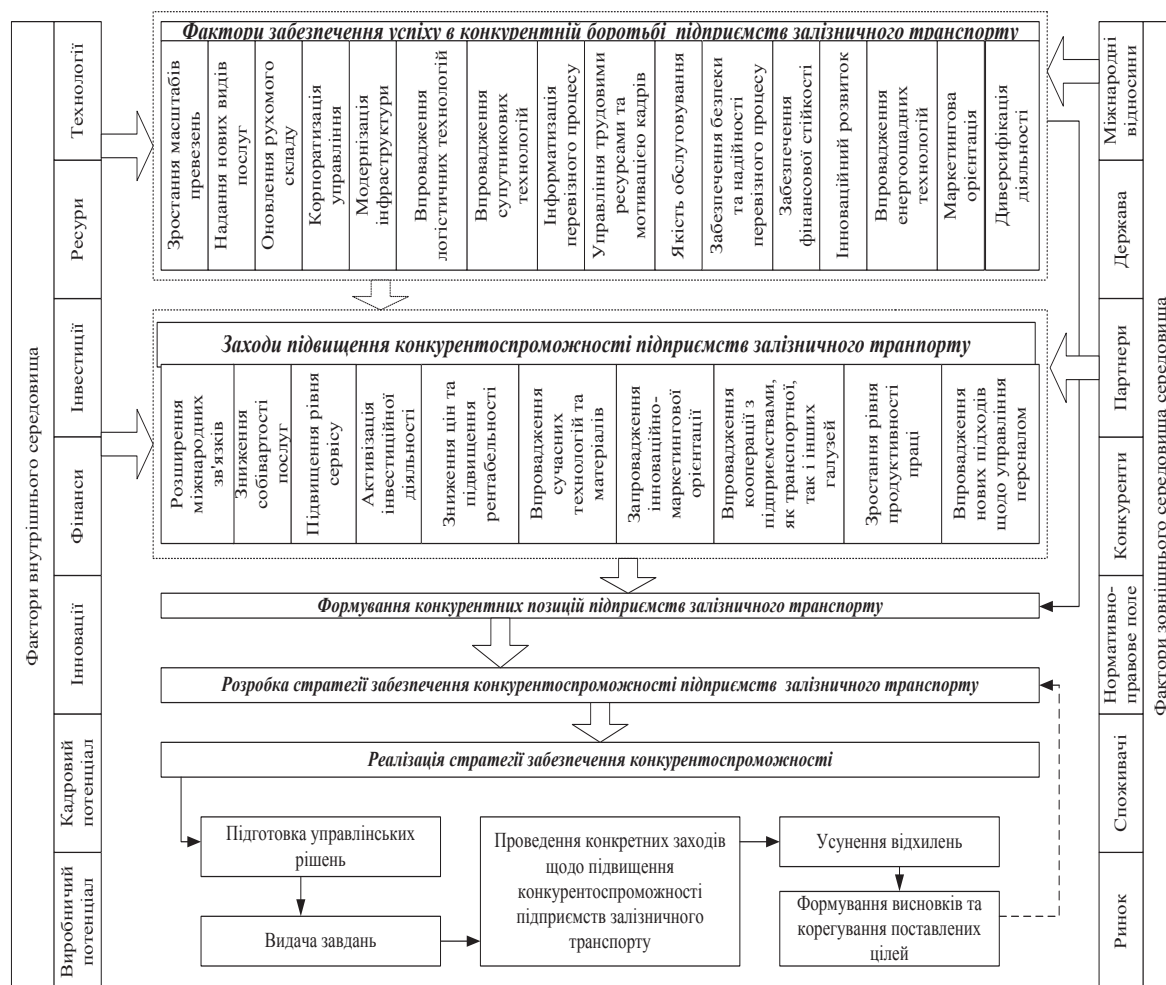


Рис. 2. Структурно-логічна схема механізму управління конкурентними позиціями підприємств залізничного транспорту

зміни обсягів попиту та пропозиції, перешкод щодо входу та виходу, потреб клієнтів та інших факторів, які приведуть до будь-яких змін на ринку, що безпосередньо буде впливати на формування або втрату конкурентних переваг підприємства.

Вивчення конкурентного середовища потрібно проводити з урахуванням його динаміки, що приводить до необхідності постійного аналізу рейтингу підприємства. Для підприємств залізничної галузі оцінка їх ефективності на ринку транспортних послуг залежить від техніко-технологічного рівня забезпечення перевізного процесу та якості послуг, що виражається у більш повному задоволенні потреб споживачів, ефективній організації основних, супутніх та управлінських процесів, створенні інвестиційно привабливого клімату, спроможності задовольнити додаткові обсяги вантажо- та пасажиропотоків.

Висновки з проведеного дослідження. Управління конкурентними позиціями для підприємств залізничного транспорту має бути процесом цілеспрямованого та регулярного впливу на поточні конкурентні переваги з метою продовження їх життєвого циклу та створення нових з урахуванням специфіки функціонування ринку транспортних послуг.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Каличева Н.Є. Аналіз напрямків забезпечення конкурентоспроможності залізничного транспорту / Н.Є. Каличева // Вісник економіки транспорту і промисловості: збір наук. праць – Харків, УкрДАЗТ. – 2009. – № 28. – С. 90-92.
2. Дорофєєва Х.М. Конкурентоспроможність транспортної інфраструктури України в умовах інтеграції до ЄС1 / Х.М. Дорофєєва // Мукачівський державний університет економіка і суспільство. – Випуск № 7. – 2016. – С. 30-35.
3. Хумаров О.А. Підвищення конкурентоспроможності України: мобілізація транзитного потенціалу / О.А. Хумаров [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://old.niss.gov.ua/book/StrPryor/11_2009/23.pdf.
4. Ейтутіс Д.Г. Конкурентоспроможність регіональних залізниць / Д.Г. Ейтутіс // Залізничний транспорт України. – 2007. – № 3. – С. 90-92.
5. Пасічник В.І. Дослідження впливу основних важелів тарифного регулювання на ринку транспортних послуг на конкурентоспроможність залізниць України / В.І. Пасічник // Вісник Харківського нац. ун-т ім. В.Н. Каразіна. – Серія: Економічна. – 2001. – № 512. – С. 24-26.
6. Сич Є.М. Фактори підвищення конкурентоспроможності транспортних послуг залізниць / Є.М. Сич // Вісник Харківського нац. ун-т ім. В.Н. Каразіна. – Серія: Економічна. – 2001. – № 512. – С. 152-154.
7. Чеховська М.М. Державна підтримка демонополізації та розвитку конкуренції на ринку залізничних перевезень / М.М. Чеховська // Вісник Хмельницького національного університету. – 2011. – № 5. – Т. 1. – С. 56-60.
8. Дикань В.Л. Обеспечение конкурентоустойчивости предприятия: монография / В.Л. Дикань. – Х.: Основа, 1995. – 160 с.
9. Уткіна Ю.М. Управління якістю та конкурентоспроможністю продукції підприємства / Ю.М. Уткіна // Вісник економіки транспорту і промисловості: збірник наукових праць. – Харків, УкрДАЗТ. – 2011. – Вип. 35. – С. 182-186.
10. Фатхутдинов Р.А. Конкурентоспособность: экономика, стратегия, управление / Р.А. Фатхутдинов. – М.: ИНФРА – М, 2000. – 312 с.
11. Токмакова І.В. Принципи забезпечення гармонійного розвитку залізничного транспорту / І.В. Токмакова // Вісник економіки транспорту і промисловості: збірник наукових праць. – Харків, УкрДАЗТ. – 2012. – Вип. 40. – С. 116-120.
12. Каличева Н.Є. Визначення шляхів забезпечення конкурентоспроможності залізничного транспорту України / Н.Є. Каличева // Вісник економіки транспорту і промисловості: збірник наукових праць. – Харків, УкрДАЗТ. – 2010. – Вип. 29. – С. 217-220.



УДК 33.338.43./664

Караулова Ю.В.

аспірант

Кременчуцького національного університету
імені Михайла Остроградського

СУЧАСНИЙ СТАН, ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ФУНКЦІОНУВАННЯ М'ЯСОПЕРЕРОБНОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ

У статті розглянуто сучасний стан розвитку вітчизняної м'ясопереробної галузі, яка є однією з провідних у ринковій системі господарювання. Визначено основні причини інерційного руху галузі та виокремлено ключові проблеми її функціонування. Запропоновано заходи для стабілізації розвитку м'ясопереробної галузі та можливі шляхи її відродження.

Ключові слова: ринок м'яса, м'ясопереробна галузь, тваринництво, птахівництво, сировинна база, ковбасні вироби.

Караулова Ю.В. СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ, ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ МЯСОПЕРЕРАБАТЫВАЮЩЕЙ ОТРАСЛИ УКРАИНЫ

В статье рассмотрено современное состояние развития отечественной мясоперерабатывающей отрасли, которая является одной из ведущих в рыночной системе хозяйствования. Определены основные причины инерционного движения отрасли и выделены ключевые проблемы ее функционирования. Предложены мероприятия по стабилизации развития мясоперерабатывающей отрасли и возможные пути ее возрождения.

Ключевые слова: рынок мяса, мясоперерабатывающая отрасль, животноводство, птицеводство, сырьевая база, колбасные изделия.

Karaulova I.V. THE MODERN STATE, PROBLEMS AND PROSPECTS OF THE FUNCTIONING OF THE MEAT PROCESSING DEPARTMENT OF UKRAINE

The article deals with the current state of development of the domestic meat processing industry, which is one of the leading in the market economy system. The main causes of inertial movement of the branch are determined and the key problems of its functioning are highlighted. Measures are proposed to stabilize the development of meat processing industry and possible ways of its revival.

Keywords: meat market, meat processing industry, animal husbandry, poultry farming, raw material base, sausage wares.

Постановка проблеми. М'ясна промисловість є однією з основних та стратегічно важливих галузей вітчизняної економіки. Унікальність та незамінність м'ясопродуктів відіграє ключову роль у формуванні повноцінного раціону харчування людини, що впливає на забезпечення активного та здорового життя населення. Актуальність розроблення векторів розвитку стратегічної галузі та підвищення конкурентоспроможності продукції підприємств м'ясопереробного підкомплексу АПК пов'язана з тим, що в сучасних кризових умовах спостерігається загострення проблеми зниження обсягів вітчизняного виробництва м'яса та м'ясопродуктів на тлі значної залежності від імпорту сировини, що спонукає до зростання цін на внутрішньому ринку та зниження платоспроможного попиту населення, які негативно впливають на економічну та соціальну стабільність країни та забезпечення національної продовольчої безпеки. Вищезазначене зумовлює потребу вивчення проблем та перспектив функціонування м'ясопереробної галузі.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблемами розвитку м'ясопереробної галузі та їх рішенням займалися А. Бергер, К. Власова, А. Гриньов, Р. Дзюба, А. Коляда, Р. Мудрак, Б. Музика, О. Томчук, В. Ціхановська, О. Ціхановська та інші вчені, які досліджували низку аспектів становлення та відродження цієї галузі. Водночас, незважаючи на цінність проведених досліджень, наявні розбіжності в поглядах свідчать про складність та актуальність цієї проблематики і необхідність проведення подальших наукових досліджень.

Постановка завдання. Метою статті є виявлення істини суджень на предмет наявності (відсутності) потенціалу вітчизняного м'ясопереробного комплексу, визначення джерел конкурентних переваг, які можуть бути доступні вітчизняним виробникам, для формулювання рекомендацій стосовно можливості відродження м'ясопереробної галузі.

Виклад основного матеріалу дослідження.

Вітчизняна м'ясопереробна галузь становить базис продовольчого комплексу країни, але вона знаходиться в досить складних умовах. Наявність проблем вітчизняного ринку м'яса та м'ясопродуктів констатується багатьма вченими. Так, А. Бергер, проаналізувавши передумови розвитку м'ясопереробної галузі, стверджує про її орієнтацію на імпорт. Причому вчена констатує, що вітчизняний ринок насичується не тільки імпортною готовою продукцією, а й за рахунок закордонних функціональних добавок, натуральних та штучних інгредієнтів [1, с. 49]. У контексті подолання імпортозалежності дослідниця пропонує створювати вертикально-інтегровані компанії у м'ясопереробній галузі, розвиток яких допоможе підвищити рівень конкурентоспроможності на внутрішньому і зовнішньому ринках, сприятиме активному виробництву інноваційних продуктів та дасть змогу знизити витрати по всьому технологічному ланцюжку за рахунок регульованої рентабельності в проміжних ланках. Дійсно, вертикально-інтегровані структури, які мають власну сировинну базу та ефективний збут, можуть демонструвати більш високі показники рентабельності, але постійне зростання цін на корми, ветеринарні препарати, електроенергію та логістику унеможливило зниження витрат на готову продукцію.

Протилежної думки дотримується А. Коляда, визначаючи саме значну залежність від сільського господарства як ключову проблему, що стримує ефективний розвиток підприємств м'ясопереробної галузі [2, с. 1].

Різне скорочення платоспроможного попиту, значне переважання імпорту м'ясних виробів над їх експортом за високого рівня сировинної забезпеченості, значна залежність внутрішнього ринку від коливань світового ринку – саме такими бачить К. Власова основні перешкоди розвитку м'ясопереробної галузі

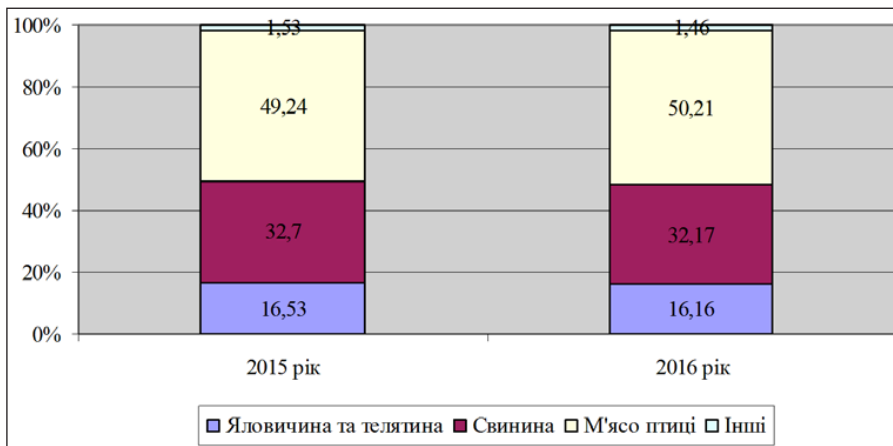


Рис. 1. Структура виробництва м'яса в Україні за 2015-2016 рр., %

України [3, с. 137]. Доволі схожим є бачення проблеми розвитку м'ясопереробних підприємств ученими О. Томчук, В. Ціхановською та О. Ціхановською, які вважають, що найбільш загрозливими факторами впливу на розвиток ринку м'ясопродуктів є низький платоспроможний попит населення, висока частка імпорту м'ясної продукції та відсутність державної стратегії захисту внутрішнього ринку [4, с. 25]. Серед шляхів подолання кризової ситуації на ринку м'яса та м'ясопродуктів дослідники пропонують сприяння вертикальній інтеграції АПК та інвестування капіталів переробних підприємств у розвиток їхньої сировинної бази. Але ж м'ясопереробна галузь є однією з найзакредитованіших в Україні, а низька рентабельність бізнесу не дає змоги компаніям розраховуватися за кредитами, які здебільшого залучалися ще до кризи 2008 року, що загалом унеможливило інвестування власного капіталу.

Низка вчених, зокрема, А. Гриньов, Р. Дзюба, Р. Мудрак та Б. Музика, у своїх працях основною проблемою розвитку м'ясопереробних підприємств вважають дефіцит сировини, причому Р. Мудрак та Б. Музика стверджують, що вітчизняні виробники м'яса та м'ясопродуктів схильні розглядати імпорту тваринницької сировини як повноцінний, незалежний від ситуації на внутрішньому ринку канал постачання [5, с. 34; 6, с. 181; 7, с. 48].

Спад у виробництві продукції галузі підтверджується через призму емпіричних даних. Так, розглядаючи динаміку виробництва м'яса за видами (у забійній масі) за останнє п'ятиріччя (табл. 1), можна стверджувати про стабільне зниження темпів виробництва практично за усіма видами м'яса, починаючи з 2013 року. Виробництво яловичини та телятини скоротилося на 12,21% у 2016 р. порівняно з 2013 р. Обсяги виробництва свинини практично не зменшуються, лише за останній рік простежується зниження на 1,8% проти 2015 р. Суттєво скоротилися обсяги

виробництва баранини та козлятини, з 19,7 тис. т у 2012 р. до 13,4 тис. т у 2016 р., що становило 68,02% від показника 2012 р. Також спостерігається зниження обсягів виробництва кролятини на 14,1% та конини на 31,63% у 2016 р. порівняно з показниками 2012 р.

Винятком є сегмент м'яса птиці, якому властиве повільне зростання виробництва (на 8,56% за п'ятиріччя). Це спричинено такими факторами, як низька платоспроможність населення (вітчизняні споживачі купують більш дешеву продукцію, до якої належить м'ясо птиці); збільшення

поголів'я птиці (завдяки проведенню державної підтримки птахівництва спостерігається різке зростання поголів'я птиці, починаючи ще з 2005 р.); прибутковість галузі (птахівництво демонструє найкращу динаміку з усіх галузей тваринницького комплексу); короткі терміни досягнення курами кондиційної ваги.

Найбільшу питому вагу у структурі виробництва м'яса усіх видів становить м'ясо птиці – 50,21%, свинина займає 32,17%, яловичина та телятина – 16,16%, інші види м'яса займають лише 1,46% від загального обсягу виробництва. Слід відзначити зростання сегменту м'яса птиці, обсяги виробництва якого у 2016 р. становлять більше половини від загального обсягу вітчизняного виробництва, тоді як у 2005 р. на цей сегмент припадало лише 31,09% (рис. 1, рис. 2).

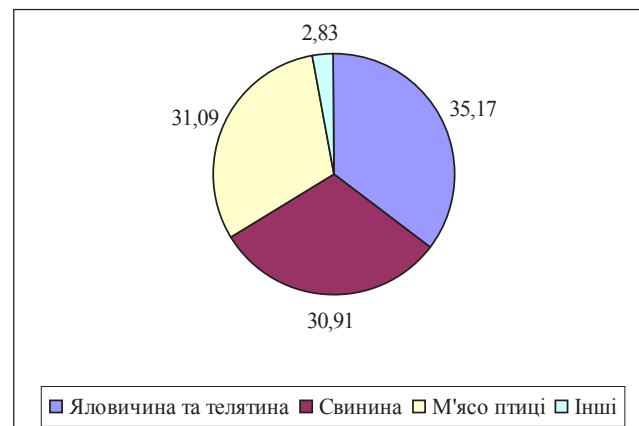


Рис. 2. Структура виробництва м'яса в Україні у 2005 р., %

Слід відзначити, що у 2005 р. домінуючу позицію займав сегмент яловичини та телятини, становивши

Таблиця 1

Динаміка виробництва м'яса за видами (у забійній вазі) за 2012-2016 рр., тис. т [8].

Види м'яса	2012 р.	2013 р.	2014 р.	2015 р.	2016 р.
Яловичина та телятина	388,5	427,8	412,7	384,0	375,6
Свинина	700,8	748,3	742,6	759,7	747,6
М'ясо птиці	1074,7	1168,3	1164,7	1143,7	1166,8
Баранина та козлятина	19,7	18,7	14,4	13,7	13,4
Кролятина	14,2	14,2	13,4	13,3	12,2
Конина	11,7	12,1	11,8	8,2	8,0
Усього	2209,6	2389,4	2359,6	2322,6	2323,6

35,17% від загального виробництва у структурі м'ясної продукції, а сегменти м'яса птиці та свинини становили 31,09% та 30,91% відповідно. До головних причин структурних зрушень у бік скорочення виробництва м'яса великої рогатої худоби слід віднести дисбаланс цін на сільськогосподарську та промислову продукцію; недостатнє ведення племінної та селекційної роботи; занижені закупівельні ціни на яловичину, пов'язані з відсутністю інтеграції виробництва, переробки і реалізації; припинення державних закупівель; зростання вартості кормів; запровадження вільних цін, які не відшкодовують витрати і не впливають на рентабельність виробництва; різке погіршення економічної ситуації і ринкової кон'юнктури; розбалансування економічних зв'язків між виробниками, переробниками, реалізаторами та споживачами м'яса яловичини.

Якщо порівняти структуру виробництва м'яса в Україні зі світовою структурою, можна відзначити її схожість лише в сегменті свинини, де найбільш наближені структурні показники (32,17% у 2016 р. в Україні; 37,12% у 2016 р. у світі). Відставання структурних показників спостерігається в сегменті яловичини та телятини (16,16% у 2016 р. в Україні; 21,63% у 2016 р. у світі). Основною відмінністю вітчизняної структури від світової є значна перевага структурних показників у сегменті м'яса птиці – 50,21% у 2016 р. в Україні проти 36,68% у цей період у світі (рис. 3) [9].

У сучасних умовах просування України до системи світових зовнішньоекономічних зв'язків актуальності набуває проблема ефективного розвитку окремих галузей національної економіки та забезпечення конкурентоспроможності вітчизняної продукції як на внутрішньому, так і на світовому ринках.

Нарощування обсягів імпорту м'яса та м'ясопродуктів у 2010-2012 рр. зумовлено невідповідністю інтенсивності розвитку вітчизняної сировинної бази. Ураховуючи результати вступу до світової організації торгівлі та недовиробництво м'яса та м'ясопродуктів, до 2013 р. Україна імпортувала досить значні обсяги іноземної м'ясної продукції. Проте починаючи з 2014 р. обсяг експорту м'ясних продуктів перевищив обсяг імпорту (у 2014 р. – незначна перевага – 8%, у 2015 р. – більш суттєва перевага – 55%, у 2016 р. перевага становила 215%), що свідчить про зменшення імпортозалежності України (рис. 4) [10].

У цьому контексті проблема насичення вітчизняного ринку імпортною продукцією та залежності від імпортерів набуває дещо іншого змісту. По-перше, надходження необхідної кількості вітчизняного м'яса в усі регіони країни дасть змогу забезпечити платоспроможний ринок м'ясної продукції та продовольчу незалежність, що зміцнить національну економіку. По-друге, врегулювання зовнішньої торгівлі м'ясними продуктами сприяє підвищенню конкурентоспроможності вітчизняного м'яса як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках.

Загальне враження від вітчизняної сировинної бази має дуалістичний характер: з одного боку, можна стверджувати про негативні явища, такі як

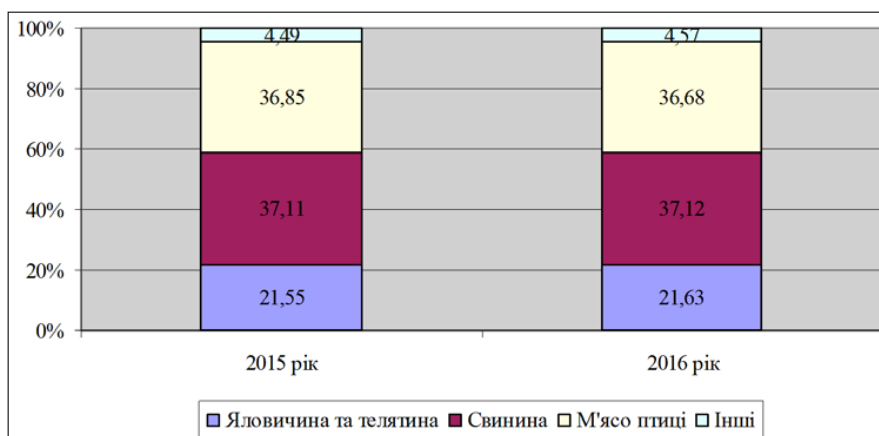


Рис. 3. Світове виробництво м'яса за 2015-2016 рр., %

тенденція зниження обсягів виробництва м'яса, структурні зрушення у бік виробництва більш дешевої продукції, а саме – м'яса птиці, яка не замінить високопоживне м'ясо свинини, яловичини та баранини, а з іншого – можна констатувати позитивні моменти, серед яких істотна перевага експорту м'яса над імпортом, що сприяє забезпеченню платоспроможного ринку м'ясної продукції та продовольчої безпеки України.

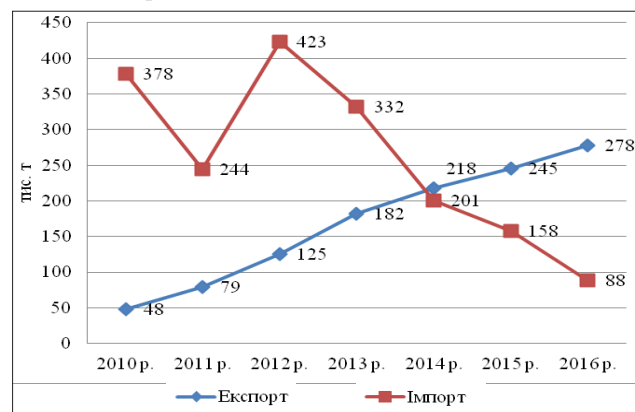


Рис. 4. Динаміка обсягів експорту та імпорту м'яса та м'ясопродуктів протягом 2010-2016 рр.

М'ясопереробна галузь надзвичайно матеріаломістка, термін зберігання готової продукції орієнтований на короткий період, тому більшість підприємств галузі розташовуються поблизу від сировинної бази та ринків збуту.

Період 2007-2012 рр. відзначається суттєвим зменшенням кількості підприємств, які спеціалізуються на виробництві м'яса та м'ясопродуктів. Якщо у 2006 р. нараховувалось 1230 підприємств, то у 2012 р. їх кількість зменшилася майже на 36%. Вражаюча динаміка зростання кількості м'ясопереробних підприємств у 2015 р. привела до рекордного рівня їх кількості – 1335 підприємств, що на 74,28% більше, ніж у попередньому 2014 р. (рис. 5) [10].

Виробництво ковбасних виробів залишається одним із пріоритетних напрямів господарської діяльності м'ясопереробних підприємств. Цей сегмент є одним із провідних у м'ясній промисловості, який користується постійним попитом споживачів. Обсяг споживання ковбасних виробів є свого роду індикатором добробуту нації.

За аналізований період простежується стабільна тенденція до скорочення обсягів виробництва ковбасних виробів (табл. 2) [10].

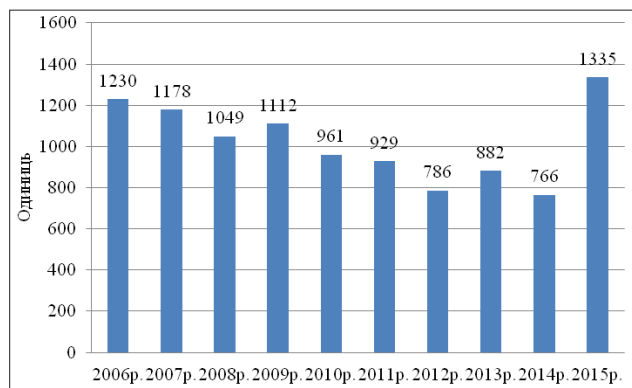


Рис. 5. Динаміка кількості м'ясопереробних підприємств за період 2006-2015 рр.

Як свідчать дані, у 2016 р. порівняно з 2012 р. обсяги виробництва ковбасних виробів були знижені за всіма видами: вироби ковбасні з печінки (ліверні) та подібні вироби і харчові продукти на їхній основі (крім готових продуктів та страв) – на 1,7%; вироби ковбасні варені, сосиски, сардельки – на 18,66%; ковбаси напівкопчені – на 28,05%; ковбаси варенокопчені, напівсухі, сиров'ялені, сирокоччені (включаючи «саламі») – на 2,12%; вироби ковбасні з конини – на 90%; холодець, зельц – на 37,5%; вироби ковбасні копчено-запечені – на 67,81%; інші ковбасні вироби – на 32,75%. Загальний показник падіння обсягів виробництва ковбасних виробів становить 20,94%.

Однією з основних причин зниження обсягів виробництва ковбасних виробів є недобросовісна конкуренція у галузі. З метою здешевлення ковбасних виробів малі підприємства (цехи) частину м'ясного фаршу замінують добавками жиру, жил та субпродуктів. Колір, смак і запах заповнюються за рахунок додавання харчових добавок. У підсумку великі виробники змушені або скорочувати обсяги виробництва, або працювати на гранічно низькій рентабельності.

Несприятливі тенденції та значні структурні зрушення у структурі сировинної бази привели до зростання цін на ковбасні вироби. Якщо раніше споживачі, придбавши ковбасні продукти, намагалися скоротити час на приготування їжі, то в умовах сьогоднішнього споживачі намагаються зекономити гроші навіть на продуктах харчування.

У цих умовах виробникам доводиться шукати інші канали збуту ковбас. І якщо раніше цим каналом збуту був ринок Російської Федера-

ції (2012 р. – 1,182 тис. т; 2013 р. – 0,949 тис. т; 2014 р. – 0,669 тис. т; 2015 р. – 0,232 тис. т), який споживав близько 75% вітчизняної ковбасної продукції, то у 2016 р. головними імпортерами українських ковбас були країни Азії (41,5% від загального обсягу експорту). Але ж ринок азіатських країн імпортував дуже незначну, за масштабами України, кількість продукції – лише 0,034 тис. т., чого недостатньо, щоб стати стимулом для зростання виробництва. Втрата цільового ринку, яким завжди був ринок Росії, негативно позначилася на балансі експорту/імпорту вітчизняних ковбасних виробів, який вперше за аналізований період мав негативний вигляд (-0,313 тис. т) (рис. 6) [10].

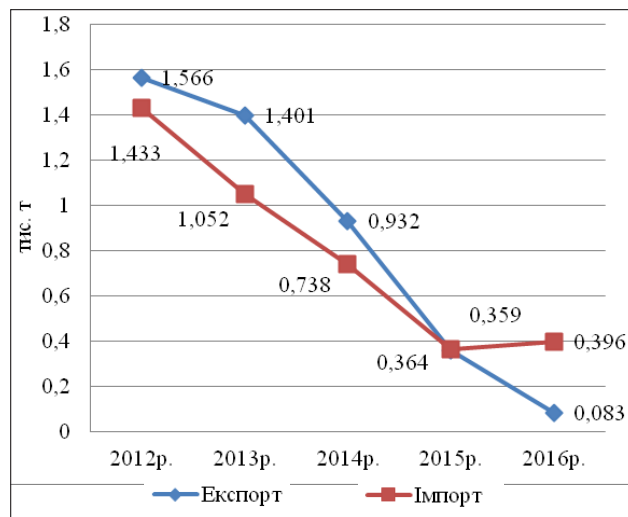


Рис. 6. Динаміка обсягів експорту та імпорту ковбасних виробів протягом 2012-2016 рр.

У цьому ракурсі м'ясопереробним підприємствам необхідно звернути увагу на імплементацію економічної частини «Угоди про асоціацію між Україною та Європейським Союзом», яка полягає у формуванні унікальних можливостей для вітчизняних виробників ковбасної продукції щодо поступового завоювання нових сегментів європейського ринку.

Висновки з проведеного дослідження. Отже, з метою подолання кризової ситуації, що склалася у вітчизняному м'ясопродуктовому секторі, доцільно мобілізувати наявний потенціал власного виробництва та інфраструктури. Приведення технологічних процесів у відповідність до міжнародних фітосанітарних та ветеринарних вимог та запровадження системи контролю якості, розроблення методології, яка поєднає специфіку функціонування та інструментарій маркетингового управління та прогнозу-

Таблиця 2

Динаміка обсягів виробництва ковбасних виробів за 2012-2016 роки, тис. т

Вироби ковбасні	2012 р.	2013 р.	2014 р.	2015 р.	2016 р.
Вироби ковбасні з печінки (ліверні) та подібні вироби і харчові продукти на їхній основі (крім готових продуктів та страв)	6,1	6,9	6,9	7,2	6,0
Вироби ковбасні варені, сосиски, сардельки	188,1	190	171,7	151	153
Ковбаси напівкопчені	54,9	52,1	47,3	42,6	39,5
Ковбаси варенокопчені, напівсухі, сиров'ялені, сирокоччені (включаючи «саламі»)	23,5	25,6	24,9	21,5	23,0
Вироби ковбасні з конини	0,5	0,5	0,4	0,3	0,05
Холодець, зельц	1,2	1,5	1,0	1,0	0,75
Вироби ковбасні копчено-запечені	8,7	7,0	5,5	3,6	2,8
Вироби ковбасні інші	11,6	10,9	10,0	8,5	7,8
Усього	294,6	294,5	266,3	235,7	232,9

вання галузі, впровадження науково обґрунтованого вектору розвитку м'ясопереробних підприємств, забезпечення якісної, безпечної, екологічно чистої продукції на основі унікальної рецептури – саме виконання цих завдань сприятиме відродженню м'ясопереробної галузі, а відтак і забезпеченню національної продовольчої безпеки.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Бергер А.Д. Сучасні тенденції розвитку м'ясопереробної галузі України / А.Д. Бергер // Інтелект XXI. – 2017. – № 1. – С. 41-51.
2. Коляда А.Л. Аналітичне забезпечення управління ефективністю функціонування м'ясопереробних підприємств: автореф. дис. ... канд. екон. наук: 08.00.09 / Анастасія Леонідівна Коляда. – Одеса, Одеський національний економічний університет, 2016. – 21 с.
3. Власова К.М. Тенденції, проблеми та напрями їх вирішення у м'ясопереробній галузі України / К.М. Власова // Економіка та держава. – 2015. – № 10. – С. 134-138.
4. Ціхановська В.М. Сучасний стан та тенденції розвитку ринку м'яса і м'ясної продукції в Україні / В.М. Ціхановська, О.В. Томчук, О.М. Ціхановська // Міжнародний науково-виробничий журнал «Сталий розвиток економіки». – 2015. – Вип. 3(28). – С. 18-27.
5. Гриньов А.В. Оцінка стану розвитку м'ясопереробної галузі України / А.В. Гриньов // Вісник НТУ «ХПІ». – 2014. – № 4(1047). – С. 31-35.
6. Дзюба Р.Е. Проблеми розвитку сировинної бази м'ясопереробних підприємств у Луганській області / Р.Е. Дзюба // Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія «Економічні науки». – 2014. – Вип. 6. – Част. 1. – С. 179-181.
7. Мудрак Р.П. Сировинне забезпечення м'ясопереробної промисловості України – стан та перспективи розвитку / Р.П. Мудрак, Б.Б. Музика // Вісник Приазовського державного технічного університету. Серія: Економічні науки. – 2014. – Вип. 28. – С. 44-49.
8. Виробництво м'яса за видами (в забійній вазі). Сільське господарство України: статистичний збірник за 2016 рік. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: Food and Agriculture Organization of United Nations, – Food Outlook Biannual Report on global food markets. – November, 2017. – Р. 7.
9. Офіційний сайт Державної служби статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>.

УДК 331.101

Касич А.О.

*доктор економічних наук, професор,
завідувач кафедри менеджменту*

Київського національного університету технологій та дизайну

Касумов О.О.

магістр

Київського національного університету технологій та дизайну

УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ ЯК ВАЖЛИВИЙ КОМПОНЕНТ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ЮРИДИЧНОГО БІЗНЕСУ

У статті досліджено процеси управління персоналом у сфері юридичного бізнесу та визначено його вплив на стратегію розвитку юридичної фірми. Також у статті вивчено загальний підхід до кадрової політики фірм цієї сфери, що функціонує на основі грейдингової системи. Розглянуто особливості залучення нових співробітників та перспективи їх професійного росту в межах побудови системи, що забезпечує безперервний професійний ріст співробітників та включає індивідуальне планування професійного розвитку та кар'єрного зростання.

Ключові слова: персонал, управління персоналом, клімат у колективі, мотивування, підвищення кваліфікації.

Касич А.А., Касумов А.А. УПРАВЛЕНИЕ ПЕРСОНАЛОМ КАК ВАЖНЕЙШИЙ КОМПОНЕНТ СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ ЮРИДИЧЕСКОГО БИЗНЕСА

В статье исследованы процессы управления персоналом в сфере юридического бизнеса и определены пределы его влияния на стратегию развития юридической фирмы. Также в работе изучен общий подход к кадровой политике фирм этой сферы, функционирующей на основе грейдинговой системы. Рассмотрены особенности привлечения новых сотрудников и перспективы их профессионального роста в рамках построения системы, обеспечивающей непрерывный профессиональный рост сотрудников и включающей индивидуальное планирование профессионального развития и карьерного роста.

Ключевые слова: персонал, управление персоналом, климат в коллективе, мотивирование, повышение квалификации.

Kasych A.A., Kasumov O.O. PERSONNEL MANAGEMENT AS THE MOST IMPORTANT COMPONENT OF THE STRATEGY OF DEVELOPMENT OF LEGAL BUSINESS

The article examines the processes of personnel management in the sphere of legal business and determines the limits of its influence on the development strategy of a law firm. Also in the scientific work the general approach to the personnel policy of firms of this sphere, functioning on the basis of the grading system, has been studied. Features of attracting new employees and prospects for their professional growth are considered in the framework of building a system that provides continuous professional growth of employees and includes individual planning of professional development and career growth.

Keywords: personnel, personnel management, climate in the team, motivation, qualification improvement.

Постановка проблеми. На розвиток підприємництва в країні має вплив правова система, юридичний бізнес. В юридичних фірмах, де якість послуг, що надаються, безпосередньо залежить від знань і досвіду співробітників, ефективне управління персоналом

має бути одним із пріоритетних напрямів діяльності. Планування потреб організації в персоналі, його залучення, відбір та оцінка; підвищення кваліфікації та перепідготовка; управління кар'єрою; побудова і організація роботи на основі функціональних

зв'язків; стимулювання персоналу; його соціально-економічний і правовий захист; управління витратами на персонал – такий далеко не повний перелік завдань, які необхідно вирішувати в межах кадрового забезпечення діяльності будь-якого суб'єкта, в тому числі юридичної фірми.

Управління персоналом поступово перестає бути суто адміністративною функцією. Сьогодні все більше фірм дотримується концепції, відповідно до якої функція управління персоналом є найважливішим компонентом стратегії розвитку юридичного бізнесу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Праці, які формують теоретичну основу конструювання ефективної системи управління персоналом в юридичних фірмах, можна згрупувати за двома напрямками: по-перше, роботи, які розкривають питання розвитку систем управління персоналом у сучасних умовах; по-друге, праці, в яких досліджено галузеву специфіку процесів розвитку та управління в нематеріальній сфері, у сфері юриспруденції.

О.А. Харун [1] досліджує особливості забезпечення ефективного управління персоналом на основі вдосконалення мотиваційного механізму. Особлива увага приділяється оцінці показників, пов'язаних із трудовою діяльністю працівників (зокрема, керівників, спеціалістів, технічних службовців) з урахуванням каналів зворотного зв'язку та особливостей праці; їх інтегральна оцінка являє собою інструментарій мотиваційного механізму, що розробляється на засадах встановлених закономірностей, методів, принципів. У роботі А.О. Касич [2] наголошується на важливості удосконалення підходів до аналізу ефективності діяльності, при цьому питання ефективності використання персоналу залишається важливим. Управління персоналом набуває особливого значення в умовах упровадження стратегічних підходів, на чому наголошено у роботі [3]. Оприлюднення звітності про стійкий розвиток, змістовні характеристики якого розкрито в роботі [4], є формою презентації змісту соціальної політики підприємства.

Юридичні фірми належать до сфери послуг, відповідно, у процесі розроблення стратегії управління персоналом слід зважати на особливості цього сектору економіки.

Особливості розвитку сфери послуг досліджують Е.А. Афонін [5], Н.С. Венгерська [6]. Сфера послуг має вирішувати завдання стимулювання підприємництва в країні, забезпечуючи при цьому якісну правову основу, а тому персонал, відповідальний за це, повинен мати адекватні професійні характеристики. Непрофесійність персоналу у сфері юриспруденції може мати негативні наслідки не лише для окремого підприємства, а й для економіки країни загалом. Саме тому питання управління персоналом у юридичному секторі має важливе значення та потребує проведення сучасних досліджень.

Постановка завдання. Метою статті є дослідження процесів управління персоналом у сфері юридичного бізнесу та визначення його впливу на стратегію розвитку юридичної фірми.

Виклад основного матеріалу дослідження. Найважливішим організаційним аспектом управління персоналом є розроблення його науково обґрунтованих кількісних і якісних параметрів, які використовуються для розроблення стратегії розвитку кадрового потенціалу будь-якої організації. Одним з інструментів є грейдингова система (від Grade – ступінь, клас), що являє собою систему позиційних посад та означає, по суті, корпоративний табель за рангами. Вона дає змогу побудувати посадову ієрар-

хію, яка опирається на гнучкий рівень заробітних плат. Грейдинг – це створення ієрархії рангів, універсальної для персоналу підприємства [7].

У багатьох юридичних фірмах діє грейдингова система з докладним описом компетенцій по кожному грейду. Найчастіше градація персоналу здійснюється за такими ступенями, як молодший юрист, юрист, старший юрист, молодший партнер, партнер, старший партнер. У деяких фірмах виділяються позиції керівника відділу і керівника практики.

«Клітини» грейдингової матриці мають своє наповнення, закріплене у внутрішніх документах компанії і доступне кожному співробітнику. Відповідно до цього персонал може вибудовувати перспективи професійного розвитку і кар'єрного зростання. Важливо, що тривалість роботи не є обов'язковим критерієм для переміщення на наступну позицію: якісний стрибок залежить від особистих ділових якостей, оволодіння відповідним набором професійних знань і навичок, виконання службових вимог і досягнутих результатів. У цьому у полягають особливості застосування цього підходу у сфері юридичного підприємництва.

З огляду на специфіку функціонування суб'єктів підприємництва у юридичній сфері проведення кадрової політики має такі риси, як:

- поєднання залучення молодих фахівців – випускників вишів і досвідчених юристів зі стажем роботи;
- диференційований (адаптований) підхід до цільових груп співробітників (забезпечують прибуток юристи; підтримують персонал функціональні менеджери та технічні працівники) з однаковою увагою до кожної з них;
- побудова внутрішньої кадрової роботи відповідно до грейдингової системи, яка передбачає створення матриць грейдерів (професійних профілів);
- підготовка кадрового резерву і забезпечення професійного і кар'єрного зростання співробітників усередині компанії;
- використання прозорих систем оцінки професійних знань і навичок під час атестації, поєднання матеріальних і нематеріальних форм мотивації співробітників.

Важливим інструментом управління персоналом є атестація співробітників. Створення ефективної системи атестації – завдання не з легких. Така система має бути прозорою, включати об'єктивні критерії і при цьому не бути надмірно формальною. Як правило, атестація в компаніях проходить раз на рік, деякі юридичні фірми здійснюють її кожне півріччя. Форми атестації різні, частіше це інтерв'ювання та анкетування. В основі того й іншого лежить спеціальний опитувальник, як правило, з кількома десятками позицій за ключовими показниками ефективності роботи юриста.

Поповнення персоналу йде за двома напрямками: залучення молодих фахівців – випускників вишів і досвідчених юристів, які мають професійний стаж.

За першим напрямком основною формою роботи є співпраця з провідними юридичними вузами і факультетами. Більшість фірм мають багатий і різноманітний досвід участі у проведенні у вишах «Ярмарок вакансій» та «Днів кар'єри», підтримки студентських творчих конкурсів і різних наукових студентських конференцій.

Низка юридичних фірм робить ставку на роботу безпосередньо в навчальних аудиторіях, де їхні провідні фахівці читають студентам окремі лекції і цілі спецкурси з актуальних проблем правозастосування, проводять тренінги з розвитку практичних професійних навичок. Для зазначених цілей використо-

вуються і майданчики власних офісів, де організуються літні школи для студентів, проводяться дні відкритих дверей та інші заходи. Реалізація освітніх програм для студентів вишів – соціально корисна діяльність, що компенсує розрив між суто теоретичною підготовкою та освоєнням навичок практичної роботи. Багато юридичних фірм приймають студентів на практику і стажування. Все це дає молодим фахівцям можливість дізнатися про переваги роботи в тій чи іншій фірмі, а юридичним компаніям – відібрати найбільш талановитих випускників вишів.

Що стосується залучення досвідчених фахівців зі стажем роботи, то тут юридичні фірми використовують інші механізми. Практично ніхто не відмовляється від звернення до авторитетних кадрових агентств, деякі юридичні фірми ведуть власну внутрішню базу кандидатів, використовують рекомендації співробітників і менеджерів своєї компанії. Для досвідчених фахівців, крім матеріального придбання у вигляді збільшення зарплати і соціального пакету, важливою є наявність сприятливого робочого клімату та умов роботи, які максимально відповідають принципам *work & life balance*. Також важливою є можливість швидкого кар'єрного росту в тій чи іншій практиці, освоєння нової спеціалізації, максимальне розкриття індивідуальних здібностей і реалізація професійних якостей.

Не можна не відзначити ще один інструмент, що активно використовується для демонстрації потенційним співробітникам переваг роботи в конкретній юридичній фірмі, – її веб-сайт. Саме з його відвідин багато претендентів починають своє знайомство з компанією. Тут можна отримати вичерпну інформацію про її історію, напрями діяльності, склад команди, умови праці та наявні вакансії.

Невід'ємним складником управління персоналом є побудова системи, що забезпечує безперервний професійний ріст співробітників. Вона включає індивідуальне планування професійного розвитку та кар'єрного зростання.

Низка юридичних компаній мають програми з навчання та підвищення кваліфікації юристів. Основна форма їх реалізації – корпоративні навчальні центри. На навчання і перепідготовку персоналу юридичні фірми витрачають значні кошти зі свого бюджету. У разі необхідності, крім власних фахівців із числа найбільш кваліфікованих співробітників, до викладання залучаються і зовнішні фахівці на основі конкурсного відбору. Програми корпоративних навчальних центрів плануються з урахуванням прямої діяльності та потреб компанії та орієнтовані на різні рівні підготовки співробітників.

Форми навчання та перепідготовки персоналу є різноманітними. Найчастіше це модульне навчання – семінари з окремих тем і внутрішні тренінги, спрямовані на розвиток професійних навичок. Вони можуть проводитися як в офісі, так і за його межами. У деяких фірмах прийнято відряджати співробітників для отримання нових знань в інший підрозділ. Цей метод ефективний для забезпечення взаємозамінності фахівців.

У фірмах, що мають кілька офісів, використовується також дистанційне навчання шляхом створення навчально-методичних комплексів (бібліотек наукової літератури, нормативно-правових баз) і проведення онлайн-конференцій. Досить широко застосовується і зовнішнє навчання з відрядженням працівників як на короткострокові семінари, конференції та спеціалізовані програми, так і на довгострокові курси та стажування.

Більшість компаній у юридичній сфері підтримують будь-яке прагнення своїх співробітників підвищити освітній рівень, стимулюють заочне навчання суміжних спеціальностей (економіка, фінанси тощо), навчання в аспірантурі, захист дисертацій, здачу кваліфікаційних іспитів для отримання статусу адвоката. При цьому вони часто беруть на себе матеріальні витрати на додаткову освіту персоналу. Багато уваги приділяється навчанню співробітників іноземних мов.

У більшості компаній існує інститут наставництва, який передбачає закріплення кожного юриста за певним партнером або старшим юристом. Це допомагає новим співробітникам адаптуватися, швидше досягти необхідного рівня ефективності в роботі, дає змогу розраховувати на допомогу і сприяння в подоланні можливих складних професійних ситуацій.

Добре вибудована система безперервного навчання і підвищення кваліфікації створює умови для внутрішнього професійного зростання кожного співробітника, будучи потужним мотиваційним фактором, залучає до компанії нових фахівців.

Взагалі методи мотивації співробітників діляться на дві загальноновизнані категорії: матеріальні і нематеріальні.

До матеріальної мотивації належать системи преміювання та соціальні пакети. Крім традиційних видів преміювання (за якість, обсяг і складність виконаної роботи, залучення нових клієнтів і отримання нових доручень, кількість виставлених клієнтові годин, що потребують оплати), у багатьох компаніях передбачено матеріальне стимулювання ініціативи та реалізації інноваційних заходів, спрямованих на розвиток фірми; розміщення публікацій у ЗМІ; участі в професійних організаціях, законотворчих процесах і наукових дослідженнях; наставництва; діяльності *pro bono* і навіть надання допомоги державі у вирішенні окремих національно значущих завдань.

Важливо, що в багатьох фірмах чіткі критерії преміювання розроблено стосовно кожної категорії співробітників, що дає змогу мотивувати як початківців, так і досвідчених фахівців. Прозорість цих критеріїв і доведення їх до всіх співробітників дає змогу кожному прогнозувати розмір власної потенційної винагороди.

Що стосується нематеріальних методів мотивації, то тут спостерігається розмаїття і гнучкість програм. Насамперед це внутрішні конкурси з присвоєнням почесних звань у різних номінаціях, що дають змогу підкреслити найрізноманітніші професійні якості співробітників. У цьому контексті доцільно привести приклад щорічного конкурсу «Кращий юрист року». Його організатором є рада партнерів фірми. Конкурс заснований на анкетуванні, в якому співробітники фірми оцінюють професійну компетентність і особистісно-ділові якості один одного, у ньому беруть участь співробітники всіх посад – від секретаря до керуючого партнера, проте основні номінації призначені для асоціатів.

Для учасників конкурсу ця винагорода дає особливий стимул і показує результати та роботу не лише одного фахівця а й всієї команди. Ця нагорода сприймається співробітником як визнання не тільки його особистих заслуг, а й заслуг тих, з ким він працює. Також ця нагорода стає, з одного боку, показником плідної діяльності, а з іншого – зобов'язує і надалі ні на йоту не знижувати планку рівня роботи. Заохочення переможців цього конкурсу будується на поєднанні нематеріального і матеріального стимулювання: почесні звання підкріплюються грошовими призами, корпоративним відпочинком за рахунок

компанії, а ті, хто увійшли до першої п'ятірки переможців, отримують можливість пройти стажування за кордоном за рахунок компанії.

Висновки з проведеного дослідження. З проведеного вище дослідження видно, що управління персоналом є важливим складником стратегії розвитку юридичних фірм у сучасних умовах. Дослідження особливостей кадрової політики юридичних фірм, яка формується на основі грейдингової системи, дало змогу визначити її переваги та недоліки. Розглянуто особливості залучення нових співробітників та перспективи їх професійного росту, з чого можна дійти висновку про те, що мотивація персоналу є найважливішим інструментом у кадровій політиці юридичних фірм, які вимагають філігранної «настройки», тому що як ніщо інше стимулює творчий потенціал кожного співробітника, його націленість на результат та є важливим компонентом стратегії розвитку юридичного бізнесу.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Харун О.А. Мотиваційний механізм ефективного управління персоналом машинобудівних підприємств: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук: спец. 08.00.04. – Хмельницький: ХНУ. – 2010. – 20 с.
2. Касич А.О. Методичні підходи щодо оцінки ефективності діяльності підприємства / Касич А.О., Хіміч І.Г. // Бізнес-Інформ, 2012. – № 12. – С. 55-59.
3. Касич А.О. Втілення концепції стратегічного управління в практику вітчизняних підприємств / А.О. Касич // Бізнес-Інформ. – 2014. – № 11. – С. 290-294.
4. Касич А.О. Звіт про стійкий розвиток як аналітичний інструмент формування корпоративної соціальної відповідальності / Касич А.О., Яковенко Я.Ю. // Ефективна економіка. – 2014. – № 10. [Електронний ресурс]. – Режим доступу до журналу: <http://www.economy.nauka.com>.
5. Афонін Е.А. Експортоорієнтована сфера послуг – новий вектор економічного зростання України? / Афонін Е.А., Благодетєлева-Вовк С.Л. // Український соціум. – 2012. – № 4(43). – С. 141-160.
6. Венгерська Н.С. Проблеми розвитку сфери послуг як складової національного господарства Матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції «Стратегія розвитку національної економіки в умовах зміни ролі та місця людини в системі суспільного виробництва» // Бізнес Інформ – 2009. – № 11. – Т. 1. – С. 19-21.
7. Степанова А.А. Грейдування як сучасна система оплати праці на українських підприємствах на прикладі ПАТ «КІЇВЕНЕРГО» // А.А. Степанова, К.В. Білокриницька: Науково-практичний збірник Фінансові послуги № 1 2017. – С. 40-43.



ДЛЯ НОТАТОК

Наукове видання

**НАУКОВИЙ ВІСНИК
ХЕРСОНСЬКОГО ДЕРЖАВНОГО УНІВЕРСИТЕТУ**

Серія ЕКОНОМІЧНІ НАУКИ

Випуск 27

Частина 1

Коректура • *О.А. Скрипченко*

Комп'ютерна верстка • *Н.М. Ковальчук*

Формат 64x90/8. Гарнітура SchoolBook.
Папір офсет. Цифровий друк. Ум.-друк. арк. 17,67.
Підписано до друку 29.12.2017 р.
Замов. № 34/17. Наклад 100 прим.

Видавничий дім «Гельветика»
E-mail: mailbox@helvetica.com.ua
Свідоцтво суб'єкта видавничої справи
ДК № 4392 від 20.08.2012 р.